

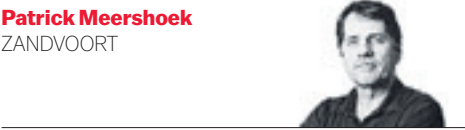
‘Meer lef is welkom’

In 2015 deed Wim Peeters mee aan de verkiezingen in Zandvoort met slechts één programmapunt: maak van de badplaats een stadsdeel van Amsterdam. Dat leverde bar weinig stemmen op, en daar zit volgens de lijsttrekker vier jaar later nog steeds de kneep. “In Zandvoort heerst de jansallegeest. Er is in potentie ontzettend veel mogelijk, maar er komt over het algemeen weinig van de grond. Iets meer Amsterdamse lef zou welkom zijn.” Peeters weet waarover hij spreekt: hij staat met één been in Amsterdam en één been in Zandvoort. De zeventiger is eigenaar van het beroemde sneuvelcafé Casablanca op de Zeedijk en heeft in Zandvoort een klein circusmuseum annex woning. Het is rustig in het dorp geworden, zegt hij, “Vroeger was ook hier een levendig uitgaansleven. Maar de mensen zijn oud geworden en het zwaartepunt is verschoven naar de paviljoens op het strand.” Met ingang van 2018 is het ambtelijk apparaat van Zandvoort, zeer tegen de zin van Peeters, ondergebracht bij buurgemeente Haarlem. Het bestuur van Zandvoort heeft aangegeven zelfstandig te willen blijven, maar de ondernemer heeft er een hard hoofd in. “Hoe lang kun je dat volhouden? In Haarlem wordt nu al over ons gesproken als Haarlem-West. Dan vind ik Amsterdam Beach toch stukken beter klinken.”

Zandvoort 2020 Innige band tussen hoofdstad en badplaats

Is de beach echt Amsterdams?

In Zandvoort zijn de voorbereidingen voor de komst van de Formule 1 in volle gang. Deel vijf van een serie: Amsterdam Beach of Beach for Amsterdam?



Zandvoort heeft deze zomer een eigen cocktail. The Surf bestaat uit gin, parfait d’amour, blue curacao, citroensap, suikersiroop, tonic en een schijfje citroen. Het drankje kwam als beste uit de bus na afloop van een workshop van Zandvoortse horecaondernemers bij Bols, de Amsterdamse distilleerderij die dit jaar een pop-upstore heeft op de boulevard van de badplaats. Met dank aan Amsterdam & Partners, het city-marketingbureau dat de collega’s in Zandvoort in contact bracht met Bols. “Een gouden greep,” zegt directeur Lana Lemmens van Zandvoort Marketing over de komst van het bedrijf. “We zoeken in Zandvoort naar meer stedelijke kwaliteit. Een merk als Bols past daar perfect bij. Tommy Hilfiger had hier vorig jaar een pop-upstore met zwemkleding. Ook een mooi voorbeeld.” Zandvoort en Amsterdam werken de laatste jaren nauw samen op het terrein van het toeris-

me. De ambities van beide gemeenten vonden elkaar in de slogan Amsterdam Beach, waarmee de hoofdstad het buitenlandse bezoek op zomerse dagen verwijst naar de badplaats binnen handbereik. Zandvoort op zijn beurt maakt – tegen betaling – gebruik van de expertise van de collega’s in Amsterdam. De gebundelde krachten leidden een paar weken geleden al tot 24H Zandvoort, een open huis van horeca en culturele instellingen zoals dat ook in de Amsterdamse stadsdelen wordt gehouden. Ondanks de regen een groot succes, aldus Lemmens. En vorige maand kleurde Zandvoort voor het tweede jaar op rij roze in het kader van Pride at the beach. Het evenement is een initiatief uit het dorp, maar de organisatie van de Amsterdamse Gay Pride speelt op de achtergrond een grote rol. Blauwe Tram De samenwerking past in de hechte en oude band tussen het dorp Zandvoort en de stad Amsterdam. Honderd jaar geleden stapten in de zomer honderdduizenden Amsterdammers op de Blauwe Tram voor een verkoelend bezoek aan de badplaats. Vandaag de dag is het niet anders.

De tram is in de tussentijd vervangen door de trein, waardoor de reis van CS naar de kust nog maar een half uur duurt. De badplaats en de hoofdstad lijken ook wel op elkaar, zegt Paulus Emden Huitema van Identity Matching Academy, een Amsterdams bureau dat Zandvoort hielp bij de ontwikkeling van een toeristische visie en de bijbehorende merkenstrategie. “Zandvoort is echt een dorp, maar de mentaliteit van de mensen doet een beetje denken aan de Jordaan van vroeger. Een tikkeltje volks, met een grote mond en een duidelijke mening.” Strak en verzorgd Dat komt mede door de voortdurende import uit Amsterdam, vermoedt Emden Huitema. “Er strijken veel Amsterdamse ondernemers neer in Zandvoort. Er zijn nogal wat horecaondernemers uit de stad die ook iets in de badplaats willen doen. Dat is goed voor Zandvoort. De laatste jaren is een aantal nieuwe paviljoens geopend op het strand. Die zien er allemaal heel strak en verzorgd uit. Dat is precies de stedelijke kwaliteit die van Zandvoort het strand van Amsterdam maakt.” Emden Huitema spreekt de laatste woorden in het Engels uit: *Beach for Amsterdam*. Als subtiel verzet tegen het Amsterdam Beach, waarmee de

‘De mentaliteit van de Jordaan. Een tikkeltje volks, met een grote mond en een duidelijke mening’

hoofdstad onder meer Zandvoort aanprijst. “Amsterdam Beach slaat eigenlijk op de hele kuststrook tussen Zandvoort en Wijk aan Zee. Op de een of andere manier denken mensen vooral aan Zandvoort als de term valt. Dat zal ook te maken hebben met de historische band.” Lang niet iedereen in de badplaats is daar blij mee. De toeristische sector heeft er geen moeite mee om de naam Amsterdam Beach te voeren, maar onder de dorpelingen zijn mensen die moeite hebben met deze toeristische kolonisatie. Emden Huitema: “De stemming is: wij willen best het strand voor Amsterdam zijn, maar wij zijn hier dus geen Amsterdam. De naam Zandvoort is natuurlijk ook een ijzersterk merk.” Vandaar dat Identity Matching Academy samen met de gemeente een strategie en campagne ontwikkelde om de claim Beach for Amsterdam aan de man en vrouw te brengen. “Deze campagne richt zich ook op andere doelgroepen. Amsterdammers en Duitsers vormen het leeuwendeel van het bezoek aan Zandvoort, niet dat handjevol buitenlandse toeristen dat een verblijf in Amsterdam onderbreekt voor een dagje Zandvoort.”

Vier elementen In de toeristische visie voor de badplaats neemt het circuit een centrale plek in, samen met het strand, de boulevard en de duinen. “Die vier elementen maken Zandvoort uniek,” legt Emden Huitema uit. “De komst van de Formule 1 gaat de komende jaren een aanjager worden van de ontwikkelingen in het dorp. Het zal onderstrepen dat Zandvoort dé plek aan de kust is voor het organiseren van evenementen.” Zandvoort is de afgelopen eeuw de badplaats voor de massa geweest, en dat moet volgens hem vooral zo blijven. “Je hoort wel mensen operen dat Zandvoort nog een sterrenrestaurant mist, of een luxe hotel. Maar een hip boutique-hotel is er veel beter op zijn plaats dan een klasiek vijfsterrenhotel. In Zandvoort moet het vooral ook blijven ruiken naar patat, vis en zonnebrand. Met op de achtergrond het geluid van brullende motoren.”

- Zomerserie**
Volgende week het slot: de prins die het circuit wakker kust.
1. Brullende motoren, rinkelende kassa's
 2. De terugkeer van de holiday race
 3. Houdt de moeraswespenorchis stand?
 4. Altijd strijd om het circuit
 5. Beach for Amsterdam
 6. Van de prins geen kwaad



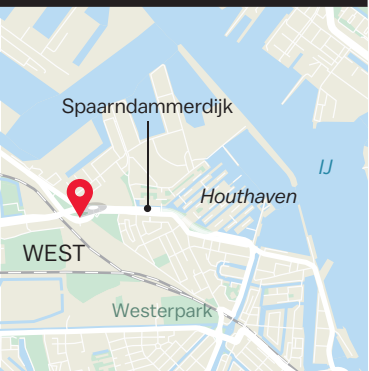
→ Op warme dagen zoekt Amsterdam verkoeling aan zee, Zandvoort huilt zich dan in een aroma van zonnebrand, patat en vis. FOTO RENATE BEENSE

Blikvangers

De stad staat vol met kunst, van wereldvermaarde kunstenaars tot anonieme beeldhouwers. Wat zijn de verhalen achter deze beelden?

De Ring
Sinds 1976 / 2003
Kunstenaar Ad Dekkers
Waar Spaarndammerdijk

Er zijn betere plekken om een kunstwerk in de openbare ruimte te zijn. De gigantische betonnen sculptuur van Ad Dekkers vormt nu het middelpunt van een bouwplaats op de Spaarndammerdijk. De bosjes groeien er gretig tegenaan; her en der liggen afzetpaaltjes, stapels cementblokken en plaatmateriaal. Als de bouwwerkzaamheden voorbij zijn, is het echter lang geen gekke plek voor *De Ring*. Het gigantische beeld, met een diameter van 12 meter, dat ook nog eens op een meter hoge terp is geplaatst, markeert hier prominent een van de entrees tot de stad. Het werk verhuisde in 2003 naar deze plek tussen de Transformatorweg en de Nieuwe Hemweg. Het was oorspronkelijk gemaakt voor het belastingkantoor op de Mauritskade, waar het in 1976 werd geplaatst. Maar daar moest het weg om ruimte te maken voor een gemaal. Die verhuizing had nogal wat voeten in de aarde. Het demonteren van de constructie, die bestaat uit betonplaten die met staalkabels bijeen worden gehouden, was na al die jaren geen optie. Het kunstwerk, dat ruim 165 ton weegt, werd daarom in zijn geheel van de fundering gelicht en 's nachts voorzichtig naar het Westelijk Havengebied gereden. Kunstenaar en adviseur Frits Nolte was samen met Jerome Symons betrokken bij de keuze voor deze locatie tussen de drukke doorgaande wegen. Nolte licht toe: “*De Ring* is niet een beeld om aan te raken. Nee, het is een beeld om indrukwekkend te zijn en om een stempel op de stedelijke ruimte te drukken. Om op afstand te zien.” Het kunstwerk is ontworpen door Ad Dekkers,



die leefde van 1938 tot 1974. Hij is vooral bekend van zijn monochrome reliëfs. Zijn werk wordt gerekend tot de abstract-geometrische kunst. In 1967 zei hij in een interview met het *Algemeen Handelsblad*: “De kreet modern slaat niet op mijn werk. Ik hanteer de oudste middelen. Ik werk met cirkels, vierkanten en driehoeken en ga die tot een eigen gezicht vormen.” Onder zijn handen veranderden grondvormen subtiel: een vierkant wordt een vierhoek, een kubus gaat over in een cilinder. Zijn grootste kunstwerk is *De Ring*. Die titel is misleidend, want strikt genomen is het een spiraal. Het werk was door Dekkers wel bedoeld als zuivere cirkel, maar vanwege ‘financiële en technische redenen’ is het kunstwerk opgebouwd uit twintig rechte betonstukken die niet aansluiten. Door het inhagige groen is het niet goed te zien, maar op de grond zijn het begin- en eindpunt van de betonsegmenten niet verbonden. Het wordt daarom ook wel *Gebroken Cirkel* genoemd. Sophia Zürcher



→ Struikgewas onttrekt de voet van *De Ring* aan het zicht. FOTO JAKOB VAN VLIET