

IK
GEEF
OM
DE
JAN
EEF

feet the loc

JAN
EEF



De Jan Evertsenstraat: op het eerste gezicht een winkelstraat in een woonbuurt zoals Amsterdam er veel kent. Tot je merkt dat er meer aan de hand is. Bewoners en ondernemers uit De Baarsjes zetten zich samen in voor 'de Jan Eef' en omgeving. De buurt kampt vanaf de jaren negentig met een slecht imago. Het dieptepunt wordt bereikt in 2010 als juwelier Fred Hund bij een gewapende overval om het leven komt. Een viertal bewoners besluit dat er iets moet gebeuren en roept medebewoners via social media op om in actie te komen. Sindsdien is er veel gebeurd onder de noemer 'Ik Geef om de Jan Eef'. Jan Eef organiseert inmiddels onder andere de biologische georiënteerde MercatorMarkt, een theaterfestival in winkels, en gaat leegstand in de straat tegen met succesvolle pop-up stores, een makelpunt en afspraken over ingroei huur. Tijdens de feestdagen hangt er feestverlichting van hergebruikte jerrycans en met 'KassaMassa' gaan buurtgenoten op een afgesproken tijdstip voor een bepaald bedrag inkopen bij een lokale ondernemer.

Gaandeweg 2011 ontstaat de behoefte om dit bewonersinitiatief economisch te verduurzamen en meer structurele vorm te geven. Als antwoord wordt de winkelstraatvereniging Jan Eef opgericht. Een unicum in Nederland, deze belangenvereniging waarin winkeliers en bewoners zich samen bekommeren om een winkelgebied. Een belangrijk volgend resultaat wordt behaald wanneer een meerderheid van de winkeliers in de Jan Evertsenstraat er in 2012 voor kiest om deel te nemen aan de Bedrijven Investeringszone (BIZ), een instrument dat ondernemers in staat stelt om samen in een fonds te sparen voor collectieve investeringen in het gebied. Door deze regeling is geld beschikbaar gekomen voor leefbaarheid, veiligheid en ruimtelijke kwaliteit van de Mercatorbuurt en de Jan Evertsenstraat. Maar de ambities gaan nog verder. Zelf collectief vastgoed aankopen en beheren en daarmee sturing geven aan het winkelaanbod in de straat, dát is waar nu hard aan gewerkt wordt.

TIJDLIJN



‘ZO GA JE OM MET
ONDERNEMERS
EN LEGE WINKEL-
PANDEN.’

Jantina Bijpost
Eigen Haard-medewerker

4.943

500

30

FACEBOOKVRIENDEN
SCHOLKINDEREN MAAKTEN FEESTVERLICHTING
KANDIDATEN VOOR ÉÉN POP-UP STORE

IMPACT

Uit onderzoek naar de sociale en economische kracht van winkelstraatvereniging Jan Eef blijkt dat de diversiteit van het winkelaanbod in de Jan Evertsenstraat toeneemt en dat de leegstand afneemt. Dit in tegenstelling tot andere winkelstraten in de buurt. De buurttevredenheid en de subjectieve veiligheidsbeleving die jaarlijks in heel Amsterdam wordt gemeten is in de buurt sterker toegenomen dan in veel andere buurten. Ook is het ondernemersklimaat voor creatieve zzp'ers verbeterd.

LESSEN

1. LEG UIT WAT JE DOET

Blijf actief in gesprek met iedereen; winkeliers, ambtenaren, vastgoedeigenaren, bewoners, kortom iedereen die belang heeft en betrokken is bij de buurt. Verbind mensen, zorg ervoor dat iedereen goed op de hoogte is en dat men ook onderling de dialoog aangaat. Durf te doen. Je hoeft niet altijd iedereen op één lijn te hebben maar je moet wel goed uitleggen waarom je doet wat je doet.

2. WEES ZICHTBAAR

Wees zichtbaar op straat en laat weten waar je mee bezig bent. Festivals, openingen, activiteiten, openlijk lief en leed delen; het is allemaal onderdeel van het doel om de verbondenheid met de buurt te verstevigen. Wees creatief en actief op sociale media. Maak een duidelijke agenda en een jaaroverzicht van je activiteiten. Dat is belangrijk voor je eigen archief maar ook voor subsidieverleners en draagvlak in de buurt.

3. SLA OPGEDANE KENNIS OP

Zorg ervoor dat je het contact met vrijwilligers en betrokken zzp'ers niet laat verslappen. Blijf mensen enthousiasmeren. Als organisatie ontwikkel je kennis en die moet je borgen. Sla

gemeenschappelijke kennis op en zorg voor goede overdracht. Nieuwe vrijwilligers moeten kunnen putten uit de ervaring die door anderen is opgedaan en niet zelf het wiel uitvinden.

UITDAGING

Op termijn wil de winkelstraatvereniging zo veel mogelijk onafhankelijk en zonder subsidies functioneren. Een manier om dat te bereiken is het oprichten van een buurtcoöperatie van bewoners, winkeliers en woningcorporaties die samen winkelvastgoed koopt of verhuurt. Zo krijgen de buurtbewoners meer grip op de invulling van de straat en op de diversiteit van het winkelaanbod. De uitdaging zit in het vasthouden van de energie en het enthousiasme van het eerste uur, om zo samen met een hecht en betrokken netwerk van buurtbewoners en eigen budget de ambities te blijven realiseren.