

Vegan go home

AUTEURS

Amber Chapman, Maud Crone en
Jeroen Oskam

In 2023 ontstond er ophef in de Amsterdamse volksbuurt Tuindorp Oostzaan door het plan van vegan restaurant Cometa om een terras te openen. Vooral oudere buurtbewoners verklaarden dat zij 'niet zitten te wachten op een hippe stek': 'Wij drinken een bakkie bij elkáár'. Het incident laat zien hoe de 'betwiste ruimte' van veranderende steden ook zichtbaar wordt in eet- en drinkgewoonten en in het horeca-aanbod. Deze veranderingen kunnen zich afspelen tegen de achtergrond van traditionele 'gentrificatie', waarbij de toestroom van meer welvarende bewoners een buurt transformeert, of van toeristische gentrificatie of 'toeristificatie', waarbij het horeca- en retail aanbod, en daarmee ook de sfeer van een buurt, zich aanpast aan bezoekers.

Ook in het nabije verleden hebben socioculturele veranderingen geleid tot verandering in eetpatronen. Voorbeeld is groeiende welvaart in de jaren zeventig en daarmee ruimere toegang tot restaurants en ook de consumptie van luxe-artikelen als wijn. Deze ontwikkeling ging gepaard met een groeiende populariteit van verschillende 'ethnische' keukens, zoals de Chinese, Indiase en Mediterrane restaurants. Deze ontwikkelingen kunnen worden verklaard door zowel sociale veranderingen in verschillende immigrantengroepen als in de lokale doelmarkten.

De gebeurtenissen in Amsterdam-Noord staan niet op zichzelf; ook in met name Zuid-Europese steden worden 'foodification' en 'gastronomische gentrificatie' bestudeerd als trends met grote impact op toeristensteden. 'Gastronomische gentrificatie' wordt daarbij gedefinieerd als de 'herstructurering van het gastronomische aanbod in een buurt, gekenmerkt door de verdringing van traditionele lokale gelegenheden en de opkomst van chique trendy eetgelegenheden' (Threadgold et al., 2024). Foodification gaat meer om de bredere verandering van de stad, door de 'transformatie van historische centra naar een voedsel gedomineerde commerciële ruimte, waarin het zakelijke landschap van de stad, de verkoop- en consumptiepraktijken convergeren naar gespecialiseerde functies die

voornamelijk rond voedsel zijn gecentreerd' (Loda et al., 2020).

In tegenstelling tot de 'democratisering' van het restaurant aan het eind van de twintigste eeuw, leiden deze trends tot een uitsluiting van bestaande klantengroepen. Dit hoofdstuk presenteert twee exploratieve onderzoeken naar hoe deze gastronomische gentrificatie zich ontwikkelt in Amsterdam, en de impact ervan op de lokale gemeenschap.

Achtergrond: gentrificatie en toeristificatie

Sinds het werk van Glass, is gentrificatie een gevestigd begrip, dat gedefinieerd kan worden als het proces van kapitaalinvestering in en opwaardering van oudere stadsbuurten dat deze aantrekkelijk maakt voor welvarende gebruikers, waardoor de oorspronkelijke bevolking wordt verdrongen. In een eerste fase worden de nieuwe middenklassen voorafgegaan door hoogopgeleide 'urban pioniers' met lagere inkomens. Gentrificatie wordt verklaard door de overgang van productie- naar dienstverlennende industrieën in de hedendaagse stad en de bijbehorende verandering in beroepsklassen, de nieuwe culturele voorkeuren van de middenklasse

voor binnenstedelijk wonen, en de exploitatie van de kloof tussen vastgoed- en grondwaarden door ontwikkelaars. Bekende historische voorbeelden van gegentrificeerde buurten zijn Islington, Paddington, North Kensington en Tower Hamlets in Londen, of de Jordaan en de Pijp in Amsterdam.

Een recenter verschijnsel dat hieraan verwant is, is toeristische gentrificatie of 'toeristificatie'. De zogenaamde 'new urban tourist', op zoek naar de alledaagse, 'authentieke' vibe van de stad, volgt dezelfde patronen als de gentrifiers. In de getoeristificeerde buurten verschuift het traditionele retailaanbod naar winkels, horecagelegenheden en een vrijetijdsaanbod dat zich vooral richt op bezoekers. Deze verschuiving wordt geassocieerd met 'overtourisme'; protesten tegen toeristificatie in vooral Europese steden zijn beschreven in tal van casestudies. Een specifieke gedragsverandering onder bewoners in deze steden is het verleggen van routes door de stad om de toeristendruk te vermijden.

Met name in Zuid-Europese steden als Barcelona en Lissabon vallen gentrificatie en toeristificatie deels samen. In Amsterdam zijn de twee ontwikkelingen echter in de tijd te onderscheiden, waardoor het vaak de gentrifiers van toen zijn die zich nu beklaagen over toeristificatie.

Beide verschijnselen uiten zich op iets andere wijze in een veranderend horeca-aanbod, eet- en drinkgewoonten. In Nederland wordt de bruine kroeg verdrongen door de 'hippe tent'; in Spanje speelt vooral de transformatie van traditionele markten waar buurtbewoners vroeger fruit en uien kochten tot 'foodhallen'. Er valt ook te denken aan de verdwijning van de warme bakker, een gat dat de laatste jaren werd opgevuld door de ambachtelijke zuurdesembakker, waar de prijzen echter een stuk hoger liggen. Milikowski beschrijft de weerzin van traditionele bewoners van Amsterdam-Noord tegen een nieuwe, 'authentieke' pizzeria die vooral pretentius en te duur gevonden wordt.

'Foodification' is verbonden met toeristificatie; het verwijst naar de verdringing van vooral traditionele retail door een voedselaanbod in alle categorieën: van fastfood, tot de Nutella-shop en full-service restaurants. Omdat de toerist aangetrokken wordt door wat gezien wordt als 'authentiek', komen hier-

bij in de restaurants juist de traditionele gerechten terug, en dragen de restaurants namen met woorden als 'tradizionale' of 'antico' (in Florence). Standaardisering, 'esthetisering' van het eten en vervreemding van lokale bewoners zijn de andere symptomen van foodification.

Gastronomische gentrificatie: de Jordaan

In het kader van dit exploratieve onderzoek zijn studies gedaan in twee verschillende buurten van Amsterdam: de Jordaan en Amsterdam-West. Daarbij valt op dat de ontwikkelingen in West minder 'buurt-eigen' zijn, en dat hier de interviews eerder reflecteren op verschillen tussen het centrum van de stad en daarbuiten. De interviews zijn inductief gecodeerd, waarbij patronen direct uit de data worden gehaald. In het eerste onderzoek kwamen de volgende thema's naar voren: Bewustheid van veranderingen, Culturele identiteit, Sentimentele binding, Gemeenschapszin, Sociale interactie en Integratie van Nieuwkomers. In de tweede serie interviews waren de terugkerende onderwerpen: De impact van culinaire diversificatie, toeristificatie, veranderingen in lokale horecazen, zijn ontwikkelingen die de toeristificatie verminderen.

De eerste studie werd uitgevoerd in de Jordaan, waar 12 bewoners —Jordanezen en nieuwkomers— werden geïnterviewd, meestal in cafés, waarbij de geïnterviewden middels introducties ('snowballing') werden benaderd (Crone, 2024). Beide groepen zien een duidelijk onderscheid tussen de traditionele cafés in de buurt en nieuwere plekken; de laatste worden door de oorspronkelijke bewoners nadrukkelijk gemeden. De Jordanezen zijn sterk gehecht aan de 'eigen' cafés, maar ook de nieuwkomers wisselen de 'hippe' plekken graag af met de traditionele cafés.

Toch vindt er weinig interactie tussen beide groepen plaats. De horeca wordt namelijk door beide groepen op een verschillende manier gebruikt. Terwijl het café voor Jordanezen een plek is waar zij alleen heen gaan om buurtgenoten te ontmoeten, gaan de nieuwkomers met hun eigen vrienden-groep.

Heb je lokale cafés of restaurants ontdekt die naar jouw idee veel betekenen voor de lokale bevolking van de Jordaan?

Jaa, de Twee Zwaantjes en Hegeraad? Ik zie daar altijd oude mensen zitten.

En als jij op deze plekken komt, maak je dan wel eens een praatje?

Hmm nee als ik deze plekken bezoek, wat niet vaak is, dan ben ik gewoon met mijn vrienden. Ik zal altijd wel gewoon iedereen gedag zeggen, maar ik ben gewoon met mijn eigen kring (Interview 6 – Nieuwkomer. Crone, 2024, 65).

De Jordanees wordt daarmee niet alleen vreemd van de nieuwe horecagelegenheden in de buurt, maar voelt zich soms ook minder thuis in de traditionele cafés:

Hoe vaak per week bezoekt u horeca plekken?

Eigenlijk iedere dag voor een kopje koffie en het lezen van een krantje. En hier bij Café de Tuin zit ik eigenlijk altijd binnen achterin met een groepje mensen die er ook elke dag komen. [...] Maar ik moet ook zeggen dat je bij café de Tuin ook niet meer in de avond wil komen want dan wordt het ook helemaal overgenomen en zitten er echt geen Jordanezen meer (Interview 12, Oorspr. bewoner. Crone, 2024, 80-81).

Touristificatie en foodification

Het tweede onderzoek werd verricht in en rond Amsterdam-West, dat als “centrum-overloopgebied” de gevolgen van foodification in Amsterdam betrof. Dit onderzoek combineerde interviews onder 2 horeca-professionals en 7 bewoners met een enquête (N=154) (Chapman, 2024). Het beeld is hier diverser dan in de Italiaanse studies. In het centrum van Amsterdam zien respondenten de schaalvergroting —een proces dat versneld is sinds Covid— en homogenisering als gevolg van het groeiende toerisme. Door de enorme vraag is de klant minder kritisch. Vooral bij toeristen, die een zaak toch maar eenmalig bezoeken, gaat het om ‘volume maken’ op premium locaties met hogere huren.

Buiten het centrum zijn de meeste respondenten echter blij met het toegenomen aanbod, kwaliteit en diversiteit, ook als dit ten koste is gegaan van het lokale:

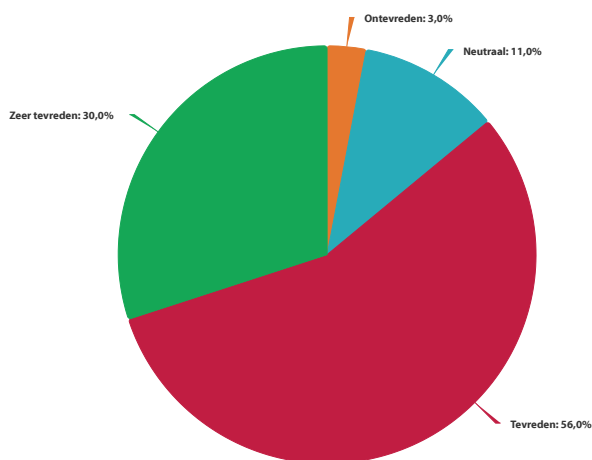
En de oude Amsterdamse stijl was ook niet altijd goed, moet je ook niet overschatten. Qua dienstverlening. Die waren soms ook gewoon bot-op-onvriendelijk. En de producten die ze hadden waren een tosti. En nu kan je mooie broodjes overal nemen. Het was ook niet kwalitatief allemaal geweldig hoor (Interview 4, Bewoner. Chapman, 2024, 170).

Nou, ik geniet wel heel erg van een broodje met humus en makreel. En de lekkere dingen die er nu zijn. Om niet bij een uitsmijter te blijven. Ik vind die verandering ook wel goed (Interview 8, Bewoner. Chapman, 2024, 237).

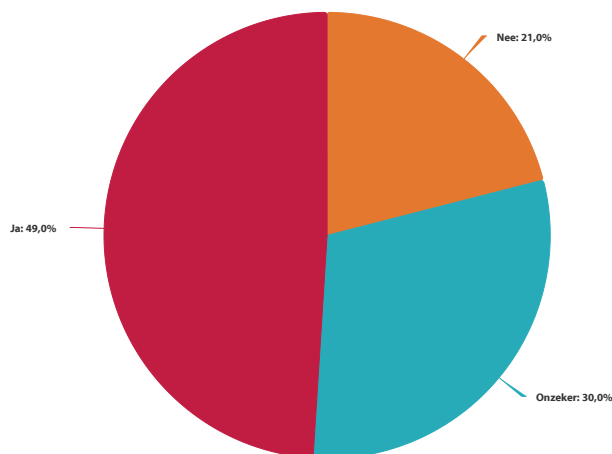
De keerzijde is een verlies van de authentieke sfeer, en een verlies aan diversiteit in het winkelaanbod:

Het was vrijer. [...] En dat is ook landelijk. Maar vooral in Amsterdam. Dat de vrijheid een beetje weg is. [...] En als dan de Amsterdammer weg blijft, die ik heel graag terug wil hebben hoor. Daar heb ik me ook op gericht. Dan en de toerist blijft over. Ja, dan vind ik dat heel jammer. Maar ja, goed. Je moet toch je geld verdienen. Dus dan merk je ook in de stad dat je dus eenheidsworst krijgt in aanbod (Interview 5, Bewoner. Chapman, 2024, 180)

In de negen straatjes had je een tandenborstewinkel een poppendokter, een kaarsenwinkel. Hele specialistische dingen. Een winkeltje met alleen maar lampjes. En nu zitten er gewoon drie keer een scotch en soda. En allemaal, alleen maar koffietentjes. Terwijl de echte leuke koffietentjes weg zijn (Interview 8, Bewoner. Chapman, 2024, 231)



Figuur 1: Bent u tevreden met de diversiteit aan restaurants, cafés en bars in Amsterdam?



Figuur 2: Vindt u dat de behoeften en voorkeuren van lokale bewoners voldoende worden overwogen in de culinaire scene van Amsterdam?

De enquête bevestigt dit beeld: respondenten zijn tevreden over de diversiteit, maar ook bezorgd over de aantrekkelijkheid van het aanbod voor bewoners. Ondanks de kleine steekproef en het gebruik van een convenience sample, lijken de uitkomsten van de enquête erop te wijzen dat jongere respondenten minder bezorgd zijn over dit laatste aspect. Specifiek verschillen respondenten van 18-25 jaar significant in hun mening van die van 36-45 jaar en 56 jaar en ouder (gecorrigeerde p-waarden = .015 en .003, respectievelijk). Hetzelfde kan gezegd worden over de tijd dat respondenten in Amsterdam

wonen: nieuwkomers zien minder problemen met de aansluiting van het aanbod op de behoeften en voorkeuren van lokale bewoners (verschil zowel <1 jaar in Amsterdam als 1-5 jaar vs. 6-10 jaar, $p=.001$).

Conclusie

De horeca verandert voortdurend; zoals een van de respondenten opmerkt, is de hippe tent van nu over vijftig jaar een bruine kroeg (Interview 2, Horeca-manager. Chapman, 2024). Aan het eind van de

twintigste eeuw leidde welvaartstijging tot een 'democratisering' van het restaurant. De huidige trends duiden erop dat de grote vraag van de kant van een jonger publiek, dat misschien meer bereid is en meer culinaire ervaring heeft, een deel van de traditionele bezoekers van de Amsterdamse horeca vervreemd heeft van het aanbod. Onderliggende factoren zijn waarschijnlijk ook de verminderde sociale cohesie en individualisering.

In Amsterdam zien we zowel tekenen van gastronomische gentrificatie als van foodification. In Amsterdam leidt de gastronomische gentrificatie niet zozeer tot een verandering van eetgewoonten; wellicht wordt dit verklaard door het feit dat de oorspronkelijke bewoners weinig naar restaurants gaan, bijvoorbeeld in vergelijking met Zuid-Europa. Wel is er een duidelijke verandering van de sociale functie van de horeca: van ontmoetingsplek voor de buurt tot uitgaansplek voor groepen vrienden.

Net als elders, leidt ook in Amsterdam foodification tot schaalvergroting, eenheidsworst en kwaliteitsconcessies in gebieden waar de toeristische vraag dominant is. Maar in overloopgebieden buiten het centrum zijn respondenten juist tevreden met de toegenomen kwaliteit en diversiteit. Er bestaan zorgen over de mate waarop het aanbod aansluit bij de vraag van de lokale bevolking. Dit lijkt minder het geval te zijn bij jongeren en bij respondenten die kort in Amsterdam wonen.

Zoals andere vormen van gentrificatie, hebben deze trends twee gezichten: in de eerste plaats, herontwikkeling van een buurt en kwalitatieve verbetering van het aanbod, in samenhang met de komst van meer welvarende bewoners en bezoekers. In de tweede plaats, de vervreemding of 'verdrrijving' — vooral door stijgende prijzen — van de oorspronkelijke bewoners. Voor de nieuwkomers heeft het café niet de sociale functie die het voor de oorspronkelijke bewoners had. Dit is een sociaal-culturele ontwikkeling, maar wel een die in het bredere maatschappelijke debat — gelet op de zorgen rond verminderde sociale cohesie en toenemende eenzaamheid — als problematisch wordt ervaren.

Deze twee exploratieve onderzoeken geven voldoende aanleiding voor vervolgonderzoek naar hoe deze veranderingen zich voltrekken. De restaurant- en café markt is onvoldoende bestudeerd:

bijvoorbeeld, succes- en overlevingsfactoren en de levensduur van bedrijven. De ontwikkeling van de spreiding van verschillende types etablissementen en de demografie van hun bezoekers helpen verder de verandering in kaart te brengen. Ook economische indicatoren — m.n. huurprijzen en inkomsten per oppervlakte — kunnen de mechanismen achter de gentrificatie inzichtelijk maken.

Met dergelijke inzichten kan nagedacht worden over de hoofdvraag: welke van deze ontwikkelingen zijn wenselijk; welke zouden vermeden moeten worden — en hoe? Is het mogelijk horeca te ontwikkelen die de sociale functie van ontmoetingsplaats op een inclusieve manier door ontwikkelt? Hoe kan het aanbod voor toeristen en bewoners, ook in stadscentra, meer in balans worden gebracht?

Contactgegevens auteurs

Amber Chapman, Hotelschool The Hague

Maud Crone, Hotelschool The Hague

Jeroen Oskam, Director Research Centre Hotelschool, The Hague, j.oskam@hotelschool.nl

Referenties

- Bourlessas, P., Cenere, S. & Vanolo, A. 2022. The work of foodification: an analysis of food gentrification in Turin, Italy. *Urban Geography*, Vol. 43, No. 9, pp. 1328-1349.
- Butler, T. 1997. Gentrification and the middle classes, Ashford, Ashgate.
- Cañas, J. A. 2023. La gentrificación también es gastronómica: "El 'foodie' es un depredador de la identidad ajena". *El País*, September 23, 2023. <https://elpais.com/gastronomia/2023-09-23/la-gentrificacion-tambien-es-gastronomica-el-foodie-es-un-depredador-de-la-identidad-ajena.html>.
- Chapman, A. 2024. Culinary Metamorphosis: Navigating the intersection of Touristification and Foodification in Amsterdam. Bachelor Thesis, Hotelschool The Hague.
- Colomb, C. & Novy, J. 2017. Protest and resistance in the tourist city, London/New York, Routledge.
- Crone, M. 2024. A Neighborhood Divided. The social impact of gastronomic gentrification in the Jordaan. Bachelor Thesis, Hotelschool The Hague.
- Glass, R. L. 1964. London: aspects of change (Vol. 3), London, MacGibbon & Kee.

- González, S. 2018. La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, Vol. 43, pp. 1-8.
- Hotelschool The Hague 2019. *Ondernemen in de restaurantsector*, Bilthoven, PS.
- Lees, L., Slater, T. & Wyly, E. 2013. *Gentrification*, New York, Routledge.
- Ley, D. 1997. *The new middle class and the remaking of the central city*, Oxford, Oxford University Press.
- Loda, M., Bonati, S. & Puttilli, M. 2020. History to eat. The foodification of the historic centre of Florence. *Cities*, Vol. 103, pp. 102746.
- Milikowski, F. 2018. *Van wie is de stad: de strijd om Amsterdam*, Atlas Contact.
- Oskam, J. 2020. *The Overtourism Debate: NIMBY, Nuisance, Commodification*, Bingley, Emerald.
- Oskam, J., Ladkin, A. & Turnšek, M. 2022. The bolt-hole of self-employment: migrant workers avoiding prejudice and discrimination. *Prejudice and Discrimination in Hotels, Restaurants and Bars*. Routledge, pp. 148-161.
- Sbicca, J. 2018. Food, gentrification, and the changing city. *Boletín Ecos*, Vol. 43.
- Smith, N. 2005. *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*, London, Routledge.
- Threadgold, S., Molnar, L., Sharp, M., Coffey, J. & Farrugia, D. 2024. Hospitality workers and gentrification processes: Elective belonging and reflexive complicity. *The British Journal of Sociology*, <https://doi.org/10.1111/1468-4446.13138>.
- Van Dongen, M. 2023. Vegan restaurant Cometa verdeelt Tuindorp Oostzaan: 'We zitten niet te wachten op een hippe stek'. *Het Parool*. <https://www.parool.nl/amsterdam/vegan-restaurant-cometa-verdeelt-tuindorp-oostzaan-we-zitten-niet-te-wachten-op-een-hippe-stek~b21ddc6b/>.