

Winkelkeurmerk moet Amsterdamse 'monocultuur' doorbreken

29-05-2018 09:08



250 winkels en horecagelegenheden van lokale Amsterdamse ondernemers krijgen het keurmerk De Goede Zaak Amsterdam. Het is een initiatief van de gelijknamige stichting, die zich inzet voor herstel en behoud van diversiteit van het winkelaanbod in de hoofdstad.

Het keurmerk is een predicaat om winkels en horecagelegenheden van lokale ondernemers, die duurzaam bijdragen aan de diversiteit, te onderscheiden en zichtbaar op straat onder de aandacht te brengen. Consumenten zouden dan bewuster gaan winkelen bij deze zelfstandige winkeliers. De lancering en uitreiking van het keurmerk aan de eerste selectie van 250 ondernemers vindt de komende maand plaats. Daarna kan iedereen kandidaten voordragen, die door een onafhankelijke commissie worden beoordeeld.

Voor de uitreiking van het keurmerk kijkt de beoordelingscommissie naar reclame-uiting, presentatie, assortiment en bedrijfsvoering. Als tachtig procent van de gevestigde zelfstandige winkels in een straat of buurt in aanmerking is gekomen voor het keurmerk, kan ook de gehele buurt worden voorgedragen voor een gebiedskeurmerk 'De Goede Zaak Amsterdam'.

Het keurmerk is volgens de stichting een antwoord op de monocultuur die in de hoofdstad zou zijn ontstaan.

Het moet 'ondergesneeuwde' zelfstandige ondernemers weer zichtbaar maken, zegt project supervisor Yet ten Hoorn van De Goede Zaak tegen [AT5](#). Daarnaast moet het keurmerk ondernemers in spe stimuleren een 'unieke winkel' te openen en geen franchiser te worden die 'dertien-in-een-dozijn-producten' verkoopt.

Amsterdam strijdt al langer tegen de verschraling van het winkelaanbod, door onder meer toeristenwinkels aan banden te leggen. Sinds oktober geldt een verbod op nieuwe toeristische winkels, waarna de gemeente al enkele winkelsluitingen heeft opgelegd.