

IDENTITEIT VAN DE JAVASTRAAT

Een gezamenlijk verhaal van bewoners & ondernemers

I amsterdam®



amsterdam &
partners

Inhoud

Voorwoord: Het verhaal de Javastraat.....	3
Belang van gebiedsidentiteit	4
De Javastraat verandert.....	6
Inkleuring Identiteit.....	8
Kernwaarden.....	10
USP's Javastraat	12
Bewoners.....	14
Ondernemers	15
Bezoekers: dagelijkse boodschappers.....	18
Bezoekers: sfeerzoekers	19
Bezoekers: vertierzoekers.....	20
Storytelling en iconen: Het verhaal van de Javastraat	23
Solidair.....	24
Dynamisch.....	25
Divers.....	26
Realisatie: dankwoord	28



VOORWOORD

Het verhaal van de Javastraat

In de Javastraat werken we samen in de Straatgerichte Aanpak Aantrekkelijke Winkelgebieden. De Straatgerichte Aanpak Aantrekkelijke Winkelgebieden is gericht op het realiseren van een publiek-private samenwerking in de centrumgebieden van de Amsterdamse stadsdelen Oost, Zuid en West tussen ondernemers, gemeente en pandeigenaren. Onder begeleiding van CentrumXL, een publiek-privaat samenwerkingsverband tussen het georganiseerde bedrijfsleven (Koninklijke Horeca Amsterdam, MKB Amsterdam en Amsterdam City) en de gemeente Amsterdam.

Het doel van de Straatgerichte Aanpak is om een gebied/straat vanuit samenwerking aantrekkelijk(er) te maken en houden voor bewoners, ondernemers en bezoekers, grip te krijgen op veranderingen in de straat en weerbaarder te worden tegen negatieve ontwikkelingen en invloeden. De dynamiek in deze gebieden zelf, de veranderingen in het winkelaanbod en de ontwikkelingen ten aanzien van het bezoek, zijn belangrijke factoren van invloed. De centrumgebieden van Oost, Zuid en West hebben hun belangrijke rol in de dagelijkse voorzieningen

voor de omliggende woonbuurten ook tijdens de afgelopen (lockdown) periode weten te behouden. Maar de economische impact van corona is ook in deze buurten en straten zichtbaar, en ondernemers hebben het zwaar.

Om grip te krijgen op de straat en de veranderingen, is het ontwikkelen van netwerken en een krachtig samenwerkings-verband tussen de verschillende sectoren essentieel dan ooit. Samen problemen signaleren en werken aan herstel, kansen pakken en elkaar versterken, zijn nodig om door deze crisis heen te komen en te werken aan een duurzame en toekomstbestendige economie. De Straatgerichte Aanpak werkt aan de basis hiervoor.

De basisinformatie, een goed netwerk en weten wat de identiteit van de straat is, zijn de drie pijlers die nodig zijn om vervolgens ook (gezamenlijk) te werken aan het unieke karakter, het straatbeeld, het aanbod en de weerbaarheid.

Het verhaal van de Javastraat vormt de brug tussen wat bestaat en wat nieuw wordt ontwikkeld. Vanuit deze achtergrond heeft

amsterdam&partners, als verbindende partij in de Metropoolregio Amsterdam (MRA), in opdracht van de gemeente Amsterdam en CentrumXL de identiteit van de Javastraat vastgelegd. ‘Het verhaal van de Javastraat’ is tot stand gekomen in co-creatie met ondernemers, bewoners, de betrokken straatmanager en de gemeente Amsterdam. In de periode mei tot en met juli 2021 hebben drie interactieve sessies 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 Javastraat.



fotografie Koen Smilde

STARTPUNT

Belang van gebiedsidentiteit

Ontwikkeling Metropoolregio Amsterdam

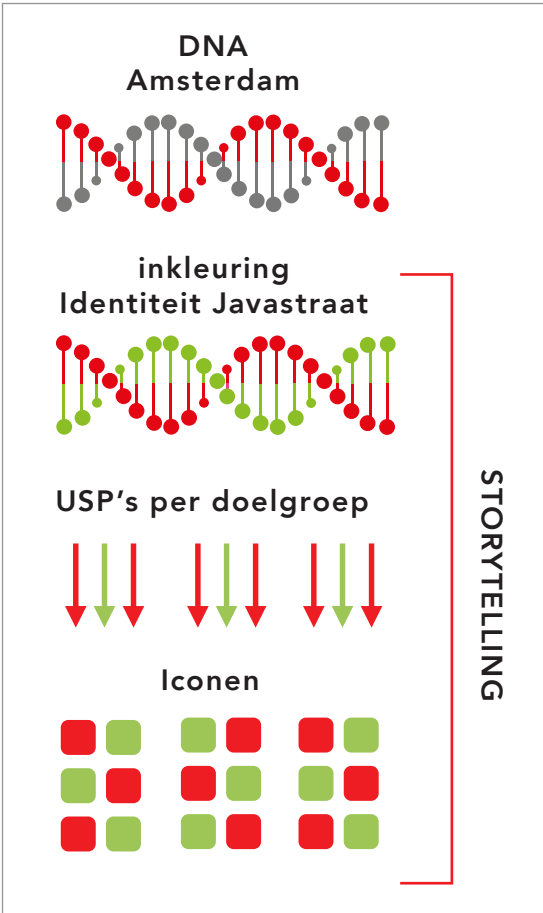
De Metropoolregio Amsterdam groeit de laatste jaren hard. Meer mensen willen hier wonen, werken en studeren en een groter aantal bedrijven vestigt zich hier. Door deze stedelijke ontwikkeling krijgen meer buurten en straten in Amsterdam een sterke functiemenging van wonen, werken en recreëren. Deze ontwikkeling geldt ook voor de Javastraat, wat de straat minder afhankelijk maakt van één doelgroep. Keerzijde is de toenemende druk op de openbare ruimte. Doordat bewoners, bezoekers en bedrijven vanuit uiteenlopende belangen hun eigen stukje van de openbare ruimte gebruiken, raakt de identiteit van de straat versnipperd.

Belang van gebiedsidentiteit

Gegeven de geschetste veranderingen in de komende jaren en de impact hiervan op de Javastraat, 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 als vertrekpunt

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.





fotografie Alphons Nieuwenhuis

AMBITIE

De Javastraat verandert

Ontwikkelopgave

De Javastraat, centraal gelegen in de Indische Buurt in stadsdeel Oost, heeft met haar brede aanbod aan voorzieningen een belangrijke rol voor bewoners uit de straat zelf, uit de buurt en uit de omringende wijken. Daarnaast hebben de vele speciaalzaken en de groeiende horeca grote aantrekkingskracht op bezoekers van buitenaf. Maar ook hier is de economische impact van corona zichtbaar. De buurt is van oudsher etnisch zeer divers en kent een sterk gevoel van saamhorigheid. Deze gemeenschapszin komt echter onder druk te staan door de instroom van nieuwe bewoners en ondernemers.

Proces in co-creatie

In de periode mei tot en met juli 2021 hebben een drietal interactieve sessies plaatsgevonden met ondernemers, bewoners, de betrokken straatmanager en de gemeente Amsterdam. In deze interactieve sessies is de identiteit van de Javastraat inzichtelijk gemaakt. Hiervoor is gebruikgemaakt van een vaststaand format, waarin op inhoudsniveau in elke sessie werd gewerkt met de output van de voorgaande sessie.



IDENTITEIT

Inkleuring identiteit

Identiteit Javastraat

In het verhaal van de Javastraat is inkleuring gegeven aan de identiteit van het gebied. Immers, de vraag is: wat maakt de Javastraat nu uniek en voor wie? Om te komen tot de identiteit zijn de unieke kwaliteiten bepaald: wat onderscheidt deze straat van andere vergelijkbare multifunctionele straten en welke kwaliteiten horen hier bij? Omdat niet alle kwaliteiten even relevant zijn voor iedereen, zijn voor alle doelgroepen van de Javastraat unique selling points (USP's) bepaald. USP's zijn dié uitingsvormen en kwaliteiten waarmee een gebied nu juist zo aantrekkelijk is voor een specifieke doelgroep. Door middel van storytelling vertellen we het verhaal van de Javastraat aan de doelgroepen. Dat verhaal is uitgewerkt in een drietal verhaallijnen met belangrijke en gezichtsbepalende iconen. De verhaallijnen in combinatie met de iconen kleuren de kwaliteiten van het gebied verder in en maken dat deze nog meer tot leven komen.

Javastraat nu en in 2025

Als eerste stap om te komen tot de identiteit van de Javastraat, is verkend waar het gebied nú voor staat en waar het in 2025 voor wil staan. De Javastraat van nu wordt beschreven als multicultureel, met een divers winkel- en horeca-aanbod. Een gezellige en dynamische straat. De gewenste verandering richting 2025 is dat de straat zich meer ontwikkelt als verblijfsgebied met een bruisende sfeer, waar iedereen welkom is, maar met minder drukte en meer rust in de openbare ruimte.

Verandering Javastraat



JAVASTRAAT NU



JAVASTRAAT IN 2025



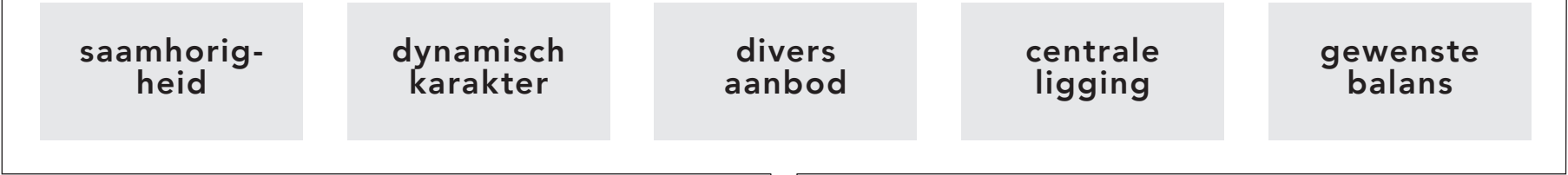
IDENTITEIT

Kernwaarden

Kernwaarden van de Javastraat
Vanuit dit ontwikkelperspectief is dieper ingegaan op het unieke karakter van de straat, zodat een beeld ontstaat van wat men wil behouden in tijden van verandering en op welke terreinen meer balans voor de toekomst nodig is. Op basis hiervan zijn de kernwaarden voor de identiteit van de Javastraat bepaald. De kernwaarden beschrijven de kwaliteiten van de straat en maken het onderscheidend vermogen meer concreet. Het is de combinatie van de drie kernwaarden die de Javastraat uniek maakt en houvast geeft in de ontwikkeling en profilering richting doelgroepen en andere stakeholders en belangengroepen.

- De drie kernwaarden zijn:
- › Solidair
 - › Dynamisch
 - › Divers
- Ook de uitdagingen zijn beschreven om de gewenste en toekomstbestendige balans in het gebied te realiseren voor ondernemers, bewoners en bezoekers.

Uniek aan Javastraat



solidair	dynamisch	divers	uitdaging
Iedereen is welkom De Javastraat is een straat met een vaak gemoedelijke sfeer en een grote betrokkenheid van bewoners en de vele, vaak zelfstandige, ondernemers. De onderlinge relaties zijn goed, maar de samenwerking is niet altijd vanzelfsprekend door de vele belangen die spelen.	Kloppend hart van de Indische Buurt De Javastraat wordt beschreven als het kloppend hart van de Indische Buurt. Mensen komen hier graag naartoe om elkaar te ontmoeten, te verblijven, maar gebruiken het ook als startpunt voor een bezoek aan de buurt.	De hele wereld in één straat Al sinds het ontstaan in het begin van de 20e eeuw hebben mensen met verschillende achtergronden een plek gevonden in de Javastraat en omliggende buurt. Dat komt ook tot uiting in het zeer diverse winkelaanbod, met producten uit de hele wereld. Bovendien vind je er een groot aantal kwalitatief hoogwaardige speciaalzaken met food en non-food in het assortiment.	Ruimte voor elkaar De druk op de openbare ruimte neemt de laatste jaren sterk toe door de vele doelgroepen die gebruikmaken van de straat en haar voorzieningen vanuit een woon-, werk- of recreatief motief. Door verschillende oorzaken nemen de leefbaarheid en de veiligheid in het gebied voor bewoners af. Denk aan de drukte en herrie van het verkeer door de straat (dubbelparkeren en toeteren) of aan de overlast door de groeiende horeca (geluidsoverlast in binnentuinen door lawaai van afvoeren en koelingen). Dit maakt dat de saamhorigheid in de buurt onder druk komt te staan. De uitdaging voor de toekomst is om hier meer balans in te vinden.



USP'S JAVAstraat

Doelgroepen en USP's

Doelgroepen

De Javastraat 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:

- › Bewoners uit de Javastraat en de Indische Buurt
- › Ondernemers uit de Javastraat
- › Bezoekers uit stadsdeel Oost (Dagelijkse boodschappers, Sfeerzoekers) en de Metropoolregio Amsterdam (Vertierzoekers)

USP's per doelgroep

Per doelgroep zijn de USP's bepaald die onderscheidend zijn voor de Javastraat in relatie tot vergelijkbare multifunctionele straten. USP's voor de doelgroep betreffen dié uitingsvormen en kwaliteiten waarmee de Javastraat nu juist zo aantrekkelijk is voor de doelgroep. Immers, niet alle drie de kernwaarden zijn even relevant voor alle doelgroepen. Voor de ondernemers zijn bijvoorbeeld andere kwaliteiten van belang dan voor bewoners of bezoekers. Op de volgende pagina's is per doelgroep aangegeven welke kwaliteiten van de Javastraat voor hen nu juist zo aantrekkelijk zijn.



USP'S JAVAstraat Bewoners

USP's voor Bewoners

Huidige en nieuwe bewoners zijn gehecht aan hun buurt vanwege de mensen, oftewel de cultuur van solidariteit. De buurt kent veel mensen met een niet-westerse achtergrond (48%) en eenpersoonshuishoudens (53%). Het is een gemoedelijke straat die voelt als een dorp in de stad. Dit behouden is voor alle bewoners van belang. De meer oorspronkelijke bewoners maken vooral gebruik van het brede aanbod aan dagelijkse voorzieningen. De 'nieuwkomers' maken meer gebruik van horeca en speciaalzaken. De uitdaging is om gebruik van voorzieningen voor iedereen te stimuleren.

Kwaliteiten samengevat

- › Cultuur van solidariteit
- › Betrokkenheid bij en van ondernemers
- › Bruisende ontmoetingsplek
- › Diversiteit in aanbod, uiteenlopend van horeca en kleinschalige winkels tot food en non-food (dagelijks en specials)
- › Centraal gelegen in stadsdeel Oost



USP'S JAVAstraat Ondernemers

USP's voor Ondernemers

De Javastraat heeft een grote diversiteit aan kleinschalige ondernemers. Zowel in aanbod als in nationaliteiten en achtergronden. Het is een brede mix van horeca, retail (food en non-food) en diensten. Gericht op dagelijkse boodschappen, maar ook speciaalzaken voor het meer bijzondere aanbod. Een samenwerking tussen ondernemers en bewoners is van belang om een balans tussen wonen, ondernemen en bezoeken te realiseren.

Kwaliteiten samengevat

- › Drukbezochte straat met een positief imago en goede sfeer
- › Relatief gunstige huurtarieven (t.o.v. bijvoorbeeld De Pijp en Centrum)
- › Centraal gelegen in stadsdeel Oost
- › Goede bereikbaarheid van de buurt (fiets, ov)
- › Diversiteit in aanbod, uiteenlopend van horeca en kleinschalige winkels tot food en non-food (dagelijks en specials)



BELANGRIJKE DOELGROEPEN JAVAstraat

Bewoners en Ondernemers

Bewoners

Wie?
Huidige en nieuwe bewoners zijn gehecht aan hun buurt vanwege de mensen, oftewel de cultuur van solidariteit. De buurt kent veel mensen met een niet-westerse achtergrond (48%) en eenpersoonshuishoudens (53%). Het is een gemoedelijke straat die voelt als een dorp in de stad. Dit behouden is voor alle bewoners van belang.

Wat?
De meer oorspronkelijke bewoners maken vooral gebruik van het brede aanbod aan dagelijkse voorzieningen. De ‘nieuwkomers’ maken meer gebruik van horeca en speciaalzaken. De uitdaging is om gebruik van voorzieningen voor iedereen te stimuleren.

Waar?
Doordeweeks gebruik van de dagelijkse voorzieningen.

Ondernemers

Wie?
De Javastraat heeft een grote diversiteit aan kleinschalige ondernemers. Zowel in aanbod als in nationaliteiten en achtergronden. Een samenwerking tussen ondernemers en bewoners is van belang om een balans tussen wonen, ondernemen en bezoeken te realiseren.

Wat?
Het is een brede mix van horeca, retail (food en non-food) en diensten. Gericht op dagelijkse boodschappen, maar ook speciaalzaken voor het meer bijzondere aanbod.

Waar?
N.v.t.



USP'S JAVAstraat

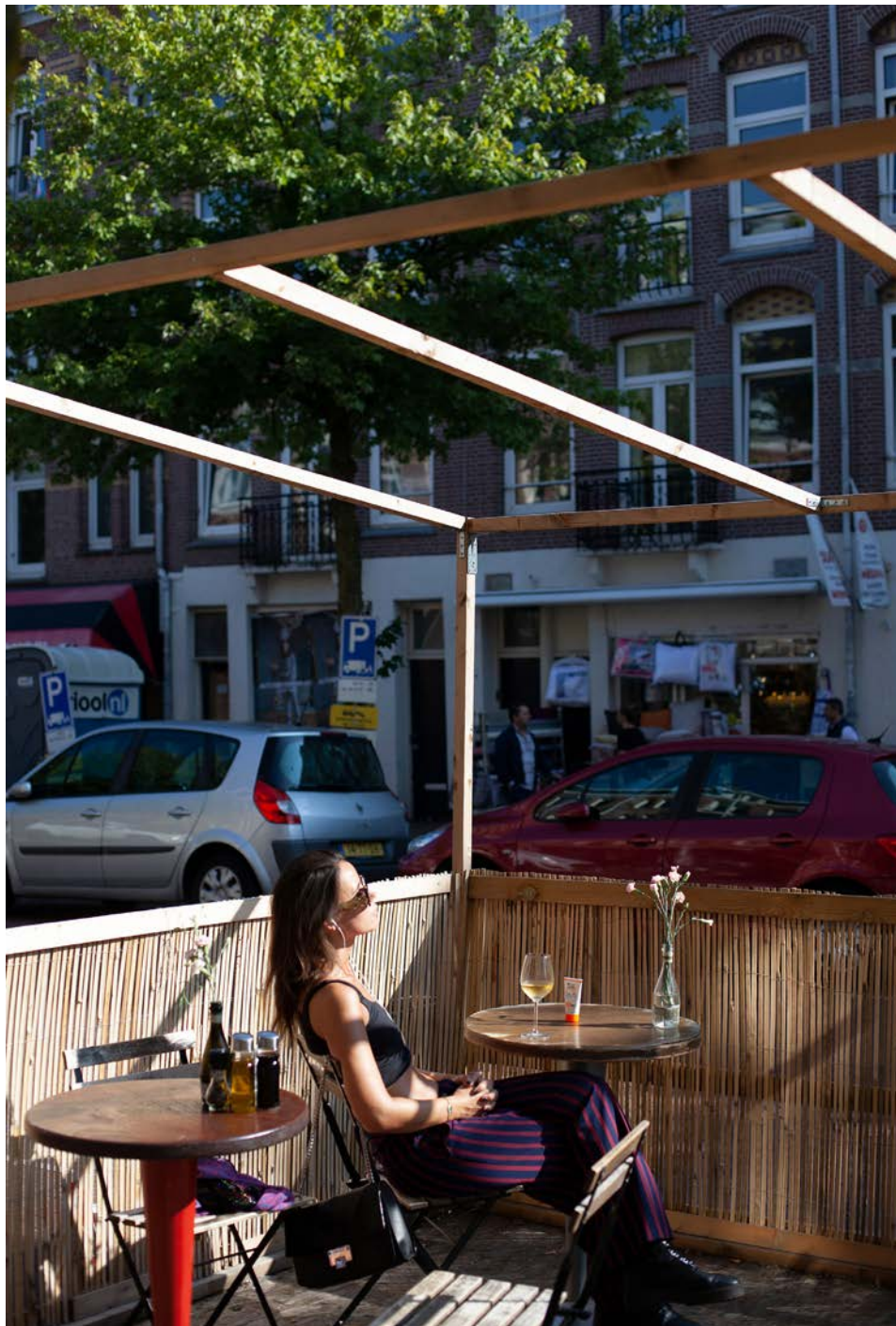
Bezoekers: dagelijkse boodschoppers

USP's voor Dagelijkse boodschoppers

Deze doelgroep omvat bezoekers uit omliggende wijken die naar de Javastraat komen voor hun dagelijkse boodschappen. Ze hebben een overwegend niet-westers profiel, zijn woonachtig in stadsdeel Oost en komen het liefst met de auto. Het bij voorkeur parkeren voor de deur levert vaak overlast voor de bewoners op. De doelgroep wordt aangetrokken door het diverse aanbod van dagelijkse voorzieningen en maakt minder gebruik van horeca. Aanbod dat aansluit op hun behoefte moet wel aanwezig zijn, anders komt deze doelgroep niet zo snel naar de Javastraat. Het elkaar ontmoeten is ook een belangrijke reden om naar de Javastraat te komen.

Kwaliteiten samengevat

- › Diversiteit in aanbod van dagelijkse voorzieningen
- › Centraal gelegen in stadsdeel Oost
- › Goede bereikbaarheid van de buurt
- › Plek van ontmoeting



USP'S JAVAstraat

Bezoekers: sfeerzoekers

USP's voor Sfeerzoekers

De Sfeerzoekers zijn bezoekers uit omliggende wijken die naar de Javastraat komen voor de prettige en gemoedelijke sfeer. Het betreft vaak mensen in de leeftijdscategorie 30-40 jaar en veelal gezinnen met een relatief hoog besteedbaar inkomen. Ze komen met het openbaar vervoer, de fiets of lopend voor een dagelijkse boodschap, doordeweeks en in het weekend. Daarnaast maken ze graag gebruik van de horeca om iets te eten en te drinken of van de specials. Veelal zijn deze personen ook bekenden van de bewoners van de Javastraat of de omliggende straten.

Kwaliteiten samengevat

- › Diversiteit in aanbod, uiteenlopend van horeca en kleinschalige winkels tot food en non-food (dagelijks en specials)
- › Centraal gelegen in stadsdeel Oost
- › Goede bereikbaarheid van de buurt
- › Sfeervolle ontmoetingsplek



Pride Oost 2017 fotografie Alphons Nieuwenhuis

USP'S JAVAstraat

Bezoekers: Vertierzoekers

USP's voor Vertierzoekers

De Vertierzoekers betreffen bezoekers uit Amsterdam en de metropoolregio. Ze komen naar de Javastraat voor de bruisende en dynamische sfeer. Het betreft vaker 40'ers en 50'ers zonder kinderen met een hoger besteedbaar inkomen. De doelgroep komt met het openbaar vervoer of met de Uber richting het gebied. Ze besteden relatief veel aan entertainment, horeca en speciaalzaken en komen vooral in het weekend (maandelijks).

Kwaliteiten samengevat

- › Diversiteit in aanbod: vooral van horeca, entertainment en speciaalzaken
- › Centraal gelegen in stadsdeel Oost
- › Goede bereikbaarheid van de buurt
- › Bruisende ontmoetingsplek

Belangrijke doelgroepen: Bezoekers uit Oost en Metropoolregio Amsterdam

Dagelijkse boodschappers bewoners stadsdeel Oost

Wie?

Deze doelgroep bestaat uit bezoekers uit omliggende wijken die naar de Javastraat komen voor hun dagelijkse boodschappen. Deze doelgroep heeft een overwegend niet-westers profiel, is woonachtig in stadsdeel Oost en komt het liefst met de auto. Het bij voorkeur parkeren voor de deur levert vaak overlast voor de bewoners op.

Wat?

De doelgroep wordt aangetrokken door het diverse aanbod van dagelijkse voorzieningen en maakt minder gebruik van horeca, omdat deze doelgroep vanuit hun religie geen alcohol drinkt. Aanbod dat aansluit op hun behoefte moet wel aanwezig zijn, anders komt deze doelgroep niet zo snel naar de Javastraat. Het elkaar ontmoeten is ook een belangrijke reden om naar de Javastraat te komen.

Waar?

Doordeweeks gebruik van dagelijkse voorzieningen.

Sfeerzoekers bewoners stadsdeel Oost

Wie?

De Sfeerzoekers zijn bezoekers uit omliggende wijken die naar de Javastraat komen voor de prettige en gemoedelijke sfeer. Het betreft vaak mensen in de leeftijdscategorie 30-40 jaar en veelal gezinnen met een relatief hoog besteedbaar inkomen.

Wat?

Ze komen met het openbaar vervoer, de fiets of lopend voor een dagelijkse boodschap doordeweeks en in het weekend. Daarnaast maken ze graag gebruik van de horeca om iets te eten en te drinken of van de specials. Veelal zijn deze personen ook bekenden van de bewoners van de Javastraat of de omliggende straten.

Waar?

Doordeweeks en in het weekend gebruik van het brede aanbod voorzieningen.

Vertierzoekers bewoners Metropoolregio

Wie?

De Vertierzoekers betreffen bezoekers uit Amsterdam en de metropoolregio. Ze komen naar de Javastraat voor de bruisende en dynamische sfeer. Het betreft vaker 40'ers en 50'ers zonder kinderen met een hoger besteedbaar inkomen.

Wat?

De doelgroep komt met het openbaar vervoer of met de Uber richting het gebied. Ze worden aangetrokken door de bruisende sfeer en besteden relatief veel aan entertainment, horeca en speciaalzaken en komen vooral in het weekend (maandelijks).

Waar?

In het weekend, maandelijks gebruik van niet-dagelijkse voorzieningen.



STORYTELLING EN ICONEN

Het verhaal van de Javastraat

Storytelling en iconen

Storytelling is een belangrijk instrument om het verhaal van de Javastraat te vertellen aan alle doelgroepen die de straat kent. Op basis van de identiteit en de kernwaarden zijn de verhaallijnen van de Javastraat 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 Javastraat profileren ten opzichte van vergelijkbare gebieden. De verhaallijnen in combinatie met de iconen kleuren de kernwaarden van de Javastraat verder in en maken dat deze nog meer tot leven komen.



STORYTELLING EN ICONEN

Solidair

De Javastraat is een straat met een vaak gemoedelijke sfeer en een grote betrokkenheid van bewoners en de vele, vaak zelfstandige, ondernemers. Het 'community'-gevoel en de hoge mate van saamhorigheid maken de buurt echt uniek. De bewoners en ondernemers die sinds jaar en dag hier wonen en hun bedrijf runnen, zijn kenmerkend voor de wijk. Het behouden van deze gemeenschapszin vraagt om aandacht voor integratie van nieuwe en bestaande bewoners en ondernemers. De onderlinge relaties zijn goed, maar de samenwerking is niet altijd vanzelfsprekend door de vele belangen die spelen.

Iconen

- › De mensen
- › Straatleven
- › Javakaart
- › Betaalbaarheid
- › Cultuur
- › Kerstverlichting
- › Regenboogvlaggen
- › Elthetokerk
- › Straatinitiatieven zoals Mooncake



STORYTELLING EN ICONEN

Dynamisch

De Javastraat wordt beschreven als het kloppend hart van de Indische Buurt. Het is een centraal gelegen plek in Amsterdam-Oost met een gemoedelijke, bruisende en levendige sfeer. Mensen komen hier graag naartoe om elkaar te ontmoeten, te verblijven, maar gebruiken het ook als startpunt voor een bezoek aan de buurt. De Indische Buurt is begin 20e eeuw ontstaan als wijk voor middenstanders, ambtenaren en 'betere' arbeiders met woningen en gebouwen van fraaie architectuur. De grote trekkers en verblijfsvoorzieningen in de nabije omgeving stimuleren een bezoek aan de straat.

Iconen

- › Muiderpoortstation
- › Spoorbrug
- › Flevopark en -bad
- › Badhuis
- › Javaplein
- › Stayokay
- › Camping Zeeburg
- › Elthetokerk
- › Historische panden / 'ronding' in de straat
- › Studio/K



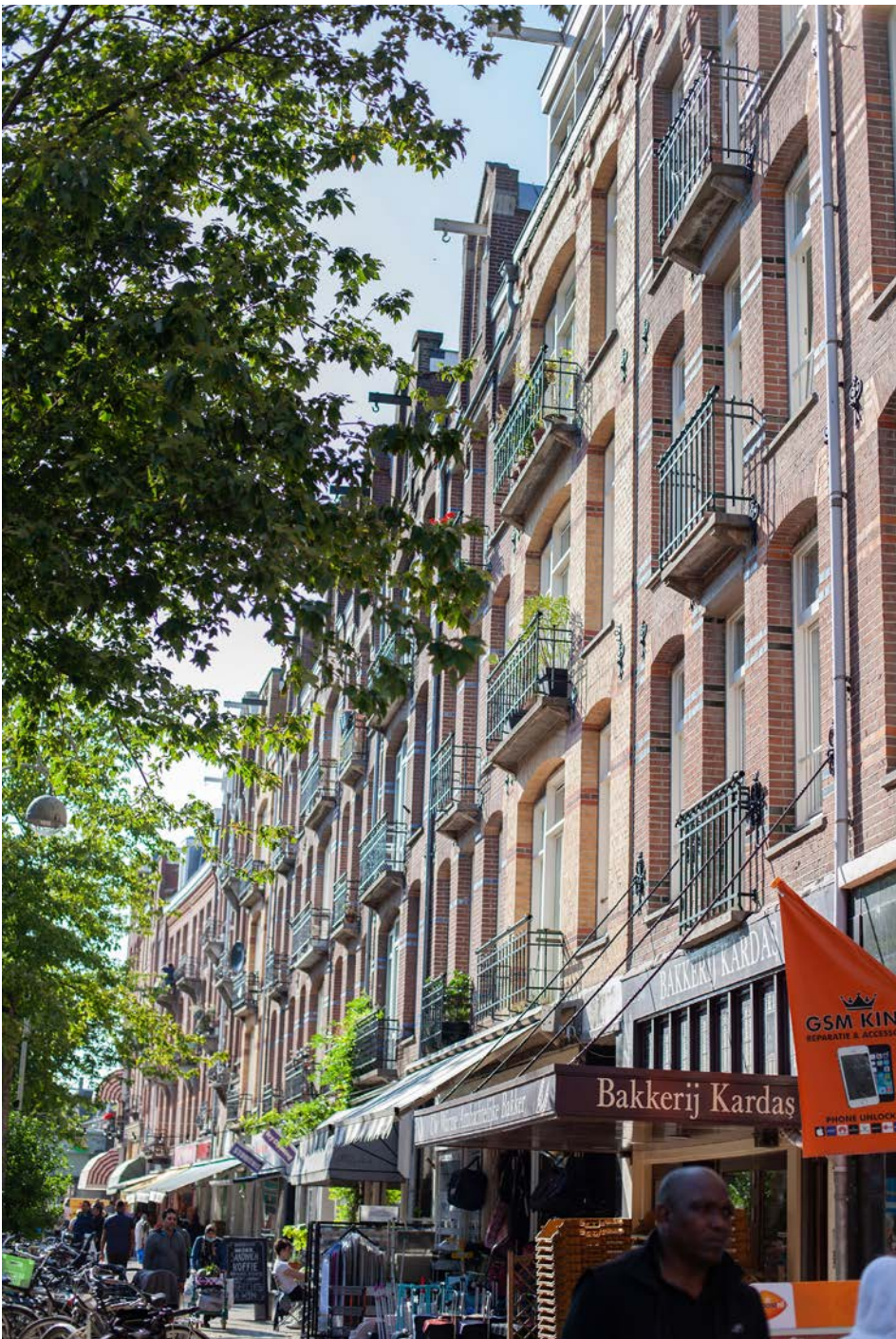
STORYTELLING EN ICONEN

Divers

Al sinds het ontstaan in het begin van de 20e eeuw hebben mensen met verschillende achtergronden een plek gevonden in de Javastraat en omliggende buurt. Denk aan de gereformeerde, katholieke en joodse gemeenschap of aan de vestiging van verschillende nationaliteiten, waaronder de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse, en mensen uit Aziatische landen. Die grote diversiteit vind je ook terug in het aanbod in de straat. Dit loopt uiteen van dagelijkse voorzieningen zoals supermarkten, bakkers, slagers en groenteboeren tot basisdienstverleners (kappers, schoenmakerij etc.). Daarnaast vind je er een groot aantal kwalitatief hoogwaardige speciaalzaken met food en non-food in het assortiment.

Belangrijke iconen

- › Slagers, bakkers en groenteboeren
- › Brede variëteit aan horecagelegenheden
- › Gevarieerd aanbod van design- en boetiekwinkels, conceptstores en (zakelijke) dienstverlening
- › Groot aanbod aan ingrediënten vanuit de hele wereld



REALISATIE

Uitwerking

Het verhaal van de Javastraat dat voor u ligt, is tot stand gekomen dankzij een co-creatief proces, met betrokken bewoners, ondernemers en de gemeente Amsterdam. Namens de gemeente en CentrumXL, 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 straat, hun eigen belang en dat van de gemeenschap. Alle betrokkenen hebben hiermee een bijdrage geleverd aan de toekomstige ontwikkeling en profilering van de Javastraat.

Om het verhaal echt tot leven te laten komen en de Javastraat op basis van de kernwaarden 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 Straatgerichte Aanpak, onder aansturing van CentrumXL, actief gewerkt aan het uitdragen van het verhaal van de Javastraat. Er wordt een gezamenlijke ambitie en actieplan opgesteld waar de kerngroep 'Javamix' mee aan de slag gaat. De kerngroep bestaat uit actieve positieve bewoners, ondernemers, de straatmanager van de onlangs gerealiseerde BIZ en de gebiedsmakelaar van de gemeente Amsterdam.



Ondernemers en bewoners
van de Javastraat

