

## Struinen

### De ontwikkeling van de Kalverstraat

In mijn hernieuwde rol als jonge vader heb ik weer alle tijd en de mogelijkheid om mij over te geven aan een aangenaam tijdverdrijf, namelijk funshoppen. Met een - doorgaans - slapend kind op mijn buik struin ik door de Amsterdamse binnenstad en andere winkelgebieden, waar ik mijn zorgdag benut om uitvoerig nieuwe en vernieuwde formules te bestuderen. Op tijd strijk ik neer in een horecagelegenheid om hem te voeden en mij zelf van een bak koffie te voorzien en vervolg dan mijn tocht. Op mijn programma staat bijvoorbeeld de geheel vernieuwde kelder van Magna Plaza, het herontwikkelde marktplein van de Amsterdamse Poort, Villa Arena (alleen vluchtig bekeken) en de Haarlemse binnenstad. Afhankelijk van de weersomstandigheden kies ik voor een overdekt of niet-overdekt gebied of combineer het met een museumbezoek.

Onlangs nam ik de Kalverstraat weer eens onder de loep. Ik kwam onder andere in JJB Sports die in het oude Marks & Spencer-pand is gaan zitten. Ze lijken niet alleen het pand maar ook de ongezonde gewoonte overgenomen te hebben van engelse ketens om het eigen assortiment integraal over te brengen naar het continentale filiaal. Als fervent Man United-hater erger ik me daarnaast dood aan de overdaad aan Beckham-shirts, posters en prullaria en heb dus mijn twijfels over de houdbaarheid van deze formule. Gebruik dan in ieder geval van Ruud van Nistelrooy als boegbeeld. Na Argos, Boots en M&S is JJB in mijn ogen het volgende slachtoffer van de eigen expansiedrift. Neem dan Lush, ook een Engelse formule maar wel een hele leuke. Zij zijn de uitvinders van de badbommen die nu overal te koop zijn, maar ook shampoo in de vorm van een stuk zeep. De winkel is een feest voor neus en oog en heeft ongetwijfeld hitpotentie. Voor mij was Lush destijds dé ontdekking tijdens mijn bezoek aan Bluewater enige jaren geleden en ik ben blij dat zij nu de jump gemaakt hebben.

Wat verder opvalt in de Kalverstraat is de gestaag voortgaande filialisering. De laatste zelfstandige ondernemers kunnen de verleiding blijkbaar niet meer weerstaan om pand of huurcontract te verpatsen aan de hoogst biedende modezaak. Dit betekent dat er onder andere weer wat juweliers verdwenen zijn. Ook een respectabele herenmodezaak als Wessels sluit nu de deuren en maakt waarschijnlijk ruimte voor een 'jonge' modezaak. Dit leidt tot een verschraling van het aanbod, maar biedt anderzijds ook weer ruimte voor spannende, nieuwe formules. Ik ga – met mijn jongste zoon op mijn buik - snel even kijken in de Leidsestraat en de PC Hooft welke ketens in aanmerking komen voor de sprong naar het 'grote' publiek op de Kalverstraat.

drs Jeroen Verwaaijen  
directeur onderzoek Strabo bv  
[verwaaijen@strabo.nl](mailto:verwaaijen@strabo.nl)

*verschenen in Shopping Center News januari 2003*