

AMSTERDAM CITY INDEX 2026



Het ondernemersklimaat van de binnenstad:

feiten, cijfers en de mening van ondernemers

08

De helft van de geënquêteerden kan kostenstijgingen niet of nauwelijks doorberekenen

20

Roep om waardering

42

Het is zoeken naar structurele oplossingen die positieve veranderingen creëren

‘Met de verkiezingen in het vooruitzicht is deze Index relevanter dan ooit. De keuzes die nu worden gemaakt, bepalen het ondernemersklimaat van morgen’

INHOUDSOPGAVE

03

INLEIDING

De Amsterdam City Index 2026 is een meting van economische actualiteiten en ondernemersklimaat, een uitnodiging tot samenwerking en een pleidooi voor balans.



04

DE INDEX UITGELEGD

Alles over de totstandkoming van de Amsterdam City Index.

08

ECONOMIE

De meeste omzetten stijgen, maar de winsten en marges van ondernemers staan onder druk.

IN GESPREK BIJ:

Grand Hotel Amrâth Amsterdam	16
VEGA-LIFE	18

20

ONDERNEMERSKLIMAAT

Ondernemers voelen zich erg verbonden met de binnenstad, en verlangen naar meer vertrouwen en oprechte waardering.

IN GESPREK BIJ:

a.s.r. real estate	28
De Bijenkorf	30

32

KWALITEIT

OPENBARE RUIMTE

Met mooie initiatieven gaan velen moedig het vuil te lijf. Maar er is behoefte aan structurele oplossingen.

IN GESPREK BIJ:

Fabel Friet	38
EBC	40

42

MOBILITEIT

De openbare ruimte is schaars en het aantal gebruikers ervan groeit. ‘Het moet en kan anders.’

IN GESPREK BIJ:

Rederij Lovers	48
----------------	----

50

VEILIGHEID

De veiligheidsindex blijft dalen. Verbeteringen vragen om een sterke publiek-private aanpak.

IN GESPREK BIJ:

Museum Ons' Lieve Heer op Solder	48
----------------------------------	----

58

VERANTWOORDING

Indicatoren, definities en bronnen.

Het indexcijfer voor dit jaar is:

102

Inleiding

Benno Leeser – Bestuursvoorzitter

Onze geliefde Amsterdamse binnenstad staat nooit stil. Ze viert, schuurt, vernieuwt en balanceert. Elke dag opnieuw. Afgelopen jaar vierden we de 750e verjaardag van de stad en het was een groots feest, met een geweldige SAIL als hoogtepunt. Tegelijkertijd voelen ondernemers, bewoners en bezoekers dagelijks de druk op ruimte, leefbaarheid en ondernemerschap. Juist daarom is het belangrijk om niet alleen te vieren, maar ook scherp te blijven kijken.

De Amsterdam City Index 2026 doet precies dat. Jaarlijks temperaturen wij economische actualiteiten en het ondernemersklimaat in de binnenstad. Niet op basis van onderbuikgevoel, maar met betrouwbare data, aangevuld met ervaringen en inzichten van onze leden. Meningen zijn er genoeg; feiten helpen ons het gesprek beter te voeren. Met elkaar en met de politiek.

Dit jaar is de City Index ook onlosmakelijk verbonden met herinnering en vooruitblik. Het overlijden van programamanager Cora Doppenberg raakt ons diep. Haar oprechte betrokkenheid, toewijding, stralende lach en liefde voor de stad en haar ondernemers blijven voelbaar in alles wat we doen. Cora was een ware ambassadeur van de vereniging. Deze editie is mede een eerbetoon aan haar inzet en overtuiging dat samenwerking de sleutel is tot een vitale binnenstad.

Die samenwerking zien we dagelijks terug, onder meer in de kracht van de BIZ'en waarmee wij optrekken. Elk met een eigen dynamiek, maar verbonden door hetzelfde doel: een schone, veilige, bereikbare en gastvrije stad, waarin ondernemers kunnen floreren. Schoon, veilig en bereikbaar zijn hierbij geen abstracte beleidstermen, maar essentiële voorwaarden voor beleving, vertrouwen en omzet. De City Index laat zien dat hier stappen worden gezet, al blijft voortdurende inzet noodzakelijk.

Ondernemen in de binnenstad is uitdagend, maar de aantrekkingskracht blijft onmiskenbaar. Locatie doet ertoe, en de Amsterdamse binnenstad is en blijft een toplocatie. De discussie over drukte en toerisme vraagt om nuance.

Het is niet de vraag óf toeristen welkom zijn, maar welke bezoekers waarde toevoegen aan de stad en op welke manier de hele stad kan profiteren van de aantrekkelijkheid van de binnenstad. De balans is kwetsbaar en vraagt om doordachte keuzes, zeker nu kosten stijgen en Amsterdam internationaal steeds vaker als duur wordt ervaren. Wij zijn erg content dat het bekende, gewaardeerde en succesvolle stadsmerk *Amsterdam* wordt herladen en dat het kind niet met het badwater wordt weggespoeld.

Dat ondernemerschap ook staat voor creativiteit en maatschappelijke betrokkenheid, blijkt uit de uitslag van de Ondernemers Inspiratie Award. Pancakes Amsterdam is dit jaar de winnaar: een ogenschijnlijk eenvoudig concept dat met kwaliteit, gastvrijheid en vele sociaalmaatschappelijke projecten van meerwaarde is in de stad en de vijf buurten waar zij gevestigd zijn.

Dit jaar lanceerden wij, met partners, het stadsbrede ondernemersplatform Amsterdam Onderneemt. Dit platform is een website en app die ondernemers, dienstverleners en andere betrokkenen met elkaar in verbinding brengt. Het informeert én inspireert. Ik nodig u en uw bedrijf uit om kosteloos aan te sluiten.

Zie amsterdamonderneemt.chainels.com.

Met de aankomende verkiezingen in het vooruitzicht is deze City Index relevanter dan ooit. De keuzes die nu worden gemaakt, bepalen het ondernemersklimaat van morgen. Vereniging Amsterdam City deelt deze inzichten nadrukkelijk met bestuur en politiek. Niet om te klagen, maar om het gesprek te voeren op basis van feiten. Want zonder ondernemers geen vitale binnenstad. En zonder vitale binnenstad geen stad die bewoners, bezoekers en bedrijven verbindt.

De Amsterdam City Index 2026 is daarmee meer dan een meetinstrument. Het is een handreiking, een uitnodiging tot samenwerking en een pleidooi voor balans. Voor een binnenstad die ook over tien jaar aantrekkelijk, bereikbaar, betaalbaar en leefbaar is. Waar ondernemers gezond ondernemen, bewoners prettig leven en bezoekers zich welkom voelen. Die toekomst is niet vanzelfsprekend. Maar met verantwoordelijkheid, dialoog en gezamenlijke inzet is zij wel degelijk binnen bereik.



De index uitgelegd

Vereniging Amsterdam City onderzoekt elk jaar hoe de economie en het ondernemersklimaat in het centrum van Amsterdam ervoor staan. Deze 18e editie van de Amsterdam City Index is een samenspel van verschillende gegevens: statistieken en data van tal van instellingen en kennispartners (zie hoofdstuk Verantwoording) en de inzichten uit de ondernemersenquête, inclusief antwoorden op de open vragen. Traditiegetrouw zijn de thema's verdeeld over vijf hoofdstukken: Economie, Ondernemersklimaat, Kwaliteit openbare ruimte, Mobiliteit en Veiligheid.

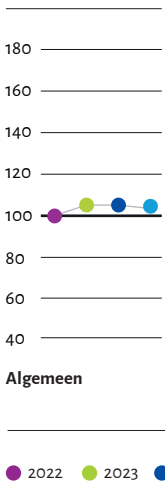
Ondernemersenquête

De ondernemersenquête is uitgevoerd tussen 5 en 19 januari 2026 door onderzoeksbureau Ruigrok. Zij kregen 42 vragen voorgelegd: online en anoniem. De gemiddelde invulduur was 19 minuten.

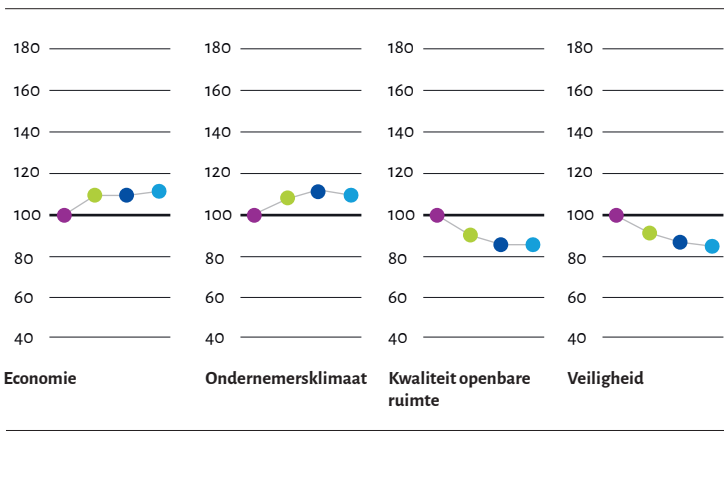
In totaal hebben 72 leden van de vereniging, BIZ-bestuurders en overige ondernemers en verantwoordelijken de vragenlijst ingevuld. De achtergrond



Algemene index



Overzicht indexcijfer per onderwerp



Het algemene indexcijfer van 102 is samengesteld uit 42 indicatoren

lopen vier jaar. 2022 dient hierbij als basisjaar en krijgt het indexcijfer 100. Daar vergelijken we de drie volgende jaren mee: 2023, 2024 en 2025.

Omgekeerde index

In sommige gevallen maken we gebruik van een 'omgekeerde index'. Dit betekent dat een stijgend cijfer als een negatieve index wordt weergegeven en andersom. Voor indicatoren waarbij dit het geval is, staat het aangegeven in het hoofdstuk Verantwoording.



van de respondenten komt overeen met die van voorgaande jaren: 69% is eigenaar, 25% is bedrijfsleider binnen de organisatie en 6% overig. Zij werken in de horeca (51%), retail non-food (15%), toerisme (11%), zakelijke dienstverlening (8%), culturele sector (6%) of anders (7%), waaronder vastgoed. De meeste respondenten hebben hun hoofdvestiging in het centrum van de stad.

Veel dank aan onze partners KHN Amsterdam, MKB-Metropool Amsterdam en amsterdam&partners voor het verspreiden van de enquête onder hun leden.

42 indicatoren

Dit jaar zijn de indexcijfers gebaseerd op 42 indicatoren. Indexcijfers zijn handig, omdat je er snel mee kunt aflezen of een waarde stijgt of daalt ten opzichte van het jaar daarvoor, en hoe dit zich verhoudt tot andere jaren. Voor de hoofdonderwerpen en voor elke individuele indicator analyseren we de trend over de afge-

Weging

Het algemene indexcijfer van 102 is samengesteld uit het gemiddelde van de 42 indexcijfers van de indicatoren per thema. Met een toegepaste weging om de betrouwbaarheid en relevantie te verhogen. Zo is het indexcijfer Economie opgebouwd uit twaalf indicatoren, en het indexcijfer voor Ondernemersklimaat uit twintig indicatoren. Gezien het belang van deze twee onderwerpen, krijgen zij in de weging van het algemene indexcijfer twee keer zoveel gewicht als de thema's Kwaliteit openbare ruimte (zes indicatoren) en Veiligheid (vier indicatoren). Deze wegingsmethode is consistent toegepast voor alle jaren. Voor het thema Mobiliteit zijn er te weinig indicatoren om een betrouwbaar indexcijfer te kunnen samenstellen. Indicatoren die iets zeggen over bijvoorbeeld de bereikbaarheid, zijn verwerkt in het hoofdstuk Ondernemersklimaat.

Rolling window

Wanneer de volledige dataset van 2025 niet beschikbaar is, passen we voor enkele indicatoren de 'rolling window'-methode toe. We selecteren dan het meest recente datapunt als ankerpunt en creëren vanaf daar een vaste



Gebied CentrumXL

Betrokken ondernemers en BIZ-bestuurders hebben de enquête anoniem ingevuld

terugkijkperiode van twaalf maanden. Zo kunnen we continu een deelverzameling van de gegevens binnen dit tijdsvenster analyseren, waarna het venster verschuift volgens de vastgestelde periode. Als we bijvoorbeeld gegevens hebben tot en met september 2025, dan analyseren we opeenvolgende perioden van twaalf maanden terug in de tijd: van september 2025 tot oktober 2024, van september 2024 tot oktober 2023, en zo verder.



In gesprek bij

Om alle data en onderzoeksresultaten tot leven te brengen en een gezicht te geven, zijn we op bezoek geweest bij acht inspirerende ondernemers en verantwoordelijken. Wij gingen met hen, en met een vaste klant, gast of huurder, in gesprek over hoe zij de binnenstad ervaren. Zij vertellen over hun liefde voor de binnenstad, kansen, uitdagingen en drijfveren.

Onze kennispartners

Definities en bronnen van de indicatoren staan vermeld in het laatste hoofdstuk. De index wordt mogelijk gemaakt door de waardevolle bijdragen van en samenwerking met onze kennispartners. Zij verstrekken jaarlijks essentiële en relevante datasets, en helpen ons in duiding en argumentatie van uitkomsten. Onze dank gaat uit naar amsterdam&partners, BIZ'en gebiedsprofiel Hartje Centrum, CBS, CPB, Cruise Port Amsterdam, Cushman & Wakefield, EVMRA, GGD Amsterdam, Global Blue, GVB, IMD, Institute for Urban Strategies, KHN Amsterdam, Locatus, LVMA, Kamer van Koophandel, OIS en overige afdelingen van de gemeente Amsterdam, OECD, Politie Eenheid Amsterdam, Rijkswaterstaat, The Global Economy, TomTom en Verpact.



SCAN de QR-code voor
onder meer de uitkomsten
van de ondernemersenquête
en de antwoorden op de
open vragen.





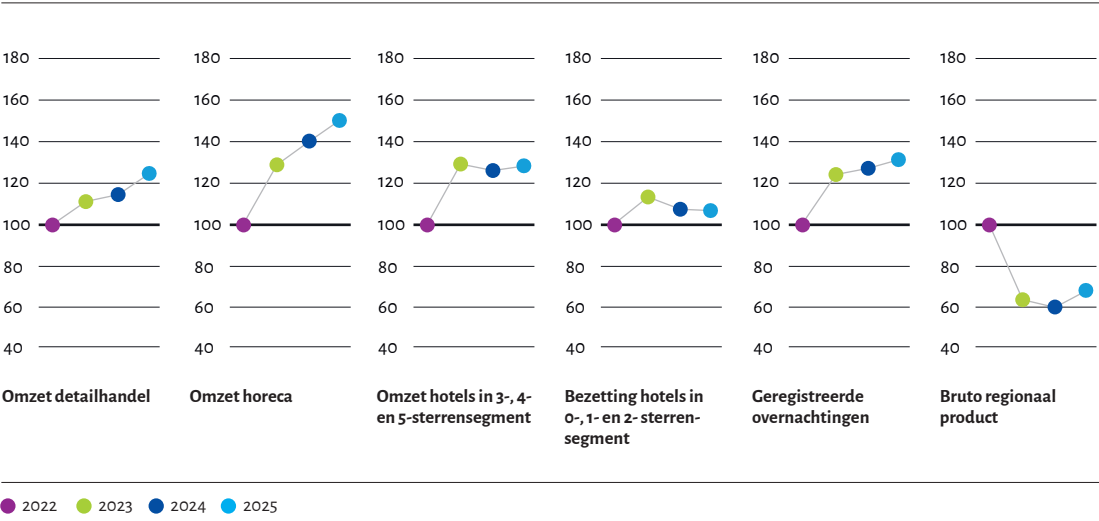
1. Economie

De meeste omzetten stijgen. Maar bij veel ondernemers en bedrijven stijgen ook de kosten: van inkoop, personeel, bereikbaarheid, onderhoud. Twee derde van de geënquêteerden geeft aan dat de winstgevendheid ten opzichte van 2024 is gedaald. ‘Ik wens Amsterdam een stad toe die economisch gezond blijft en waarin ondernemers worden gezien als dragers van werkgelegenheid, leefbaarheid en vooruitgang.’



De omzet in de detailhandel steeg in 2025 naar indexcijfer 126 (dit was 117 in 2024), de horecaomzet steeg naar 150 (140 in 2024). De hotels in het 3-, 4- en 5-sterrensegment laten een lichte omzetstijging zien: van 126 in 2024 naar 128 vorig jaar. De gemiddelde kamerprijs per beschikbare kamer in dit segment was €132,50 (€131 in 2024), terwijl de gemiddelde bezetting 2% steeg naar 77,5%. In het hele palet van aanbieders is het aantal geregistreerde overnachtingen gestegen naar 132: vijf indexpunten meer dan vorig jaar.

Economie - Indexcijfer 113



Lagere winst

Dat wil niet zeggen dat de winstgevendheid van bedrijven en instellingen is verbeterd: twee derde (67%) van de respondenten meldt een lagere winst ten opzichte van 2024 en driekwart heeft lagere marges. De helft van de bedrijven geeft aan kostenstijgingen niet of nauwelijks te kunnen doorberekenen. 'De kosten zijn nu zo hoog dat er wel omzet is, maar de marge verdwijnt. Dat is niet lang vol te houden', zegt een ondernemer. Toch is driekwart van de respondenten positief over het voortbestaan van het bedrijf in 2026, met een 6,7 als rapportcijfer: meer dan vorig jaar, toen nog geen twee derde hier positief tegenaan keek en dit een 6,3 gaf. Het aantal faillissementen in de regio Groot-Amsterdam is afgenomen van 496 in 2024 naar 470 afgelopen jaar. De geregistreerde werkloosheid neemt toe: ruim een half procent ten opzichte van 2022. Personeel is wel kostbaarder, geeft een respondent aan: 'Vooral de verwachtingen van de medewerker op het gebied van arbeidsvoorwaarden en productiviteit (lees: parttime werken, ziekteverzuim, loyaliteit en flexibiliteit) is heel zorgelijk. Gen Z is echt veel duurder dan de vorige generatie.'

Draagvlak voor toerisme

Binnen- en buitenlandse bezoekers komen graag naar de Amsterdamse binnenstad. Het is een uitdaging om dat in goede banen te leiden. Vereniging Amsterdam City wil hier positief en constructief aan bijdragen. Samen met partners hebben wij een uitnodiging voor een langeter-

mijn-convenant voor een duurzame bezoekerseconomie geschreven en besproken met ambtenaren en politiek. De reacties zijn positief.

Het draagvlak voor toerisme is onder de bewoners in stadsdeel Centrum relatief groot: volgens onderzoek *Residents's view on Tourism* van Inholland en amsterdam&partners ziet 52% van de centrumbewoners in 2025 meer positieve dan negatieve gevolgen van toerisme. Twee derde ziet volgens het onderzoek ruimte voor toeristische groei, op voorwaarde dat leefbaarheid, authenticiteit en lokaal zeggenschap centraal blijven staan en er een actief en zorgvuldig toerismemanagement is.

Minder cruisepassagiers

Het aantal passagiers dat naar of via Schiphol reisde, steeg in 2025 naar 68,8 miljoen, bijna 3% meer dan in 2024. Het aantal zee- en riviercruisepassagiers neemt, door politieke keuzes voor de komende jaren, nu al sterk af: van indexcijfer 103 naar 87. Er kwamen in 2025 100.000 minder cruisepassagiers naar Amsterdam dan in 2024:





FANCLUB CENTRUM

FC Centrum: de Harde Kern van Amsterdam.

Supporters door dik en dun. We zijn trots op het mooie, leuke, luxe, hippe, rauwe, historische, vrije, eigenzinnige en het sociale van onze binnenstad. Samen maken we onze stad de mooiste stad van de wereld.

Dat gevoel van gemeenschap is voor ons belangrijk. We hebben een volledig onafhankelijke redactie, maar kunnen als club niet bestaan zonder de steun van onze supporters. En door samen te werken met partners die een match zijn, kunnen we samen groeien.

Sinds 2022 hebben we als mediaplatform meer dan 200.000 trouwe 'fans' vergaard. Met een maandelijks bereik van 5 miljoen vertellen we de mooiste verhalen van de Amsterdamse binnenstad. Door onze video's, fotoseries en wekelijkse tips (her)ontdekken Amsterdammers hun centrum, bekijken ze de binnenstad met andere ogen en leren ze deze (opnieuw) te waarderen.

Tips, vragen, adverteren of partner worden?
Mail naar info@fccentrum.nl

[Linkedin](#) [YouTube](#) [Instagram](#)



DE HARDE KERN VAN AMSTERDAM

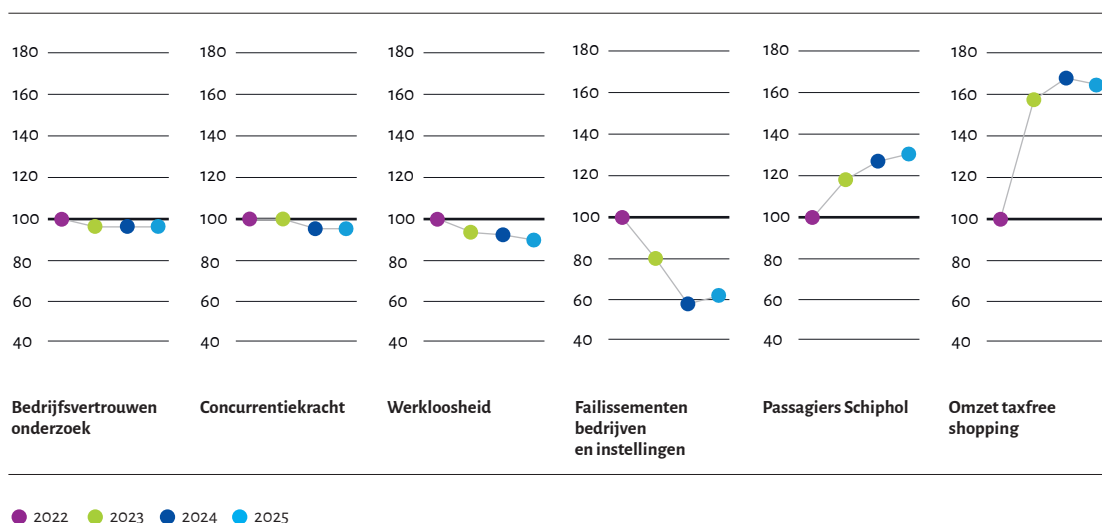


173.000 zeecruisepassagiers (234.000 in 2024) en 410.000 riviercruisepassagiers (451.000 in 2024). Er liggen voorstellen om de Passenger Terminal Amsterdam in 2035 te sluiten en de gemeenteraad heeft besloten dat het aantal riviercruises in 2028 moet halveren. Onze respondenten betreuren dit. 'Cruisepassagiers zijn fatsoenlijke mensen die ook echt iets besteden', verwoordt een respondent de algemene teneur. 'Net als de culturele bezoeker', vult een andere aan. 'Deze kwaliteitstoeristen wil iedereen: zij bezoeken minimaal één culturele instelling per dag, slapen in een goed hotel, gaan iedere avond uit eten, houden van bijzondere winkels en waarderen een schone monumentale stad.'

Inkomsten voor de stad

In de enquête geeft 41% van de respondenten aan dat ze het type bezoekers het afgelopen jaar hebben zien veranderen. 'We zien dat er minder (culturele) bezoekers zijn in de binnenstad van Amsterdam', zegt een van hen. 'Het gedrag van bezoekers is ook veranderd. Primaire activiteit is wandelen langs de grachten. Museumbezoek is van drie tot vijf locaties naar één

'De wal gaat het schip keren. De ruimte om te ondernemen wordt systematisch ingeperkt, waardoor er een soort monocultuur gaat ontstaan'



'Marges zijn ongezond geworden en op de lange termijn onhoudbaar'

of twee gegaan. Wel komen er steeds meer attracties en musea bij. Conclusie: bezoekers gaan naar minder venues, maar hebben de keuze uit meer. Doordoor komen we in een neerwaartse spiraal.'

De totale verkoopwaarde die met taxfree-service in 2025 is aangekocht, is ietwat gedaald (indexcijfer 163 versus 168 in 2024) en het gemiddelde bestedingsbedrag van non-EU-bezoekers via taxfree-aankopen in Amsterdam is gedaald van €892 in 2024 naar €839. De top-3 nationaliteiten op het gebied van taxfree-bestedingen in de stad zijn Amerikanen (20%), Chinezen (15%) en Turken (13%).

Nieuwe visie op bezoekers nodig

'Het lijkt wel of de politiek bezoekers die waarde toevoegen juist weert', zegt een respondent. Ondernemers vragen van de gemeente



Lekker vers, altijd dichtbij.

Dat is het *Lekkere* van Albert Heijn



‘Voor onze onderneming zijn hoogwaardige, bestedingsgerichte bezoekers essentieel: mensen die gericht komen winkelen, investeren in kwaliteit, gebruikmaken van aanvullende services en een positieve bijdrage leveren aan de economische vitaliteit van het centrum’

‘Een nieuwe visie op de bezoekerseconomie in de stad. De toerist is niet de vijand. En investeer in het merk *Amsterdam*, om het juiste profiel bezoekers aan te trekken.’ Vereniging Amsterdam City denkt mee: zo hebben wij deelgenomen aan de klankbordgroep Herlading Stadsmerk, zodat het kind niet met het badwater wordt weggespoeld. Wat de respondenten betreft zijn ‘alle bezoekers’ welkom, behalve zij die overlast veroorzaken. ‘Alleen wangedrag geeft het overlastgevoel van drukte, dus we moeten wangedrag aanspreken op straat’, zegt een respondent. Een ondernemer ziet graag ‘Waardevolle bezoekers, waarmee ik niet wil zeggen dat je de backpackers moet weren. Dit zijn immers jonge bezoekers die wellicht later nog terugkomen.’ Een mix aan bezoekers is belangrijk: ‘Amsterdam is een stad voor iedereen.’ Bevlogen vrijwilligers van het Welkom Team Amsterdam (zie foto’s op p. 32 en 33) verwelkomen bezoekers gastvrij op het Centraal Station en Muntplein, wijzen ze de weg en geven informatie en tips.

Toekomst

Het gemiddelde vertrouwen in de welvaart van de Amsterdamse binnenstad daalt: de respondenten geven dit het rapportcijfer 5,1; vorig jaar was dit een 5,6. Er wordt wisselend over gedacht: een derde (38%) heeft (veel) vertrouwen:

‘Er zit veel potentieel en kracht in de binnenstad, maar we moeten ervoor waken dat dit niet kapot wordt gereguleerd.’ ‘Heet alle bezoekers welkom!’, zegt een respondent, ‘En wees eens echt trots op de stad en vooral haar ondernemers!’ Een andere respondent laat zich niet gek maken: ‘Al 750 jaar overleeft de binnenstad alle nieuwe tijden en ontwikkelingen, door zich aan te passen en grote veerkracht te vertonen. Dat zal hopelijk altijd zo doorgaan.’



Grand Hotel Amrâth Amsterdam

Joeri Nuijten (l) is general manager van Grand Hotel Amrâth Amsterdam

Basten Quaadvlieg woont in de buurt en komt vaak zwemmen in de wellness



‘Je helpt
elkaar
gewoon’



Ooit werden er kaartjes verkocht voor zeereizen naar alle windstreken. Nu is het Scheepvaarthuis een klassiek hotel, dat de monumentale waarde van het gebouw koestert, over elk detail heeft nagedacht en een en al historie en gastvrijheid is. In Grand Hotel Amrâth Amsterdam is iedereen welkom.

Overnachten in Grand Hotel Amrâth Amsterdam is eigenlijk slapen in een museum. 'Dit pand ademt historie', zegt general manager Joeri Nuijten. 'Op iedere kamer staan museumstukken.' Sinds 2007 zit het hotel in het voormalige Scheepvaarthuis, een iconisch gebouw in Amsterdamse School-stijl. Van buiten en van binnen zit het vol details en ornamenten geïnspireerd op de zee en zeevaart, met spectaculair glas-in-lood, een prachtige lichtval en zelfs een nog werkende paternosterlift. Bij de oplevering in 1916 was dit het duurste gebouw ter wereld. Het hotel heeft dan ook een eigen conservator en restaurator in dienst.

Unieke beleving

Negen van de tien (vooral internationale) gasten komen speciaal voor dit hotel, zegt Joeri. 'Ze zoeken historie en een unieke beleving, geen hotel van honderd-in-een-dozijn.' Bij Grand Hotel Amrâth Amsterdam draait het bovendien om klassieke hospitality. Ofwel: een praatje maken, weten wie je gast is. Zo is een vaste gast als Basten Quaadvlieg (zie kader) welkom om meerdere keren per week te komen zwemmen. Joeri: 'Je doet dingen voor elkaar. En omdat je weet wat je aan elkaar hebt, praat je makkelijker. Basten signaleert dingen en spreekt medewerkers of mij erop aan. Iedereen waardeert dat.'

Voor Amsterdamse hotelgasten bestaat sinds 2026 een derde van de kamerprijs uit belasting. Oorzaak: de 12,5 procent lokale toeristenbelasting sinds 2024 en sinds 2026 de landelijke btw-verhoging van 9 naar 21 procent voor overnachtingen.

Dubbel gevoel

Het voelt dubbel, zegt Joeri. 'Ik snap heel goed dat we geen overtoerisme willen en we begrijpen dat zaken betaald moeten worden, maar de 12,5 procent lokale toeristenbelasting is fors. Wordt het dan wel gebruikt voor verbeteringen in het toerisme? Met de btw-verhoging ben ik het echt niet eens. Samen met de hoge toeristenbelasting kan Amsterdam zich uit de markt prijzen. De internationale gasten zullen blijven komen – waarschijnlijk gaan juist de nationale gasten minder boeken. Dat gaat veel grotere groepen raken, zoals culturele instellingen, congressen en grote beurzen.

Voor iedereen toegankelijk

Maar of je nou een kamer hebt geboekt of niet, Grand Hotel Amrâth Amsterdam is voor iedereen toegankelijk. Elke zondag geeft Museum Het Schip er rondleidingen en buurtbewoners kunnen er via buurthotel.nl met korting bijvoorbeeld ontbijten. 'Want je hebt elkaar nodig', zegt Joeri. Zoals toen omwonenden het niet eens waren met een al lang vergunde aanbouw. 'Door goed met elkaar in contact te zijn, konden we het oplossen. En hun planten groeien tegen onze muur. Prima: zij kijken ertegenaan.'

Samen bereik je meer

De contacten met ondernemingen in de buurt zijn ook goed. Grand Hotel

Amrâth Amsterdam valt net buiten het gebied van de BIZ Oosterdok, maar is wel lid. 'Volmondig', zegt Joeri. 'Want onze gasten lopen naar Oosterdok, en Oosterdok-publiek komt hierlangs. Gezamenlijk kun je veel meer bereiken, bijvoorbeeld met zwerfafval en veiligheid.' De hotels op Oosterdok ziet Joeri niet als concurrent: 'Zij trekken een ander publiek dan wij. Maar als er iets misgaat bij de ander, of een van ons is volgeboekt, springen we bij. Je hebt elkaar gewoon nodig en je helpt elkaar.'

Basten Quaadvlieg: 'Je kan hier zelf zijn'

'Iedereen is hier welkom, en je kan jezelf zijn. In 2007 liep ik nieuwsgierig het gebouw binnen: het was net open. Ik was pas afgestudeerd, straatarm, in trainingsjack. Iemand zei: "Kan ik u helpen?" Ik zei: "Ik kijk even rond, ik ga zo weer weg." "U kunt hier ook wat eten", zei de man - hij bleek de general manager. Ik: "Daar ben ik niet op gekleed." Toen zei hij: "Het gaat er niet om hoe u bent gekleed, maar hoe u zich gedraagt." Inmiddels heb ik hier een lopende rekening. Ik ben scoliosepatiënt - zwemmen doet me goed. Toen ik vroeg of ik in de wellness kon zwemmen, zeiden ze: "Waarom niet?" Doordat ik hier kan zwemmen, blijf ik fit en kan ik makkelijker carrière maken, waardoor ik hier ontbijt en lunch kan betalen. De wisselwerking tussen gast en hotel is erg belangrijk, en die is hier heel goed.'



VEGA-LIFE

Mirjam Kramer (r), runt sinds 2009 VEGA-LIFE
Rick Schellingerhout is al 15 jaar vaste klant



‘Als mensen
niet alles online
zouden kopen,
zouden er meer
leuke winkels zijn’

Een lifestylewinkel waar alles vegan is. Nergens ter wereld vind je zoiets, maar wel in Amsterdam. Dankzij de opgeruimde en bevolgen Mirjam Kramer. 'Ik wil mensen laten zien dat het kan.'

Het is dat er groot VEGA-LIFE op de winkelruit staat. Anders zou je denken dat je gewoon een leuke lifestylewinkel binnenstapt. Dat doe je trouwens ook. En by the way: alles is veganistisch. En duurzaam. Want Mirjam Kramer runt de winkel. En als zij ergens een hekel aan heeft, dan is het aan plastic, fast fashion en de elkaar steeds sneller opvolgende uitverkoop. 'Dat maakt zoveel kapot, ik wil daar niet aan bijdragen.'

Eerlijke schoenen

VEGA-LIFE is een unieke winkel: nergens ter wereld bestaat een fysieke veganistische winkel met zo'n gevarieerd assortiment. Het begon met schoenen. Mirjam: 'Eten en drinken zijn geen probleem als je veganist bent, maar schoenen wel. Ik dacht altijd: dan ben je aangewezen op plastic. Maar ik kwam erachter dat er eerlijke, duurzame schoenen waren van goede kwaliteit, duurzaam gemaakt en niet van leer. Dat vond ik zo'n eyeopener dat ik dacht: daar moet een winkel van komen.'

Blijde buurt

Die winkel kwam er, besloten Mirjam en Alex Blanker, oprichter van VEGA-LIFE (dat toen alleen als zogeheten postorderbedrijf bestond). Het begon ruim zeventien jaar geleden aan de Blauwburgwal. Na een paar jaar verhuisde ze naar de Singel en acht jaar geleden kreeg ze de kans het huidige, grotere pand aan de Nieuwe Hoogstraat te betrekken. Mirjam: 'Ik houd heel erg van de binnenstad, en dit vind ik een van de leukste stukjes.

Om de hoek ben ik ooit begonnen met een schoenzaak. De mensen uit de buurt zijn heel enthousiast dat er een leuke winkel is die niet alleen op toeristen is gericht.'

Vegan in positief daglicht

Ze begon met schoenen, maar dat breidde al snel uit. Mirjam: 'Mensen kwamen uit het hele land en vroegen steeds meer naar spijkerbroeken, t-shirts, vitaminepillen.' Inmiddels komen er ook veel mensen voor kaas en honden- en kattenvoer, en vind je er van chocola tot lingerie en van cosmetica tot kookboeken. 'Mensen kijken nu veel positiever tegen vegan aan dan zeventien jaar geleden', merkt Mirjam. 'Als je vegan bent, kom je hier. En iedereen kent ook wel iemand - vegan of niet - die deze winkel leuk zou vinden. Er komen mensen uit Berlijn en New York, die zeggen: Dit hebben wij niet. Al die schoenen ken ik van online, hier kan ik ze echt zien, voelen en passen!'

Iets goeds doen

De klanten zijn heel divers. Mirjam: 'We hebben klanten die al vanaf het begin komen, maar ook toeristen, dagjesmensen en buurtgenoten. Er komen ook veel niet-veganisten, gewoon omdat ze iets leuks zien. Vaak vinden zij het ook fijn dat ze dan iets kopen waarmee ze iets goeds doen.'

Mindset

Mirjam is iemand met een opgeruimd karakter. Aan de drukte in de binnenstad stoort ze zich niet. 'Ik vind het juist wel fijn. Er zijn veel leuke bezoekers - ik ben zelf ook graag toerist. Het is een mindset. Als iedereen zich niet zo snel aan elkaar stoort en wat minder haast heeft, valt het allemaal wel mee.' Voor klagen ziet ze geen reden. 'Sommige dingen zijn niet leuk, maar dat heeft dan ook een reden: we

willen niet dat er allemaal rare handeltjes zijn en iedereen een stroopwafelwinkel opent. En ach, de stroopwafelwinkel aan de overkant wordt gerund door twee leuke meiden die ook hun best doen. Als mensen niet uit gemakzucht alles online en zo goedkoop mogelijk zouden kopen, zouden er ook meer leuke winkels zijn.'

Crowdfunding

Het valt alleen niet mee om met zo'n leuke winkel het hoofd boven water te houden. Mirjam: 'Wij hebben nog de mazzel dat we uniek zijn. En dat mensen ons een warm hart toedragen: dankzij crowdfunding konden we afgelopen jaar overeind blijven. Dit is een belangrijke winkel. Voor de buurt, voor veganisten. Ik wil mensen laten zien dat het kan: diervriendelijke en duurzame producten voor een redelijke prijs.'



Rick Schellingerhout:

'Mirjam zegt: Als je iets niet nodig hebt, koop het dan niet. Dat vind ik leuk'

'Zo'n winkel als deze vind je nergens anders. Ik kom hier elke één à twee maanden. Voor katten- en hondenvoer, vitamines, sokken, kaasfondue. Af en toe koop ik hier schoenen. Ik zou wel meer schoenen willen kopen, maar ik houd van puntschoenen, en die zijn er niet altijd. In de vijftien jaar dat ik hier kom, zijn we bevriend geraakt. We gaan soms samen uit: naar de verkiezingsuitslagenavond van de Partij voor de Dieren, een congres, een concert. Ik vind het leuk van Mirjam dat ze zegt: als je iets niet nodig hebt, koop het dan niet. Want dat is uiteindelijk de meest duurzame keuze.'





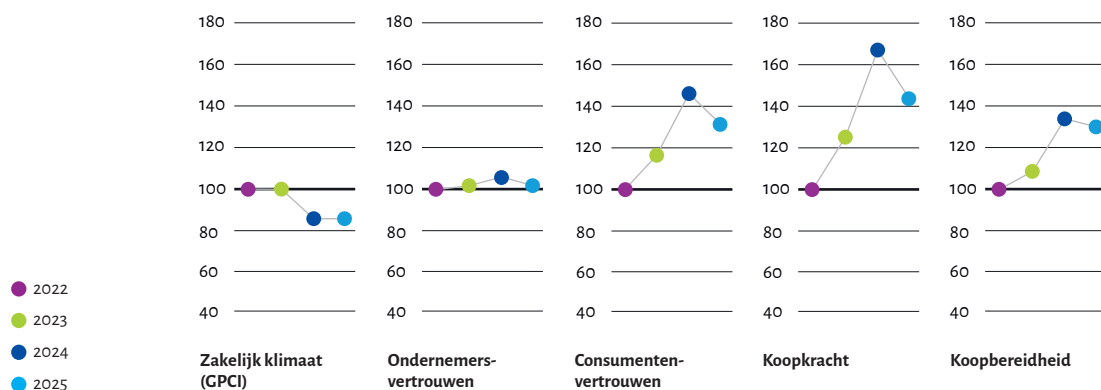
2. Ondernemersklimaat

Negen van de tien ondernemers voelen zich (erg) verbonden met de binnenstad, ze waarderen dit met een 8,1. Tot hun spijt ervaren ze een grote afstand tussen hen en de gemeente. ‘Er is onvoldoende begrip en erkenning. Wij zijn de schuld van alles én de oplossing als het gaat om geld incasseren of meebetalen.’ ‘Geef ondernemers vertrouwen en waardering.’



Met het indexcijfer 110 is het ondernemersklimaat licht gedaald vergeleken met vorig jaar (112), maar boven het niveau van basisjaar 2022 (net ná corona). Ook onze respondenten ervaren deze daling: maar liefst twee derde (64%) geeft het ondernemersklimaat een onvoldoende - voor het vierde jaar op rij. Bij de indicatoren is ten opzichte van 2024 een opvallende daling te zien in consumentenvertrouwen (indexcijfer 133, vergeleken met 146 in 2024), koopkracht (143, was 171 in 2024) en koopbereidheid (129, was 134 in 2024).

Ondernemersklimaat - Indexcijfer 110



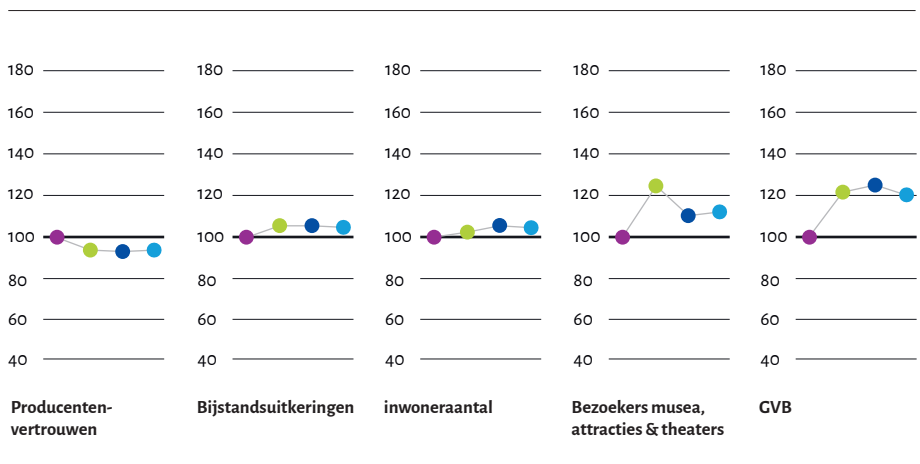
De hotelbranche heeft zorgen over de belastingdruk: na de verhoogde toeristenbelasting in 2024 is daar per 1 januari 2026 de landelijke btw-verhoging van 9% naar 21% op hotelovernachtingen bovenop gekomen. 'Een hotelgast betaalt vanaf 2026 een derde per nacht extra over zijn kamerprijs aan lokale en nationale belastingen', zegt een respondent. 'Hierdoor zal de Amsterdamse hotelbranche een flinke klap krijgen.' 'Amsterdam prijst zichzelf uit de markt bij onder andere de zakelijke doelgroepen', stelt een andere. Respondenten maken zich ook zorgen over het 'constant negatieve gesprek' dat over de binnenstad wordt gevoerd: 'Dat er geen Amsterdammers komen, dat het te druk is. Mensen gaan dat geloven en blijven weg.'

Bedrijvig gebied

CentrumXL is een bedrijvig gebied, met in 2025 ruim twee keer zoveel geregistreerde zzp'ers (39.000) als gevestigde bedrijven (18.250). De

top-4 branches bestaat uit: wetenschappelijke en technische activiteiten en specialistische zakelijke dienstverlening (12.000 zzp'ers en 4.000 bedrijven), kunst/cultuur/recreatie (6.500 zzp'ers), groot- en detailhandel (3.100 bedrijven) en horeca (2.600 bedrijven). Het verhuurde winkelloppervlakte in dit gebied is al vier jaar vrij stabiel. De leegstand is iets gestegen, dat wil zeggen: er was meer leegstaand oppervlakte per leeg verkooppunt. De gemiddelde m²-huurprijs van winkelgebieden in het centrum is een fractie gedaald. De maximum huur bij Magna Plaza daalde zelfs met €100 per m². 'Het ondernemen wordt met stijgende huurprijzen steeds lastiger', merkt een ondernemer desondanks op.

De monocultuur in bepaalde straten is veel respondenten een doorn in het oog. 'Oude gerenommeerde zaken stoppen en er komen winkels voor in de plaats die zich richten op snelle consumptie.' Een respondent hoopt op hulp van



'Bij FEBO is alles echt'



FEBO bestaat 85 jaar, de vierde generatie loopt zich al warm. Bij FEBO, bekend van de snack-automatieken, houden ze van innoveren en perfectioneren. 'De dingen die we doen, doen we verantwoord.'

FEBO is van de straat. Letterlijk: van de Ferdinand Bolstraat, en figuurlijk. Want met Amsterdamse bravoure wordt dit Amsterdamse familiebedrijf gerund: no nonsense, eerlijk, loyaal en lokaal. Én gericht op de toekomst. 'Heel veel mensen hebben een eigen, nostalgisch verhaal bij FEBO', zegt Dino Lobbes, operationeel directeur. 'Daar blijven we trouw aan. Tegelijkertijd vinden we Gen Z ook heel leuk: zij willen een transparant verhaal. En dat hebben we, want bij FEBO is alles echt.'

Vertrouwd en vers

'Een kroket hoort 100 gram te zijn', zegt FEBO-eigenaar Dennis de Borst, 'en dat is 'ie bij ons nog steeds – niet 80 of 90 gram.' Altijd zijn er de vertrouwde snacks, overigens 100% varkensvleesvrij (behalve de bacon strips). En meer dan 60% van de snacks is er ook in een plantaardige variant. 'We dringen niets op', zegt Dino, 'je kunt je eigen keuzes maken.' De snacks worden elke ochtend vers bereid in de eigen productiekeuken in Amsterdam Noord. 'Niks komt uit de diepvries', zegt Dino trots. 'En dit jaar zijn we een pilot gestart met verse frites: die zijn diezelfde ochtend gesneden.' Dat scheelt bovendien energie van het vrieshuis én 120.000 dozen en 240.000 plastic zakken per jaar.

Zonnestroom

'We zoeken continu naar manieren om efficiënter, schoner en toekomstbestendig te opereren', zegt Dino. Zo worden de Amsterdamse vestigingen dagelijks bevoorrad met een uitstootvrije elektrische koelwagen, die rijdt op energie van het zonnepaneel van de productiekeuken. Ze houden bovendien niet van verspilling: 'Wij produceren alleen wat de vestigingen voor die dag bestellen, plus een klein beetje noodvoorraad. Wat overblijft in de vestigingen, gaat naar Too Good To Go.' Dennis: 'Het is ongelooflijk hoeveel wij uit de afvalberg weghouden.'

Geen fastfood maar fastgood

Innoveren en perfectioneren zijn sowieso liefhebberijen van FEBO. Zo ontwikkelde FEBO met z'n leverancier 100% plasticvrij karton (standaard karton bevat microplastics). Plasticvrije drinkbekers zijn in ontwikkeling. Met TU Delft kijkt FEBO hoe ze met de buurt de straat kunnen schoonhouden. Dennis: 'Met leuke teksten op de afvalbakken, grijpers in elke vestiging. Je kunt met elkaar afval prikken en krijgt dan van ons iets lekkers.' Dennis en Dino spreken dan ook niet van fastfood, maar van fastgood. 'De dingen die we doen, doen we verantwoord.'

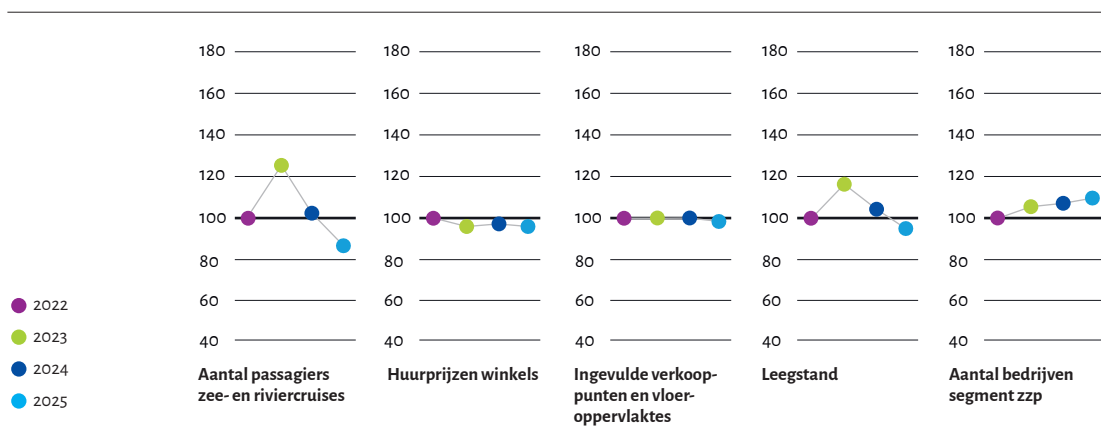
FEBO

'Wij horen bij de binnenstad en zullen hier altijd blijven: vanwege de rijke en roemruchte geschiedenis en als bakermat van het succes van de 17e-eeuwse schilderkunst'

de landelijke politiek: 'Sta branchering toe via een uitzonderingspositie, waarmee de stad actief kan sturen op functiemenging en aanbod.' Over de grens zijn mooie voorbeelden, zegt een ander: 'Zoals in Parijs: waar een winkel verdwijnt moet, indien mogelijk, eenzelfde winkel terugkeren, eventueel met startsubsidie voor een nieuwe ondernemer die het risico neemt. Zo houd je belangrijke speciaalzaken in de stad, blijft de cohesie enigszins intact en blijft de binnenstad aantrekkelijk voor eigen (buurt) bewoners.'

Roep om waardering

De respondenten denken wisselend over het ondernemen in de binnenstad. 44% van hen is hier (zeer) positief over, de helft (50%) geeft dit een onvoldoende. 'We voelen ons niet gewaardeerd als ondernemer, eerder een last voor de stad.' Veel respondenten geven aan teleurgesteld te zijn in de gemeente. 'Wij runnen de zaak al 46 jaar. Het is nog nooit zo lastig geweest om iedereen te pleasen en aan alle regels te voldoen. Zo jammer.' Maar ook: 'Het is mooi om in het centrum een bedrijf te hebben, en voor mensen om er te werken.'



'Het college van B&W van de gemeente Amsterdam ziet ondernemers in beginsel als vijand, en als de grond van overlast en verschaling van het aanbod'

Net als vorig jaar voelt bijna driekwart (72%) zich niet gesteund door de gemeente: ze geven dit een rapportcijfer 4. 'Het is kennelijk een privilege dat je er mag zijn, maar dan vinden ze wel dat je iets moet "terugdoen". Alsof we geen werkgelegenheid en inkomsten genereren voor de stad.' Regels, lasten en beperkingen nemen toe, constateren de respondenten. 'Vooral de regels voor de horeca worden elk jaar aangescherpt, zonder dat er enige versoepeling voor terugkomt. Het lijkt ernstig op een verdien-

model voor de gemeente. Zo is de exploitatievergunning in Haarlem €760 en in Amsterdam €3.010: een te groot verschil.' Slechts 38% van de respondenten is (ruim) tevreden over de communicatie vanuit de gemeente, vergelijkbaar met vorig jaar. Er is behoefte aan 'Een gemeente die werkt op basis van vertrouwen, positief nieuws brengt en vooral benoemt wat er goed gaat.' En: 'Graag mensen die daadkrachtig zijn in de gemeente en denken als een ondernemer (in oplossingen en kostenbesparend)'.



Upgrade your season!
Ontdek de summer range van Avontuur BlachereNL:
slim ontworpen, duurzaam geproduceerd

Met onze Summer Range combineren we beleving met slimme, duurzame keuzes: van modulair ontwerp tot het 3D-printen van onderdelen. Duurzaamheid zit voor ons niet in één label, maar in keuzes door het hele proces. Daarom ontwerpen we decoraties die licht zijn, slim opgebouwd en vaak opnieuw inzetbaar. Denk aan elementen die je makkelijk kunt hergebruiken in een ander thema of volgend seizoen. Zo blijft de investering waardevol en voorkom je onnodige verspilling. Samen maken we zomerprojecten niet alleen mooi, maar ook bewuster én efficiënter.

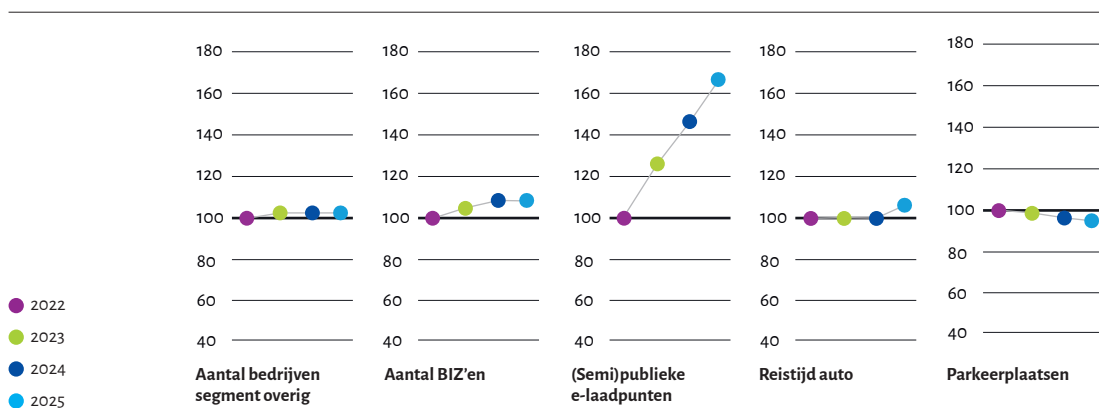
Benieuwd hoe we jouw zomercampagne kunnen versterken? Neem vrijblijvend contact met ons op via www.avontuur.net

Liefde voor de stad

Ondanks de uitdagingen, houden onze respondenten van de binnenstad: 90% voelt zich er (erg) mee verbonden. Een derde geeft hier zelfs een 10 voor. 'Amsterdam is de mooiste diverse stad, waar iedereen naast elkaar kan bestaan. Dit geeft mij een gevoel van verbondenheid.' En: 'Wij zijn al tachtig jaar op deze mooie plek gevestigd. Dat geeft verbinding met je klant, maar ook zeker met je buurt.' Veel respondenten zijn nadrukkelijk betrokken bij hun omgeving: door bewoners-initiatieven te steunen, door een actieve rol in een van de BIZ'en (bedrijveninvesteringszones); sinds begin 2026 groeit het aantal naar veertig in stadsdeel Centrum en zestien in stadsdeel Zuid. 'Verbondenheid is geen sentiment', zegt een respondent, 'maar een vitale voorwaarde voor een leefbaar, divers en eigenzinnig Amsterdam.'

Vereniging Amsterdam City zet zich volop in voor de noden van de verschillende ondernemers in de binnenstad. Zo hebben we samen met BIZ'en, KHN en MKB een verkiezingsnotitie geschreven waarin we aandacht vragen voor zes hoofdthema's. We hebben hier waardevolle gesprekken over gevoerd met vrijwel alle politieke partijen. Ook hebben wij samen met partners en na vele gesprekken met ondernemers en stakeholders een brief geschreven aan betrokken wethouders over de Nadeelcompensatieregeling. We hebben negen concrete voorstellen gedaan voor een ruimhartiger invulling van de regeling.

'Als je met
interessante
nieuwe
concepten
komt, valt
er echt
nog wel te
ondernemen
in de stad'



a.s.r. real estate

Nico Spinhoven (r) is senior
assetmanager bij a.s.r. real estate

Esmail Eskandari Bavani is franchise-
nemer van eazie Nieuwendijk en huurder



‘Wij zoeken goede
huurders die
waarde toevoegen’

Vastgoedbelegger a.s.r. real estate doet veel voor zijn gebouwen en huurders, en daarmee voor de stad. Duurzaamheid, leefbaarheid en diversiteit staan centraal in het beheer en de verhuur van de vaak monumentale panden. 'Goed voorbeeld doet goed volgen.'

Arket, Uniqlo, Zara, Costes, de LEGO Store. Behalve een klinkende naam en een A1-locatie, hebben deze (en veel meer winkels en horeca in de binnenstad) nog iets gemeen: ze hebben dezelfde huisbaas. 'Ons vastgoed is een beleggingsproduct: wij willen een stabiel rendement met vastgoed dat waarde vast is', zegt Nico Spinhoven, senior assetmanager van a.s.r. real estate. Dat klinkt zakelijk, en dat is het ook. Maar het komt tot uiting in een boeiende en concrete wereld, waar iedereen in het centrum plezier van heeft: stijlvolle en goed onderhouden gebouwen, schone leefbare straten, en winkels en horeca waar de stad plezier aan heeft.

Huurders die waarde toevoegen

Eazie Nieuwendijk, 'The Asian Good Food Bar', is zo'n voorbeeld van een huurder die goed bij a.s.r. past, zegt Nico. 'Wij zoeken huurders die waarde toevoegen. Bij eazie hebben we er echt voor gekozen om niet voor de hoogste huurprijs te gaan, maar voor een bedrijf dat past bij de duurzaamheid en diversiteit die wij belangrijk vinden.'

Leefbaar en duurzaam

a.s.r. wil voldoen aan het Klimaatakkoord van Parijs. Nico: 'Daar moet je veel voor doen. Dus zodra een pand van ons vrijkomt, kijken we hoe we

het kunnen verduurzamen: gevel, dak en vloeren isoleren, en de gasinstallatie verwijderen.' Dan loop je tegen allerlei obstakels aan, vertelt hij: 'Is er voldoende stroomcapaciteit? Mag je ergens buiten een buitenunit plaatsen voor een warmtepomp? We kijken ook waar we woningen boven winkels kunnen maken: dat draagt bij aan de leefbaarheid van de straat. Soms is het nodig om een huurder aan te spreken op bijvoorbeeld geluidsoverlast of een schreeuwerige uitstraling.'

Aantrekkelijke binnenstad

Voor a.s.r. is het belangrijk dat zijn huurders goed kunnen functioneren. Nico: 'Daarvoor is het van belang dat de juiste mensen naar het centrum komen: mensen die genieten van de binnenstad en daar ook hun inkoop doen. Die binnenstad moet er ook aantrekkelijk uitzien.' Vanuit de BIZ Nieuwendijk probeert hij daar een bijdrage aan te leveren, bijvoorbeeld door het winkelgebied schoon te houden. 'De verschillende BIZ'en in de binnenstad ondernemen initiatieven om, met de bijdrage van ondernemers en eigenaren, extra vuilafvoer te verzorgen en om de straten schoon te houden.'

Enorme wil

Nico heeft veel overleg met de gemeente. 'Je hebt elkaar nodig. Bijvoorbeeld voor een vlotte vergunningverlening, soepele regels voor verduurzaming en woningen boven winkels. De gemeente wil ook verduurzamen, maar beleid en regelgeving spreken elkaar af en toe tegen. Het gaat wel steeds beter en ik merk een enorme wil. De BIZ'en en de ge-

meente zijn hier nu volop mee bezig. En we proberen ondernemers en eigenaren die niet de kennis van dit soort zaken hebben, te ondersteunen en mee te krijgen. Goed voorbeeld doet goed volgen. Wij hebben hart voor de stad: waar we kunnen bijdragen, denken we mee.'

Esmaeil Eskandari Bavani:

'Een horecazaak op de Dam was altijd mijn droom'

'Ik heb een IT-achtergrond, maar het is altijd mijn droom geweest om op de Dam een horecazaak te openen. Ik heb heel lang gezocht, en is het gelukt. Met een terrasje in de zomer en uitzicht op het Paleis op de Dam. Wij willen een mooie toevoeging zijn aan Amsterdam en het straatbeeld van vooral fastfood veranderen. Duurzaamheid was ons grootste raakvlak met a.s.r. real estate, en dat was ook nodig om dit pand te kunnen huren. Eazie staat voor gezond en trendy, met betaalbare maaltijden van dagverse producten. We koken alleen elektrisch en gebruiken geen olie: we wokken in de saus en gebruiken een speciale oven om eten crispy te krijgen. Ik hoop wel dat we snel glasvezel en uitbreiding van stroomcapaciteit krijgen, want het spant erom of we het redden met wat we nu hebben. Het centrum heeft verschillende aandachtspunten, zoals de drukte, veiligheid en daklozen, maar ik wil als ondernemer graag meedenken over fundamentele oplossingen. Want het centrum is prachtig.'



De Bijenkorf

Willem Regeer (r) is store manager bij de Bijenkorf
Philomena Johnstone is al veertig jaar vaste klant

‘De Bijenkorf is er
voor iedereen’



Iedereen komt bij de Bijenkorf: jong, oud, hip, traditioneel, krap bij kas of niet. De Bijenkorf is een icoon in Amsterdam en nauw verbonden met de stad. 'Iedereen moet zich bij ons bijzonder kunnen voelen.'

'De stad zit in onze ziel: waar de stad ooit is gestart, hebben wij ons adres.' Aan het woord is Willem Regeer, store manager van de Bijenkorf. 'Die connectie willen wij altijd blijven maken. Dus is het medewerkersteam altijd een afspiegeling van de stad.' Geen opgeprikte types, maar inderdaad een doorsnee van de Amsterdammers.

Meebewegen

Dat geldt ook voor de klanten. Willem: 'Letterlijk iedereen komt hier. En iedereen moet zich bij de Bijenkorf bijzonder kunnen voelen, zich fijn voelen en geïnspireerd raken. Er wordt wel gezegd dat de Bijenkorf voor toeristen is, maar zestig procent van de klanten komt uit Amsterdam of Nederland. Van de zestienjarige jongen die voor iets hips heeft gespaard tot de oudere gearriveerde klant. Wij bestaan 155 jaar; het is de kunst om mee te bewegen met de klanten.'

Van luxe merken tot jong en hip

De Bijenkorf heeft zeven vestigingen in Nederland. Elke vestiging heeft het assortiment dat bij zijn

omgeving past. Amsterdam heeft het meest brede aanbod, vertelt Willem. 'Van luxe merken tot kleine jonge hippe merken die niet overal verkrijgbaar zijn, met heel toegankelijke prijzen. Waar vind je nou zoveel merken bij elkaar als hier? Je kunt hier echt een goede keuze maken.'

Zorg voor de omgeving

De Bijenkorf legt niet alleen in de winkel de relatie met de stad, ook daarbuiten - op verschillende manieren. Onder meer door mee te doen aan het grachtenfestival. 'Dan veran-

dert de winkel na sluitingstijd in een grote concertzaal, heel bijzonder', zegt Willem met twinkelende ogen. 'We hebben ook een actieve rol in de BIZ Dam en de BIZ Damrak-Beursplein. Om echt een gesprekspartner van de gemeente te zijn, en connectie met de ondernemers in de buurt te hebben. We proberen ook zo goed mogelijk voor onze omgeving te zorgen. We maken de stoep vrij van kauwgom, ruimen afval van de Dam en zorgen voor mooie verlichting aan ons pand. Zo sluiten we goed aan bij de omgeving, én trekken we de omgeving op.'



Philomena Johnstone:

'De Bijenkorf is een soort tweede thuis'

'Ik kom al veertig jaar bij de Bijenkorf. Na mijn werk bij een hotel aan de Nieuwezijds Voorburgwal ging ik er altijd even geurtjes spuiten. Alle jaren ben ik blijven komen: eerst dagelijks, nu twee keer in de week. Ik heb er heel wat geurtjes gekocht, sokken, shirts, jassen voor de kinderen - dat waren goeie prijzen, maar ze gingen lang mee. Nu koop ik er vooral gebak en koffie. En nog steeds doe ik dan even een geurtje. Mensen in mijn omgeving zeggen wel: De Bijenkorf, wat doe je daar? Dat is voor rijke mensen! Welnee, zeg ik dan. Het is altijd een leuke winkel geweest, met een warme sfeer en vriendelijke mensen. Ze kennen me allemaal van gezicht. De Bijenkorf is een soort tweede thuis.'





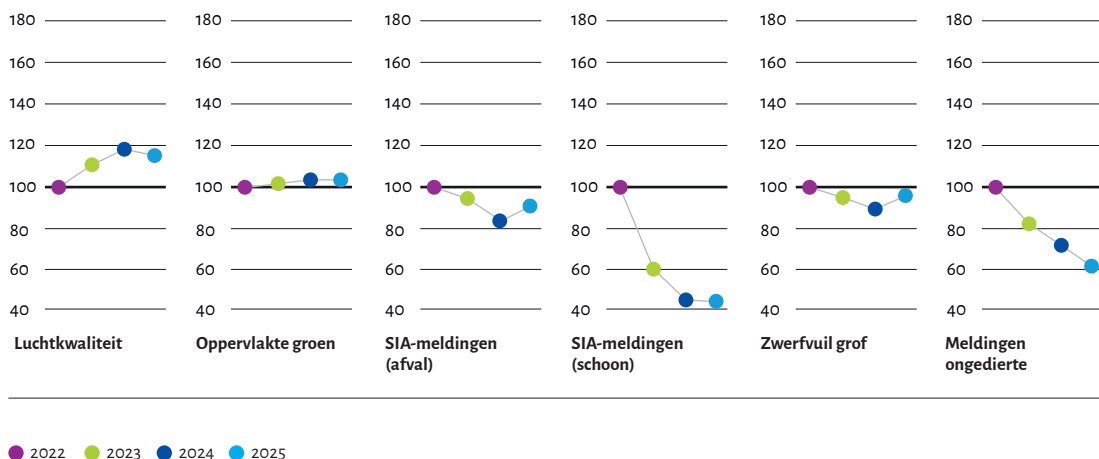
3. Kwaliteit openbare ruimte

De kwaliteit van de openbare ruimte scoort met een indexcijfer van 85 helaas op hetzelfde niveau als vorig jaar. Deze score is met 15 punten gekelderden opzichte van basisjaar 2022. De dagelijkse inzet van de helden op straat van de gemeentelijke Stadsreiniging is te roemen, en er zijn mooie initiatieven die moedig het vuil te lijfgaan. Maar er is behoefte aan structurele oplossingen.



De openbare ruimte kan en moet schoner, vinden de meeste respondenten. Slechts 20% van de respondenten van de ondernemersenquête geeft de kwaliteit van de openbare ruimte in de binnenstad een (ruime) voldoende; vorig jaar was dit nog 30%. Ruim twee derde vindt de stad (veel) viezer geworden en 88% heeft last van afval in de openbare ruimte rondom het bedrijf. De luchtkwaliteit is na een enorme verbetering vorig jaar iets gedaald. Maar met een indexcijfer van 116 is dit nog altijd stukken beter dan in basisjaar 2022.

Kwaliteit openbare ruimte - Indexcijfer 85



'Ik heb een afvalcontract én we betalen voor het afval dat wordt opgehaald van de markt (inclusief al het huisraad dat de bewoners er neergooien)'

Ideeën voor afval

Ondanks alle inzet van de afval- en reinigingsdiensten, groeit het afval elke dag weer met honderden kilo's aan. In 2025 zijn er minder SIA-meldingen Afval gedaan, maar nog wel ruim 3.000 meer dan in 2022. Het aantal SIA-meldingen Schoon is licht gestegen: in totaal 14.600, waarvan 8.100 voor veeg- en zwerfvuil, 3.300 voor een volle prullenbak en 1.400 voor graffiti/wildplak. Ook het aantal meldingen van ongedierte is toegenomen: van 1.023 in 2024 naar 1.228 in 2025. 'Ieder gebied zou moeten kunnen beschikken over een vuilnisauto die op afroep beschikbaar is: een soort centrale vuilnismeldkamer', suggereert een respondent. 'Vuilniscoaches die verantwoordelijk zijn voor het sluiten van prullenbakken, werking en vulgraad controleren en juist gebruik actief stimuleren', oppert een ander.

Het grof zwerfvuil is afgenomen: in 2025 kregen 81 plekken score B (schoon en opgeruimd). Dat is een stuk beter dan in 2024 (74 score B-plekken). Een op de drie respondenten is (zeer) tevreden over de afhandeling van het bedrijfsafval. Ze hebben ook ideeën voor verbetering: 'Geef ons een plek in de buurt waar altijd onze afvalcontainers mogen staan.' En: 'Afvalboten in de gracht waar je het vuil in kan gooien (ooit waren die overal in de binnenstad).'

Mooie initiatieven

Er zijn allerlei mooie initiatieven om het vuil te lijf te gaan, zoals Buurtgastheren, samenwerking met Oscar Circulair, de Groene Kar in samenwerking met het Koffiehuis, de zwerfvuil-e-stofzuiger Glutton en contracten om graffiti te verwijderen. Veelal geïnitieerd en gefinancierd vanuit de BIZ'en, maar ook individuele ondernemers dragen zorg voor een scho-

ne omgeving. In gebiedsprofiel Hartje Centrum hebben de BIZ'en afvalbedrijf B2 Cleaning ingehuurd, dat elke maand meer dan 11.000 kilo afval van de straat haalt (volgens B2 Cleaning vaak afkomstig van bewoners). 'Maar', zegt een respondent, 'over het algemeen hebben initiatieven een kartrekker nodig en vergt het veel inspanning om ze draaiend te houden. Bewoners en ondernemers zijn zelf ook verantwoordelijk voor schoon en heel. Maar het mag niet zo zijn dat dergelijke initiatieven de kerntaken van gemeente gaan overnemen. Dit geldt voor schoon, maar zeker ook voor veilig.'

De gemeente plaatst waar dat kan ondergrondse afvalcontainers, zoals op de Nieuwezijds Voorburgwal. Over een proef met straten zonder prullenbak zijn respondenten positief: 'Daardoor ligt er geen onnodig vuil naast en worden de prullenbakken niet leeggetrokken voor blikjes en plastic flesjes.' Verpact en de gemeente Amsterdam werken samen door Statiegeld Retourshops in het centrum te openen. Hiermee willen ze de inzamelpunten van supermarkten ontlasten, en overvolle en opengetrokken prullenbakken en zwerfvuil verminderen. De eerste twee Retourshops zijn geopend. Bij die op de Nieuwezijds Voorburgwal zijn sinds de opening in augustus 2025 vier miljoen verpakkingen ingeleverd, bij die op de Vijzelgracht sinds de opening half mei twee miljoen.



'Slimme stadslogistiek: het is een soort puzzel die je met elkaar legt'



Ondernemers in de binnenstad kunnen hun afval laten afvoeren over water. Vanaf dit jaar kan ook de bevoorrading over water, dankzij samenwerking van Renewi met AORTA Logistics en buurman CTPark. 'Wij helpen ondernemers circulair ondernemen.'

Waarom vrachtwagens klem laten staan in het verkeer als je gebruik kunt maken van het water? Marktleider Renewi haalt al jaren het afval van ondernemers in de binnenstad op, met zero-emissieschepen. Vanaf dit jaar wordt het binnenstadvervoer nog slimmer. Want Renewi is gaan samenwerken met AORTA Logistics en buurman CTPark Amsterdam City. 'Daardoor kunnen wij ook een rol spelen in de bevoorrading van onze klanten', zegt Cor Gerritsen, logistiek adviseur bij Renewi en bestuurder bij AORTA Logistics.

Gebundelde goederen

In AORTA Logistics werken bedrijven samen om met emissievrije schepen bevoorrading de stad in en afvoer van afval, grondstoffen en retourgoede-

ren de stad uit te verzorgen. CTPark is een grote city-hub in het westelijk havengebied. Cor: 'Dé duurzame voorraadschuur van Amsterdam, waar bedrijven als Crisp en Heineken opslagruimte huren. Hier worden goederen gebundeld voor ondernemers in Amsterdam.' De schepen worden afgestemd op de klanten: de bouwsector vereist een ander schip dan bijvoorbeeld hotels.

Waardevolle grondstoffen

Emissievrije aan- en afvoer is een uitkomst voor ondernemers in de binnenstad. Zeker nu de Green Deal ZES (Zero Emissie Zones) sinds 1 januari 2025 ondernemers verplicht tot emissievrij transport in de binnenstad. Grotere hotels zoals The Grand en Hotel Pulitzer hebben al belangstelling getoond. Zij krijgen dagelijks tientallen leveringen en ervaren veel beperkingen in de aanvoer. Wij kunnen die goederen slim bundelen, leveren ze af bij de klant en nemen in dezelfde beweging afval en retourvracht mee.' Cor spreekt overigens liever van grondstoffen dan van afval. Want glas, papier/karton,

kunststof, swill (etensresten), kof-fiedik, sinaasappelschillen: het zijn waardevolle grondstoffen die Renewi omzet in hoogwaardige materialen en producten.

Geslaagde proef

Een project in het Rode Lopergebied, met ondernemers uit drie BIZ'en, City Hub en de gemeente, heeft al geleid tot 67 procent minder vervoersbewegingen onder de participanten, vertelt Cor. 'Dit gebeurt nog over de weg. Wij bieden dat nu over water aan en nemen retourstromen mee terug. Daardoor krijgen we nog minder transportbewegingen, die bovendien uitstootvrij zijn.' Cor heeft er plezier in: 'Wij helpen ondernemers circulair ondernemen. Het is een soort puzzel die je met elkaar legt'

Circulaire rondvaarten

Renewi, AORTA Logistics en CTPark organiseren samen met Vereniging Amsterdam City en de gemeente Amsterdam circulaire rondvaarten. Hier nodigen zij BIZ'en en ondernemersgroepen uit bijvoorbeeld de bouw en horeca uit om hen te inspireren en informeren over de mogelijkheden van transport over water.

Geïnteresseerd in een circulaire rondvaart of transport over water?

Bel Cor Gerritsen: +31 6 53 639 934 of mail naar info@aorta-logistics.nl.



'Het is niet meer druk in de binnenstad, dat zijn we al lang voorbij. Focus nu op: schoon, heel en veilig. En stop met uitgaven aan nieuwe projecten'

Daadkracht nodig

'Iedereen doet zijn best', constateert een respondent, 'maar de basis is niet op orde.' Ook spreken de regels elkaar tegen: 'Het afval mag van de gemeente niet buiten staan en van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit niet binnen. Boetes zijn het gevolg, daardoor vertrouwen we ambtenaren minder.' 'Daar komt bij dat de kosten voor vuilnisophaal door stijgende WOZ steeds hoger worden', zegt een ander. 'Als ondernemer betalen we steeds meer, maar we krijgen daar steeds minder voor terug.' 'Het doel is om te werken aan een structurele oplossing, maar vooralsnog is er geen zicht op', schrijven de BIZ'en in gebiedsprofiel Hartje Centrum in hun rapport *In beeld: De Schoonheid van Amsterdam Centrum*, waarin zij laten zien wat B2 Cleaning zoal opruimt. Respondenten van de enquête willen meer daadkracht van de gemeente. 'Wij zijn blij met onze straat, BIZ en burens, maar de rol van de gemeente kan beter', zegt een van hen. En: 'Het is nog altijd best vies op straat, er zijn onverwachte werkzaamheden en ondanks de vele overleggen die we hebben, zien we daar weinig van terug in daadwerkelijke verbeteringen.'

Respect voor schaarste

De openbare ruimte is schaars in de binnenstad, maar veel respondenten kijken daar laconiek tegenaan. 'We gebruiken de openbare ruimte met respect voor de schaarste, maar het valt wel mee; met een beetje logica is er weinig schaarste.' En: 'Wij ervaren dat er helemaal geen schaarste is, als je overlegt met de straatgebruikers (bewoners, ondernemers, bezoekers). Overigens zit de gemeente dit vaak in de weg. Door over klachten te beginnen, of voornamelijk klagers aan tafel te zetten. Beter zou zijn: jongeren en diverse etniciteiten, ondernemers en voorbijgangers aan tafel, en klagers met negatieve gedachten eens te weren.'



Gevelgroen

'De auto neemt de meeste plek in de openbare ruimte in', zegt een respondent. 'Voor leuke dingen zoals terrassen, groen en bankjes blijft er daardoor te weinig ruimte over.' Het groenopervlakte is gelijk gebleven aan vorig jaar (indexcijfer 103). Een ondernemer pleit voor meer groen, en dat hoeft geen extra ruimte in te nemen: 'Groen in de lucht, zoals in Spanje.' Die wens gaat volgens het Uitvoeringsprogramma Aanpak Binnenstad 2026 in vervulling, want de gemeente gaat meer gevelgroen aanleggen in horeca- en winkelstraten. De Amstelstraat was in 2025 de eerste, de Leidsestraat, Utrechtsestraat, Vijzelstraat en Vijzelgracht volgen.

Fabel Friet

Floris Feilzer (l) is mede-eigenaar van Fabel Friet

Mr. Alphons Geerlings woont en werkt met zijn bedrijf

De Merkplaats in de buurt en is klant van het eerste uur



‘We hadden nooit
voor ogen dat
we zo succesvol
zouden worden’

Fabel Friet is een megasucces. Vriendelijk en met hart voor de buurt leiden ze alle drukte in goede banen, en bakken ze fantastische friet. 'We zijn erg trots dat zoveel mensen naar onze winkel komen. Maar ik vind het oprecht vervelend als die rij te lang is.'

Het begon met twee studenten en een frietfiets. Een jaar later, midden in coronatijd, kregen Floris Feilzer en Abel Klatser de kans van hun leven: het monumentale pand aan de Runstraat huren, waar ze al een tijdje verliefd op waren. Ze schraapten al hun spaargeld bij elkaar en Fabel Friet was een feit.

Er waren dagen dat ze maar tachtig euro omzet draaiden. Maar dankzij corona hadden ze wel meteen de buurtfunctie die ze al in hun ondernemingsplan hadden beschreven. Floris: 'Mensen vonden het heel leuk om een frietje te komen halen en een praatje te maken.'

Ze snijden zelf hun friet, maken hun eigen truffelmayonaise, raspen er Parmezaanse kaas overheen en bakken kroketten van Holtkamp: goede kwaliteit en uit de buurt. 'We gaan voor authenticiteit, kwaliteit en ambacht. En we willen er ook zijn voor de Amsterdammer, daarom houden we de prijzen laag.'

Megasucces

Fabel Friet bleek een megasucces. In de buurt, en na corona ook bij andere bezoekers uit de stad, en binnen- én buitenland. Sommige buurtbewoners klagen over de Tiktok-rijen. Floris: 'We hadden nooit voor ogen dat we zo succesvol zouden worden. Met social media deden we weinig. We hadden in 2020 wel een Instagram-pagina, maar die hielden we niet bij. We zijn erg trots dat zoveel mensen naar onze winkel komen.'

Maar ik vind het oprecht vervelend als die rij te lang is.'

Crowdmanagers en afvalverzamelaars

Ze doen er - proactief - alles aan om de drukte in goede banen te leiden. Zo staan er maar liefst negen medewerkers in de kleine zaak in de Runstraat om iedereen snel te helpen. Drie tot vier crowdmanagers zorgen dat de stoep toegankelijk blijft, alles soepel verloopt en klanten niet voor de winkels of huizen van de burens eten. Samen met broodjeszaak Chun huurt Fabel Friet een schoonmaakkploeg van Stichting Koffiehuis, die acht uur per dag, zeven dagen per week zwerfafval opruimt én alle vuilniszakken in de buurt leegt. 'Wij ruimen alles op, ook al is een groot deel van het afval niet van ons.' Elke avond lopen eigen medewerkers ook zelf nog een grote ronde in de buurt om zwerfafval op te ruimen.

Om de drukte te spreiden, hebben ze bovendien drie nieuwe vestigingen geopend: op de Nieuwendijk, de Oude Hoogstraat en het Damrak. Later dit jaar opent de vijfde, in de Leidsestraat. 'Daar investeren we veel om de lelijke open pui weer naar oorspronkelijke staat te brengen. Zo maken we Amsterdam een stukje mooier.'

Goede contacten

'We hebben heel goed contact met de buurt', zegt Floris. 'Als er iets is, lossen we dat op. Er lopen bezwaarprocedures, maar die zijn vooral van mensen die niet eerst komen praten.' Sommigen zeggen - goed bedoeld: verhuis gewoon naar een grotere locatie. Maar: 'Voor wat wij doen is een schaars verkrijgbare bestemming nodig. We willen best een grotere locatie, maar die zijn al bezet door ketens zoals McDonald's en Burger King.'

Fabel Friet werkt goed samen met de BIZ'en en de gebiedsmakelaars van de gemeente. 'Ze zien dat wij echt betrokken zijn bij de buurt zijn en gaan altijd met ons in gesprek. Bij elke pilot van de gemeente worden wij gevraagd wat we ervan vinden. Zoals het weghalen van de gemeentelijke vuilnisbakken op de Nieuwendijk en Oude Hoogstraat. Op de Nieuwendijk hadden we een geweldige straatmanager. Zij heeft zich er erg voor ingezet dat wij en andere ondernemers daar zelf een mooie vuilnisbak mogen neerzetten, die we zelf beheren. Dat werkt heel goed.'

Gemoedelijke sfeer

Ondanks de overweldigende groei (en inmiddels 130 medewerkers) blijft de sfeer gemoedelijk bij Fabel Friet. 'We zijn trots dat we zoveel jonge mensen aan het werk hebben, die ook nog kunnen doorgroeien. En dat zij, én onze klanten, met een lach naar buiten komen.'

Mr. Alphons Geerlings: 'Fabel Friet is een aanwinst voor de buurt'

'Ik ga altijd voor kwaliteit, en die heeft Fabel Friet. Ik loop er vaak even langs. En ik bestel er kroketjes voor kantoor. Die rij is fantastisch mooi. In de acht minuten dat je erin staat - langer is het niet - kijk je naar de mooiste architectuur van de wereld, en maak je nog eens een leuk praatje. Bovendien: bij het Anne Frankhuis staan ook rijen. Ik zie twee jonge honden met lef, die gigantisch hun best doen. De drukte is ze overkomen: zij hebben nergens om gevraagd. En ze hebben goede keuzes gemaakt. Fabel Friet is een aanwinst voor de buurt.'



EBC

Maudy Westerveld (I) is directeur van EBC
Teun Lammers is co-founder van GoCredible
en huurder



‘Wij hebben
echt een passie
voor de buurt’

EBC, afkorting van Euro Business Center, klinkt corporate en groots. Dat is het ook, maar tegelijkertijd is EBC een knus en buurtgericht mkb-familiebedrijf. 'Het is leuk om elkaar wat te gunnen.'

In 1977 had een marketingadviseur ruimte over in haar pand aan de Keizersgracht 99. Die ging ze verhuren als kantoorruimte en ze regelde ook zaken eromheen, zoals de post, telefoon en schoonmaak. EBC, het eerste Nederlandse business center was geboren.

35 jaar geleden nam Frans Gianotten, een van de huurders, het bedrijf over. Inmiddels heeft EBC acht monumentale panden aan de Keizersgracht met in totaal 58 kantoor- en vergaderruimtes, voorzien van alle services, tot secretariaatwerk aan toe. 'Als je hier binnenkomt', zegt directeur Maudy Westerveld, 'hoef je alleen maar je laptop aan te zetten. De rest kan worden geregeld - maar het hoeft niet.' Huurders zijn kleine en middelgrote bedrijven, zoals advocaten, consultants, recruitmentbureaus, een kunsthandelaar, AI-bedrijfjes. Maudy: 'Bedrijven die op zoek zijn naar focus, rust en een werkplek waar alles is geregeld.'

Samenleving

Maudy is trots op het bedrijf, waar ze al veertien jaar werkt. 'Je voelt hier lichte energie. We vinden het belangrijk dat je bij ons een thuisgevoel hebt. Je kunt op je sokken even naar beneden rennen en douchen als je een uur hebt gefietst. En als je een belangrijke klant krijgt, is alles geregeld en representatief. Het is hier een beetje een samenleving, een fijne en veilige plek waar je je bedrijf kunt laten groeien.'

EBC verhuurt niet aan zomaar ieder-

een. Maudy: 'Als je met de auto komt, is dit niet de plek voor je, daar ben ik heel eerlijk over. We adviseren onze bezoekers: kom op de fiets. Wij zijn ook niet de plek voor grote corporates die overal ter wereld willen vergaderen onder een systeemplafond. Net als wij hebben onze huurders vaak een voorliefde voor Amsterdam en geschiedenis. Je vindt bij ons een warm team, stijlvolle ruimtes en monumentale details.'

Passie voor monumenten

Dat laatste hoort echt bij de bedrijfsvoering: dagelijks is EBC bezig met onderhoud, van herstel van plafond-schilderingen tot buitenschilderwerk. Maudy: 'Wij weten heel goed hoe je zo'n monument moet onderhouden. We hebben goede relaties opgebouwd met fijne leveranciers en aannemers. Daardoor kunnen we, samen met Stadsherstel, zorgen dat onze panden in goede staat blijven.'

Ook de buurt is belangrijk voor EBC. Maudy: 'Wij hebben echt een passie voor de buurt. Het is zo heerlijk om hier in de ochtend over de gracht te lopen. Het is hier heel dorps, je kent iedereen. Veel ondernemers zitten hier al jaren. Je kunt echt voor de langere termijn relaties met elkaar bouwen en kijken: wat gaan we met de buurt doen?' Als EBC of huurders iets nodig hebben, zoeken ze daarvoor altijd een ondernemer in de buurt, zegt Maudy. 'Catering, boeken, restaurants, boat tours: het is leuk om elkaar wat te gunnen.'

Betrek ondernemers

EBC zit niet in de BIZ: 'Dat is echt iets van de straat zelf.' Maar Maudy zou best wat meer van de gemeente willen horen. 'De gemeente luistert naar bewoners, stapt naar de BIZ'en, maar het zou fijn zijn als de gemeente ook

ondernemers daaromheen meer betreft bij bepaalde onderwerpen. Juist de cohesie tussen bewoners en bedrijven is belangrijk. Wij zitten hier al lang en hebben zoveel ervaring - soms ligt de oplossing voor een probleem er al. Ik heb het actief opgezocht door aansluiting bij Vereniging Amsterdam City. Maar wij zijn allemaal geregistreerd bij de Kamer van Koophandel - het is niet heel moeilijk om ons te vinden. Stuur ondernemers en bewoners bijvoorbeeld een enquête over de buurt: daar kun je ideeën uit halen. Bijvoorbeeld: wat voor alternatieven kun je bedenken voor het afvalprobleem? Wij zouden dat waarderen.'

Teun Lammers:

'Middenin de stad trek je makkelijk medewerkers aan'

'Het is leuk om middenin de stad te zitten, want het trekt makkelijk medewerkers aan. Dat merken we meteen toen we van de rand van de stad naar hier verhuisden: in een best competitieve markt hadden we snel vier vacatures vervuld. We hebben ook veel medewerkers uit de auto gekregen. En waar wij eerst meestal naar klanten toe gingen, komen ze nu naar ons. We maken er dan iets speciaals van. We maken ook volop gebruik van de tuin: buiten lunchen geeft een aparte sfeer. Iedereen denkt dat het hier kneiterduur is, maar dat valt mee. Bovendien: rond Amsterdam is het ook niet goedkoop. Door de full service samenwerking met EBC zijn wij snel up & running: als er wat is, lossen zij het snel op. Tot slot helpt de sfeer en statuur van ons pand in de credibility; financiële bedrijven zitten in de Amsterdamse binnenstad.'







4. Mobiliteit

De bereikbaarheid blijft een bron van onvrede onder de ondernemers in de binnenstad. Vereniging Amsterdam City is gesprekspartner en draagt op allerlei manieren bij aan oplossingen voor een betere en wellicht andere manier van stadslogistiek. Ook individuele ondernemers doen wat ze kunnen. ‘Niet alleen om de impact te verkleinen, maar ook omdat het anders kan en moet.’



Meer dan de helft (58%) van de respondenten van de ondernemersenquête geeft aan dat de bereikbaarheid van hun onderneming het afgelopen jaar (sterk) is verslechterd. Net als de voorgaande jaren krijgt de bereikbaarheid een onvoldoende (4,9). Slechts 40% geeft hier een voldoende voor. De Amsterdamse automobilist verliest per jaar gemiddeld 97 uur tijdens de spits.

Leveringsbereidheid

De openbare ruimte is schaars, het aantal gebruikers ervan groeit en er moeten keuzes worden gemaakt. Maar passende alternatieven ontbreken vaak en de auto of bestelbus is voor veel mensen op bepaalde momenten nog onmisbaar. Veel onderhoud aan wegen en spoor, zwakke bruggen en kades, milieuzone, emissievrije zones, de file in de binnenstad, het programma *Amsterdam maakt ruimte* met de agenda *Autoluw*, het project *Lichter op de Wallen* (over twee jaar geen vrachtwagens meer in het oude stadshart): het bemoeilijkt de bevoorrading en de toegankelijkheid voor bezoekers, medewerkers en leveranciers. De omstreken ‘knip’ in de Weesperstraat wordt omgebogen naar een ‘knijp’: een stadsstraat waar doorgang, laden en lossen nog mogelijk is.

Het aantal parkeervakken in het centrum is in 2025 (onder voorbehoud) met 185 afgenomen naar 13.206. Met bovendien hoge parkeerkosten en dure leges, willen vaklieden zoals onderhoudsmonteurs en aannemers niet altijd meer in Amsterdam werken. ‘Zorg dat de binnenstad bereikbaar blijft voor auto’s’, zegt een respondent: ‘Er zijn bedrijven die ons niet willen leveren vanwege de

'Onze leveranciers zijn bezig met een elektrisch wagenpark. Verder bestellen wij bij kleinere partijen die lokaal zijn gevestigd, omdat wij het hen gunnen en zo de ondernemers ter plekke ondersteunen'

slechte bereikbaarheid.' Misschien bieden de Park + Switch-locaties aan de rand van de stad een oplossing voor enkele ondernemers: daar kun je auto of bestelbus parkeren, waarna je kunt kiezen uit duurzaam last-mile deelvervoer zoals scooters, Birò's en bakfietsen. Positief is dat de (semi)publieke e-laadpunten fors zijn toegenomen: met 16.101 eind 2025 zijn dit er 1.849 meer dan in 2024 en bijna 6.500 meer dan in 2022.

Openbaar vervoer

Voor bezoekers zijn er meer manieren om naar de binnenstad te komen, zoals het openbaar vervoer. Het GVB noteerde minder reizigersritten in 2025. Er waren in totaal 245 miljoen metro-, tram- en busritten, bijna 11 miljoen minder dan in 2024. Onder de respondenten is er behoefte aan (meer) openbaar vervoer in de nacht en vroege ochtend: om uitgaanspubliek en hun medewerkers veilig thuis en naar hun werk te brengen. Een ondernemer: 'Op zondagen kan het personeel niet op tijd op het werk verschijnen.' Vereniging Amsterdam City is ambassadeur om internationaal vervoer per trein te stimuleren. Zo zijn wij onder andere in gesprek met Eurostar, Global Blue en de Douane om het taxfree-proces voor reizigers vanuit de UK te optimaliseren.

Initiatieven Vereniging Amsterdam City

Doordat de bereikbaarheid van de binnenstad onder druk staat, zijn er kansen voor nieuwe initiatieven. Zoals gebundelde aan- en afvoer over water vanuit hubs aan de rand van de stad. Bundeling zorgt voor minder vervoersbewegingen en op het water is ruimte genoeg. Voor Vereniging Amsterdam City is het essentieel dat de binnenstad bereikbaar is voor de bezoekers, leveranciers, medewer-

kers en vaklieden zoals onderhoudsmonteurs. Wij zijn gesprekspartner, ambtelijk en politiek, en dragen op allerlei manieren bij aan oplossingen voor een betere bereikbaarheid. Zo zijn wij initiatiefnemer van het in juni 2025 gestarte project *Krachten en vrachten gebundeld* op de Rode Loper, in samenwerking met Logistiek020 van de gemeente Amsterdam, City Hub en betrokken ondernemers. Inmiddels hebben deelnemende bedrijven het aantal ritten met 68% gereduceerd, creëren we schonere lucht door minder CO₂-uitstoot en is het rustiger en veiliger rondom de venstertijden. Ook zitten we in de Commissie Bevoorrading Amsterdam: een publiek-private tafel waar georganiseerd bedrijfsleven en gemeente onder andere spreken over renovatie van kades en bruggen, geplande werkzaamheden, verruiming van venstertijden, zero-emissiezones en bevordering van samenwerking in het algemeen. We zijn gesprekspartner voor de Uitvoeringsagenda *Amsterdam maakt Ruimte* en organiseren samen met Renewi en Logistiek020 circulaire rondvaarten om ondernemers, early adaptors, ambtenaren, BIZ-bestuurders en anderen te informeren en inspireren over circulair transport over water.



'We willen het goede voorbeeld geven in elektrische logistiek'

Transport verminderen en elektrificeren, daar werkt Heineken voortdurend aan. Nu de elektrische mini-tankbiertruck voor Heineken gewoon is geworden, kijkt de bierbrouwer naar nieuwe uitdagingen. De elektrische tankbierboot is een goede kanshebber. 'We nemen minder ruimte in, belasten de kades minder en hebben veel tijdswinst.'

Hoe kunnen we overbodig transport elimineren? Heineken stelt zich voortdurend die vraag. Want hoe minder verkeersbewegingen, hoe beter. Al sinds de jaren tachtig bevoorraadt Heineken daarom grote cafés met tankbier, vertelt Carl van der Wielen, manager tankbier. Vanuit tankwagens tot wel 30.000 liter wordt bier via een vulslang naar een biertank in het café gepompt. Heineken wil bovendien in 2030 een volledig emissievrij eigen wagenpark hebben in Nederland.

Koploper

Het transport in de Amsterdamse binnenstad is aan steeds meer regels gebonden: milieuzones, zero-emissie

en lichtere voertuigen op de grachten om kades en bruggen te sparen. Toch moet al het bier geleverd. Heineken ontwikkelde daarom de elektrische mini-tankbiertruck. Carl: 'Bij Heineken zijn we gewend vooruit te kijken en te innoveren. En Amsterdam is onze thuisstad: we willen hier het goede voorbeeld geven. In 2021 zijn we met twee elektrische tankbierwagens gaan pionieren. Inmiddels hebben we er acht, voor Heineken en Amstel.'

Mini-tankbiertrucks: lekker en duurzaam

Het verse bier dat 's nachts wordt gebrouwen, gaat rechtstreeks van de brouwerij in Den Bosch naar CTPark in het westelijk havengebied. Op deze hub wordt het overgepompt naar tankbiertrucks, die meteen de stad in gaan. Carl: 'Soms is het vier uur nadat het is gebrouwen al bij een café. We vervoeren het op een lage temperatuur, zonder temperatuurschommelingen die de smaak kunnen beïnvloeden. Ik vind tankbier daarom zelf het lekkerste bier. Nog een voordeel: omdat we het van tank naar tank overpompen, hebben we

geen verpakking nodig. En dat is de allerbeste verpakking.'

Waarde toevoegen

Inmiddels is de mini-tankbiertruck business as usual. Carl: 'We kijken: waar kunnen we nog waarde toevoegen? We willen het aantal verkeersbewegingen binnen de stad beperken en minder ruimte innemen.' Carl bedacht daarom met twee collega's de elektrische tankbierboot. De gemeente en wethouder waren direct enthousiast over een pilot, vorig jaar mei. In samenwerking met PK Waterbouw, CTPark en de gemeente, voer een tankbierboot van de hub naar de Gelderse kade en vulde daar de mini-tankbiertrucks.

Tankbierboot: mooie aanvulling

De tankbierboot heeft eigenlijk alleen maar voordelen, zegt Carl. 'We nemen minder ruimte in de stad in, belasten de kades minder en hebben veel tijdswinst, want we hoeven minder naar de hub te rijden. We willen de tankbierboot graag voortzetten.' Er zijn nog enkele praktische haken en ogen. Zo kijkt Carl of hij zijn vracht kan combineren met andere bedrijven, en kan aanhaken op afvalafvoer over water. De gesprekken zijn gaande. 'Het is voor ons geen noodzaak', zegt Carl. 'Maar het zou wel leuk zijn: bevoorrading over water is een mooie aanvulling op ons tankbiertransport.'



Initiatieven ondernemers

Ook veel respondenten zoeken naar alternatieven om bereikbaar te blijven. 'Wij zijn hier erg mee bezig,' zegt een van hen. Respondenten noemen verschillende maatregelen: 'Aangesloten bij City Hub', 'Overgestapt naar Oscar Circulair', 'Leveranciers laten samenwerken om lading te bundelen en minder ritten naar vestiging te hebben', 'Per fiets of elektrische wagen laten bezorgen', 'Bestellen bij kleinere lokale partijen'. Het is zoeken naar structurele oplossingen: 'We kijken samen met Vereniging Amsterdam City en een werkgroep naar vervoer over water', zegt een respondent. Een andere heeft bedenkingen bij vervoer over water: 'Het is niet efficiënt en daardoor duurder. De stad is niet gebouwd voor vervoer over water voor bevoorrading.' Een volgende zegt: 'Er zijn nog steeds te veel transporteurs voor verschillende ondernemers. Ook al zou je het gestroomlijnder willen (meer goederen aangeboden door één of twee transporteurs), dan blijft dit bijna

onmogelijk.' En er is teleurstelling: 'We waren hier mee bezig, totdat de gemeente niet thuis gaf bij de aanvraag van een ligplaats.'

Realisme, samenwerking en creativiteit

Amsterdam staat voor complexe mobiliteitsvraagstukken, die vragen om realisme, samenwerking en voortdurende afstemming. Creativiteit en een open houding van alle partijen is essentieel om gezamenlijk tot oplossingen te komen. Een respondent sluit optimistisch af: 'Als je met interessante nieuwe concepten komt, valt er echt nog wel te ondernemen in de stad. Zorg dat je wat betreft bereikbaarheid niet afhankelijk bent van de auto. We hebben een uitstekend en fijnmazig openbaar vervoer, dat mag ook wel eens gezegd worden.'



Gemeente
Amsterdam



**Ontdek
nieuwe kansen
voor jouw
onderneming!**

**Meld je aan voor de maandelijkse
Nieuwsbrief Ondernemen.**



Blijf op de hoogte van nieuwe subsidies, regelingen en inspirerende verhalen van ondernemers in Amsterdam.

Rederij Lovers

Harold Kluit (I) is COO van Enticon
(waar Rederij Lovers toe behoort)

Lucia Tellegen is advocaat bij Wieringa
Advocaten en vaart vaak met klanten en relaties

‘Het gedrag op het water
is hoffelijker geworden’



Wie heeft er niet ooit een rondvaart over de Amsterdamse grachten gemaakt? Rederij Lovers brengt over het water vele bezoekers langs de highlights van Amsterdam. 'Er is meer dan genoeg ruimte op het water.'

'Een rondvaart is de ideale manier om bezoekers kennis te laten maken met Amsterdam, zonder dat er groepen bezoekers over de gracht lopen. En als je beperkt de tijd hebt, is het is ook heel efficiënt.' Harold Kluit, COO van entertainment- en retailbedrijf Enticon, vertelt tijdens een rondvaart over de grachten met glinsterende ogen over Rederij Lovers. De rederij, in de jaren zestig gestart door de familie Lovers, is sinds 2015 onderdeel van Enticon.

Meer dan genoeg ruimte

Drukte op het water? Harold wuift het onmiddellijk weg. 'Er is meer dan genoeg ruimte op het water. Het is belangrijk goed je marifoon uit te luisteren en goed zeemanschap te tonen. Dus de regels kennen en respecteren, en elkaar voorrang verlenen. Ook als je die niet hebt.' De drukte van alle bezoekers in de binnenstad is niet storend, vindt hij, eerder gezellig. 'Onze lokale overheid moet handhaven op onaangepast gedrag. Dáár hebben mensen last van.'

Eigen opleiding

Harold is trots op Rederij Lovers. 'Wij waren de eerste rederij die de hele vloot heeft geëlektrificeerd: een paar maanden voordat het in maart 2025 verplicht werd. Een enorme investering, we zijn er zes jaar mee bezig geweest.' Hij is ook trots op de eigen opleiding voor rondvaartschippers.

Voorheen werden zij opgeleid in een leerwerktraject bij het Nova-College, maar tijdens corona stagneerde het aantal aanmeldingen. Lovers heeft toen een interne opleiding opgestart. Het leerprogramma is gecertificeerd door het CBR. In een volledig arbeidscontract met een volwaardig salaris leidt Rederij Lovers jaarlijks acht tot vijftien rondvaartschippers op. Harold: 'Toenmalig CBR-voorzitter Alexander Pechtold is drie jaar geleden komen kijken hoe succesvol onze opleiding is.'

Goede gastheer

Lovers leidt een nieuw type rondvaartschippers op, zegt Harold. 'Wij vinden drie dingen belangrijk voor onze schippers: je bent ambassadeur voor de stad, je bent een goed gastheer aan boord en je hebt technische kennis van het schip waarmee je vaart.' Het heeft eraan bijgedragen, stelt hij, dat het vaargedrag van rederijen is verbeterd. 'Ik durf te beweren dat het gedrag op het water professioneler en hoffelijker is geworden, gecombineerd met goed zeemanschap. Daar hebben wij mede een goede aanzet toe gegeven.'

Elkaar versterken

Niet alleen op het water, ook in de omgeving van de rederij heeft Harold goede contacten. Als bestuurslid van de BIZ Damrak-Beursplein werkt hij samen met ondernemers in de buurt. 'Daar waar we elkaar kunnen versterken, doen we dat - zeker qua schoon, heel en veilig.' Hij is overtuigd lid van Vereniging Amsterdam City, vertelt hij: 'Een heel actieve ondernemersvereniging met veel lijnen naar andere organisaties, zoals Koninklijke

Horeca Nederland.' En hij werkt goed samen met de gemeente, GVB, NS, ANWB en ondernemers op Stationseiland, want er staat een hoop te gebeuren in de zogenoemde Westkom van Stationseiland, waar Rederij Lovers zit. Harold: 'De fietsflat gaat weg, dit is het laatste stukje binnenstad dat ontwikkeld gaat worden.' Maar eerst geniet hij van de nieuwe open sloepen, die sinds maart 2026 de reguliere rondvaartboten versterken. Hij heeft er net zelf een naar Amsterdam gevaren. Want: 'Varen blijft gewoon heel erg gaaf.'

Lucia Tellegen:

'Leuk om mensen vanaf een rondvaartboot te zien genieten van de stad'

'Een van de eerste dingen die ik deed toen ik vanuit Utrecht in Amsterdam kwam wonen, was een rondvaart met Lovers: om de stad vanaf het water te zien. Met ons kantoor zitten we vlakbij en aan het water, dus als wij met relaties of medewerkers gaan varen, bel ik Harold. Rondvaarten zijn echt een toevoeging aan het toerismebeleid. Het is een mooie manier om een groep bezoekers langs de highlights van de stad te leiden - anders heb je groepen van vijftig man rondlopen. Ook voor gezinnen met kinderen die niet zo ver kunnen lopen, is het een heel mooie manier om de stad te zien. Ik fiets elke dag over de Prinsengracht naar mijn werk. Ik vind het altijd leuk om daar mensen vanaf een rondvaartboot te zien genieten van de stad.'







5. Veiligheid

Veiligheid is een hot issue in de binnenstad. Ondernemers en bezoekers ervaren verbale en fysieke agressie, retail-activisme, winkeldiefstallen, mensen op straat met onbegrepen gedrag, cybercrime en vele demonstraties. Dat vraagt om een sterke publiek-private aanpak. ‘Als Amsterdammer voel ik mij niet onveilig. Als ondernemer is mijn stuk straat regelmatig het toneel van dealers en louche types.’

De veiligheidsindex blijft dalen, met 16 punten sinds 2022. De respondenten geven in de ondernemersenquête de veiligheid in de binnenstad het rapportcijfer 5. Na de 6,3 in 2022 is dit cijfer gestaag gezakt. Twee derde van de respondenten is (zeer) ontevreden over de veiligheid. Meer dan de helft heeft last van ongewenst gedrag van bezoekers (58%), diefstal



Criminaliteit lijkt soms ver weg, maar kan ieder bedrijf raken. Van winkeldiefstal tot valse facturen en van agressieve klanten tot witwaspraktijken. Als Platform Veilig Ondernemen Amsterdam-Amstelland staan wij naast jou als ondernemer.

Je kunt bij ons terecht voor kosteloze veiligheidsadviezen, tips en tricks, trainingen, overvalscans, cyberadviesgesprekken en slimme veiligheidsoplossingen om zo jouw onderneming weerbaar te maken tegen criminaliteit. Want voorbereid is veiliger.

Wees criminaliteit een stap voor. Heb je een veiligheidsvraag? Neem gerust contact met ons op, we staan voor je klaar!



[PVO-AMSTERDAMAMSTELLAND.NL](https://pvo-amsterdamamstelland.nl)



(57%) en vernieling (56%). 'Mijn vrouwelijke collega's durven 's avonds niet over straat', zegt een respondent. 'Er worden steeds vaker personen uit de queer-gemeenschap lastiggevallen op straat', merkt een volgende op. 'Het oude centrum is niet meer veilig: de crack is terug, de daklozen stelen, poepen en zijn agressief, en zakkenrollers en drugsdealers verpesten de sfeer in de nacht,' is een veelgehoorde opsomming, aangevuld met 'Zeer veel verwarde mensen.' 'Mede door de vervroegde sluitingstijd op de Wallen hebben straatdealers de overhand', meldt een respondent.

Demonstraties

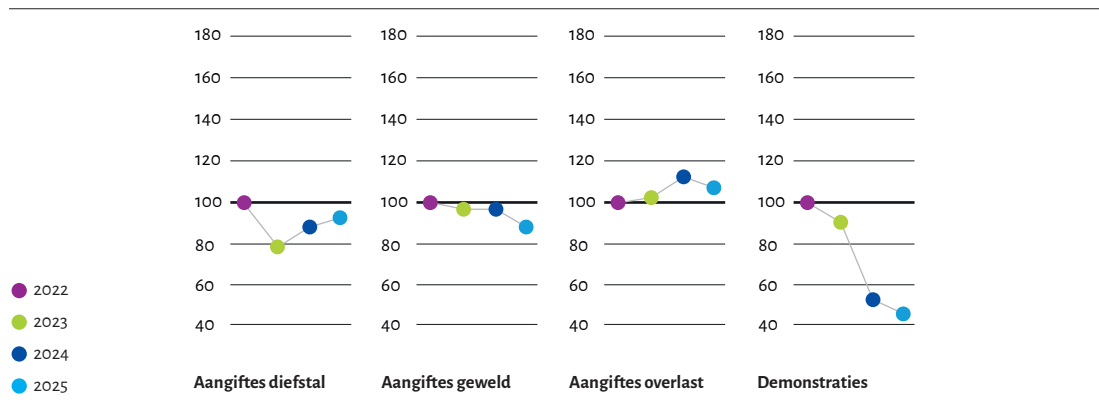
Daarnaast was Amsterdam in 2025 het decor van een recordaantal demonstraties, vaak gevoerd door geopolitieke ontwikkelingen. In totaal waren er 3.203 geregistreerde demonstraties; 10% meer dan in 2024 (2.913) en een verdubbeling ten opzichte van 2023. 'Demonstraties moeten wég uit de binnenstad', zegt een ondernemer. 'Het is echt belachelijk dat we dit op drukke dagen in het centrum toelaten. Wat een visitekaartje.' Traditiegetrouw trekken demonstranten vaak naar de Dam. Ondernemers rond de Dam en CS ervaren dagelijks overlast door het geluid van demonstraties, en doordat winkelroutes worden geblokkeerd en bezoe-

'Er zijn afgelopen jaar meerdere hotelgasten beroofd. Zelfs gasten die op een bankje voor het hotel zaten, zijn beroofd van hun Rolex'

kers de omgeving mijden. Een respondent: 'De binnenstad is minder veilig door de hoeveelheid en frequentie van demonstraties, soms met hoogopgelopen emoties, en waar de politie bovendien wil de-escaleren in plaats van optreden en handhaven.' Eén op de drie respondenten (36%) zegt last te hebben van een onveilig verloop van demonstraties rondom hun bedrijf; aanzienlijk minder dan vorig jaar (48%). Een respondent benoemt de druk die (voorbereidingen op) demonstraties van de schaarse politiecapaciteit vraagt: 'Wij hebben zeer fijn contact met onze wijkagent en ze doen ontzettend goed werk, maar ik zou graag zien dat er proactieve en zichtbare handhaving is in bepaalde gebieden en op momenten waar de behoefte ook groot is.' Positief is dat het aantal demonstraties op de Dam afneemt. In 2025 waren dit er 1.288 (versus 1.528 in 2024): bijna 16% minder. Daar heeft iedereen zich voor ingezet, en het werpt vruchten af.



Veiligheid - Indexcijfer 84



Aangiftebereidheid

Cybercrime en ondermijning hebben meer de aandacht van onze respondenten: uit de ondernemersenquête blijkt dat de aangiftebereidheid stijgt als zij dit meemaken (van 19% voor cybercrime en 16% voor ondermijning in 2024 naar beide 33% in 2025). Uit cijfers van de politie blijkt dat in CentrumXL het aantal aangiftes van diefstal is afgenomen tot 15.200 (in 2024 waren dit er 16.000). Het aantal aangiftes van geweld (inclusief straatroof) is toegenomen naar 2.400: 200 meer dan in 2024. Van overlast is er 7.350 keer aangifte gedaan: 350 meer dan in 2024.

De wijkagenten zijn goed bereikbaar, zeggen respondenten in de ondernemersenquête. Wel zien veel van hen 'te weinig politie zichtbaar op straat'. Een respondent: 'Niet aangesproken worden op wangedrag trekt anderen aan om ook wangedrag te vertonen. Als er geen gezag zichtbaar is, escaleert dit.' De top-5 waar onze respondenten graag actieve handhaving op willen zien: overlast door criminaliteit (81%), ongewenst gedrag van bezoekers aan de

binnenstad (72%), zwervers/bedelaars (54%), ondermijning (51%) en een veilig verloop van demonstraties (39%).

Werken aan veiligheid

Alle betrokkenen doen wat ze kunnen om de veiligheid in de binnenstad te verbeteren. Zo houdt de politie in de binnenstad de zogenaamde Team Bert-acties, gericht op de grootste overlastplegers (vooral straatdealers, zakkenrollers en straatrovers). Dit leverde in 2025 in 28 actienachten 807 rechtszaken op, 508 aan- en staande-houdingen, 549 gebiedsverboden en ruim €18.000 aan in beslaggenomen geld van straatdealers.



MAAT beveiliging

De menselijke maat
in omgevingsbewuste beveiliging

We hebben weinig last van kleine criminaliteit zoals winkeldiefstal. Wel maken we ons zorgen over ondermijning, cybercrime en het aantal psychisch gestoorde mensen in de binnenstad'

Vereniging Amsterdam City zet zich samen met onder andere KHN en de nachtburgemeester in om de veiligheid in de nacht en het uitgaansleven te verbeteren. Ook hebben we in samenwerking met Platform Veilig Ondernemen en BIZ'en een Retail Meet georganiseerd. Hier spraken we met zo'n zestig retail-verantwoordelijken uit de binnenstad en betrokken stakeholders over de ontwikkelingen rondom diefstal, verbale en fysieke agressie, retail-activisme, cybercrime, de gevolgen van demonstraties, het toenemend aantal bedelaars en mensen met onbegrepen gedrag, rondtrekkende bendes en de aangiftebereidheid. Samen met de BIZ'en en stadsdeel Centrum hebben wij richtlijnen opgesteld voor feestverlichting. Veiligheid was daarbij een onderbouwde motivatie om op bepaalde uitgaanspleinen en doorgaande fietsroutes de brandtijden te verruimen.

Veel maatregelen

De gemeente Amsterdam heeft in 2025 de aanpak van straatdealers uitgebreid met aangescherpte maatregelen, versterking van de wijkagenten in uniform door politieagenten in burger, straatcoaches, extra veldwerkers, meer cameratoezicht, extra verlichting en campagnes. Positief, al deze extra acties. Sommige respondenten hebben wel moeite met de vervroegde sluitingstijden voor de horeca. 'Funest voor de veiligheid in de buurt. Geef sluitingstijden weer terug: dan is het in die uren veiliger, en daarna is het te laat voor de zakkenrollers.' Burgemeester Halsema wil de leefbaarheid in de binnenstad vergroten. Zij onderzoekt onder meer of het ingezetene-criterium draagvlak heeft. Net als vorig jaar is de helft van onze respondenten tegen. 'Dan zouden er nog meer straatdealers komen en gaan middelbare scholieren deze dealerfunctie ontdekken', zegt een respondent. Een kwart is voor het i-criterium en 10% is voorstander in bepaalde toeristische gebieden. Een respondent: 'Als dit wordt ingevoerd, kan dat alleen slagen als ook het gedoogbeleid blowen op straat wordt afgeschaft. Men komt echt wel aan wiet en stuff, ook al ben je geen ingezetene.' In het Wallengebied opent eind 2026 het wijkhandhavingspunt, dat moet bijdragen aan meer

veiligheid en een betere samenwerking tussen handhavende partijen in het gebied. Ook veel BIZ'en zetten zich in voor extra veiligheid. Zo zijn er in meerdere uitgaansgebieden hosts aanwezig die op drukke avonden toezicht houden. Gemeente Amsterdam en het stadsdeel omarmen initiatieven en financieren mee.

Samen moeten we het doen

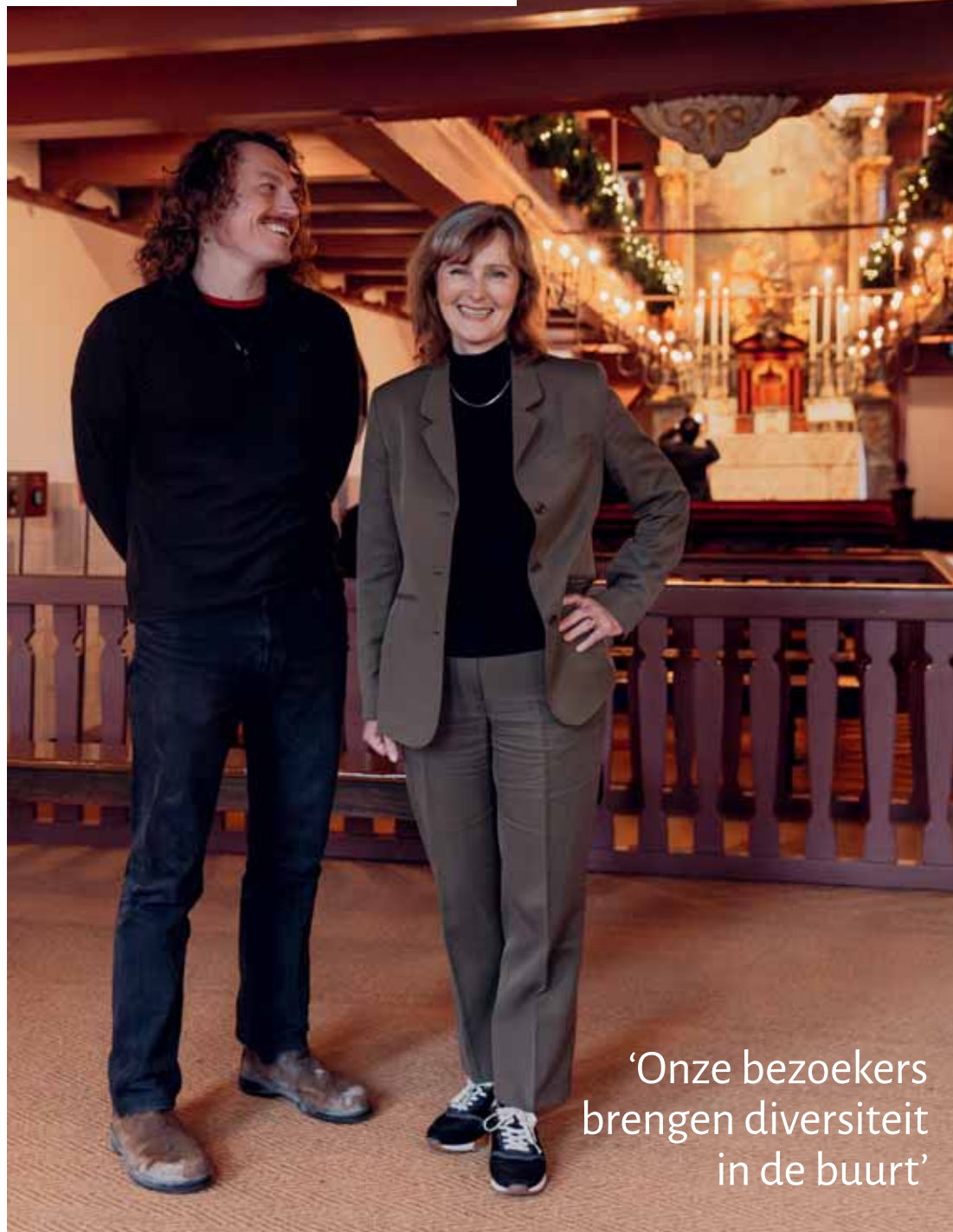
De uitdagingen op het gebied van veiligheid zijn complex en iedereen is het erover eens dat verbeteringen nodig zijn. Maar er is ook realisme: 'Vrijwel iedereen ervaart overlast', zegt een respondent, 'maar Amsterdam blijft een grote stad met criminaliteit en dat zal het blijven.' Een andere respondent voegt een positieve noot toe: 'Er gaan gelukkig ook een heleboel dingen goed.' Amsterdammers hebben ook een rol in het geheel, zegt een ondernemer: 'Geef het goede voorbeeld, durf elkaar te corrigeren. We hebben meer community-gevoel nodig in plaats van dat individualistische. Samen moeten we het doen!'



Museum Ons' Lieve Heer op Solder

Birgit Büchner (r) is directeur van Museum Ons' Lieve Heer op Solder

Bonne van Reijn is eigenaar van Bonne Suits en organisator van de Warmoes Biënnale



‘Onze bezoekers
brengen diversiteit
in de buurt’



Museum Ons' Lieve Heer op Solder is een historisch pareltje middenin het Wallengebied. Steeds koppelt het museum het verleden aan de hedendaagse actualiteit. De deur naar de buurt staat altijd open: 'Dit is een levendige buurt, waar we ons met veel optimisme toe verhouden.'

Hartje Wallen, tussen de sekswerkers, koffieshops en souvenirwinkels, zit Museum Ons' Lieve Heer op Solder. 'Het enige stukje Europees erfgoed in Amsterdam', zegt directeur Birgit Büchner trots. 'Het is voor mensen echt een verrassing om ons hier te vinden.'

Schuilkerk op zolder

Het museum is een goed bewaard gebleven grachtenhuis uit 1662. De woonvertrekken zijn ingericht zoals koopman Jan Hartman en zijn gezin ze in de 17e eeuw bewoonde, en via eeuwenoude trappen kom je uit in een kerk op zolder. Een verscholen katholieke kerk, uit de tijd dat de protestanten aan de macht waren en openbare uitoefening van het katholieke geloof hadden verboden. Birgit: 'Religieuze diversiteit is van alle tijden en ook nu actueel. Wij koppelen hier steeds de historie aan het heden: in exposities, activiteiten, schoolprogramma's. Hoe verhouden we ons tot elkaar, en hoe houden we elkaar heel?'

Culturele onderneming

Onlangs de grote waarde van het museum, staat het permanent onder druk van tijdelijke subsidies en talloze regeltjes. Birgit: 'Een museum is een culturele onderneming zonder winst oogmerk. Dat is heel leuk, én hard werken. Want je hebt met dezelfde regels te maken als alle andere ondernemingen. We mogen in ons

café geen alcohol schenken, en voor die paar kopjes koffie mogen we absoluut geen terrasje maken. Wij zijn voor zeventig procent verantwoordelijk voor onze eigen inkomsten; wij moeten het van dat soort omzet hebben voor onze activiteiten en schoolprogramma's. Bovendien: zo'n monument als dit wil je behouden, ook voor onze kinderen en kleinkinderen.'

Opvallen door verlichting of bestrating

Ruim honderdduizend bezoekers komen jaarlijks naar deze plek, zegt Birgit. 'Een gemêleerd publiek: bezoekers die de stad graag ontvangt. Zij brengen bovendien diversiteit in de buurt.' Ze zou het museum meer als speciale plek willen laten opvallen. 'Bijvoorbeeld met verlichting of andere bestrating. Maar allemaal regeltjes maken dat onmogelijk.' De gemeente doet wat ze kan en staat open voor initiatieven, merkt ze. Maar een soepeler benadering van de regels zou voor culturele ondernemers welkom zijn. 'We hebben een heel goede band en ik weet dat de bereidheid er is, maar het wordt nog niet opgepakt.'

Levendige buurt

Museum Ons' Lieve Heer op Solder biedt nadrukkelijk ruimte aan zijn omgeving. 'Wij vinden het heel belangrijk dat onze deur openstaat voor lokale kunstenaars, scholen, de buurt. Dit is een levendige buurt, waar we ons met veel optimisme en soms vrolijkheid toe verhouden - maar altijd positief en constructief.' Ze wijst in het moderne deel van het museum op een kleurrijk schilderij van een divers gezelschap: 'Onze buurthelden. We kopen ook alles in de buurt: bloemen, hapjes, bier van brouwerij De Prael, we eten bij de burens. We willen tegendruk geven tegen de monocultuur in de omgeving, en tegen

vervuiling: ons team staat elke dag de steeg te vegen.'

Liefdevol tegengeluid

Met dezelfde positieve houding zit Museum Ons' Lieve Heer op Solder in de BIZ Burgwallen. 'We voelen ons verbonden als onderneming, en tegelijkertijd een beetje een vreemde eend in de bijt. Daar worden we ook om gewaardeerd: wij geven tegengeluid.' De BIZ is een waardevolle club om met elkaar in contact te zijn en problemen aan te kaarten als die spelen, vindt Birgit. Zo bouwt ze niet alleen bruggen tussen historie en heden, maar ook tussen cultuur en de diversiteit in de buurt. 'Onbekend maakt onbemind. Als je elkaar kent, hou je ook meer van elkaar.'

Bonne van Reijn:

'Ik wil dat Amsterdammers zien hoe leuk en dynamisch het hier is'

'Ik kom al m'n hele leven in Ons' Lieve Heer op Solder. Met school, als buurtbewoner. En met mijn project de Warmoesbiënnale ga ik hier met kunstenaar Buhlebezwe Siwani een paviljoen vormgeven. Dit is cultuur met een grote C, ze hebben hier veel enthousiasme om iets moois vorm te geven. De buurt staat onder druk door de monocultuur van voornamelijk verkopers van suiker en meel. Ik ben namens de gemeente aan het onderzoeken hoe de overheid culturele en kleine ondernemers met een maatschappelijke rol meer kan steunen. Zodat Amsterdammers met meer nieuwsgierigheid en empathie naar de binnenstad kijken en zien hoe leuk en dynamisch het hier is.'



Verantwoording

ECONOMIE

Omzet detailhandel Gemiddelde omzetontwikkeling bij alle in CentrumXL gevestigde retailbedrijven. Bron: CBS, in opdracht van Vereniging Amsterdam City

Omzet horeca Gemiddelde omzetontwikkeling bij alle in CentrumXL gevestigde horecabedrijven, m.u.v. hotels. Bron: CBS, in opdracht van Vereniging Amsterdam City

Omzet Hotels in 3-, 4- en 5-sterrensegment Gemiddelde omzet per beschikbare kamer per nacht (RevPar) bij ca. 275 hotels uit 3-, 4-, en 5-sterrensegment in Amsterdam XL. Bron: KHN Amsterdam

Bezetting hotels in 0-, 1- en 2-sterrensegment Bezettingspercentage hotels 0-, 1- en 2-sterrensegment in Amsterdam (65 hotels). Bron: KHN Amsterdam

Geregistreerde overnachtingen Absoluut aantal geregistreerde overnachtingen in hotels, motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en Bed & Breakfasts met ten minste vijf slaapplekken in gemeente Amsterdam. Bron: CBS

Bruto regionaal product De totale geldwaarde van alle goederen en diensten die door Metropool Regio Amsterdam in een jaar worden geproduceerd. 2025 is een prognose op basis van CPB (macro-economisch) van februari 2025 en ING-voorspellingen (sectoraal) van februari 2025. Bron: Economische Verkenningen Regio Amsterdam (EVMRA)

Bedrijfsvertrouwen onderzoek Een weerspiegeling van de mate van optimisme in het Nederlandse bedrijfsleven. Indicatoren die zijn meegenomen zijn onder meer de toekomst van het bedrijf, ontwikkelingen in productie, orders en voorraden in de maakindustrie. Bron: OECD

Concurrentiekracht De plaats die Nederland inneemt in de World Competitiveness Ranking ten opzichte van andere EU-lidstaten. Bron: IMD (imd.org)

Werkloosheid De werkloze beroepsbevolking in Amsterdam als percentage van de (werkzame en werkloze) beroepsbevolking. De index werkt omgekeerd: hoe hoger het percentage, hoe lager de index. Bron: OIS, gemeente Amsterdam

Faillissementen bedrijven en instellingen Het aantal uitgesproken faillissementen van bedrijven, instellingen en eenmanszaken in regio Groot-Amsterdam. November en december 2025 zijn schattingen. De index werkt omgekeerd: hoe hoger het percentage, hoe lager de index. Bron: CBS

Passagiers Schiphol Het gemiddeld aantal passagiers dat via Schiphol reist per maand ieder jaar. Bron: CBS

Omzet taxfree shopping Gemiddelde omzetontwikkeling taxfree shopping in Amsterdam Centrum. Bron: Global Blue

ONDERNEMERSKLIMAAT

Zakelijk klimaat (GPCI) De plek van Amsterdam op de Global Power Cities Index (GPCI). De GPCI vergelijkt de competitie tussen alle steden ter wereld op zes functies: economie, research and development, culturele interactie, leefbaarheid, milieu en bereikbaarheid. Bron: Institute for Urban Strategies

Ondernemersvertrouwen Stemningsindicator voor het bedrijfsleven, die de richting aangeeft waarin het BBP zich naar verwachting zal ontwikkelen. Het gaat om het totaal (exclusief financieel of nutsbedrijven). Gebied provincie Noord-Holland. Bron: CBS

Consumentenvertrouwen Saldo positieve en negatieve verwachtingen van Nederlandse consumenten over economische ontwikkelingen en financiële situatie in de komende 12 maanden. Bron: CBS

Koopkracht CPB raamt de koopkrachtverandering: hoeveel kunnen huishoudens volgend jaar meer of minder kopen dan dit jaar? Bron: Macro Economische Verkenning 2026 van het CPB

Koopbereidheid De koopbereidheid is een indicator die informatie geeft over de opvattingen van consumenten ten aanzien van hun eigen financiële situatie. Bron: CBS

Producentenvertrouwen Het producentenvertrouwen geeft de stemming aan onder de ondernemers in de Nederlandse industrie. Bron: CBS

Bijstandsuitkeringen Het aantal personen met een bijstandsuitkering in Amsterdam (totaal van aantal personen tot de AOW-leeftijd en personen vanaf de AOW-leeftijd). De index werkt omgekeerd: hoe hoger het aantal uitkeringen, hoe lager de index. Rolling window t/m augustus 2025. Bron: CBS

Inwoneraantal Personen die op 1 januari 2025 zijn opgenomen in het bevolkingsregister van de gemeente Amsterdam (inclusief briefadreshoudenden) en woonachtig zijn in stadsdeel Centrum. Bron: OIS, gemeente Amsterdam

Bezoekers musea, attracties & theaters Aantal bezoekers aan musea, attracties en theaters in het Centrum van Amsterdam. Het totaal aantal bezoekers is gedeeld door het gemiddelde hoeveelheid invoerders per kwartaal. Index is berekend op basis van Q1, Q2 en Q3. Bron: amsterdam&partners

GVB Het aantal reizigersritten in tram, metro en bus (excl. veren). Bron: GVB

Aantal passagiers zee- en riviercruises Totaal aantal passagiers zee- en riviercruises per jaar (transit- en turnaround-passagiers) Cruise Port Amsterdam. Bron: Cruise Port Amsterdam



Indicatoren, definities en bronnen

Huurprijzen winkels De gemiddelde huurprijs in het centrum. Bron: Cushman & Wakefield

Ingevulde verkooppunten en vloeroppervlaktes Gemiddelde van het aantal verkooppunten én vloeroppervlakte in m2 in de branches Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis, Detailhandel overig, Transport & Brandstoffen, Horeca en Diensten in CentrumXL (Wijken: AA, AB, AC, AD, AE, AF, AG, AH, AJ, AK, EV, KD, KE, KF, KG). Bron: Locatus en gemeente Amsterdam

Leegstand Gemiddelde leegstand in aantal verkooppunten én vloeroppervlakte in m2 in de branches Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis, Detailhandel overig, Transport & Brandstoffen, Cultuur & Ontspanning, Horeca en Diensten in CentrumXL (wijken AA, AB, AC, AD, AE, AF, AG, AH, AJ, AK, EV, KD, KE, KF, KG). De index werkt omgekeerd: hoe meer leegstand, hoe lager de index. Bron: Locatus en gemeente Amsterdam

Aantal bedrijven segment zzp Het totaal aantal bedrijven segment zzp (parttime of fulltime) in de gemeente Amsterdam zoals ingeschreven in het handelsregister van de KvK. Bron: Kamer van Koophandel

Aantal bedrijven segment Overig Het totaal aantal bedrijven segment Overig in de gemeente Amsterdam zoals ingeschreven in het handelsregister van de KvK. Bron: Kamer van Koophandel

Aantal BIZ'en Aantal BIZ'en in Amsterdam, stadsdeel Centrum. Bron: gemeente Amsterdam

Parkeerplaatsen Aantal parkeerplaatsen in deelgebied centrum voor auto's in de openbare ruimte. Deze cijfers zijn exclusief plekken in parkeergarages en privéterreinen. De cijfers over 2025 zijn onder voorbehoud i.v.m. wisselende tijdelijke situaties. Bron: O&S, gemeente Amsterdam ('22 t/m '23), 2025 telling data.amsterdam

(Semi)publieke e-laadpunten Combinatie van (semi)publieke reguliere en snellaadpunten voor elektrische auto's in Amsterdam. Bron: Klimaatmonitor Rijkswaterstaat

Reistijd auto Ranking van Amsterdam volgens de Traffic Index van Nederlandse steden. Ranking is gebaseerd op reistijd en filevorming. Bron: TomTom

KWALITEIT OPENBARE RUIMTE

Luchtkwaliteit Jaargemiddelden van de 24-uur gemiddelden voor fijnstof (PM10), roetdeeltjes en stikstofdioxide (NO2) in de buitenlucht op de meetstations Vondelpark en Stadhouderskade. De index werkt omgekeerd: hoe lager de gemeten waarden, hoe hoger de index. Bron: GGD Amsterdam

Oppervlakte groen Aantal hectare levend groen in de publieke ruimte (inclusief agrarisch en natuurlijk groen) in stadsdeel Centrum. De minimale oppervlakte van meegeteld groen is 1 m2. Bomen in een stenige omgeving hebben op straatniveau een te kleine oppervlakte en zijn niet meegenomen in de cijfers. Bron: gemeente Amsterdam

SIA-meldingen (afval) Aantal gedane meldingen in stadsdeel Centrum per onderwerp. Geselecteerd a.d.h.v. mogelijkheden Signalen Informatievoorziening Amsterdam (SIA). Hoofdrubriek Afval. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal meldingen, hoe hoger de index. Bron: gemeente Amsterdam

SIA-meldingen (schoon) Aantal gedane meldingen in stadsdeel Centrum per onderwerp. Geselecteerd a.d.h.v. mogelijkheden Signalen Informatievoorziening Amsterdam (SIA). Hoofdrubriek Schoon. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal meldingen, hoe hoger de index. Bron: gemeente Amsterdam

Zwerfvuil grof Het aandeel plekken waar op basis van tellingen minstens de score B is gegeven voor de aanwezigheid van grof zwerfvuil. Het gebied is stadsdeel Centrum. Bron: OIS, gemeente Amsterdam

Meldingen ongedierte Alle meldingen (in SIC) van overlast van dieren in het stadsdeel Centrum. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal meldingen, hoe hoger de index. Bron: GGD Amsterdam

VEILIGHEID

Aangiftes diefstal Het aantal kennisnames van diefstal (in CentrumXL) uit en van voertuigen, vaartuigen, winkels en bedrijven, plus zakkenrollerij, voor ieder jaar van 01 oktober t/m 30 september het jaar erop. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal kennisnames, hoe hoger de index. Bron: Politie Eenheid Amsterdam

Aangiftes geweld Het aantal kennisnames (in CentrumXL) van geweld, uitgezonderd huiselijk geweld, voor ieder jaar van 01 oktober t/m 30 september het jaar erop. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal kennisnames, hoe hoger de index. Bron: Politie Eenheid Amsterdam

Aangiftes overlast Het aantal kennisnames (in CentrumXL) van overlast op straat, voor ieder jaar van 01 oktober t/m 30 september het jaar erop. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal kennisnames, hoe hoger de index. Bron: Politie Eenheid Amsterdam

Demonstraties Totaal aantal aangemelde demonstraties in Amsterdam, waaronder op de Dam. De index werkt omgekeerd: hoe lager het aantal kennisnames, hoe hoger de index. Bron: gemeente Amsterdam





Het team van Pancakes Amsterdam, winnaar Ondernemers Inspiratie Award 2026.

De Amsterdam City Index is een initiatief en uitgave van Vereniging Amsterdam City. 18e editie van de Amsterdam City Index, maart 2026.

Colofon

Vereniging Amsterdam City - opdrachtgever
Jan Stoeltje - projectmanagement / hoofdredactie
Berber Paarlberg - tekst
Laura Ponchel - fotografie
Berre Neeter - data-analyse
colorscan bv - ontwerp / art-direction & vormgeving
Jeannette Hensing - vormgeving / projectmanager
Drukkerij Wilco - drukwerk

AMSTERDAM CITY
De stem van betrokken ondernemers

Partners

FEBO

renewi
waste no more

Heineken

KROONENBERG GROEP
REAL ESTATE INVESTMENT DEVELOPMENT

Sponsors

MAAT beveiliging



Avontuur
Glaciere

Amsterdam Conference Centre
BEURS VAN BERLAGE

Gemeente Amsterdam

NH Provincie Noord-Holland