



AMSTERDAM MUSEUM



# BUURTWINKELS

25.03.11 – 21.08.11

Amsterdam  
Museum  
Kalverstraat 92

—

Bezoek Buurtwinkels  
ook op de twee  
andere locaties:

—

Javastraat 111  
Oost

—

Van der Pekstraat 2  
Noord



# inhoud

voorwoord **5**

1 zichtbaar en tastbaar **6**

expert aan het woord **9**

2 presenteren en verzamelen **10**

expert aan het woord **13**

3 duurzaam samenwerken **14**

expert aan het woord **17**

4 cultuurparticipatie **18**

expert aan het woord **21**

5 dilemma's **24**

6 aanbevelingen **30**

resultaten **34**

plattegrond Amsterdam **38**

Deze publicatie van het Amsterdam Museum is mogelijk gemaakt door het Mondriaan Fonds.

**projectcoördinatie  
en beeldresearch**

Annemarie Proost  
buromaria.nl

**teksten**

Machteld Maris  
denieuwecollectie.nl

**ontwerp en opmaak**

Parkers, Rick Verhoog  
studioparkers.nl

**foto's**

Amsterdam Museum.

**fotografen**

Monique Vermeulen (pag. 5, 15, 26 en 27)

René Gerritsen (pag. 34)

Caro Bonink (pag. 16, 20, 31)

Richard Lotte (pag. 11, 22, 28, 37)

**campagnebeeld**

matte.nl

Voor meer informatie over het project  
[buurtwinkels.amsterdammuseum.nl](http://buurtwinkels.amsterdammuseum.nl)

# colofon



BUURTWINKELS

BUURTWINK  
25.01.17 - 21.06.17

Stagiaires aan het werk in buurtlocatie Van der Pekstraat

# voor woord

Het Amsterdam Museum is een stadsmuseum dat interessant en herkenbaar wil zijn voor alle bewoners van de metropool Amsterdam. Niet alleen de collectie van het museum is ons werkmateriaal, ook de stad zelf is onze bron. Met het project Buurtwinkels zijn we als museum buiten onze eigen muren getreden. Want waar beter dan op de plek zelf, kun je samen met Amsterdammers het verhaal vertellen over buurtwinkels, een alledaags onderwerp uit de sociale en economische geschiedenis. We konden ons op deze manier richten op nieuwe doelgroepen, de ondernemers van toen en nu en hun brede kring klanten. In september 2009 is de website [buurtwinkels.amsterdammuseum.nl](http://buurtwinkels.amsterdammuseum.nl) gelanceerd. Het werd de basis van het Buurtwinkelproject. Op de site verzamelden medewerkers van het museum, vrijwilligers en virtuele passanten achtergrondverhalen, foto's en anekdotes. In maart 2011 werden een oude matrassenwinkel in de Van der Pekstraat (Amsterdam-Noord) en een deel van een Turks koffiehuis in de Javastraat (Amsterdam-Oost) ingericht als dependance, met steun van woningbouwvereniging Ymere. Daar was een

kleine geschiedenis van de wijk te zien, met de buurtwinkels als middelpunt. En er was de tentoonstelling in het museum zelf, waar buurtwinkels als spiegel van de stad, plint van de buurt, sociale ontmoetingsplaats en belangrijke schakel in de stedelijke economie in kaart werden gebracht.

We hebben keihard gewerkt, plezier gehad, geïmproviseerd, successen behaald en ons verwonderd. Maar we hebben ook ons hoofd gestoten in dit ambitieuze participatieproject. Verwachtingen pakten soms volledig anders uit. In de eerste vier hoofdstukken van deze publicatie kunt u lezen over de vier belangrijkste doelstellingen van het project. In de laatste twee hebben wij enkele dilemma's en aanbevelingen voor u op een rijtje gezet.

We hebben veel geleerd, juist ook van de fouten. Dit boekje is dan ook meer dan een overzicht van de successen. Het is een transparant verslag van een leerzaam project, met enkele belangrijke inzichten die we graag met u delen.

Annemarie van Eekeren  
projectleider

# 5

# 1 zichtbaar

Het project Buurtwinkels draagt bij aan de zichtbaarheid en tastbaarheid van het Amsterdam van toen en biedt inzichten in het Amsterdam van nu.

Al snel werd duidelijk dat een deel van het Buurtwinkelsproject zich in panden in winkelstraten zou moeten afspelen. Hier konden we met de winkeliers, klanten en voorbijgangers de verhalen over winkels en de buurt verzamelen en tonen. De gedachte was even voor de hand liggend als innovatief. Want hoewel we als museum verschillende projecten buiten de eigen muren hebben gedaan, hadden we nog nooit op locatie een presentatie ingericht én bemand. Met hulp van woningbouwvereniging Ymere vonden we twee locaties: een oude matrassenwinkel in Amsterdam-Noord en (een deel van) een Turks koffiehuis in Amsterdam-Oost.

Naast het inrichten van deze buurtlocaties wilden we een herkenbaar product ontwikkelen dat breed verspreid kon worden op plekken waar mensen (voorbij) kwamen. Door een mooi portret te laten maken van een buurtwinkelier en dit in de etalages van de winkel op te hangen, zouden we zowel de ondernemer als de winkel positieve aandacht kunnen geven.

Door het verhaal van de winkelier te vertellen, probeerden we klanten op een andere manier naar hun buurtwinkel te laten kijken.

Fotografen van de Nederlandse Amateur Fotografen Vereniging Amsterdam maakten 130 portretten die bij winkels door de hele stad zijn verspreid met de bedoeling dat ze daar langere tijd te zien zouden zijn. Met name rond de Javastraat en de Van der Pekstraat waren concentraties van deze portretten te vinden. Op sommige plekken in de stad hangen de portretten nog steeds. Zo hing er in januari 2012 op het Zonplein in Amsterdam-Noord nog in bijna elke etalage een portret.

## 't Is ietsje meer, mag dat?

Onze museale partners in het project, het Theo Thijssen Museum en het Van Eesterenmuseum, hebben een belangrijke rol gespeeld in het zichtbaar maken van de Amsterdamse buurtwinkelgeschiedenis.

Marja Heimering was actief als vrijwilliger in het Buurtwinkelproject. In 2004 maakte zij uit eigen beweging een fotoserie van de Nieuwe Leliestraat, vroeger ook wel de Kalverstraat van de Jordaan genoemd. Deze straat was precies vijftig jaar daarvoor (in 1954) ook al door het Stadsarchief gefotografeerd. Het Stadsarchief wijdde een digitale tentoonstelling aan beide fotoseries. Het Theo Thijssen Museum toonde vervolgens naast historische beelden en objecten de nieuwe serie

# 6

# aren

foto's in de tentoonstelling. In de etalages van voormalige winkels in de directe omgeving waren teksten, foto's en reclamemateriaal te zien.

Reinout Klaarenbeek schreef in 2010 een afstudeerscriptie over de ontwikkeling van buurtwinkels in Slotermeer. Deze vormde de basis voor de gelijknamige tentoonstelling 'Buurtwinkels in Slotermeer' in het Van Eesterenmuseum. Ook hier is zowel binnen als buiten het museum aandacht gegeven aan buurtwinkels. Zo werden er wekelijks rondleidingen georganiseerd en waren in etalages in de omgeving van het museum portretten te zien van winkeliers.

Er was buiten het museum meer te doen rond het fenomeen buurtwinkels. Om twee voorbeelden te noemen, Galerie Weesperzijde organiseerde in maart en april 2011 een tentoonstelling. In etalages en ramen van voormalige winkel- en bedrijfspanden legden kunstenaars een link tussen de verdwenen middenstand en de nieuwe bedrijvigheid. En tijdens de Dag van de Amsterdamse Geschiedenis (26 juni 2011) wandelde de conservator van het Amsterdam Museum samen met Jort Kelder langs verdwenen buurtwinkels in de PC Hoofdstraat.

In beide buurtlocaties is er veel aandacht besteed aan de programmering

## Wat een foto al niet kan losmaken...



Toen ik aankwam bij broodjeszaak Loekie op de Utrechtsestraat, zaten mijn modellen er al: de eigenaar en zijn vader, een man van respectabele leeftijd. Er kwam ook een oude kennis binnen. Om ze een idee te geven van mijn plan, liet ik hen het boekje *Buurtwinkels* van Eddy Posthuma de

Boer zien: 'Zo was het vroeger en nu gaan we weer zo'n serie maken voor ons nageslacht.' De heren begonnen onmiddellijk te vertellen. 'Weet je nog van die...? O ja...! Oh, wat leuk, moet je zien...!' Hun enthousiasme straalt van de foto af. **Marline van Driel, fotografe Nafva**

van evenementen, bijeenkomsten en educatieve programma's. Zo interviewden leerlingen van het ROC ondernemers, in het kader van hun mbo-opleiding Detailhandel. Daarnaast hebben vmbo-leerlingen van het Montessori College Oost en het Bredero College in Amsterdam-Noord een maatschappelijke stage gelopen in de buurtlocaties. Zij interviewden ouderen uit de buurt over hun ervaringen met buurtwinkels vroeger en nu.

Het programmeren op locatie bleek lastiger dan aanvankelijk gedacht. Activiteiten zoals rondleidingen door de buurt of bijeenkomsten trokken met name in Noord weinig mensen. Na twee maanden besloten we een persoon uit Noord, ook actief voor andere culturele organisaties in de buurt, te vragen om de programmering te ontwikkelen en uit te voeren. Dit bleek een gouden greep. De evene-

## Eén pak koffie graag...

Niet voor iedereen was duidelijk dat je in onze buurtwinkel geen boodschappen kon doen. Op een dag kwam er een Turkse man onze buurtlocatie in de Van der Pekstraat binnen. Hij sprak mijn collega aan en zei: 'Ik heb koffie nodig.' Zij stond hem vriendelijk te woord en vertelde over het Buurtwinkelproject. De man keek haar niet begrijpend aan en herhaalde: 'Ik heb koffie nodig, dit is toch een buurtwinkel?' De museummedewerkster moest hem nee verkopen. Onze bezoeker liep hoofdschuddend de winkel uit.

**Annemarie van Eekeren, projectleider**

menten werden steeds beter bezocht en de locatie Noord werd een ontmoetingsplek voor mensen uit de buurt en uit andere delen van de stad.

## Museummedewerkers trekken erop uit...

Een belangrijk middel om zichtbaarheid te bewerkstelligen was uiteraard promotiemateriaal. Naast het programmaboekje, posters, kaarten en dergelijke werden er speciale buurtwinkeltasjes bedrukt. En er werd gebruik gemaakt van nieuwe (sociale) media. Naast de inzet van Facebook en Twitter is op basis van de projectwebsite een buurtwinkelapplicatie ontwikkeld, waarbij de verhalen over buurtwinkels op locatie gelezen konden worden.

Op aanraden van winkeliers, ondernemers en straatmanagers kozen we ervoor om de flyers en de posters niet rond te sturen, maar persoonlijk af te leveren. Deze manier van werken lag op het snijvlak van marketing en educatie. Dit leverde soms verwarring op rond onze taakopvatting: was het nu outreach met posters of toch gewoon marketing en promotie? Het was voor ons in ieder geval een leerzame manier om grenzen te verleggen op deze gebieden.

Door de zichtbaarheid van het project in de stad, met name dankzij de fotoportretten en de serie in Het Parool, is de positieve belangstelling voor kleinschalige winkels en hun economische en sociale rol in de buurt gegroeid.





# expert

# aan het

**Paul Knevel**

Universiteit van Amsterdam

Het Buurtwinkelproject kan goed worden bekeken vanuit het perspectief van publieksgeschiedenis, in mijn definitie het bevorderen van een levendige historische cultuur. Het project is duidelijk een poging van de professionals van het Amsterdam Museum om in discussie te gaan met het publiek. Publieksparticipatie en de betekenisgeving van geschiedenis zijn dan de sleutelbegrippen. Met dit project is het Amsterdam Museum erin

geslaagd om geschiedenis zichtbaar te maken buiten de muren van het museum. Maar het stimuleren van publieksparticipatie vraagt om meer dan naar buiten treden alleen, het vereist een intensieve samenwerking tussen professionals en andere spelers. Als je publieksparticipatie nastreeft, moeten professionals zich laten verrassen door het publiek en het publiek moet worden uitgedaagd en betrokken bij het resultaat. Ik vraag me af of dit is gelukt in het Buurtwinkelproject. Naar mijn mening zijn de samenwerking en discussies daarvoor te vrijblijvend geweest, van een 'gedeelde autoriteit' is nauwelijks sprake.

## Waar nostalgie en multiculti samenkomen

'De ouderwetse buurtwinkel sterft uit en maakt plaats voor nieuwe vormen van ondernemerschap.' Aldus André van Vught, medewerker stadsdeel Oost. De reacties op de tentoonstelling liepen uiteen. Uit de gastenboeken bleek het nostalgische enthousiasme van oudere Amsterdammers over de winkels die ze herkenden uit hun jeugd. Maar er waren ook bezoekers die de tentoonstelling anders ervoeren. Op een bijeenkomst van winkeliers in het museum bleek een aantal van hen de tentoonstelling 'een beetje multiculti' te vinden.

Annemarie Proost, projectcoördinator

Ook de samenhang tussen de verschillende onderdelen is minder goed uit de verf gekomen. De tentoonstelling is eerder een op zichzelf staand onderdeel van het project dan een gezamenlijk product, de relatie met andere activiteiten in het project is niet altijd helder. Het was beter geweest als de tentoonstelling een duidelijker onderdeel was geweest van het proces van publieksparticipatie. Dan had je een gezamenlijk eindproduct gehad als afspiegeling van het project.

# 9

# 2

# present

Het project Buurtwinkels vernieuwt en verbetert (interactieve) methoden van participatie, presentatie en verzamelen.

Tussen 2008 en 2010 initieerde het Amsterdam Museum het project Entrepreneurial Cultures in European Cities. Musea en culturele organisaties uit zeven Europese steden onderzochten in samenwerking met groepen in de stad de rol van winkels, vaak met een focus op de ondernemers met een migrantenachtergrond. Verschillende methodes kwamen erin aan bod: outreach, interdisciplinair eigentijds verzamelen en presenteren, de

inzet van kunstenaars bij de verbeelding van het alledaagse en geschiedenis op locatie. De uitwisseling van ervaringen en de projecten in andere steden boden ons inzichten die we goed konden gebruiken in het Buurtwinkelproject.

## Presenteren

Om de gewenste nieuwe doelgroepen te bereiken, wilden we experimenteren met het presenteren buiten de muren van het museum. Buurtwinkels moest een project worden dat je op verschillende manieren kon bezoeken. In het museum, in de buurt en op het web. Met name de buurtlocaties moesten ervoor zorgen dat we bezoekers zouden bereiken die normaal gesproken niet zo snel in het museum komen.

In de expositie in het museum werden Amsterdamse buurtwinkels van vroeger en nu in beeld gebracht. De website diende als inspiratie bij het samenstellen van deze expositie. Gekozen is voor een thematische presentatie waarbij werd ingezoomd op specifieke winkeliers. Zo werd de komst van de supermarkt getoond door het verhaal van Dirk van de Broek te vertellen. Ooit begon hij als melkventer om uit te groeien tot de oprichter van Amsterdams eerste zelfbedieningszaak. Uiteraard kreeg de ondernemersfamilie Genco er een plek. De Turkse pionier Mustafa Genco opende in 1973 in de Spaarndammerbuurt zijn eerste winkel, zoons en neven volgden zijn voorbeeld.

## Kopje koffie, dames?

Twee Nederlandse dames vroegen me of vrouwen wel een kop koffie mochten drinken in het achterste deel, het feitelijke koffiehuis. Ik twijfelde, er zaten alleen maar (Turkse) mannen. Mijn gevoel kwam in opstand; het was juist een kans, misschien wel dé belangrijkste reden voor zo'n buitenlocatie van het museum. 'Schuif toch gezellig aan bij die mooie heren, dames, en speel een kaartje mee!' Voor de zekerheid heb ik het toch eerst even gevraagd. Maar toen er iets later een foto gemaakt werd, wist ik dat het goed zat.

Maarten Jansen, documentalist

# 10

# teren en lenen

Er waren zowel historische beelden als actuele foto's en filmpjes te zien. Er waren bruiklenen van andere instellingen en particulieren. Niet veel kostbare objecten, maar juist goedkope en dagelijkse dingen. Herkenbare voorwerpen, zoals uithangborden van vroeger, een bestelfiets en zelfs een hockeystick waarmee een tabakswinkelier zich een dief van het lijf kon houden. Ook bedreigingen voor winkeliers kwamen aan de orde, zoals het grootwinkelbedrijf, overvallen en niet minder belangrijk: opgebroken straten. De tentoonstelling gaf een levendig beeld van buurtwinkels van het einde van de negentiende eeuw tot nu. Voor oudere bezoekers was het een feest van herkenning, voor anderen een leerzaam bezoek.

Waar de representatie van de straten in Noord en Oost in de tentoonstelling

geslaagd genoemd mag worden, had de beoogde samenhang tussen de presentaties op de verschillende locaties sterker gekund. Zo bleek het idee om via Skype een verbinding te leggen tussen het museum en de



Groei kast buurtlocatie Van der Pekstraat

## Geoorloofde graffiti

Nadat wij winkeliers in Amsterdam-Zuidoost bezochten – die eerder hadden meegedaan aan een project van Imagine IC – werd een collectie voorwerpen uit hun winkels aan de tentoonstelling toegevoegd. Wij tekenden hun verhalen op en die werden aangevuld tijdens het bezoek dat zij brachten aan het museum. Ik vroeg hen om citaten toe te voegen aan de wand met uitspraken van winkeliers. Dat het museum nog moet wennen aan dit soort participatie, bleek toen mensen van de beveiliging kwamen melden dat er 'op de muur geschreven was'.

**Annemarie de Wildt, conservator**

buurtlocaties te kostbaar. Een goedkopere oplossing bleek op de valreep niet te werken.

In een aparte ruimte stond een computer met de Buurtwinkelwebsite en een groei kast waarin gedurende de tentoonstelling voorwerpen konden worden gezet door bezoekers. Mensen leverden maar mondjesmaat voorwerpen in. Een uitzondering was een zoon van de vroegere bakker Eickholt op de Weesperzijde, die met interessante objecten en verhalen kwam. Voor andere objecten gingen we zelf op pad.

## Verzamelen

De focus voor het verzamelen van verhalen en voorwerpen lag vooral bij de twee buurtlocaties. Bij de start van het project waren er zowel in de Javastraat als in de Van der Pekstraat fototentoonstellingen en stonden er zogenaamde 'groeikasten'. Hierin lagen producten uit winkels in de straat, met kaartjes eraan over de herkomst ervan en waar ze te koop waren. Winkeliers werden in de gelegenheid gesteld om hier producten aan toe te voegen. Het liep in beide locaties niet storm, maar in Noord werden net iets meer producten aangeboden dan in Oost. Niet geheel onbegrijpelijk overigens. De wens om samen met de winkeliers invulling aan het project te geven was er, maar de meeste winkeliers werken zes, soms zelfs zeven dagen per week. Veel tijd om samen aan een museaal project te werken, was er niet.

## Wat doe je met de verhalen die je verzamelt?

Op verschillende manieren zijn er verhalen verzameld. Vrijwilligers, conservatoren en stagiaires bezochten winkeliers om hun verhalen vast te



Bronzen plaat Turks reisbureau in Mustafa's koffiehuis

leggen. Verhalen uit Het Parool kregen een plek op de website. Het bleek in de praktijk voor veel mensen moeilijk om goede verhalen te verzamelen en te schrijven. Daarnaast worstelden we zelf met de vraag of verhalen op een website, een talig product, wel de beste manier is om nieuwe bezoekers naar het museum te trekken.

## De objecten

Ook het verzamelen van objecten bleek lastig. Voor veel vrijwilligers was het verzamelen van verhalen gemakkelijker dan het benaderen van winkeliers om een voorwerp in bruikleen te geven. Daarnaast bleek ons idee dat ingebrachte voorwerpen en foto's van winkels deel zouden uitmaken van de tentoonstelling, te optimistisch. Het scannen van foto's ging moeizaam en de projectmedewerkers in de buurtlocaties hadden niet altijd voldoende instructie gekregen om voorwerpen en foto's op de juiste manier in ontvangst te nemen. Sommige vrijwilligers kwamen zelf met interessante objecten, zoals een zogenaamde lekstop - bedoeld om gaten in pannen te dichten, uit de jaren vijftig - en eigentijdse objecten uit buurtwinkels van nu. Maar uiteindelijk heeft de conservator, in samenspraak met winkeliers, de meeste objecten aangedragen. Mustafa Cinar, de eigenaar van het koffiehuis in de Javastraat, leverde het bewijs voor de kracht van het project. Hij hing uit eigen beweging een bronzen plaat op van een Turks reisbureau dat ging verbouwen: 'het mocht niet verloren gaan'.

# expert

# aan het wonder

**Léontine Meijer-van Mensch**

Reinwardt Academie

De zestig partners van het Buurtwinkelproject zijn (of waren) geenszins doorsnee stakeholders van een museum. Het Amsterdam Museum neemt haar aanwezigheid in de stedelijke omgeving hiermee serieus. Ik denk dat we stadsmusea meer moeten gaan zien als een agora, een marktplaats van ideeën waar ruimte is voor conversatie. Dit idee past in de opvatting dat het museum zou moeten worden beschouwd als een contactzone, een plek van ontmoeting en dialoog.

Het Amsterdam Museum heeft in Nederland een belangrijk aandeel gehad in het definiëren van participatief museumwerk. De projecten van het museum zijn te plaatsen binnen een groter museaal kader. Binnen dit participatieparadigma evolueert de bezoeker naar gebruiker en het museum faciliteert daarin. De museum-professional 'verwordt' steeds meer tot mediator en facilitator. Een verschuiving in de professionele zelfdefinitie die overigens niet zonder slag of stoot gaat.

## **Van co-curating naar co-shopping**

Samenwerking met de buurtwinkeliers was een van de uitgangspunten van het project. Maar hoe werk je samen met mensen die zo hard werken? Ik zocht ze op de plek op waar ze al zes dagen per week zijn; in hun winkel. Daar vroeg ik hen naar hun meest bijzondere product. Wat zou er interessant zijn voor onze groeikast? Ter plekke heb ik de producten gekocht en informatie verzameld. Co-curating bleek lastig, co-shoppen werkte als een trein!

**Annemarie de Wildt, conservator**

Want dat de directeur zelf vaak in een stofjas in de buurtlocaties stond, geeft wel aan hoe het museum haar nieuwe rol ziet. Maar wordt deze nieuwe professionele zelfdefinitie ook breed gedragen in het museum, frontoffice én backoffice? Wanneer er goed wordt nagedacht over collectievorming én er experts op verschillende terreinen bij dit soort participatieprojecten worden betrokken, is dat beslist mogelijk.

# 13

# 3 duurzame samenwerking

## Het Amsterdam Museum streeft in het project Buurtwinkels naar een duurzame samenwerking met niet-culturele partners.

Het Amsterdam Museum hecht grote waarde aan maatschappelijke verankerung, onder meer door het opzetten van duurzame samenwerkingsverbanden met niet-culturele partners. Het project Buurtwinkels was een mooie aanleiding om intensiever samen te werken met verschillende instellingen die zich actief in Amsterdam bewegen. Een doelstelling die we, al terugkijkend, goed hebben kunnen realiseren. Dit zijn de belangrijkste partners in dit project.

### Eilandjes

Toen ik begon met het Buurtwinkelproject, dacht ik bij mezelf: 'Dat wordt een leuk klusje, ik regel een locatie en klaar is Kees.' Als medewerker van een grote corporatie dacht ik bekend te zijn met het fenomeen eilandjescultuur. Bij het Amsterdam Museum zou dat vast een stuk eenvoudiger zijn. Maar alleen al voor het regelen van de locatie in Noord, heb ik voor mijn gevoel het hele museum aan de telefoon gehad! Stuk voor stuk leuke en gedreven mensen, maar Amsterdam Museum: houd het simpel en wordt geen tweede Ymere.

Peter Blonk, projectleider Wijkaanpak Ymere

### Woningbouwvereniging Ymere

Ymere was niet alleen een belangrijke sponsor, maar wilde ook een constructieve bijdrage aan het project leveren. Onze doelen vulden elkaar aan. Waar Ymere een impuls wilde geven aan de wijk economie en de gebieden wilde promoten, wilden wij vanuit het Amsterdam Museum graag nieuwe mensen bereiken en een verbinding leggen tussen Amsterdamse wijken en het centrum van de stad.

Onze samenwerking verliep erg prettig. Gaandeweg bleek echter dat het imago van Ymere, met name in de Van der Pekbuurt, ons soms parten speelde. De woningbouwvereniging renoveert momenteel veel huizen in deze buurt en sommige bewoners (die vaak onder de armoedegrens leven) zijn bang dat ze na de renovatie de huur niet meer kunnen betalen. Het heeft de goede relatie met de sponsor niet in de weg gestaan. Waar mogelijk zal de woningbouwvereniging in de toekomst panden ter beschikking stellen waar het Amsterdam Museum kan tentoonstellen of programmeren.

### MKB-Amsterdam

Buurtwinkels horen tot het midden- en kleinbedrijf (MKB). Vanaf de start ondersteunde MKB-Amsterdam het Buurtwinkelproject door bijeenkomsten te faciliteren en ons in contact te brengen met aangesloten ondernemers. De samenwerking kreeg een duurzaam vervolg; de organisatie heeft een groot deel van de buurtwinkeltentoonstelling overgenomen

en exposeert deze in het kantoor op De Ruyterkade in Amsterdam.

## ABN AMRO Foundation

Tijdens het project werden maatschappelijke stages georganiseerd in samenwerking met de ABN AMRO Foundation. Deze stichting verzorgt maatschappelijke programma's voor medewerkers van de bank. In het Buurtwinkelproject begeleidden zij de scholieren bij bijeenkomsten met ouderen uit de buurt. Samen werden herinneringen opgehaald, aan de hand van oude foto's of voorwerpen. De bankmedewerkers traden op als coaches, bij het maken van een verslag, maar ook op het gebied van omgangsvormen bijvoorbeeld. De samenwer-



Jong en oud in gesprek over buurtwinkels

king met de ABN AMRO Foundation op het gebied van de maatschappelijke stages wordt zeker voortgezet.

## Kennisinstituten

Naast de verschillende onderwijsprogramma's die zijn ontwikkeld in samenwerking met de Reinwardt Academie, het ROC van Amsterdam en de master Publieksgeschiedenis van de UvA, is er met de afdeling Stadsociologie van de UvA een meerjarig samenwerkingsproject opgezet. Voor dit project hebben studenten onder leiding van docente Carolien Bouw zich eerst verdiept in sociologische literatuur over de (sociale) rol en plaats van winkels in de buurt. Vervolgens hebben zij een onderzoek uitgevoerd volgens de methode van participatieve observatie. De studenten stonden gedurende een langere periode in de winkel: onderzoek met een winkelschort voor. Hun bevindingen over verschillende soorten buurtwinkels gaven verdieping aan onze kennis over Amsterdamse buurtwinkels. Daarnaast hebben zowel de studenten als hun docente met hun verhalen een belangrijke bijdrage geleverd aan de Buurtwinkelwebsite.

## De ondernemersverenigingen

De ondernemersverenigingen reagerden enthousiast op onze plannen, al was het lastig om iets met elkaar te realiseren. De welwillendheid was er zeker, maar het eerder genoemde tijdgebrek van de ondernemers belemmerde de samenwerking. Voor hen was het museum een ongebruikelijke partner.



Mustafa Cinar ontvangt buurtbewoners

### **Delen van eigenaarschap**

Waar de samenwerking met bovenstaande partijen goed verliep, bleek het delen van eigenaarschap een stuk lastiger. Ons uitgangspunt was om zoveel mogelijk in de buurtlocatie, dus op de plek zelf, te programmeren. In de praktijk bleek het ontwikkelen en voorbereiden van de programma's met de partners veel tijd te kosten. Soms werkten andere partijen niet echt mee, waardoor onze plannen niet van de grond kwamen. Soms schoten we zelf te kort; plannen met groepen (zoals het idee om migrantenvrouwen in het koffiehuis uit te nodigen) hebben we niet altijd waar kunnen maken.

### **De realiteit**

In het Buurtwinkelproject hebben we samengewerkt met zestig organisaties. Natuurlijk is het onmogelijk om met hen allemaal een duurzame relatie aan te gaan. We realiseren ons dat de hoeveelheid partners waarmee we hebben gewerkt, zowel een kracht als een zwakte van het project is. Enerzijds heeft die brede samenwerking ons veel input en draagkracht gegeven, maar natuurlijk heeft het anderzijds veel tijd gekost om met hen te overleggen, te organiseren en af te ronden. Eén ding staat vast: samen hebben we veel geleerd.



# expert

# aan het woord

**Heidi Borm**

Ymere

Ymere investeert in stenen en in mensen. In samenwerking met bewoners, de gemeente en andere partners werken wij aan de verbetering van het woon-, leef- en werkklimaat in onze buurten. We hechten waarde aan de sociale stijging van groepen en talentontwikkeling van het individu.

In het Buurtwinkelpoject kwamen verschillende doelen samen. Buurtwinkels hebben een belangrijke functie in wijken. De aanwezigheid van een museum kan bewoners van aandachts-

buurten laagdrempelig in contact brengen met cultuur en geschiedenis. Reden temeer voor ons om te investeren in het Buurtwinkelpoject. Sterker nog, we hebben onze krachten gebundeld. Onze medewerkers van Wijkaanpak hebben met projectleider Annemarie van Eekeren enkele wijken bezocht om locaties te zoeken. Aanvankelijk had het Amsterdam Museum het voornemen om telkens een maand in een leegstaande buurtwinkel te zitten en zo vier maanden te rouleren door een aantal Amsterdamse wijken. Wij konden hen uit ervaring overtuigen dat een maand te kort is. Veel kortlopende projecten missen effectiviteit en hebben daardoor beperkt bereik.

Het zijn uiteindelijk twee buurtlocaties geworden, in twee aandachtswijken waar de aanwezigheid en programmering van het museum naar ons gevoel tot verbindingen heeft geleid. In de toekomst kunnen we hopelijk nog meer voor elkaar betekenen.

## Leermomenten

Rond 4 mei heb ik lang met Mustafa Cinar zitten praten over de Amsterdamse Joden, nadat we samen een affiche van de actie 1 van de 21.662 huizen hadden opgehangen in de etalage van zijn bakkerij. Mustafa had geen idee dat er ook Joden in Amsterdam-Oost woonden. Hij dacht dat ze allemaal in de Jordaan woonden. Een Turkse vriendin bevestigde dat veel Turken dat denken. En zo leer je als conservator ook weer allerlei nieuws over wat mensen weten en denken over de Amsterdamse geschiedenis.

Annemarie de Wildt, conservator

# 17

# 4

# cultuur

In het project Buurtwinkels wordt een nieuwe invulling gegeven aan cultuurparticipatie door nauw samen te werken met vrijwilligers en semi-professionals.

## Werken met vrijwilligers en studenten

We werden in het Buurtwinkelproject ondersteund door een grote groep vrijwilligers die we over zes wijkteams in alle delen van de stad verdeelden. Elk team had een aanjager, een vrijwilliger die het contact met het wijkteam onderhield. We organiseerden met regelmaat vrijwilligersbijeenkomsten en hadden zo nodig individueel contact. Met alle vrijwilligers is een overeen-

## U bent de vijfde!

Op een van de eerste dagen stond ik in de buurtlocatie in Noord. Een oudere heer, een buurtbewoner, kwam langs. Ik vroeg hem vriendelijk naar zijn verhaal. Hij reageerde stekelig dat ik de vijfde was die hem naar zijn verhaal vroeg, wat moesten al die culturele instellingen toch van hem? Een beetje uit het veld geslagen vroeg ik of hij foto's of objecten had voor onze buurtlocaties. Dat had 'ie dan nog wel. Twee dagen later bracht hij zijn oude Jacob Olie kalenders.

Annemarie van Eekeren, projectleider

komst getekend met enkele werkafspraken om duidelijkheid te scheppen over de wederzijdse verwachtingen.

Verschillende soorten vrijwilligers sloten zich bij het project aan. Elly van Mourik en Rietje Werts bijvoorbeeld, twee vlotte Amsterdamse vrouwen van rond de zeventig. Beiden opgegroeid op de Oostelijke Eilanden, waar het sociale leven zich voor een groot deel in en rond winkels afspeelde. De buurt was vergelijkbaar met de Jordaan, totdat na ingrijpende renovaties in de jaren zeventig het merendeel van de buurtwinkels verdween. De dames raakten via een bijeenkomst in een buurthuis betrokken bij het project. Ze hebben als actieve vrijwilligers burens en winkeliers van weleer opgezocht, hun verhalen opgetekend en foto's en voorwerpen verzameld. Maar ook een aantal jonge academici vonden het leuk om, bij gebrek aan betaald werk, vrijwillig voor de website te schrijven. En dan waren er nog de vrijwilligers van Het Geheugen van Oost die ook meewerkten aan het Buurtwinkelproject.

Daarnaast hebben studenten van verschillende opleidingen bijdragen geleverd aan het project. Studenten van Publieksgeschiedenis en Mediastudies (UvA) produceerden buurtwinkelfilmpjes voor de website en de tentoonstelling. Masterstudenten van de Reinwardt Academie dachten mee over de vernieuwing van onze participatiemethoden en studenten Stads sociologie deden onderzoek naar buurtwinkels.

De groep was uiteindelijk verantwoordelijk voor zeventig procent van alle verhalen die op de website zijn verzameld. De opbrengst van de inspanningen van de vrijwilligers was dus groot, al kostte de begeleiding veel tijd. Niet alleen van de outreach-medewerker, maar ook van de conservator die op inhoudelijke vragen inging en van de webredacteur die projectmedewerkers ondersteunde bij het publiceren van verhalen op de website. Deze tijd hadden we van tevoren niet goed ingepland, waardoor het soms onmogelijk was om met een klein team de aandacht te bieden die de wijkteams verdienden én nodig hadden. Het is een belangrijke les voor een volgend participatieproject.

### **Cultuurparticipatie in de vorm van ontmoetingen**

Natuurlijk zijn er bij aanvang van het project doelgroepen geformuleerd. De nieuwe publieksgroepen die we wilden bereiken, waren de buurtwinkeliers en hun klanten. De groep buurtwinkeliers kun je onderverdelen in de traditionele winkelier (denk aan de groenteman en de ouderwetse drogist), de nieuw-komers (denk aan de Marokkaanse slager of de toko) en de specialisten (denk aan het hippe koffiewinkeltje of de biologische groenteboer). Hun klanten hebben we getypeerd als de oudere autochtone Amsterdammers, de zogenaamde nieuwe Amsterdammers (mensen met een migrantenachtergrond) en de bewuste consumenten met een groot bestedingspatroon.

## **Buurtwinkels in de Jordaan**

In 2004 maakte ik een fotoserie van de Nieuwe Leliestraat op basis van foto's van de Dienst Publieke Werken uit 1954. Het Theo Thijssen Museum wilde niet alleen die foto's gebruiken voor de tentoonstelling Buurtwinkels in de Jordaan, mijn kennis van de wijk én mijn contacten met nog bestaande winkels in de buurt kwamen ook van pas. Met oude voorwerpen en materialen, van onder meer schoenmaker Guus van den Berg, heb ik uiteindelijk zelfs de etalage van het Theo Thijssen Museum mogen inrichten.

**Marja Heimering, vrijwilliger Buurtwinkelproject**

*Als de berg niet naar Mohammed komt, zal Mohammed naar de berg moeten gaan.*

Als mensen niet naar het museum komen, dan gaan wij de buurt in (outreach). Een Turkse ondernemer, Mustafa Cinar, bood ons ruimte in zijn koffiehuis in de Javastraat. We wogen de nadelen – een mannenbolwerk, een rokerige ruimte – af tegen de voordelen: een ruimte waar een groep komt die we als museum zelden bereiken, en de mogelijkheid om die ruimte toegankelijker te maken voor autochtone Nederlanders (m/v).

Cinar: 'Ik heb van alles geleerd over de buurt, en mijn klanten ook. De winkeliers in de straat zijn meer gaan samenwerken en mensen die denken dat een Turks koffiehuis een enge plek is waar ze niets te zoeken hebben, hebben gemerkt dat dat niet zo is.' Bezoekers aan zijn koffiehuis kunnen



er nog altijd de foto's bekijken die er hingen tijdens het Buurtwinkelproject.

En er was meer. In Noord werd een Italiaanse avond georganiseerd waar oude gastarbeiders, hippe kunstenaars, buurtbewoners en historici met elkaar pizza aten en praatten. Medewerkers van de Dienst Onderzoek en Statistiek, die ook als onderzoekers betrokken waren bij de tentoonstelling, organiseerden een bedrijfsuitje naar het koffiehuis in de Javastraat. Vmbo-leerlingen interviewden ouderen over winkels van vroeger en medewerkers van de ABN Amro Foundation hielpen hen bij het schrijven van een verslag. Een kapster uit Syrië knipte tijdens het slotfeest in de Van der Pekstraat op straat en vertelde tussen de bedrijven door over haar familie daar en haar leven hier. Als museum kun je dus ontmoetingen en uitwisselingen initiëren, maar soms lopen verwachtingen nogal uiteen. We organiseerden een Tussen Kunst en Kitsch-bijeenkomst in Noord. De

bezoekers bleken aanvankelijk vooral geïnteresseerd in de financiële waarde van hun voorwerpen, maar het werd uiteindelijk een middag waarbij de deelnemers allerlei verhalen naar aanleiding van schilderijen, foto's en gereedschappen uitwisselden. En dat er in Noord een vechtpartij uitbrak na afloop van een filmavond hadden we natuurlijk nooit verwacht.

De kracht van een project als Buurtwinkels schuilt in ontmoetingen. Medewerkers hebben op een directe manier contact gemaakt met bezoekers, met hun kennis en hun bagage. Bezoekers hebben door evenementen bij te wonen en door gesprekken en discussies te voeren, nieuwe kanten gezien van hun buurt, de bewoners, de winkeliers en de buurtwinkels. Ontmoetingen die meer dan de moeite waard waren om vast te leggen op de Buurtwinkelwebsite.

# 20

# expert

# aan het wonder

**Willem Velthoven**  
Mediamatic

Het Amsterdam Museum kwam bij Mediamatic met het verzoek om een nieuwe verhalenwebsite te ontwerpen. De website zou meerdere lagen (verhalen van vrijwilligers en geïnteresseerden, maar ook wetenschappelijke onderzoeksuitkomsten) én verschillende soorten informatie (verhalen, beschrijvingen van buurtwinkels en

foto's van voorwerpen) moeten bevatten. Zoiets als de verhalenwebsite Het Geheugen van Oost, maar complexer. Je hoopt als ontwerper altijd dat opdrachtgevers komen met uitdagende wensen en vragen. De Buurtwinkelsite was zo'n uitdaging. Met name de koppeling van de nieuw te bouwen site aan de bestaande verhalenwebsites was lastig. Maar juist als die wensen nieuwe functionaliteiten behoeven, kom je tot vernieuwingen van je eigen systeem.

## Hoogstaand bezoek

Anika van de Water, internetredacteur van Buurtwinkels, belde ons of we snel met een fototoestel naar de Javastraat konden komen. Burgemeester Eberhard van der Laan zou de tentoonstelling komen bekijken in het koffiehuis van Mustafa. We zaten net een kopje koffie met Mustafa te drinken toen de burgemeester binnen kwam. We sprongen op. Van der Laan zei: 'Jullie hoeven niet op te staan als ik binnen kom, hoor.' Wist hij veel dat wij de foto's gingen maken!



Elly van Mourik en Rietje Werts,  
vrijwilligers Buurtwinkelproject, team Oost

Voor de bouw van de mobiele applicatie van de Buurtwinkelsite hebben we andere keuzes moeten maken. Op de site zijn de buurtwinkels scharnierpunten waar verhalen, foto's, audio en voorwerpen aan zijn opgehangen. Voor de Buurtwinkelapp hebben we vanwege de vindbaarheid ervoor gekozen om alleen de verhalen te tonen.

In de toekomst zullen er grote stappen gezet worden in het koppelen van dit soort verhalenwebsites. Zowel de Buurtwinkelwebsite als Het Geheugen van Oost zijn nu opgenomen in de Hart van Amsterdam community van het Amsterdam Museum. Ik ben benieuwd hoe de website zich zal ontwikkelen.

VAN DER PEKSTRAAT  
NOORD

AMSTERDAM MUSEUM

**BUURTWINKELS**

25.03.11 - 21.06.11

Amsterdam Museum  
Ploegsteuwaal 11

Bezoek Buurtwinkels  
ook op de Dons  
en op de Tuinen

www.amuseum.nl

Van der Pekstraat 1  
1017 CA Amsterdam



buu  
Van der P

VAN DER PEKPLEIN  
NOORD

BUUR

BUURTWIN

rtlocatie  
ekstraat

# 5 dilemma

## Werken met vrijwilligers en studenten

De museummedewerkers de straat op. Wie durft? Wie kan?

Het was een idee van de directeur van het Amsterdam Museum, Paul Spies. Alle medewerkers van het museum moesten de straat op. Niet alleen meedraaien in de buurtlocatie, maar ook zoveel mogelijk verhalen en objecten verzamelen. Verschillende collega's hebben inderdaad in de dependances gestaan, maar het aantal verhalen en objecten dat zij verzamelden, viel tegen. Gaandeweg werd duidelijk dat sommige medewerkers er moeite mee hadden om vreemden aan te spreken en dat ook niet alle

### Als ik dat had geweten

Toen de oproep kwam aan alle museummedewerkers om het museum in een van de twee buurtwinkels te vertegenwoordigen, was ik enthousiast. Ik bekeek aandachtig de tentoonstelling en las zoveel mogelijk achtergrondinformatie. Maar toen kwam de praktijk: hoe haal je aarzelende bezoekers naar binnen? Ik liep hier tegen mijn eigen verlegenheid aan. En toen ook nog het verzoek kwam om mensen op straat aan te spreken en hen aan de hand van hun boodschappentas naar hun vaste winkels te vragen, zong de moed mij in de schoenen.

Erika Scheenjes, educatiemedewerker

medewerkers het leuk vonden om verhalen te schrijven. Om hen te ondersteunen en te begeleiden, is een extra communicatietraining georganiseerd.

De doelstelling van de directeur om medewerkers de straat op te krijgen, hebben we gehaald: veertig museummedewerkers werkten aan het Buurtwinkelproject mee. De vraag blijft wel of we met een kleiner, beter getraind team meer verhalen en objecten zouden hebben verzameld.

## Vazen beschilderen om de geschiedenis van buurtwinkels te duiden?

Heiligt het doel de middelen? Hoe hoog leg je inhoudelijk de lat? Is het beschilderen van een vaas een verantwoorde manier om buurtgeschiedenis zichtbaar te maken? Intern waren de meningen verdeeld. Feit is dat met name de programmering in Amsterdam-Noord ervoor heeft gezorgd dat de buurtlocatie een aantal vaste klanten kreeg. Zo kwamen verschillende jonge kinderen er geregeld terug om deel te nemen aan de activiteiten.

Maar ook oudere buurtbewoners vonden dankzij de speciale outreach-medewerker hun weg naar onze locaties. Zij kwamen niet alleen vazen schilderen, ze kwamen ook naar de Van der Pekmarkt en naar de drukbezochte filmavonden over Amsterdam in de Buurtwinkelbios.



# ans

Vergelijkbare ontwikkelingen waren waar te nemen in Amsterdam-Oost. Conservator Annemarie de Wildt was daar toevallig getuige van de impact van het project op het historische besef van een kind. Een verslaggever van stadszender AT5 interviewde een meisje over de buurtlocatie in de Javastraat. Op de vraag wat daar allemaal gebeurde, begon zij spontaan te vertellen over de geschiedenis van de Javastraat en over de bedoeling van de presentatie. De conservator had het zelf niet beter kunnen zeggen.

## Bouw je je eigen website of maak je gebruik van bestaande sociale media?

Het project zelf, de begeleiding van vrijwilligers, maar ook de journalisten, wetenschappers en de betrokken gemeentelijke diensten hebben veel (leuke!) verhalen opgeleverd die bijna allemaal een plek kregen op de project-website. Maar welk medium kies je om zoveel mogelijk mensen te bereiken?

Voor het project Buurtwinkels heeft Mediamatic een website gebouwd op basis van de Anymeta-structuur. In de praktijk bleek dat het toevoegen van een verhaal en/of foto's voor sommige mensen te gecompliceerd of te veel moeite was. Een nadeel dus, zeker als je bedenkt dat we (zonder bemoeienis van onze medewerkers) een nieuwe groep mensen wilden bereiken en hen wilden stimuleren om hun verhalen met ons te delen.

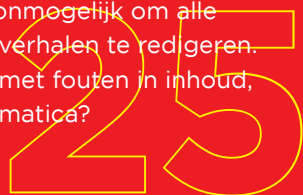


Homepage van de buurtwinkelwebsite

In het Europese project Entrepreneurial Cultures hebben we onder andere samengewerkt met het Stadsmuseum in Liverpool. Daar heeft men voor het verzamelen van verhalen over de winkels van Smithdown Road gebruik gemaakt van een Facebookpagina. Veel mensen plaatsten foto's op deze pagina en het leverde veel verhalen op, korter en meer anekdotisch van aard. In sommige gevallen gaven de verhalen aanleiding voor de betrokken project-medewerkers om er een diepte-interview aan te wijden. Maar een nadeel van Facebook is natuurlijk wel dat alleen mensen met een account konden posten en reageren op de pagina.

## Geef je je publiek de vrije hand of stuur je achter de schermen bij?

En als je dan kiest voor een website, in hoeverre controleer je bijdragen van je publiek? Met dit omvangrijke project was het onmogelijk om alle (meer dan 500) verhalen te redigeren. Maar wat doe je met fouten in inhoud, spelling en grammatica?





Maatschappelijke stage van leerlingen  
Montessori College Oost

Wat is belangrijker, authenticiteit of een goed, prettig leesbaar verhaal zonder spelfouten?

In de praktijk gingen we flexibel (en niet altijd even consequent) om met het controleren en redigeren van teksten. De betrokken medewerkers hadden de bevoegdheid om teksten van anderen te veranderen. Soms zetten we stukken eerst 'onzichtbaar' op de website om aan elkaar te laten lezen. Dit werkte prettig. Soms reageerden wij zelf ook op stukken met aanvullende informatie of vragen.

Dit dilemma heeft alles te maken met wat in de museologie vaak 'het delen van autoriteit' wordt genoemd. Waar durf je los te laten en waar grijp je in? Het museum leverde achtergrondinformatie die de verhalen over de buurtwinkels in perspectief plaatste. Het delen van autoriteit betekende in dit geval ook het plaatsen van uiteenlopende ervaringen, het mengen van de kennis van specialisten met de expertise van winkeliers en hun klanten.

Wat biedt je je (vrijwillige) medewerkers en wat levert het op?

Het was soms lastig om een balans te vinden in de (intensieve) begeleiding van medewerkers, stagiaires en vrijwilligers. Wanneer zijn medewerkers voldoende voorbereid? Wanneer geef je hen de ruimte om zelfstandig onderzoek te doen?

Vrijwilligers werkten zoveel mogelijk in wijkteams en werden onder meer begeleid door de outreach-medewerker. Dit werkte vooral goed bij mensen die elkaar van eerdere projecten kenden of als 'duo' aan de slag gingen. Er waren meer vrouwen dan mannen actief als 'verhalenverzamelaar' en veel van hen (maar lang niet allemaal) hadden een academische opleiding. De Wildt: 'Vrijwilligers kregen interviewles en fotografieles. Ik heb verschillende malen een introductie van het project gegeven met een powerpointpresentatie, die later ook door stagiaires gebruikt is. Daar kregen we zeker veel

voor terug. Zo legden we onze plannen voor de tentoonstelling voor aan de vrijwilligers en vaak leverden zij nuttig commentaar. Het waren bovendien vaak leuke bijeenkomsten, ik herinner me de feestelijke borrel boven de winkel van Jan van Beek, een van de oudste melkboeren van Amsterdam. Maar waar houdt de begeleiding op en waar begint de eigen verantwoordelijkheid?

## Hoe vaak kun je winkeliers lastig vallen?

In het Buurtwinkelproject wilden we graag intensief samenwerken met de ervaringsdeskundigen, de winkeliers. We wilden hen zo veel mogelijk bij het project betrekken, niet alleen bij onze eigen presentaties, maar ook bij de educatieve projecten bijvoorbeeld. Aanvankelijk hadden we het idee om jongeren (in het kader van de maatschappelijke stage) winkeliers te laten interviewen. Maar winkeliers hebben



Buurtwinkelier in de Javastraat

het druk en onze conservator en de outreach-medewerker waren ook al vaker bij hen langs geweest voor informatie. En dan waren er ook nog de vrijwilligers die erop uit werden gestuurd om verhalen te verzamelen. Uiteindelijk hebben we bij de maatschappelijke stage ervoor gekozen om de jongeren senioren te laten interviewen over hun ervaring met buurtwinkels en hen zo bewust te maken van historische ontwikkelingen.

## Kill your darlings

Veel migrantenondernemers hebben twee vlaggen als reclame. Zo ook het bord van de SK Toko in de Javastraat, met afbeeldingen erop van de Nederlandse en Pakistaanse vlag. Op last van Bouw- en Woningtoezicht werd het bord van de gevel verwijderd om vervolgens één van de grootste objecten in de Buurtwinkel tentoonstelling in het Amsterdam Museum te worden. Helaas is besloten dit reclamebord niet op te nemen in de collectie. Het was in te slechte staat



en conserveren zou erg kostbaar zijn. Er was geen andere gegadigde en het 'museumstuk' eindigde bij het grofvuil.

**Annemarie de Wildt, conservator**

Nur Kabab

Nur Kabab  
کباب نور  
020 654 4111  
Khalifastraat 10

BUURTWINKELS  
25.03.11 - 21.06.11

Amsterdam Museum  
Museumplein 10

Bezoek Buurtwinkels  
ook op de Porse  
en de andere Plein...

Jozefine 111  
Van der Plaatsen 2  
Museum

MUSTAFAS

BUURTWINKELS

buu  
Ja



MUSTAFA'S

BLINDT  
WILDT

rtlocatie  
avastraat

# 6 aanbevelingen

## **Participatie kost tijd, relaties opbouwen ook**

Wie een project als dit ontwikkelt, doet er goed aan om voldoende tijd en ruimte in te plannen voor de begeleiding van vrijwilligers.

Het voornaamste uitgangspunt in het Buurtwinkelproject was participeren. Dit idee is in verschillende vormen doorgevoerd. Zo zijn de portretten van de winkeliers en de winkels gemaakt door leden van de Nederlandse Amateurvereniging voor Fotografen in Amsterdam, werd de buurtwinkel in Noord bemand door een medewerker via een re-integratiebedrijf en waren

vrijwilligers belangrijke verzamelaars van verhalen en objecten. Dit leverde mooie ervaringen en objecten op, maar houdt er rekening mee dat het veel tijd kost.

Wij hebben de tijd die nodig was voor een goede begeleiding van de vrijwilligers onderschat. Zo bleek de inzet van onze re-integrerende medewerker in de praktijk tegen te vallen. Er ging daardoor veel tijd en energie zitten in het voeren van coachende gesprekken en het zoeken naar alternatieve oplossingen. We organiseerden bijeenkomsten voor vrijwilligers, zodat zij ervaringen konden uitwisselen en begeleidden hen (op verzoek) één op één. Maar nog was dit in sommige gevallen niet afdoende.

## **Focus!**

Richt je je hoofdzakelijk op verzamelen? Creëer dan optimale, heldere omstandigheden waarin je mensen stimuleert dat te doen.

De omvang van het Buurtwinkelproject en de doorlopende inbreng van (veelal) goede ideeën uit verschillende hoeken, heeft ons doen beseffen dat het belangrijk is om gefocust te blijven. Dit geldt voor zowel het blijven terugkomen en scherpstellen van de doelen en resultaten die je voor ogen hebt, als het focussen op het onderwerp en de grootte van het project. In de tentoonstelling *Pièce de Résistance* van Mediamatic Lab (van april tot en met augustus 2011) was een productiegang opgenomen. Daar werden mensen

## **Schrijftips voor vrijwilligers**

Als stagiaire hield ik een enquête onder de schrijvende vrijwilligers voor de website. De reacties liepen uiteen. 'Bedenk dat de vrijwilligers rechten hebben, maar ook plichten!' Een andere vrijwilliger stelde dat een korte introductie met 'schrijftips voor dit soort verhalen' nuttig was geweest. Vrijwilligers zijn gebaat bij sturing en duidelijkheid vanuit het museum. Meer coaching en sturing of 'houvast' zal een toekomstig project waarschijnlijk ten goede komen. Maar ook de belangstelling van vaste medewerkers van het museum is belangrijk voor het gevoel dat wat je doet 'er toe doet'.

Frederiek Jacobs, stagiaire

# Volingen



Een van de drukbezochte evenementen in Noord

stap voor stap begeleid bij het opnemen van hun object in de collectie. Het bezoek aan de tentoonstelling met onze vrijwilligers was uitermate leerzaam.

Sommigen zijn van mening dat het effect van het project groter was geweest als we het onderwerp hadden verkleind, met name geografisch. We hadden ons kunnen focussen op één buurt en één buurtlocatie. Het had wellicht een completer beeld gegeven, met een grotere samenhang tussen de verschillende presentaties. Misschien had het zelfs geleid tot een duurzame band met die buurt. Maar juist door te kiezen voor de hele stad als onderwerp, voelden ondernemers door heel Amsterdam zich aangesproken. Het maakte de tentoonstelling en de website voor een brede doelgroep toegankelijk.

Beide keuzes hebben dus voor- en nadelen. Voor beide keuzes geldt dat je moet focussen op het vooraf bepaalde doel. Maar wanneer je, zoals in ons geval, ervoor kiest om het project groots aan te pakken met veel verschillende deelprojecten, dan moeten de doelstellingen die je bij aanvang hebt gesteld, voortdurend worden getoetst.

## De sleutelpersoon in de buurt

Als je nieuwe doelgroepen wilt bereiken, bedenk dan van tevoren hoe je dit kunt aanpakken. Wie wil je bereiken en welke sleutelpersonen kun je erbij betrekken om dit doel te bereiken?

Tijdens de start van het project hoopten we dat de dependances vanzelf een buurtfunctie zouden gaan vervullen, als er maar genoeg activiteiten plaatsvonden en er altijd iemand aanwezig was. Deze gedachte bleek te optimistisch. In de buurtlocatie in Amsterdam-Noord bleek al in een vroeg stadium dat het lastig was om bezoekers te trekken. De Van der Pekstraat, een doorgangsroute van en naar de pont over het IJ, is geen gezellige winkelstraat waar mensen rustig over de stoep wandelen zoals de Javastraat. In de buurtlocatie was aanvankelijk nauwelijks aanloop, buurtbewoners begrepen niet wat wij daar deden en kenden de intenties van het Amsterdam Museum niet. We moesten op zoek naar een sleutelpersoon voor de buurtlocatie in Noord. Het werd Jeditah van der Meulen, een bekende uit de buurt die de mensen

kende en zelf al veel succesvolle evenementen had georganiseerd. Zij ging elke dag even langs om de plek gezelliger te maken; er werd vergaderd en gewerkt. De plek, zowel podium als tentoonstellingslocatie, kwam tot leven. Het aantal bezoekers steeg geleidelijk en zij stonden open voor het delen van hun verhaal. Ook de plaatselijke ondernemers toonden zich meer geïnteresseerd.

### **Verduurzaming – zijn we net aan ze gewend, gaan ze weer...**

Bepaal bij aanvang van het project je duurzame doelstellingen. Vindt (lokale) partners of mogelijkheden om projecten over te dragen of om je resultaten een plek te geven wanneer je er zelf niet meer voor kunt zorgdragen.

Duurzame successen maken het project van grotere waarde voor de stad en voor het museum. Het verankert bovendien de vele inspanningen van de vrijwilligers, medewerkers, buurtbewoners en alle anderen die een bijdrage hebben geleverd. Het Buurtwinkelproject levert niet alleen een schat op aan verhalen, voorwerpen, foto's en onderzoek over het heden en verleden van buurtwinkels in Amsterdam, we hopen ook een waardevolle, blijvende bijdrage te leveren aan ontwikkelingen op museaal gebied. We doen er alles aan om onze ervaringen zo transparant mogelijk te delen. De website zal dan ook als open archief dienen voor kennisdeling met het museumveld en onderzoekers. Gelukkig hebben we in Oost de



Nog steeds te bekijken: etalage Van der Pekstraat

tijdelijke tentoonstelling om kunnen zetten in een langduriger presentatie in het koffiehuis, beheerd door eigenaar Mustafa Cinar. Een deel van de tentoonstelling in het museum heeft een plek gevonden in het kantoor van MKB-Amsterdam, waar veel ondernemers komen.

### **Een verhalenwebsite vult zich niet vanzelf**

Het is een mooi streven om een platform te beginnen waaraan iedereen die wil, een bijdrage kan leveren. Maar het is ijdele hoop dat zo'n platform zich vanzelf vult.

Menig museum of instantie die zich aan crowdsourcing waagt, zal deze ervaring onderschrijven. Onze insteek was om de website laagdrempelig en gebruikersvriendelijk te maken en



te houden, zodat het voor mensen uitnodigend zou zijn om hun verhalen erop te publiceren. Achteraf kunnen we concluderen dat het plaatsen van een verhaal op een website voor veel mensen toch een drempel opwerpt. Zeker voor de groep ondernemers die én weinig tijd heeft én weinig ervaring heeft met schrijven.

Pas wanneer een project gegrond is in een buurt of in een groep en de website bekendheid geniet, gaan mensen uit zichzelf bijdragen leveren. En zelfs dan blijkt de groep die online participeert, relatief klein. Om deze reden is de groep vrijwilligers dan ook erg belangrijk geweest. Zo'n veertig vrijwilligers zijn voor ongeveer zeventig procent verantwoordelijk geweest voor het vullen van de website.

## Strak of gezellig?

Roel Schneemann en Ehud Neuhaus hebben de tentoonstelling in het museum en de buurtlocaties ingericht. Verschillende keren zijn we gecompimenteerd met hun mooie, strakke ontwerp. Maar toen onze outreach-medewerker Jeditha van der Meulen de programmering van Amsterdam-Noord nieuw leven ging inblazen, wilde ze toch graag de inrichting van de buurtlocatie aanpassen. Zij wilde de locatie huiselijker maken en gebruikte daarvoor een deel van de spullen van de maandelijkse buurtmarkt voor bewoners (afkomstig uit de Kringloopwinkel). De tweedehands banken en tafelkleedjes bevorderden de gezelligheid in de buurtlocatie.

**Annemarie van Eekeren, projectleider**

Zij zijn naar de ondernemers toegegaan, hebben de verhalen opgetekend, foto's gemaakt en deze vervolgens op de website geplaatst. Een bijdrage van onschatbare waarde.

## Zoek een mediapartner

Als je inhoudelijk samenwerkt met een gerenommeerde mediapartner, is het makkelijker om publiciteit te genereren en enthousiasme op te wekken bij een groot publiek.

Journalist Paul Arnoldussen van Het Parool heeft een serie artikelen geschreven over verschillende buurtwinkels. Al deze verhalen staan nu ook op de projectwebsite.


## Het digitale hart van Amsterdam

Het is een open deur, maar voorkom dat je het wiel opnieuw uitvindt. Met het Geheugen van Oost hadden we al eens gemerkt dat het moeilijk is om een website die gevuld wordt door vrijwilligers, in de lucht te houden wanneer het project en de tentoonstelling voorbij zijn.

Gelukkig heeft de afdeling E-cultuur zowel Geheugen van Oost als de Buurtwinkelwebsite opgenomen in de Hart van Amsterdam community, het ontmoetings- en samenwerkingsplatform van het Amsterdam Museum. Alle lopende blogs en websites van het museum zijn daar ondergebracht onder een technische redactie. Het is dus zaak om goed na te denken hoe je bestaande websites kunt koppelen aan nieuwe projectsites.

# resultate

Aantal bezoekers

 = 90,6 bezoekers

**Van der Pekstraat**  
1.278 bezoekers

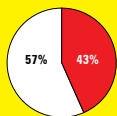


**Javastraat**  
893 bezoekers

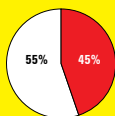


## Nieuwe bezoekers

- bezoekers die niet eerder het Amsterdam Museum hebben bezocht
- bezoekers die eerder het Amsterdam Museum hebben bezocht



Van der Pekbuurt  
313 bezoekers gevraagd



Javastraat  
158 bezoekers gevraagd



Buurtwinkeliers bij feestelijke opening Buurtwinkels Amsterdam Museum

## Participatie winkels rond de buurtlocaties



**Van der Pekstraat**  
64% van 22 winkels



**Javastraat**  
68% van 68 winkels

## Buurtwinkels in getallen


**378** winkels hebben deelgenomen aan het buurtwinkelproject. We hebben met **60** partners samengewerkt. Er zijn **130** portretten van buurtwinkeliers gemaakt en verspreid. **35** leerlingen hebben de maatschappelijke stage gelopen in de buurtlocaties, begeleid door **15** medewerkers van de ABN-AMRO. Er zijn **49** evenementen georganiseerd, **5** in het Amsterdam Museum, **25** in buurtlocatie Javastraat en **19** in de buurtlocatie Van der Pekstraat. In de periode september 2009 tot oktober 2011 hebben **81.244** mensen de website bezocht. Er zijn er **500** verhalen gepubliceerd in deze periode en er zijn **299** winkels en **180** voorwerpen beschreven.

## Duurzame effecten

- De website blijft in de lucht.
- De Buurtwinkel-app blijft beschikbaar in iTunes.
- De tentoonstelling in het koffiehuis in de Javastraat blijft (voorlopig) te bezoeken.
- De etalages van de buurtlocatie Van der Pekstraat zijn opnieuw ingericht en vertellen (voorlopig) het verhaal van buurtwinkels in Amsterdam-Noord.
- Delen van de tentoonstelling uit het museum zijn blijvend te zien in het kantoor van MKB Amsterdam.



Buurtwinkeltentoonstelling in het Amsterdam Museum



**Van Eesteren  
museum**

38



**Buurtlocatie  
Van der Pekstraat**



**Theo Thijssen  
museum**



**Amsterdam  
museum**



**Buurtlocatie  
Javastraat**

A-Markt Betondorp, A.J. van der Linde, ABN-AMRO, African fish & chicken shop, Aitmaten Market, Albert Heijn, Albert Heijn Lindeman, Alkan Gordijnen, American Cake Decorations Supplies, Amsterdamse vishandel, ANBO Zeeburg, Apotheek Ganzenhoef, Apotheek Koek, Schaeffer en van Tijen, Apotheek W.H. van der Meulen, Biografie van Amsterdam, Atouli Tropical, Au Bonheur des dames, Aya Shop, Bakkerij Hans Egstorf, Bakkerij Hartog's, Bakkerij Jongejans, Bakkerij Kapadokya, Bakkerij Kardas, Bakkerij Kees Gutter, Bakkerij Meysen, Bakkerij Safak, Bakkerij Turkiyem, Banketbakkerij Gerlofsma, Banketbakkerij Ruud van Gelderen, Banketbakkerij Schep, Banketbakkerij Schouten, Banketbakkerij van Bueren, Banketbakkerij Venekamp, Barber Shop Ron, Bario Markt, Beautycenter Bahia, Betram & Brood, Biografie van Amsterdam, Bloemenhuis Aurora, Bloemenstal Jan Visser, Blokker Javastraat, Boek 'n Plank, Boekhandel Jimmink, Bredero College, Brinkman, Broodjeszaak Etensdij, Burger Wooninrichting, Buurtsuper Van Santen, Café Gijs de Rooij, Cambach's Sporthuis, Carla's Look, Caulis Delicatessen, CCCP, Chique de Friemel, Cigo van der Pek, Citi Silks, Civic, Combiwel Croissanterie Le Mortier, Dar el Caftan, De Alliantie, De Anjelier, De Avondmarkt, De Breihoek, De Echo, De Haer, De schatten van Jan en Joop, De winkel van Bram, Deco Home Brandeis, Deco Line, Delvende Bergopwaarts, Derb Omar, Dienst Onderzoek en Statistiek - Gemeente Amsterdam, Dierenboetiek Bocco, Dierenspecialzaak A.C. de Jongh, Dierenspecialzaak Vermeulen, Drogisterij Het Heertje, Drogisterij/Parfumerij Koedijk, Ebrar import-export, Echte Bakker Isken, Ekodis natuurvoeding, Electrowinkel Minne Sluiter, Elythe, Ensar A.G.F., Ensink delicatessen, Entrepreneurial Cultures in European Cities, Erfgoed Nederland, Erik's Delicatessen, EVA, Excellent schoenmakerij en stomerij, Eye 4 Parties, Fa. C.Tuinder en zn., Fa. Moes Staalwaren en slijperij, Fa. Nijland, Feestartikelen Witbaard, Figaro Pasquale, Firma Willms, Fishes, Flevohuis, Fonds voor Cultuurparticipatie, Foto Spiekerman, Fotostudio Dilara, Furniturewinkel Boeken, Fred's Tabakshop, Freniks Muziek, Frozz, Galerie Weesperzijde, Ganpat Juwelier, Gebr. Winter, Geheugen van Oost, Geheugen van West, Gemeente Amsterdam, Genco, Ghabiang Travel, Gojoker, Groentewinkel Wessels, Groven for Men, Guus van den Berg meesterschoenmaker, H. Bruinink, Haarstudio Fimarandi, Hairstyling Mario, Hanna's Tooi, HAQ's International, Haringstal Ab Kromhout, Hart's Wijnhandel, Helal et Gida, Helianthus, Henny Saleem, Herenkapper R. van Geemen, Hermanusje van Alles, Het Fijnhout, Het Kaasboertje, Het Parool, Het Ruilrek, Hilal Reizen, Melitene, Historisch Centrum Amsterdam Noord, Hogeschool van Amsterdam, House of Pain, IJzerhandel Theo van Kalken, IJzerhandel W. Burger & Zn., IJzerwarenwinkel Liefhebber, Il Pecorino, IloveNoord, Imagine IC, innl, Istanbul Mode, J. Doodeman groente en fruit, J.C. Coenderschool, Jan de Grote Kleinvakman, Jan Ruygrok, Joop de Kaasknaller, Juno Atelier, Juwelier Nusselsein, Kaas van Klaas, kaasboer Hans en Saskia Vloothuis, Kaashuis de Reuver, Kaasland Singel, Kaaswinkel de Ridder, Kaffa Koffie en Thee, Kamer van Koophandel, Kantje Boord, Kapsalon Kees Bregman, Kapsalon van Dulst, Karlo Schrijver, Kay's Shop, Kelly Fashion, Kelly's Fashion, Kemer, Keurslager Bon, Keurslager Peter van Poorten, Kledingzaak De Mof, Koffiehuis Cinar Kardesler, Kooistra, Kwiyasse hairstyling, Lale Kasabi, Lale Market, Landmarkt, Laura Dols, Le Sud, Leeshal Oost, Level2give, Licht en Meubels, Lichtmagazijn Gloria, Lingeriezaak Mary-Ann, Loekie, M.E. Bollemeijer & Zn., Maestro Kledingreparatie, Magazijn Sportief, Mammoet Tapijt, Marc's Bikeshop, Marcia van 't Hart, Mariposa Travelstie, Marja Dermijn, Maroc Shop, Martin Alberts, Meck & Holt, Mediamatic, Meesterschoenmaker Hillie's, Melk en Zuivelhandel P.J. Hartog, Melkhandel Nieuw Leven, Meubelstofferij Jan Leeveer, Meyer Schoenen, Mina Avondwinkel en Telehuis, MKB Amsterdam, Mondriaan Stichting, Montessori College Oost, Museum de Noord, Muskon, Muziekwinkel Gebr. Muller, National Geographic Magazine, Natuurwinkel Waterlooplein, Nederlands Amateur Fotografen Vereniging Amsterdam (NAFVA), Nel de Jager, New World Nails, Nick Bos, Nobel Tweewielers, Nuri Genco Supermarket, OceaanDeli, Ondernemershuis.nl, Ondernemersvereniging Javastraat, Ondernemersvereniging Mosveld, Openbare Bibliotheek Amsterdam, Openbare Bibliotheek Indische Buurt, Open Shop, Oud-Hollandsch Snoepwinkelkje, Outland Store, Patisserie Holtkamp, Peter Schrijnders, Pico Records, Pronk Culinaire, Qahwa D'Or, Reinders, Reinwardt Academie, Restaurant Meram, RIH Sport Amsterdam, Rijwielhandel Grimminck, Rijwielhandel Kuperus, Rijwielsporthuis Cito, Robina wassalon en stomerij, ROC Amsterdam, Roghs Deli, Royal Fish, Runnersworld, RW Mode, Sawa Beauty Supply, Schoenmake Herman, Schoenmaker George, Schoenmaker Jeroen, Schoenmaker Van Dijk, Schoenmaker Willemse, Schoenreparatie Rijkenborgh, Serhat Market, Sigarenmagazijn Rex, SK Toko, Slagerij Atlas, Slagerij Buzhu, Slagerij C.J. van der Ban, Slagerij El Bahja, Slagerij Kadour, Slagerij Korrel, Slagerij Mulder, Slagerij Oostwal, Slagerij van der Laan, Slagerij Van Wijk, Slijterij Happy Hours, Snackbar Eucalyptus, Snoek, Spaarndammerbuurt Geschiedenisgroep, Spannet & Co., Sporthuis C. v/d Bogaard, Stadsarchief Amsterdam, Steppin' Out, Stichting Broedstraten, Stichting De Rode Loper, Stichting Doen, Stichting Noorderparkkamer, Studenten Mediasudies, Studenten Publieksgeschiedenis, Studenten Stadssociologie, Supermarkt Doruk, Supermarkt van der Pek, Surinaams buffet, Surinaamse Bakkerij Suriba, Suzanne Roos, 't Haasje, 't Kuyltje, 't Schoenmakertje, 't Smikkelhoekje, 't Vette Kaljfe, 't Zonneviel, Tabakspanl, Tabakszaak Jaco, Tabakszaak Max Steenbergen, Techador Het Vijzelteje, Telefoonwinkel Optie #1, Terzi, Textildrukkerij Amsterdam, That's Amore, The Haringshop, Theo Thijssen Museum, Thetube.nl, Theun van den Doel, Timorplein Community, Toko Kai Hing, Toko Man Li Ho, Totaalgemak, Tweewielers Joop Harmans, Ugur, Univerf-Colorite, Universiteit van Amsterdam, Uw Buurtslager Jaap Staal, Van Eesteren Museum, Veenendaal de la Haye, Veenhof IJzerwaren en Gereedschappen, Victoria Carpet, Volendammer Vishandel, Vonk Zeeburg, Vork Groenten en Fruit, Vrijwilligers Centrale Amsterdam, Walstaal, Warme Bakker Jan van der Heijden, Wasserij Sneeuw wit, Weggeefwinkel, Welch Optiek, Werkplaats Community Theater Amsterdam, Wiebe's haringhandel, Wijnhandel B.J. de Logie, Wijnhandel Schotenburg, Winkel Al Kabir moskee, Winkelcentrum Kraaiennest, Winkelstories, Yildiz Market, Ymere, Yvonne's Vispaleis, Zeevishandel Zwaan, Zoet Amsterdam, Zuurhandel de Leeuw