

Een nieuwe ijstijd

Om een uur of vier krijg ik vaak lekkere trek. Ik heb gelukkig volop keus in de directe omgeving. Een portie gebakken mosselen van de visstal voor de deur. Een bol met grilworst van de slager om de hoek of iets gezonds van de Marqt aan de overkant van de gracht. Maar sinds kort heb ik een onbedwingbare trek in yoghurt, in bevroren staat wel te verstaan met een topping van vers fruit om het nog een heilzaam tintje te geven. Want Frozz is net om de hoek neergestreken. Een hip Amsterdams bedrijf van twee zussen die in Amerika verslaafd raakten aan frozen yoghurt. De inrichting is strak edoch zeer aantrekkelijk. Met zitgelegenheid op twee enorme skai-leren zitmeubels.

Nu wil het toeval dat een maand eerder eenzelfde concept iets verderop in de straat geopend is, the Frozen Yoghurt Company. Zelfde cups, zelfde smaak en vrijwel dezelfde toppings tegen exact de zelfde prijs. Maar in een veel kleinere, donkere en minder toegankelijke winkel. Het is daar ook aanmerkelijk rustiger dan bij 'mijn' Frozz. Toeval, twee ijsconcepten tegelijk? Nee. Waar je vroeger veroordeeld was tot verpakt ijs van de snackbar, struikel je nu over de ijssalons. Van de IJscupjes die zich in de winter omturnen tot Stampptjes, ambachtelijke ijssalons maar ook de Hema die voor 50 cent een overheerlijk softijsje levert.

We zijn ook niet meer overgeleverd aan de ambulante handel in de vorm van ijskarren die uitsluitend bij heel mooi weer tegen een schandig tarief minuscule bolletjes aflevert in een naar karton smakend hoorntje.

Wat mij betreft is dit de oplossing voor een deel van de leegstand op zowel A-, B- en C-locaties als in alle winkelcentra in Nederland. Koud, mild gezoet en een zweem van gezondheid en toch de trek stillend geserveerd door vrolijk en vriendelijk personeel. Wat wil een mens nog meer.

Jeroen Verwaaijen

Directeur onderzoek Strabo

verwaaijen@strabo.nl