

**Vijf Amsterdamse producten krijgen vrijdag het stempel Amsterdam Made. En dat is pas het begin van het nieuwe keurmerk voor lokale ambachten.**

*JOSELIN GORDIJN*

Houtbewerkingsbedrijf Stadshout maakt sinds vijf jaar onder meer tafels, banken en onderzetters van sloophout, goudsmederij Oogst vervaardigt sinds vier jaar sieraden en trouwringen, desgewenst in opdracht ontworpen. Het zijn slechts twee van de vele ambachtelijke bedrijven in Amsterdam en daarmee twee kanshebbers voor Amsterdam Made, een nieuw keurmerk voor lokale producten, gesteund door de gemeente. Geld krijgen de makers er niet voor, wel eeuwige roem. Vrijdag wordt bekendgemaakt welke vijf producten als eerste dat stempel verdienen. "Het ambacht keert terug in de stad," zegt oprichter Bas Beekman.

Amsterdam Made is een zwart logo met witte initialen: AM. Producten met dat stempel kunnen een etiket krijgen, maar ook een label - handig voor in kledingstukken. Het keurmerk moet de trots van de stad uitdragen. Mensen zullen het herkennen en linken aan Amsterdams vakmanschap. Beekman: "Hiermee krijgt het lokale ambacht een podium. Ambachtslieden zitten vaak met hun werk op een eilandje. Wij willen die eilandjes verenigen. Makers kunnen wat voor elkaar betekenen."

Amsterdam Made wil voor ambachtslieden evenementen organiseren. Denk aan pop-up stores in binnen- en buitenland, een webshop en bijvoorbeeld een 'grondstoffenevent', om duidelijk te maken waar in Amsterdam duurzame grondstoffen te krijgen zijn en wat je ermee kunt doen.

Geen breiende moeders

Ondernemers kunnen hun producten opgeven voor het keurmerk. Een commissie zal vervolgens vaststellen of het product voldoende 'Amsterdam Made' is. Daar zijn enkele criteria voor vastgesteld. Zo moeten de producten van hoge kwaliteit zijn en passen binnen de door de gemeente vastgestelde kernwaarden creativiteit, innovatie, duurzaamheid en vakmanschap. Ze moeten zijn vervaardigd of groot zijn geworden in Amsterdam en er moet minstens één werknemer fulltime werk aan hebben. "Dat is om de breiende moeders eruit te filteren," zegt Beekman. "Dit gaat niet om hobbyisten. Het keurmerk moet mensen stimuleren met hun handen te werken."

Het stempel Amsterdam Made heeft een korte geschiedenis. VVD en D66 kwamen vorig jaar met een voorstel daartoe, om de lokale economie een zetje te geven. Voorbeeld was San Francisco, waar het keurmerk SF Made na vijf jaar ruim vijfhonderd leden telt. Het aantal ambachten trok aan in een stad die vooral bekendstaat om zijn technologie. De makers volgden workshops om te leren hoe ze konden professionaliseren.

Amsterdam werkt anders dan San Francisco. SF Made plakt het keurmerk op makers, terwijl Amsterdam Made producten beloont. Ook op financieel gebied is er een verschil. San Francisco Made wordt flink gesubsidieerd. Amsterdam Made kreeg van de gemeente eenmalig 49.500 euro. Het moet zelfvoorzienend worden, maar hoe is nog niet vastgesteld. Beekman: "SF Made werkt via sponsorships. Een groot bedrijf als Levi's is een van de hoofdsponsors. Wij kijken ook naar andere opties, zoals een webshop en evenementen."

Marit Timmerman is directeur van Amsterdam Made en beheert onder andere de community Amsterdam Made. Ze ziet het aantal leden groeien. "Op dit moment zijn 180

bedrijven aangesloten."

Leden zijn kleine, ambachtelijke bedrijven als pindakaasmakerij VANMAX en de duurzame fietsenmaker Roetz-Bikes, maar ook gevestigde namen als Coffee Company, Kesbeke en Het Parool.

Timmerman: "Het is de bedoeling dat het keurmerk straks een cool merk is. Door gevestigde bedrijven het stempel te geven, ontstaat een de-groten-helpen-de-kleintjesprincipe, waarvan in eerste instantie de kleine bedrijven profiteren." Maar ook de grote, gevestigde ondernemingen kunnen er baat bij hebben, zegt Beekman: "Die innoveren meestal niet snel, in tegenstelling tot kleine, jongere bedrijven. Door ze met elkaar in contact te brengen profiteren ze van elkaar. En daarvan profiteert de stad."

[www.amsterdammade.org](http://www.amsterdammade.org)

Nog enkele kanshebbers

Een greep uit de makers van de community Amsterdam Made. Wie kunnen als eerste het keurmerk te krijgen?

**VANMAX Pindakaasmakerij**

In de Maasstraat, Rivierenbuurt, zit sinds een jaar de ambachtelijke pindakaasmakerij van Maxine Mantel. Momenteel maken ze drie varianten pindakaas, die worden verkocht in bakkers- en delicatessenwinkels.

**Geitenwollenwinkel**

In de Utrechtsestraat zit Geitenwollenwinkel, waar kleding te koop is die op een duurzame manier en van ecovriendelijke materialen is gemaakt. De tweeling Lavinia en Abigail Bakker runnen de winkel en hun merk Geitenwollenshirts.

**Roetz-Bikes**

De fietsen van Roetz in Slotervaart

zijn met de hand gemaakt, onder meer van oude fietsframes. Sinds 2011 maken Tiemen ter Hoeven en Mark Groot Wassink en werknemers uit sociale werkplaatsen de fietsen, die in de hele stad worden afgenomen.

telefoonhoesjes tot agenda's) kunnen laten personaliseren met een eigen of door het bedrijf bedacht ontwerp.

#### Eau-d'Amsterdam

De geur van Amsterdam gevangen in een parfum: kunstenaarsduo Saskia Hoogendoorn en Lieuwe Martijn Wijnands maakten van de karakteristieke geur van iepenhout (de iep is dé boom van Amsterdam) een parfum. Magazine Vogue selecteerde Eau d'Amsterdam als een van de zeven beste geuren met een bestemming.

#### Gebrouwen door Vrouwen

Sinds 2013 brouwen de zusjes Do en Tessel de Heij hun eigen bier, onder meer de Gin Weizen; een witbierje waarin ginkruiden en spelt zijn verwerkt en de Tricky Trippel, een zoet bierje van mout en kruiden. De zussen hebben duurzaamheid hoog in het vaandel staan: ze brengen het bier op de fiets naar de kroegen.

#### Ace & Tate

Dit bedrijf verkoopt sinds twee jaar kwaliteitsbrillen. De prijs is schappelijk, doordat er geen tussenpersonen in het productieproces voorkomen. Hoewel de monturen met de hand worden gemaakt in Italië, is het bedrijf groot geworden in Amsterdam, de woonplaats van eigenaar Mark de Lange.

#### Undercover Lab

Een 'tattooshop voor spullen', zo omschrijft Undercover Lab zichzelf. Pim Schachtschabel, een van de drie oprichters, begon in 2013 met het personaliseren van MacBooks. Onder anderen koning Willem-Alexander bleek een enthousiaste aanhanger te zijn van het concept. Later dat jaar opende Schachtschabel met Siem Meijerink en Victor van Doorn een winkel waar klanten allerlei soorten spullen (variërend van