

# Beethovenstraat zet in op beter imago

27-08-2014 00:00

De Amsterdamse Beethovenstraat wil zich met onder meer een eigen logo en app presenteren als een luxe en eigenzinnig winkelgebied. “We merkten dat het imago van de straat nogal gedateerd is”, zegt Ruud Strootman van de pr-commissie van de winkelstraat in Amsterdam-Zuid in Het Parool.

“Hier komen niet alleen maar chique en oude dames en we zijn zeker geen P.C. Hoofstraat”, aldus Strootman. De Beethovenstraat is volgens hem een luxe en eigenzinnige straat, waarin de retailers hun klanten verrassen en waar service en kwaliteit voorop staan.

Het winkelgebied krijgt eind september een eigen logo en ‘street brand’ waarbij de eerste twee letters van ‘Beethovenstraat’ een andere kleur hebben. Elke winkel krijgt een sticker op zijn ruit met het logo en kan zelf een slogan creëren met de letters ‘be’. “Be kind of be precious bijvoorbeeld”, zegt Jeannet van der Knaap van de winkeliersvereniging. Daarnaast worden een website met praktische informatie, een profiel op social media en een app gelanceerd.

Het winkelgebied moet toegankelijker worden, stelt Strootman. “De Haarlemmerstraat en de Negen Straatjes staan bekend als echte winkelstraten. We willen laten zien dat de Beethovenstraat ook een aangename en gevarieerde winkelstraat is.