



DE BELEVINGSADVISEUR *Elisabeth Koop*

Met Catch a Fish helpt Elisabeth Koop bestaande horecaondernemers weer in het zadel en geeft ze advies aan starters. Handig: Elisabeth is hobbykok, heeft jarenlange ervaring in de horeca en weet dus waar ze het over heeft. De directiekeuken van Heineken was eens haar space. Als ondernemer is het de kunst grillige Amsterdamse horecatrends en bloggers te overleven. Basingrediënten voor succes: passie en authenticiteit.

‘Amsterdam is een broeiest van hippe concepten en foodbloggers. Vandaag staan we in de rij voor kip aan het spit en morgen voor Amerikaanse cocktails. ‘Hier moet je heen, fantastisch!’ als Your little blackbook of Barts boekje dat zeggen, gaan we met z’n allen.’

Leuk die eigen zaak, maar vergis je niet, waarschuwt Koop. ‘Een eigen zaak wordt nogal eens geromantiseerd. Het is zeven dagen in de week keihard werken. Je moet zorgen dat klanten iedere avond tevreden de deur uit gaan. Dáár betaal je nu die prachtige geïmporteerde Spaanse tegels van. Door alleen ‘s ochtends die deur open te doen, kun je het niet meer redden.’

Een simpel voorbeeld. ‘Laatst dronk ik ergens koffie en vroeg er iets lekkers bij. ‘Ga maar even kijken’, zei het meisje. Gemiste kans! Verzin iets en zeg bijvoorbeeld ‘Vanochtend heb ik nog kaneel over de verse appeltaart gestrooid en loop met me mee. Laat die taart zien.’ De kans dat ik dan ‘Nee’ zeg, is niet groot. Salarissen worden niet betaald van de verkochte koffie maar van alles wat je ernaast verkoopt. Zorg dat klanten meer

van je afnemen. Dát is verkopen en bij veel horecabedrijven nog een ondergeschoven kindje.’

Een gedurfd concept volgens de belevingsadviseur: tableturning van de Seafood Bar. Dat veel Nederlandse gasten afschrikken van meerdere shifts op een avond drukt de pret niet. Gasten van de Seafood bar pikken het. Want er staat iets tegenover, legt Koop uit. ‘Wachten wordt leuk met een wijntje of oestertje aan de bar. Dat kost een beetje, maar levert ze meer klanten per avond op. Andere ondernemers kunnen van dit soort initiatieven leren. It takes money to make money.’

PUBLIC SPACE ‘De Zeedijk met al die schimmige tenten. Ik geniet er ultiem van. Mossel & Gin voor lekker eten. De hit van de afgelopen jaren: Gin tonic’s’.



DE MEESTERKOK *Luc Kusters*

Ze noemen hem een topkok. En dat heeft geresulteerd in zijn eigen zaak op de Zuidas.

Uren van proeven en repeteren gingen er aan vooraf. Dat precisiewerk begon al als 16-jarige in de keuken van Margo Reuten van restaurant Da Vinci.

In 2000 waagde De Limburger de gok naar de hoofdstad. *The place to be*. En lacht hij: ‘Wis ook de Amsterdamse roots van mijn opa niet uit.’

Robert Kranenburg nam hem acht jaar onder zijn hoede. Tot Kusters op eigen benen wilde staan. Hij zwaait met zijn compagnon Xavier de scepter over Bolenius. Zonder investeerders. Een bewuste keuze: ‘We willen autonoom blijven.’ Ze knallen in

een opwaartse lijn. ‘We zijn goed onderweg, maar de top is nog niet bereikt. Er zit veel meer in.’

Met Nieuw Amsterdams heeft Kusters een nieuw gewild concept in handen: kale gerechten met zoveel mogelijk Amsterdamse producten bewerkt in een duurzame keuken. Tel daar een stukje historie bij op en je zaak zit vol met een leuke mix van zakenlui, Amsterdammers en toeristen. En wat is dan het geheim van Nieuw Amsterdams?

‘Het eten is veel frisser en licht verteerbaar. In hoog segment laten we een stukje van de stad proeven. Amsterdam heeft met zijn specerijen, Amsterdamse ossenworst, uien en groenten van Noord-Holland veel te bieden. Dat is uniek op de wereld.’

De grens tussen werk en privé is redelijk vervaagd, geeft Kusters toe. Uren telt hij niet meer. ‘Ko-

ken vind ik leuk! Anders red je het ook niet. Ontwikkelen is het mooiste gedeelte van mijn vak. Voor de rest is het ook keihard werken, en dat is niet altijd even leuk, eerlijk is eerlijk.’

Het harde werken loont. *Beste groenterestaurant 2015*, dat stempel kan Bolenius in zijn zak steken. Net als de vele duurzaamheidsprijzen.

‘Ik ben daar heel blij mee. Onze groente komt zo dagvers uit eigen tuin. 120 m2 op de Zuidas. En tja wie bedenkt dat? Ik!’

PUBLIC SPACE ‘Het blauwvle theehuis in het Vondelpark. Ik heb er mijn bruiloft gevierd.’

FAVORIET BIERTJE: ‘Met Limburgse vrienden kom ik graag op het lage terrasje bij café Het Kleine voor een lekker biertje.’



DE WELDOENER

Marten Dresen

|||||

Marten Dresen van Good Hospitality Group denkt groots. Verdient geld door kansarme jongeren een opleiding en werkplek te geven in zijn organisatie: hotels in Amsterdam en Guatemala. Maatschappelijk ondernemen stamt al vanaf zijn studententijd. Dresen helpt een meisje in Midden-Amerika, vervolgens haar familie, het dorp en tien jaar later staat er een drietal scholen en worden jongeren opgeleid om over twee jaar aan de slag te gaan in het Good Hotel in Guatemala. Dresen heeft een ware revolutie ontketend in het conservatieve Latijns-Amerikaanse hotelwezen. De directeur van de Good Hospitality Group houdt van ondernemen langs niet gebaande paden. En ook Am-

sterdam schrok even op als hij bij opbod voormalige gevangenisboten opkoopt en ze verbouwt tot drijvende hotels. Een daarvan ligt sinds mei 2015 tijdelijk aan het IJ. Het Good Hotel is nu al een speler die er toe doet.

In samenwerking met Randstad Uitzendbureau geeft Dresen Amsterdamse kansarme jong volwassenen – zo’n honderd per jaar – de gelegenheid een plekje te veroveren in de maatschappij. Drie maanden volgen ze een opleiding, erna lopen ze stage aan boord van het Good Hotel. Vervolgens worden ze doorgeplaatst naar een hotelpartner.

‘Zet mensen centraal in je hotelvisie. Selecteer ze op personality en niet op cv en opleiding. Dat is onze insteek. We helpen mensen vooruit als persoon met een hecht team. Iedereen doet het vanuit zijn hart. Jonge men-

sen lopen hier weer blij rond; ze tellen weer mee!’

De goedlachse Dresden zet zijn tijdelijke medewerkers centraal. Letterlijk, met een foto in de lobby. Als herinnering aan een mooie tijd. 'We zijn trots op ze. We zijn een goede doelen organisatie, maar wél professioneel. Aan ons succes dragen zij bij.'

Zomer 2016 vaart het schip naar de haven van Rio de Janeiro voor de Olympische Spelen. Dé oorspronkelijke bestemming. Amsterdam is een uitstapje, maar ten koste van het opleidingstraject gaat het niet. Dresden is in overleg met de gemeente voor een locatie aan de vaste wal. 'We moeten iets moois aan de kant realiseren.'

PUBLIC SPACE 'De Amstel, heerlijk om er langs te rennen.'

LEKKERE KOFFIE: 'Lot Sixty One'



DE DJ'S

Cat Carpenters (Tess en Claire)

|||||

Bij de Cat Carpenters gaan mensen uit hun dak, in binnen- en buitenland. Reden: ze draaien lekkere deep house. En, twee meiden die er een feestje van maken is áltijd tof. En dát weten ze ook in de Amsterdamse modewereld, op festivals en andere dance events. Ze waren erbij op het feestje van Glamour Magazine, Won Hundred, SAIL en Amsterdam Open Air. De economie in de stad groeit, zien de dj's. 'Het kan niet op met het aantal feestjes, drankjes en goodies. Consumenten kleden zich weer mooi aan en hebben er echt zin in. Ze komen massaal. Vier jaar geleden was dat wel anders.'

Draaien op het thuishonk vindt het duo altijd fijn. SAIL gaf

kippenvel met een optreden in L'Invité vol met mooie mensen en een ondergaande zon. Of het nu Amsterdam Open Air, Thuishaven of de Gay Pride is, de Cat Carpenters geven acte de présence.

Local dj zijn werkt! 'Draaien in je eigen stad is supergezellig. Negen van de tien keer kennen we groepjes. We nemen ook al onze vrienden mee, lekker iets drinken en dansen. Het ziet er altijd zo gezellig uit op het podium. Op de Gay Pride hebben we onze eigen boot met aan boord zo'n 150 mensen. We meren dan aan voor vier of vijf gigs. Écht té gek.'

Een track opnemen daar hoeven ze de stad ook niet voor uit. Amsterdam zit vol met goede studio's, Q-factory bijvoorbeeld. Produceren doen ze meestal zelf. De nieuwste track met Bella Hay – dé dochter van –Time is now klinkt

alweer op de dansvloer van Club Nyx en Chicago Social Club, hun vaste stekkie. En er komt meer: de meiden zitten nu volop in de studio om hun volgende track af te maken. 'Op het Amsterdam Dance Event in oktober moet het af zijn. Dat wordt echt een heerlijke plaat.'

PUBLIC SPACE TESS: *‘De Magere brug. Ik krijg er kippenvel, hou heel erg van bruggen en de constructie ervan. Helemaal als het over het mooiste plekje van Amsterdam gaat. Dan is één plus één twee.’*

PUBLIC SPACE CLAIRE: *'Amstelveldje, zit naast mijn huis.*

LEKKERE KOFFIE TESS: 'Ik drink liever Red Bull en koffie voor de gezelligheid doen we bij Hotel The Hoxton.'

LEKKERE KOFFIE CLAIRE: 'Coffee Concepts, de lekkerste koffie en de meiden die er werken zijn altijd vrolijk en aardig.'



DE VASTGOEDSPECIALISTEN Maurits S. en Salo Caransa

Hotels en restaurants hebben hun voorliefde. Wellicht genetisch bepaald door hun grootvader Maurits Caransa die het geld, dat hij ooit verdiende met de verkoop van oud legermateriaal, investeerde in onroerend goed en later eigenaar werd van onder andere het Caransa-, het Doelen- en Schiller hotel.

Twee generaties later worden kleinzonen Maurits S. Caransa en Salo Caransa nog steeds enthousiast van mooie hotelprojecten zoals hun torenhoge Fletcher hotel dat niemand kan ontgaan door de opvallende bouw langs de A2.

Maar ook woningprojecten dragen ze een warm hart toe. Vanwege het maatschappelijke aspect – Amsterdam is booming en er

is een woningtekort – maar ook omdat de portefeuillemix horeca-werken-winkelen-wonen een gouden greep blijkt te zijn. Caransa Groep is crisisbestendig; ook in de afgelopen jaren was er vrijwel geen leegstand. ‘In het begin van de financiële crisis hebben we investeringen in vastgoed opgevoerd en geplande nieuwbouwprojecten naar voren getrokken. Luisteren naar de markt en overleg met de gemeente is daarin van cruciaal belang.’

De broers Caransa slaan de handen ineen om wonen in de binnenstad – in een ruim, nieuw, duurzaam en toch betaalbaar appartement – mogelijk te maken. Bouwen van woningen in het middensegment is voor de vastgoedspecialisten een uitdaging waarvan ze zeggen: Hiermee voegen we daadwerkelijk iets toe. ‘Het is niet goed als je in de

binnenstad alleen maar dure woningen bouwt. Je maakt daar geen hoofdstad mee. Het is de kunst om juist nu te investeren om deze mooie stad levendig te houden.’

Over mooie voorbeelden denken de specialisten niet lang na: de herontwikkeling van de Heinekenhoek en de woningen in de Karel du Jardinstraat.

Een bijzonder aandachtspunt: De steeds strenger wordende regelgeving, de drukte en de 24-uurs economie in de dagelijkse bevoorrading van de stad. ‘Wij volgen dit onderwerp nauwlettend en zetten ons er voor in. Je zult dichterbij huis moeten bevoorraden met kleinere en milieuvriendelijkere vrachtwagens.’

— PUBLIC SPACE ‘Het Rembrandtplein waar onze roots liggen’.

— LUNCH: ‘VisaandeSchelde’



DE OPINIEPEILER Maurice de Hond

Tijdens verkiezingstijd is Maurice de Hond steevast gast in talkshows. De oprichting van zijn Steve Job scholen zorgt ook voor de nodige reuring in media- en onderwijsland. ‘Kinderen moeten zolang mogelijk kind blijven en lekker buitenspelen’, zeggen tegenstanders. De Hond heeft er lak aan. Zijn opinie: de meeste scholen werken nog net als dertig of veertig jaar geleden. Zijn dochtertje zit nu op zijn ‘eigen’ school De Ontplooiing in West, midden in een migrantenwijk. Een buurt waar hij nauwelijks kwam. ‘West is het échte Amsterdam van vandaag. Dat ontdek ik nu ik mijn dochter iedere ochtend naar school breng. Een multiculturele samenleving. Als ik mijn dochter

in Buitenveldert op school had gedaan, waar ik woon, had ik die buurt nooit leren kennen met die grote verscheidenheid aan mensen, winkeltjes en restaurantjes. 110 leerlingen telt de school. Bijna een verdriedubbeling in een jaar tijd. De school is hip en trendy met een flinke dosis handenarbeid.

‘Technologie moet je gebruiken om het helemaal anders te doen. Toevoegen aan het bestaande onderwijs is niet voldoende. Met het gebruik van de iPad hebben we het hele klassensysteem doorbroken. Er is écht meer tijd voor persoonlijke begeleiding. Kinderen hoeven zich niet langer te conformeren aan de groep.’

En ook de critici komt hij tegemoet. Yoga, potten bakken, muziek maken, gezond koken en voor de jonge technuten: de Lego electronics, het staat allemaal op het menu. En de gastdo-

centen zijn betrokken ouders.

‘Al die kritiek geeft een verstoord beeld. ‘Als ze zoveel op de iPad werken, hoe zit het dan met de sociale interactie’, die vraag krijg ik geregeld. Wat is het verschil met een boek lezen? Welke sociale interactie is er dan?’

Het buitenland heeft belangstelling. Iedere week vindt De Hond een mailtje in zijn inbox. Ze willen komen kijken. Professoren uit Brazilië en Letland komen binnenkort. ‘Jullie weten het misschien niet maar Amsterdam heeft er een nieuwe attractie bij’, vertelde ik lachend aan een groep ambtenaren.’

— PUBLIC SPACE ‘De grachtengordel vanuit een rondvaartboot. Dat is zo bijzonder, de geschiedenis van Amsterdam balt zich er samen.’

— LEKKERE LUNCH: ‘De Veranda bij het Amsterdamse bos. Een fijne plek.’



DE STRATEEG

Tony Wijntuin

Hip en internationaal; zo ziet Zuidas eruit met mooie on-Nederlandse gebouwen. Het gebied transformeert van kantooromgeving naar een nieuwe Amsterdamse woonwijk. Het moet nog wel levendiger en gezelliger na kantoor tijden. Daarom heeft de gemeente Amsterdam Tony Wijntuin van WYNE Strategy & Innovation ingeschakeld. Hij hoopt er samen met alle betrokkenen binnen een jaar vernieuwende winkelconcepten, horeca en dienstverlening binnen te halen.

Het wordt hoog tijd dat je ook op zaterdagochtend een croissantje en koffie kunt halen en er een mooie buurtkruidenier komt, zoiets als Stach of De Turk. Ook moeten er meer mode- en woon-

winkels landen. Mensen willen hun nieuwe appartementen mooi inrichten en er ook gezellig kunnen winkelen.'

Het winkel- en horeca aanbod mag wel iets meer schuren met de perfecte uitstraling van de Zuidas. 'Winkels en horeca moeten een verrassing teweeg brengen.'

Zelf woont de strateeg om de hoek, in Buitenveldert. Bij mooie nieuwe winkels en vernieuwende horeca heeft hij ook belang. 'Het gaat er natuurlijk niet om wat ik persoonlijk leuk vindt, maar restaurants als Bolenius of café De Blauwe Engel werken nu al hard aan de levendigheid in Zuidas. Concepten à la Hutspot of Dyanne Store zijn innovatieve winkelformules. Mooi als ze ook in Zuidas een vestiging openen.

Wijntuin beseft dat hij niet alleen in moet zetten op concepten voor hipsters. Zuidas is absoluut

een plek voor vernieuwing en internationale concepten, maar er is ook behoefte aan bijvoorbeeld een Flying Tiger of een ambachtelijke slager.)

Qua dynamiek is Zuidas een uniek locatie in Nederland, stelt hij. «Deze plek brengt een heleboel doelgroepen en verkeersstromen bij elkaar: Schiphol is op 8 minuten afstand. Zuidas is klaar voor leuke en vernieuwende concepten. Als ik ooit moet verhuizen, hoef ik geen moment na te denken: ik vertrek naar Zuidas!»

PUBLIC SPACE Favoriet van het moment: De Hallen: mooie nieuwe concepten met de markt om de hoek.'

LUNCH 'Fitch & Shui in Zuidas is mijn tweede vergader- en ontmoetingsplek.'



DE WETENSCHAPPER

Victor Lamme

Amsterdam is dé mooiste stad van Nederland, zegt hoogleraar en hersenonderzoeker Victor Lamme van de Universiteit van Amsterdam. Hij woont en werkt er. Of dat geheel uit vrije wil is, kan hij niet zeggen. Want blijkt uit zijn onderzoeken: vrije wil bestaat niet! De hoogleraar schreef er een boek over. En dat doet hij dan weer het liefst in Parijs, waar Lamme de afgelopen zomer ook aan zijn nieuwste boek werkte over de drijfveren van de mens. Dat je als mens dus niet geleid wordt door gedachten, maar een mannetje in je hoofd aan de touwtjes trekt, houdt tevens in dat steengoede commercials niet altijd hoeven te leiden tot koopgedrag. Voor Lamme een reden om samen met collega marketingexpert

Martin de Munnik en MRI-scanner whizzkid Steven Scholte het eerste Nederlandse neuromarketingbedrijf Neurensics op te richten in de hoofdstad. Anno 2015 zijn er vestigingen in Duitsland en Argentinië.

‘Als je weet wat de impact op het brein van producten, reclame, verpakkingen is, weet je ook of de consument verleid wordt of niet. Je kunt een reclame leuk vinden, maar het product toch niet aanschaffen. Door middel van een hersenscan meten we bij proefpersonen wat het effect van marketing en reclame is en kijken of er op de goede knoppen wordt gedrukt.’

En zo blijkt dat de dure filmsche James Bond-achtige reclames van de Amsterdamse bierproducent Heineken misschien een lust voor het oog zijn, maar volgens de scanner niet leiden tot het kopen van meer bier.

‘Mensen vinden die reclames écht leuk, maar ze activeren bijvoorbeeld niet het beloningscircuit en structuren die met zelfrelevantie en vertrouwen te maken hebben waardoor je naar de winkel gaat.’

En hoe verkoopt zijn 'eigen' universiteit zich ten opzichte van concurrent Vrije Universiteit? 'Al onze faculteiten zitten midden in de stad en dat heeft een enorme aantrekkingskracht op studenten. Dat hebben we voor op de VU, ook een goede universiteit. De Universiteit van Amsterdam heeft er heel veel aan dat ze in de hoofdstad zit.' ■

PUBLIC SPACE 'Artis, bij de apen. Ik voel me er thuis.

FAVORIET BIERTJE *'De Plantage. Is ook de leukste plek om te zitten.*

WAT MAAKT WERKEN IN AMSTERDAM INTERESSANT EN LEUK?

14 Amsterdammers
vertellen over hun werk!

DE DIAMANTAIR
Benno Leeser

Diamonds are a girls best friend!

Waarom de Nederlandse vrouwen én mannen niet zo snel te porren zijn voor een bezoekje, begrijpt directeur Benno Leeser van Gassan Diamonds dan ook niet. 400.000 toeristen lopen jaarlijks moeiteloos binnen, maar de Nederlandse markt blijft achter. Leeser: 'Ze gaan liever massaal naar de Eiffeltoren, dan een mooie lokale attractie in eigen land bezoeken.'

Jammer, vindt hij. Amsterdam is al eeuwenlang dé diamantstad; de eerste geregistreerde diamantslijper vestigde zich er in 1586. Hoogte- en dieptepunten kenmerkt de wereld van de diamant. Met als grootste klapper: de Tweede Wereldoorlog. Negentig procent van de Joodse diamantairs keerde na de oorlog niet meer terug. Tel daar bovenop de verschuiving van het arbeidsproces naar goedkopere landen als China of India. Gassan is nog steeds een grote speler op de markt. 'Amsterdam heeft twee grote diamantslijperijen en daar moeten we trots op zijn.'

Leeser doet zijn best de Nederlandse bezoeker over de streep te trekken.



'Als je naar een juwelier gaat, zie je een ring met een prijskaartje. Bij ons krijg je educatie. We laten zien hoe een diamant geslepen wordt en vertellen hierover. De 4 C's: Cut, Color, Clarity, Carats, die verschillen laten we zien. Als niet expert kun je de kleur van een diamant al snel onderscheiden. Een diamant is niet duur, het is misschien een hoop geld, maar een diamant houdt ook altijd zijn waarde. En er is er al een voor honderd euro.'

Het bedrijf kreeg twee jaar geleden het stempel 'Beste familiebedrijf Nederland.' Leeser is de kleinzoon van. Met een slag om de arm begon hij 42 jaar geleden als 18-jarige jongen bij zijn opa. 'Voor een jaar wilde ik het wel

proberen als ik de vrijheid kreeg ook weer afscheid te nemen zonder familiedrama's. Je ziet, ik zit er nog steeds. Het is een prachtig vak en ik ben altijd bezig met leuke momenten: een trouwerij, geboorte, slagen of zoveel jaar getrouwd. Mensen zijn blij.'

De meest gehoorde reactie van zijn klanten: 'Gassan maakt de mysterieuze wereld van de diamant minder mysterieus. Dan is onze missie geslaagd.'

PUBLIC SPACE 'Dan maak ik een uitstapje. Mag dat? Stadion de Kuip'

LEKKERE KOFFIE 'Op kantoor van Gassan Diamonds'



DE FEMINIST
Roos Wouters

Als je politicoloog en sociaal entrepreneur Roos Wouters zoekt heb je grote kans dat ze op een kleedje in het Vondelpark, een café om de hoek, op het station of schoolplein werkt. Een kantoor heeft ze niet. 'Mijn telefoon is mijn hotspot, mijn computertas mijn kantoor. Veel cafés hebben free wifi en extra stopcontacten. Het maakt me flexibeler in mijn werk/privébalans.' Amsterdam is voorloper als het gaat om faciliteren van openbare werkplekken. En daar maken vooral creatieve zzp'ers gretig gebruik van. 'Het lijkt wel of er in Amsterdam niet gewerkt wordt, alle cafés zitten vol.' Hoe vaak ik dat niet hoor. Kijk goed om je heen; er wordt vergaderd en samengewerkt..'

De hele stad zou werkterrein kunnen zijn, meent Wouters. 'Wees als gemeente voorloper, verstrek overall free wifi en verreken de kosten bijvoorbeeld in de gemeentebelasting.'

Werken in openbare ruimtes slaat langzaam over op meer sectoren denkt ze. Grote kans dat vooral vrouwen daarin het voortouw nemen.

'Vrouwen zoeken manieren om hun werk zo in te richten dat het bij hun gezinsleven past. Dus overall.'

Als student met kindje kon ze studie en privé nog wel combineren. Eenmaal op de werkvloer viel dat tegen. Als werkende moeder in loondienst liep ze tegen onbegrip op. Ze begon voor zichzelf en adviseert op haar beurt bedrijven. Huidige stand van zaken: 'Sommige werkgevers snappen nog steeds niet dat je juist meer

rendement uit werknemers haalt als er goede randvoorwaarden zijn. Hoe een werknemer werk en privé goed kan combineren is voor bazen vaak nog een ingewikkelde gedachtegang.'

Geef werknemers meer ruimte om hun werk goed te kunnen doen is haar advies.

'Wil je loyaliteit en werknemers die een stapje harder lopen, behandel ze dan niet als je bezit.'

PUBLIC SPACE 'Het Vondelpark.'

LEKKERE KOFFIE King Fisher. Ik maak er vaak werkafspraken.'



DE KUNSTENAAR
Harald Vlugt

De oude Bols distilleerderij is zijn woon- en werkplek. In 1981 kraakte Harald Vlucht samen met andere kunstenaars het pand omdat er weinig atelierruimte beschikbaar was. Ze staken er geld in en knapten het op. 'De gemeente was blij dat we er waren en het industriële pand op deze manier beschermde.'

Vlugs' werkplek is vijf meter hoog en twintig lang. Ideaal voor het maken van grote werken zoals een collage voor de ms Amsterdam van de Holland Amerika Lijn. De stad als inspiratiebron is hem niet onbekend. *Another city*, een 'negatief' van Amsterdam hangt in een permanente tentoonstelling in het Amsterdam Museum. Met maar liefst 80.000

jaarlijkse bezoekers. Ben je geen fan van een museum, maar wel nieuwsgierig naar het werk van Vlucht. Dan is de buurt rondom het oude Ajax stadion een aanrader met achttien voetbalgerelateerde kunstwerken. Een beetje van Vlucht, een beetje van de Schotse kunstenaar David Mach. Nog steeds een hotspot voor voetbalfans. Diezelfde aantrekkingskracht heeft Amsterdam op kunstenaars.

‘Veel kunstenaars trekken naar Amsterdam. Het heeft een rijke geschiedenis met het Van Gogh en het Rijksmuseum binnen handbereik. Maar ook in het verlengde zijn er ongelooflijk veel bedrijven die gelinkt zijn aan de kunst. De stad is ook geliefd bij buitenlandse kunstenaars. Ik krijg ze geregeld over de vloer. Of we wisselen onze ateliers uit: ik twee weken naar Valencia, de Spaanse

kunstenaar in mijn pand aan de
Rozengracht.'

Vlugt maakt van zijn atelier een public space. 'Het is zo'n prachtige locatie. Ik móet dat delen met anderen. Ik geef er culinaire proeverijen, concerten of een demonstratie erotische Japanse bondage. Het is altijd volgeboekt. Laatst trad hier de Tibetaanse kunstenaar Tenzin Choegyal op, in New Delphi staan er 80.000 mensen naar hem te luisteren. Bij mij 35. Kunst moet je stimuleren, en ik help er een handje aan mee.'

PUBLIC SPACE 'Café De Finch op de Noordermarkt, een mooi begin van de oude stad. Je kijkt de grachten op en ze schenken er een goede Latte macchiato.'



DE PR DAME
Annelies Putman Cramer

|||||

Annelies Putman Cramer zit met haar PR bureau Fair Focus midden in de stad. Haar clientèle: het MKB in Nederland met als focus: innovatieve ondernemers. En daar zit Amsterdam vol mee. 'In Amsterdam gebeurt het. De stad ontwikkelt zich wat dat betreft uitstekend. Neem alleen de horeca al: zowat op iedere hoek zit een leuke tent.' Oké, daar helpt het toerisme ook een handje aan mee, concludeert de PR-expert.

‘Amsterdammers klagen wel eens over het toerisme, de hoeveelheid mensen, maar het is ook mooi dat onze stad zo’n magneetkracht heeft. Dat hebben we niet voor niets. Wees er trots op en waardeer dat al die mensen komen.’

En hoe zit het met de laatste trend? Putman Cramer signaleert een mooie formule: een mix tussen horeca en boetiekjes. 'Heel internationaal. Nog een aanrader: Hutspot. Een leuke formule met allerlei aanbieders van producten, een soort mini Bijenkorf.'

Nieuwe hotspots groeien plots als paddenstoelen uit de grond, zegt ze. 'Wijken en straten knappen zienderogen op. Een dappere ondernemer start er een hippe zaak, de rest volgt. Neem de Spaarndammerstraat met daarachter het Houthavenproject, die wordt echt steeds leuker. De Bilderdijkstraat wordt ineens hip als een soort wonder.'

Hebben ondernemers duurzaamheid en authenticiteit hoog in het vaandel en kijken ze een stapje verder, dan heb je de volle aandacht van Putman Cramer. Hoewel ze toegeeft dat ze zelf

helemaal niet groener dan groen is. Maar innovatie houdt haar simpelweg scherp en zo draagt ze op haar manier een steentje bij.

‘Het is leuk, maar ook ingewikkeld om goede promotie te bedenken voor innovatieve ondernemers. Ze houden meestal niet van borstklapperij, maar willen wel melden wat ze doen. Dat is ook belangrijk. Door hun verhaal uit te dragen, stimuleren ze andere nieuwe ondernemers.’

PUBLIC SPACE 'Café Nel met een mooi plein en bomen is een prettige relaxplek. Een ruimte waar een beetje groen is, vind ik fijn. Soms mis ik dat in de stad. En voor een zakenlunch mag je me uitnodigen bij de brasserie van hotel l'Europe. Het lijkt posh..... dat is het eigenlijk ook, maar wel heel leuk.'



05

DE PERFECTIONIST

Lesley Bamberger

Met de portefeuille 'winkelen, wonen en werken' staat Kroonenberg Groep in de top van de vastgoedwereld met wortels in Amsterdam. Lesley Bamberger staat al bijna twintig jaar aan het roer, en met succes. Zijn geheim: conservatief handelen, investeren in de beste locaties en kiezen voor perfectie en detail in uitvoering. Het spraakmakende project *The Bank*, midden in de dynamiek van de hoofdstad aan het Rembrandtplein, is daar een goed voorbeeld van. Het gebouw én de mix van horeca, retail en kantoren voegen waarde toe aan de stad.

Wat maakt zaken doen in Amsterdam leuk? 'Amsterdam heeft mogelijkheden die andere steden niet hebben. De behoefte

aan vierkante meters is ook veel groter dan in andere Nederlandse steden. Nieuwe internationale ketens landen bovendien – letterlijk en figuurlijk – eerst in de hoofdstad.'

Zijn uitdaging is om mooie dingen neer te zetten in de stad. En daarbij denkt hij niet alleen in meters, maar vooral aan de kwaliteit van de omgeving én de kwaliteit van het gebouw. Een goed voorbeeld is de herontwikkeling van winkelcentrum Gelderlandplein, waar local heroes een belangrijke rol spelen in de totale winkel beleving. Hij waakt bij ieder project persoonlijk over de kleinste details. Alles moet kloppen. Maar dan ook echt alles. 'Als je consequent vasthoudt aan kwaliteit maak je het verschil.'

Recent werd de Kalvertoren aangekocht, een herontwikkelingsproject naast de Munt, in hartje

Amsterdam. Het is een investering voor de toekomst, die net als The Bank waarde aan de stad zal toevoegen nadat Kroonenberg Groep het onderhanden heeft genomen.

De liefde voor Amsterdam zit in zijn genen. Toch heeft hij ook een puntje van kritiek: 'Waar is die schone en veilige stad?' Zijn advies: stel net als New York een zero tolerance-beleid in. 'Dát heeft in New York geleid tot een zeer veilige stad.' Als je kwaliteit toevoegt én de stad schoon en veilig kunt houden, ben je een attractie voor de hele wereld. Een winnaar!

— PUBLIC SPACE 'Rembrandtplein, nadat het op de schop is gegaan.'

— LEKKERE KOFIE 'Starbucks in The Bank, een prachtige locatie.'



06

DE THEATERDIRECTEUR

Edwin van Balken

Bekijk je het CV van DeLaMar theaterdirecteur Edwin van Balken dan frons je op z'n minst een wenkbrauw: *skills* opgedaan in het bedrijfsleven en bij de Nederlandse Spoorwegen. Toch zit de liefde voor het theater er al jong in. Op zijn 11e raakte hij in de ban van het Scapino Ballet.

'Mijn mond viel open. Dat mijn klasgenoten elkaar met lolly's en kauwgum aan het bekogelen waren vond ik heel vreemd. Er gebeurde zoiets magisch op het toneel. Die ervaring heeft me nooit meer los gelaten. Ik ben een buitengewoon bevoorrecht mens die van zijn liefde zijn werk heeft kunnen maken.'

Iedere voorstelling in DeLaMar ziet Van Balken vaak

meerdere keren. Maar ook bij zijn buurtjes Theater Bellevue of de Stadsschouwburg is hij een trouwe gast. 'Als ik de voorstelling al gezien heb, begroet ik eerst de acteurs en ren ik snel naar de overkant. Lekker op loopafstand.'

Van onderlinge concurrentie is geen sprake. De theaterdirecteur is ook fan van het aanbod in het Muziektheater of Concertgebouw. 'Alle theaters samen maakt de aantrekkelijkheid van Amsterdam. Het culturele aanbod is zo rijk en divers. Iedereen kan ontsnappen aan zijn dagelijkse beslomeringen. Voor elk wat wils. En wij maken daar als theater een belangrijk onderdeel van uit. Mensen uit Amsterdam en de rest van Nederland komen speciaal naar het DeLaMar. Samen met de acteurs of artiesten maken ze iets mee wat alleen zij meemaken die avond.'

Die brede glimlach om de mond als mensen weer naar huis gaan, daar doet Van Balken het allemaal voor. Voormalig directeur Wim Sonneveld bracht DeLaMar in de jaren '50 – '70 tot grote hoogte. Van Balken doet dat nu. Nog geen vijf jaar na de heropening, stond de teller vorig jaar alweer op 500.000 bezoekers. Niet gek. 'We nemen een eigen plek in. Zijn ook geschikt voor de minder ervaren bezoeker. Mensen krijgen stilaan een hechte band met DeLaMar.'

— PUBLIC SPACE 'Als ik 's ochtends langs de grachten in het zonnetje naar mijn werk fiets. Ik geniet daar erg van.'

— LUNCH 'Voor een zakenbespreking beland ik toch in onze eigen restaurants. Mensen vinden het zo leuk om op bezoek te gaan bij het DeLaMar.'