

IDENTITEIT VAN DE DAPPERBUURT

Een gezamenlijk verhaal van bewoners & ondernemers



Inhoud

Voorwoord: Het verhaal van de Dapperbuurt	3
Belang van gebiedsidentiteit	4
De Dapperbuurt verandert	6
Identiteit: inkleuring DNA	8
Kernwaarden	10
Doelgroepen en USP's Dapperbuurt	12
Bewoners: vaste gasten uit de buurt	14
Bewoners: marktshoppers	15
Bezoekers: beleveniszoekers	16
Storytelling en iconen: Het verhaal van de Dapperbuurt	20
Lef	22
Werelds	23
Authentiek	24
Realisatie: dankwoord	26



VOORWOORD

Het verhaal van de Dapperbuurt

In de Dapperstraat werken de ondernemers samen in de BIZ Eerste van Swindenstraat, BIZ Dapper Amsterdam en de marktondernemers in de MAC. Na een herinrichting van de Eerste van Swindenstraat en alle komende ontwikkelingen op de Dappermarkt is het tijd om met elkaar opnieuw te duiden wat de Dapperbuurt nu precies de Dapperbuurt maakt.

Samen ontwikkelen we een identiteit, want als we weten wat de Dapperbuurt precies uniek maakt, weten we ook wat we samen willen versterken zodat het gebied aantrekkelijk blijft voor bewoners, ondernemers en bezoekers. De dynamiek, de veranderingen in het winkelaanbod en de ontwikkelingen ten aanzien van het bezoek zijn belangrijke factoren die van invloed zijn. Kenmerkend zijn de omliggende woonbuurten. Deze hebben een belangrijke rol in de dagelijkse voorzieningen.

Om in te spelen op de buurt en de veranderingen ontwikkelen we een krachtig samenwerkingsverband tussen de verschillende sectoren. Samen signaleren, kansen pakken en elkaar versterken is nodig om te werken aan een duurzame toekomstbestendige economie.

Het verhaal van de Dapperbuurt vormt de brug tussen wat bestaat en wat nieuw wordt ontwikkeld. Vanuit deze achtergrond heeft amsterdam&partners, als verbindende partij in de Metropoolregio Amsterdam, in opdracht van de gemeente Amsterdam en de Straatgerichte Aanpak Aantrekkelijke Winkelgebieden, de identiteit van de Dapperbuurt vastgelegd.

‘Het verhaal van de Dapperbuurt’ is tot stand gekomen in twee werksessies met ondernemers, marktondernemers, de betrokken straatmanager, gebiedsmakelaar en de gemeente Amsterdam. In mei 2024 is een enquête onder de bewoners en ondernemers in de Dapperbuurt verspreid en in juni 2024 hebben de twee werksessies met betrokkenen plaatsgevonden. De verhalen, unieke kwaliteiten en iconen die hieruit zijn voortgekomen, zijn belangrijke bouwstenen voor de totstandkoming van het gezamenlijke verhaal van de Dapperbuurt.



STARTPUNT

Belang van gebiedsidentiteit

Ontwikkeling Metropoolregio Amsterdam

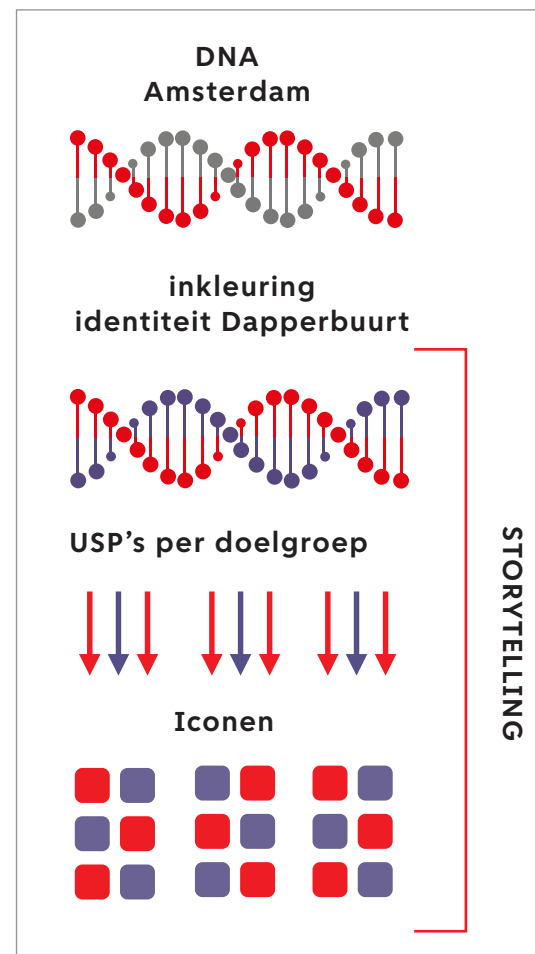
De Metropoolregio Amsterdam groeit de laatste jaren hard. Meer mensen willen hier wonen, werken en studeren en een groter aantal bedrijven vestigt zich hier. Door deze stedelijke ontwikkeling krijgen meer buurten en straten in Amsterdam een sterke functiemenging van wonen, werken en recreëren. Deze ontwikkeling geldt ook voor de Dapperbuurt, hetgeen de buurt minder afhankelijk maakt van één doelgroep.

Belang van gebiedsidentiteit

Gegeven de geschetste veranderingen in de komende jaren en de impact hiervan op de Dapperbuurt is behoud en versterking van het unieke karakter en de kwaliteit van dit gebied relevant. Ontwikkeling en profilering moeten aansluiten bij de eigen lokale identiteit, want alleen dan wordt het onderscheidend vermogen versterkt en wordt vervreemding van de eigen omgeving voorkomen. Een sterke en gedragen identiteit staat aan de basis van de realisatie van een economisch aantrekkelijk, leefbaar en veilig woon-, werk- en leefgebied.

DNA

Amsterdam heeft als stad een DNA en is bijzonder vanwege de combinatie van innovatie, creativiteit en ondernemersgeest. Deze kernwaarden kun je niet zien of ervaren, maar bepalen wel de identiteit van de stad. Voor buurten, wijken of straten spreken we over de identiteit en de kwaliteiten van het gebied. Deze identiteit is een afgeleide van het DNA van de stad. De gebiedsidentiteit verandert niet, maar de uitingsvormen van de kwaliteiten kunnen wel veranderen (oftewel de USP's). Met de vele verhalen en de gezichtsbepalende iconen wordt het gebied op de kaart gezet.





AMBITIE

De Dapperbuurt verandert

Ontwikkelingen

Overall in de stad vinden ontwikkelingen en herinrichtingen plaats, zo ook in de Dapperbuurt. Het doel: de uitstraling en de buurteconomie van de Dapperbuurt versterken, door aan de slag te gaan met een gevelaanpak en opnieuw te kijken naar de inrichting van de openbare ruimte. Er moet weer nieuw leven komen in de Dapperbuurt. In het najaar van 2022 begonnen de werkzaamheden in de Eerste van Swindenstraat. Onder andere kwam er meer ruimte voor voetgangers, kwamen er nieuwe bomen, werd de rijbaan kleiner en werd het eenrichtingsverkeer. Ook heeft de gemeente plannen om een nieuwe impuls te geven aan de Dappermarkt, zodat het de kern van de Dapperbuurt blijft. Ondanks dat er op de herinrichting en de aanpak voor de markt wisselend wordt gereageerd, zijn alle partijen het over een ding eens: de identiteit en de geschiedenis van de Dapperbuurt moet overeind blijven en de beleving moet weer terugkomen.



IDENTITEIT

Kernwaarden

Kernwaarden van de Dapperbuurt

Om een beter beeld te krijgen van wat men wil behouden in tijden van verandering, is dieper ingegaan op het unieke karakter van de buurt. Op basis hiervan zijn de kernwaarden voor de identiteit van de Dapperbuurt bepaald. De kernwaarden beschrijven de kwaliteiten van de buurt en maken het onderscheidend vermogen meer concreet. Het is de combinatie van de drie kernwaarden die de Dapperbuurt uniek maakt en houvast geeft in de ontwikkeling en profilering van de Dapperbuurt richting doelgroepen, andere stakeholders en belangengroepen.

De drie kernwaarden zijn:

- › Lef
- › Werelds
- › Authentiek

Ook de uitdagingen zijn beschreven om de gewenste en toekomstbestendige balans in het gebied te realiseren voor ondernemers, bewoners en bezoekers.

Unieke kwaliteiten en kernwaarden Dapperbuurt

Uniek aan de Dapperbuurt

Multicultureel warmhartig

Werelds aanbod

Oorspronkelijk

Kernwaarden

Lef

Samenleven met durf en vastberadenheid

De Dapperbuurt is sinds haar ontstaan in de 19e eeuw altijd een volksbuurt geweest, gekenmerkt door veerkracht en durf. Gedurende de daaropvolgende eeuw veranderde de samenstelling van huishoudens voortdurend, de bewoners en ondernemers gingen deze uitdagingen vol moed en aanpassingsvermogen tegemoet. Vandaag de dag staat de Dapperbuurt bekend als een plek in Amsterdam waar verschillende huishoudens en (markt) ondernemers met lef en vastberadenheid naast en met elkaar samenleven, ongeacht leeftijd, achtergrond en inkomen.

Werelds

De wereld in één buurt

De multiculturele samenstelling van de bewoners vindt ook haar afspiegeling in het aanbod in de buurt. Er is niet één cultuur die de boventoon voert. Dat maakt dat de Dapperbuurt bekend staat als een wereld in het klein. De Dapperbuurt heeft daarom niet alleen een aantrekkingskracht op bewoners, maar ook op Amsterdammers uit andere stadsdelen en nationale en internationale bezoekers.

Authentiek

De buurt met een groot thuisgevoel

Even leken de karakteristieke 19e eeuwse gebouwen te verdwijnen uit de Dapperbuurt, maar na stevig verzet in de jaren '70 van de vorige eeuw, bleven de panden overeind. Hierdoor bleven de authentieke uitstraling, sfeer en architectuur van de buurt behouden. Gelukkig maar, want de buurt voelt hierdoor nog altijd aan als vanouds. In de Dapperbuurt is de sfeer ongedwongen, levendig en bovendien verwelkomend. Een 'thuisgevoel' dat het waard is om voor te blijven strijden en te delen met anderen.

Uitdaging

Verminderde leefbaarheid en beleving

De Dapperbuurt en de Dappermarkt trekken verschillende mensen aan en soms niet de gewenste. De overlast van de verslaafden en daklozen gedurende de dag zorgen ervoor dat de leefbaarheid van de buurt achteruitgaat. Ook de beleving komt hierdoor in het gedrang. Na sluitingstijd van de markt blijft er voornamelijk veel troep achter en zwakt de reuring af naar een laag pitje. Een gedegen plan om de veiligheid en leefbaarheid terug te brengen is daarom zeer gewenst. Pas dan kan de beleving van de buurt en de markt weer naar een nieuw en toekomstbestendig level gebracht worden.



USP'S DAPPERBUURT

Doelgroepen en USP's

Doelgroepen

De Dapperbuurt kent veel verhalen en iconen. In het profileren van de straat is het belangrijk om het juiste verhaal uit te dragen naar de juiste doelgroep. In de ontwikkeling van de identiteit zijn een aantal doelgroepen geformuleerd:

- › Vaste gasten uit de buurt: bewoners uit de Dapperbuurt
- › Marktshoppers: bewoners uit Oost, Zuidoost en de regio
- › Belevenszoekers: bezoekers uit Nederland en buitenland.

USP's per doelgroep

Per doelgroep zijn de USP's bepaald die onderscheidend zijn voor de Dapperbuurt in relatie tot vergelijkbare multifunctionele buurten. USP's voor de doelgroep betreffen dié uitingsvormen en kwaliteiten waarmee de Dapperbuurt nu juist zo aantrekkelijk is voor de doelgroep. Immers, niet alle drie de kernwaarden zijn even relevant voor alle doelgroepen; voor de bewoners zijn andere kwaliteiten van belang dan voor bezoekers uit de Metropoolregio Amsterdam of de rest van Nederland. Op de volgende pagina's is per doelgroep aangegeven welke kwaliteiten van de Dapperbuurt voor hen nu juist zo aantrekkelijk zijn.



USP'S DAPPERBUURT

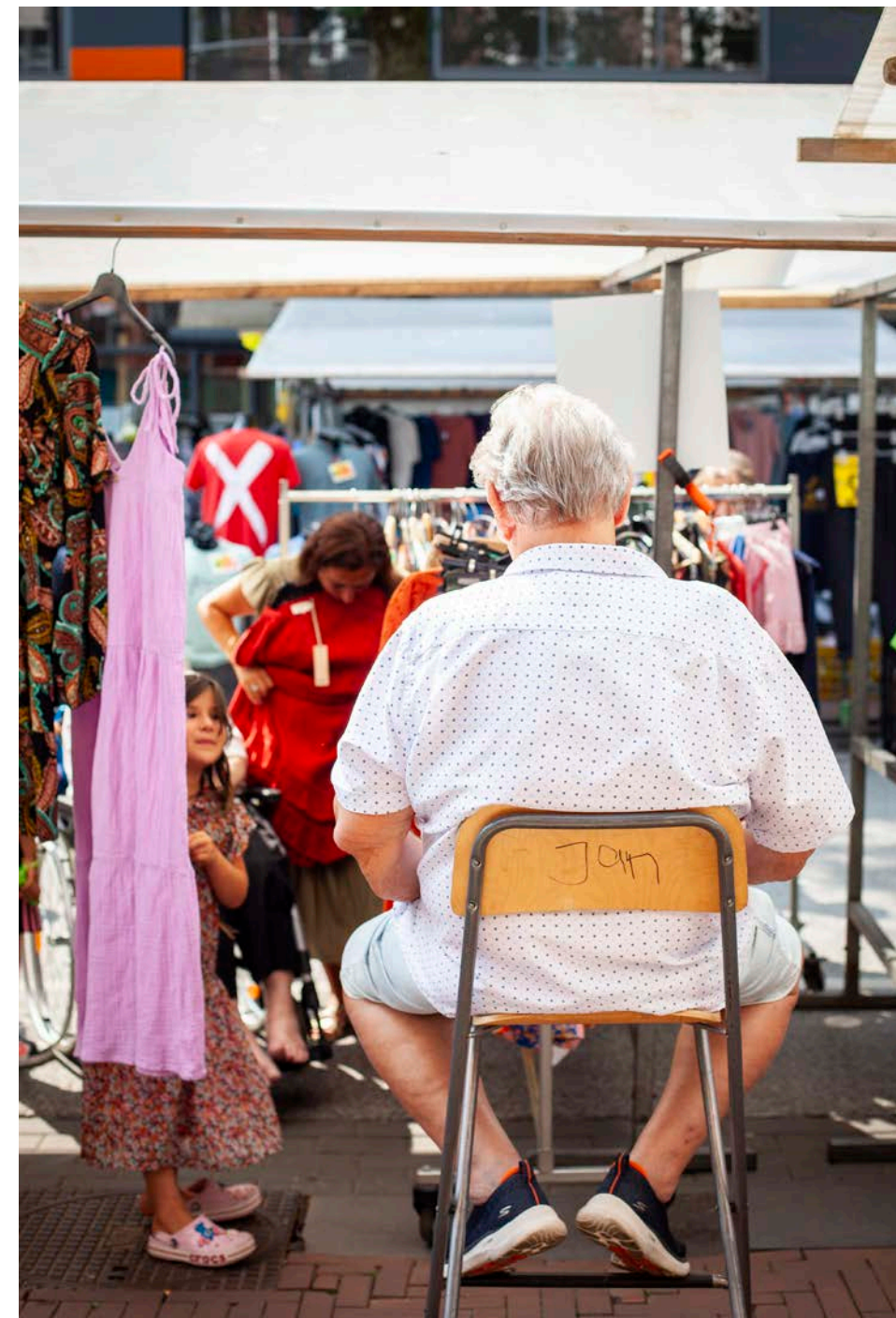
Bewoners: vaste gasten uit de buurt

USP's voor de 'Vaste en bekende gezichten'

De 'vaste gasten uit de buurt' bestaan uit bewoners van de Dapperbuurt. Het zijn o.a. expats, gezinnen en jonge stellen die pas zijn komen wonen in de buurt. De leeftijd varieert tussen de 25 en 65 jaar en ze zijn tweeverdieners. Deze doelgroep gaat vooral naar het diverse horeca aanbod in de buurt. Zowel de nieuwe horecagelegenheden als de authentieke kroegen spreken hen aan. Het feit dat de Dapperbuurt multicultureel is en dat dit terug te zien is in het horeca aanbod vinden ze prettig. Nog belangrijker is de tolerante sfeer en de aanwezigheid van de markante buurtbewoners die zorgen voor een bepaalde levendigheid. Doordeweeks is deze doelgroep overdag aan het werk, dus men maakt voornamelijk gebruik van het aanbod na sluitingstijd van de markt. In het weekend trekken zij zowel zaterdag en zondag erop uit om op een van de terrassen neer te strijken.

Kwaliteiten samengevat

- › Breed en divers aanbod aan horeca, food en non-food
- › Sfeer in de buurt
- › Multicultureel en tolerantie onder medebewoners
- › Centrale ligging binnen stadsdeel Oost
- › Nabijheid van culturele instellingen



USP'S DAPPERBUURT

Bewoners: marktshoppers

USP's voor 'Marktshoppers'

De Dappermarkt bedient niet alleen de bewoners uit de buurt, ook andere Amsterdammers en regiobewoners weten de markt goed te vinden. Met name Amsterdammers uit Zuidoost, tussen de 40-60 jaar oud, komen in groepjes naar de Dappermarkt toe. Hun inkomen ligt wat lager en een deel is afhankelijk van toeslagen. De Dappermarkt is om meerdere redenen voor hen een fijne markt. Het diverse aanbod en de gunstige betaalbare prijs waar het voor te krijgen is, maar ook de bereikbaarheid en de ligging van de markt binnen stadsdeel Oost zijn belangrijke USP's voor deze doelgroep. De Marktshoppers vinden het fijn dat de Dappermarkt een 6-daagse markt is. Op deze manier zijn ze niet aan een bepaalde dag gebonden als het een keer geen lekker weer is. Wel is deze groep vaker op de markt te vinden aan het begin van de maand, dan aan het einde van de maand.

Kwaliteiten samengevat

- › Aanwezigheid van 6-daagse markt, de Dappermarkt
- › Breed en divers aanbod aan horeca, food en non-food
- › Centrale ligging binnen stadsdeel Oost
- › Sfeer in de buurt
- › Multiculturaliteit en tolerantie onder medebewoners



USP'S DAPPERBUURT

Bezoekers: beleveniszoekers

USP's voor 'Beleveniszoekers'

Deze doelgroep betreft zowel nationale als internationale bezoekers. Het zijn voornamelijk stelletjes die op zoek zijn naar de lokale beleving. De leeftijd varieert tussen de 20-50 jaar oud. Ze weten door social media en tips van vrienden en familie dat ze die beleving vooral buiten het centrum van Amsterdam tegenkomen, dus trekken ze juist naar de andere buurten op zoek naar unieke ervaringen. Het zijn levensgenieters, ze zijn cultuurgericht en ze mengen zich graag onder bewoners. De doelgroep verplaatst zich voornamelijk met de fiets en het openbaar vervoer binnen Amsterdam. Ze bezoeken de Dapperbuurt, omdat ze nieuwsgierig zijn naar de geschiedenis, de sfeer en de multiculturaliteit van de buurt. Ze bezoeken de Dapperbuurt voornamelijk in het weekend en combineren het met een bezoek aan het Oosterpark of een van de culturele instellingen in de nabije omgeving zoals Artis, het Groot Museum, het Wereldmuseum en het Scheepvaartmuseum.

Kwaliteiten samengevat

- › Sfeer in de buurt
- › Multicultureel en tolerantie onder medebewoners
- › Gunstige ligging ten opzichte van het Centrum van Amsterdam
- › Nabijheid van culturele instellingen
- › Breed en divers aanbod aan horeca, food en non-food



Belangrijke doelgroepen:

Vaste gasten uit de buurt bewoners uit de Dapperbuurt

Wie?

Deze doelgroep bestaat uit bewoners uit de Dapperbuurt. Het zijn o.a. expats, gezinnen en jonge stellen die pas zijn komen wonen in de buurt. De leeftijd varieert tussen de 25 en 65 jaar en ze zijn tweeverdieners.

Wat?

Deze doelgroep gaat vooral naar het diverse horeca aanbod in de buurt. Zowel de nieuwe horeca gelegenheden als de authentieke kroegen spreken hen aan. Het feit dat de Dapperbuurt multicultureel is en dat dit terug te zien is in het horeca aanbod vinden ze prettig. Nog belangrijker is de tolerante sfeer en de aanwezigheid van de markante buurtbewoners die zorgen voor een bepaalde levendigheid.

Wanneer?

Door de weeks, na sluitingstijd van de markt en in het weekend.

Markshoppers bewoners uit Oost, Zuidoost en de regio

Wie?

De Dappermarkt bedient niet alleen de bewoners uit de buurt, ook andere Amsterdammers en regiobewoners weten de markt goed te vinden. Met name Amsterdammers uit Zuidoost, tussen de 40-60 jaar oud, komen in groepjes naar de Dappermarkt toe.

Wat?

De Dappermarkt is om meerdere redenen voor hen een fijne markt voor hun boodschappen. Het aanbod en de gunstige betaalbare prijs waar het voor te krijgen is, maar ook de bereikbaarheid en de ligging van de markt binnen stadsdeel Oost zijn belangrijke USP's voor deze doelgroep.

Wanneer?

Op alle dagen, maar vooral tijdens het weekend en aan het begin van de maand.

Belevenzoekers bezoekers uit Nederland en buitenland

Wie?

Deze doelgroep betreft zowel nationale- als internationale bezoekers. Het zijn voornamelijk stelletjes die opzoek zijn naar de lokale beleving. Het zijn levensgenieters, cultuurgericht en ontdekken graag het lokale aanbod. De leeftijd varieert tussen de 20-50 jaar oud.

Wat?

De doelgroep verplaatst zich voornamelijk met de fiets en het openbaar vervoer binnen Amsterdam. Ze bezoeken de Dapperbuurt, omdat ze nieuwsgierig zijn naar de geschiedenis, de sfeer en de multiculturaliteit van de buurt.

Wanneer?

Voornamelijk in het weekend.



STORYTELLING EN ICONEN

Het verhaal van de Dapperbuurt

Storytelling en iconen

Storytelling is een belangrijk instrument om het verhaal van de Dapperbuurt te vertellen aan alle doelgroepen die de buurt kent. Op basis van de identiteit en de kernwaarden zijn de verhaallijnen van de Dapperbuurt uitgewerkt. Voor elke verhaallijn zijn waar relevant de belangrijke en gezichtsbepalende iconen vermeld, voortkomend uit alle verzamelde verhalen. Dit zijn personen, organisaties of instellingen, bedrijven, gebouwen, plekken of activiteiten die de Dapperbuurt profileren ten opzichte van vergelijkbare gebieden. De verhaallijnen in combinatie met de iconen kleuren de kernwaarden van de Dapperbuurt verder in en maken dat deze nog meer tot leven komen.



STORYTELLING EN ICONEN

Lef

De Dapperbuurt is sinds de oprichting van de buurt in de 19e eeuw altijd al een volksbuurt geweest. In de buurt woonden kleine middenstanders en arbeiders die werkten in het Oostenlijk Havengebied of op de tram. In de eeuw daarna veranderde de huishoudensamenstelling van de Dapperbuurt continu. Na de Tweede Wereldoorlog vertrokken de gezinnen en ouderen met een klein pensioen, werklozen en kleine ondernemers bleven achter. Vervolgens kregen zij gezelschap van Surinaamse Rijksgenoten en 'gastarbeiders' uit Marokko en Turkije. Ook de studenten vonden gauw hun thuis in de Dapperbuurt. De bewoners en ondernemers gingen deze uitdagingen vol moed en aanpassingsvermogen tegemoet. Vandaag de dag staat de Dapperbuurt bekend als een plek in Amsterdam waar verschillende huishoudens en (markt) ondernemers met lef en vastberadenheid naast en met elkaar samenleven, ongeacht de generatie waarin men is geboren, de inkomensklasse waarin men zit of de culturele achtergrond: alle bewoners van de Dapperbuurt zijn gelijkwaardig. In de Dapperbuurt weet je als bewoner wat samenleven is en daar draagt men graag aan bij.

Iconen

- › Marktondernemers
- › Sportshop van Swinden, Lola the Green Aardvark, Rogue Razer Barbershop, Febo, Gastronout, Sardjoe's Bara, Local Dealer, Olaf Brood, Dunya, FEBO, We are queer gym



STORYTELLING EN ICONEN

Werelds

De multiculturele samenstelling van de bewoners vindt ook zijn afspiegeling in het aanbod in de buurt. Er is geen een cultuur die de boventoon voert. Dat maakt dat de Dapperbuurt bekend staat als een wereld in het klein. De Dapperbuurt is letterlijk van alle markten thuis. De diversiteit is terug te vinden het type ondernemers, de verse producten op de markt, maar ook in de horeca. Elke onderneming, marktkraam, restaurant of café heeft zijn eigen gezicht en bedient zijn klant of gast met veel plezier en persoonlijke aandacht. De Dapperbuurt heeft daarom niet alleen een aantrekkingskracht op bewoners, maar ook op Amsterdammers uit andere stadsdelen en nationale- en internationale bezoekers. De ligging en de bereikbaarheid draagt daaraan bij. Voor de toekomst is het bewaken en versterken van deze unieke eigenschap erg belangrijk. Door aansluiting te vinden met een nieuwe doelgroep en ruimte te bieden aan experiment, kan de wereldse beleving nog meer uitgenut worden.

Iconen

- › De Dappermarkt
- › Jungle Amsterdam
- › Het Oosterpark
- › Station Muiderpoort
- › Het Wereldmuseum
- › Karel Appelhuis
- › Brouwerij 't IJ
- › Best Döner, Boi Boi, Café Wu, Vita's friet, Bar Botanique, Toko Bersama, Kalamegdan, Selam Afrika, Authentic India, L 'Abeille Pastry & Coffee, Prima Passo Salumeria Moderna, TSU Greek Pies & Pastries, Toko Jai Mata, Sardjoe's Bara



Authentiek

De Dapperbuurt kent een roerig verleden als het gaat om ontwikkelingen, herinrichtingen en renovaties. In de jaren '70 van de vorige eeuw waren er plannen om de karakteristieke 19e eeuwse woningbouw neer te halen voor moderne flatgebouwen om de leefbaarheid te bevorderen voor de bewoners. Na stevig verzet veranderde de plannen naar 'behoud en herstel' en 'bouwen voor de buurt', waardoor de authentieke uitstraling en architectuur van de buurt behouden bleef. Gelukkig maar, want de buurt voelt hierdoor nog altijd aan als vanouds. Het 'bouwen voor de buurt' vond ook zijn vertaling in de omgangsvorm onder bewoners en ook dat voel je. De sfeer in de Dapperbuurt omschrijft zich het best als ongedwongen, levendig en verwelkomend. Dit 'authentieke thuisgevoel' is het waard om voor te blijven strijden en te delen met anderen. Voor de bezoeker, die met respect omgaat met de tradities van de buurt, is de Dapperbuurt zeer geschikt. Hier kunnen ze zich onderdompelen in de authentieke lokale ervaring en tegelijkertijd genieten van een aantal grote iconische plekken op loopafstand.

Iconen

- › Keti Koti
- › Gedicht van Bloem "Gewoonweg gelukkig in de Dapperstraat"
- › Het Nationaal monument Slavernijverleden
- › De Bomenrij op de Dapperstraat
- › De Muiderkerk
- › Brandweerkazerne Victor
- › Authentieke ondernemers: De Lachende Gulden, Ome Tom's poffertjes, Pita Queen, Schoenmakerij de Leeuw, Moeder en dochter hair and beautysalon, De nieuwe Stek, Cafe Nieuwland, Roopram Roti, Baldev, Esporta, Stork Juweliers, RJ Esporta, Worstvrouw



REALISATIE

Dankwoord

Het verhaal van de Dapperbuurt dat voor u ligt is tot stand gekomen dankzij een co-creatief proces onder begeleiding van de Straatgerichte Aanpak. Aan het proces hebben betrokken bewoners, ondernemers, De BIZ Eerste van Swindenstraat, BIZ Dapper, Dappermarkt en de gemeente Amsterdam deelgenomen. Namens de gemeente en de Straatgerichte Aanpak Aantrekkelijke Winkelgebieden, dankt amsterdam&partners iedereen die aan dit traject heeft meegewerkt. Niet alleen voor hun tijd en inzet, maar ook voor hun bereidheid om eigen ervaringen te delen en daarmee inzicht te geven in hun eigen buurt, hun eigen belang en dat van de gemeenschap. Alle betrokkenen hebben hiermee een bijdrage geleverd aan de toekomstige ontwikkeling en profilering van de Dapperbuurt.

Om het verhaal echt tot leven te laten komen van de Dapperbuurt op basis van de kernwaarden en deze goed te profileren richting de achterban van alle betrokkenen en de beoogde doelgroepen, zijn een aantal vervolgstappen noodzakelijk. Allereerst wordt in de komende periode vanuit de Dappermarkt, Biz Eerste Van Swindenstraat en BiZ Dapper Amsterdam actief gewerkt aan het uitdragen van het verhaal van de Dapperbuurt. Er wordt een gezamenlijke ambitie en actieplan opgesteld waar de ondernemers mee aan de slag gaan. Meer informatie vind je ook op stavorjestraat.nl.



