



Nederlands trekt zich terug uit Nederland: hoe autochtonen vreemden werden in de grootstedelijke horeca

Posted on 28 augustus 2025 by Hans Van Willigenburg

Vorige week bestelde ik in het Amsterdamse café 'De Jaren' een Spa Rood bij de ober-van-dienst. Hij keek me aan alsof ik hem zojuist een lastige rebus had voorgelegd. Omdat ik een kwartier daarvoor nog in de metro had gezeten, en anderhalf uur daarvoor nog tussen de muren van mijn werkkamer – ver buiten de hoofdstad – had gebivakkeerd, waren mijn hersens vermoedelijk niet tijdig overgeschakeld naar het besef me in een van de beweeglijkste, vluchtigste en meest internationale markten van horecapersoneel te bevinden: Amsterdam Centrum.

Ik verlostte de ober zo snel mogelijk uit zijn lijden en liet op 'Spa Rood' alras '*sparkling water*' volgen, waarna de ober opgelucht knikte en ik me afvroeg hoe lang hij in dit café rondliep. Niet lang, raadde ik, want hoe was het anders mogelijk

dat de betreffende jongeman zijn allereerste Spa Rood-bestelling leek te hebben opgenomen? Ja, het zou zomaar kunnen dat hij ettelijke ogenblikken eerder, nat achter de oren, op het terras van 'De Jaren' was losgelaten. Gezien de personele omloopsnelheid in de hoofdstad wellicht zelfs de normaalste zaak van de wereld.

Netwerk-economische A-locatie

Het verdwijnen van Nederlands als voertaal in de Randstedelijke horeca lijkt in de eerste plaats een netwerk-economische kwestie. Voor miljoenen jongeren uit Oost- en Zuid-Europa en elders in de wereld is Amsterdam een dusdanig interessante plek om te zijn dat ze, bij wijze van spreken, bereid zijn geld toe te geven om in de hoofdstad te mogen werken. In de meeste gevallen niet om tot een uitmuntende kok, ober, afwasser of serveerster uit te groeien, maar lang genoeg in het veelbelovende netwerk van (meestal goed opgeleide) Amsterdammers – zeg maar, de 'havermelkelite' – te blijven hangen om de stap naar een volgend, iets beter baantje te kunnen nemen. Kortom, vanuit het perspectief van de arbeidsmigrant is de grachtengordel een netwerk-economische A-locatie.

Tegelijkertijd is het lang niet altijd zo dat bestellen in het Engels het rechtstreekse gevolg is van personeel dat van verre komt en daardoor geen Nederlands spreekt. Uit diverse artikelen in vaktijdschriften blijkt dat grootstedelijke horecaondernemers vaak de voorkeur geven aan Engels als voertaal; niet omdat ze de Engelse taal nou zo toegenegen zijn of de clientèle uit steeds meer buitenlanders bestaat, maar omdat het simpelweg als sexyer wordt gezien ('het is beter voor de uitstraling van mijn zaak als er in het Engels wordt bediend').

Sexy of niet sexy: dat de universiteitssteden de afgelopen jaren overspoeld zijn door buitenlandse studenten en de Nederlandse universiteiten, deels uit financiële motieven, ook zelf hebben besloten de ene na de andere studie Engelstalig te maken, heeft de situatie van het Nederlands in de urbane gebieden eveneens danig uitgehold. Als je, zoals ondergetekende, tamelijk gedachteloos 'Spa Rood' bestelt, kun je niet alleen een vraagteken op het gezicht van de ober verwachten, maar niet zelden, een graadje minder vriendelijk, een meewarige gezichtsuitdrukking die suggereert dat je een boertje-van-buiten bent als je niet doorhebt dat Engels de *lingua franca* in de betreffende gelegenheid is.

Zonder al te sentimenteel te willen zijn lijkt het erop alsof er twee soorten Nederland aan het ontstaan zijn, waarvan de taalkwestie een symptoom is. De

grote boekhandels in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht geven al enige tijd aan dat hun Engelstalige afdeling de snelst groeiende is. Uitgevoerd in zuurstokkleurige boekkaften is de zogenaamde '*young adult*'-literatuur in opmars, niet alleen bij buitenlandse toeristen die wat leesvoer zoeken maar juist ook bij Nederlandse pubers die willen lezen over typische jongerenthema's als verslaving, gender, seks, relaties, vakanties en carrière maken. In de meest prominente boekwinkel van een middelgrote stad als Alkmaar is het tegenwoordig tussen de spelletjes, de snuisterijen, de puzzels en de dagboeken of bekentenissen van BN'ers zoeken naar een ouderwets literair boek.

Culturele omslag

En als je naar de sociaaleconomische kaarten van de planbureaus kijkt, is er maar een conclusie over Nederland te trekken: de uitbreiding van het Engels, in de horeca en elders, zal achteraf niet zomaar een bevestiging blijken te zijn, of een lichtzinnige trend, maar de voorbode van een culturele omslag. In de vier grote steden wordt immers het meeste geld verdiend, zijn veruit de meeste banen te vergeven en concentreert zich het zogenaamd hoogwaardig-technologische werk. Zonder dat het bedienend personeel het zelf doorheeft zeggen ze tegen jou als bezoeker uit de periferie: 'jij loopt in het verleden rond, ik vertegenwoordig de toekomst'. En te vrezen valt dat ze gelijk hebben.

Natuurlijk zijn de geschetste ontwikkelingen deels onafwendbaar. En horen ze bij een open samenleving die ook nog eens vaak omschreven wordt als 'het logistieke knooppunt van Europa'. In dit licht zit er misschien niks anders voor ons op dan de armen ten hemel te heffen en te zeggen 'laat het Nederlands maar varen', al zijn er diepgaande twisten in wetenschappelijke kring over hoe snel of langzaam het Nederlands daadwerkelijk verdrongen zal worden, variërend van enkele tientallen jaren tot 'let maar op, over een eeuw is Nederlands hier nog steeds de dominante taal'.

Zeurpieten en vooruitgangshaters

Wat, tot slot, wel opvalt is dat het culturele besef bij hedendaagse horecaondernemers zo goed als onbestaand is. Als je anno 2025 een arbeidsmigrant aanneemt in jouw bar, café of restaurant zou het – zeker met de apps die vandaag de dag beschikbaar zijn – een fluitje van een cent moeten zijn om

hem of haar wat elementair Nederlands bij te brengen. En in inzake eenvoudige verzoeken of rituelen een beetje wegwijs te maken in het Nederlands, maar zelfs een 'alsjeblieft' of 'dank je wel' is maar al te vaak een brug te ver.

Nederlanders die voor de Nederlandse taal pleiten, of blijf geven het een verlies te vinden dat het in de grote steden op zijn retour is, worden al snel als zeurpieten of vooruitgangshaters neergezet.

Zeker door horecaondernemers die speuren naar schaars personeel.

Wynia's Week brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week, **156 keer per jaar**, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze donateurs maken dat mogelijk. [Doet u mee?](#) Hartelijk dank!