



Gemeente
Amsterdam



Monitor Warenmarkten 2022

Onderzoek en Statistiek



In opdracht van: Economische Zaken en Cultuur, gemeente Amsterdam

Projectnummer: 22015

Auteur: Rogier van der Groep

E-mailadres: rogier.van.der.groep@amsterdam.nl

Bezoekadres: Weesperstraat 113-117

Telefoon: 020 251 0333

Postbus 658, 1000 AR Amsterdam

data.amsterdam.nl

Amsterdam, maart 2023

Foto voorzijde: Albert Cuyp, fotograaf Marjolijn Pokorny (2016)

Inhoud

1 Samenvatting	4
Achtergrond	4
Samenvatting	4
2 Monitor Markten in Amsterdam 2022	9
2.1 Achtergrond	9
2.2 Methoden, veldwerk en respons	12
3 Marktbezoek in Amsterdam 2022	15
3.1 Meer Amsterdammers gaan zelden of nooit naar de markt	15
4 Bezoekfrequentie markt	18
4.1 Helft bezoekers gaat minimaal een keer per week naar een markt	18
4.2 Bezoek gericht op markt of ook op andere winkels?	20
4.3 Bezoekers geven gemiddeld €18 uit	21
5 Oordeel markt	23
5.1 Kwaliteit producten belangrijkste reden bezoek	23
5.2 Driekwart vindt aanbod etenswaar goed of voldoende	25
5.3 Bezoekers en passanten zien graag meer biologische producten	27
5.4 Sterke punten en zwakke punten van de markt	29
5.5 Bezoekers geven ruim voldoende voor de markt	29
5.6 Ondernemers minder negatief over bezoekersontwikkeling dan in 2017	31
6 Oordeel winkelgebied	34
6.1 Verbeterpunten winkelgebieden	34
6.2 Fietsparkeren belangrijkste knelpunt voor een winkelgebied	35
7 Bijlage	37

1 Samenvatting

Achtergrond

Amsterdam is de stad met de meeste markten per inwoner in Nederland. Er zijn kleine warenmarkten waar buurtbewoners hun boodschappen doen, themamarkten met gespecialiseerd aanbod voor verzamelaars en hobbyisten en grote meerdaagse markten waar niet alleen buurtbewoners, maar ook dagjesmensen en toeristen op afkomen.

Economische Zaken en Cultuur (EZC) van de gemeente Amsterdam wil graag weten hoe de markten in Amsterdam er voor staan en wat gebruikers en ondernemers van de markten in Amsterdam vinden. Daarom zijn in het najaar van 2022 15 gemeentelijke warenmarkten en 2 markten op afstand onderzocht door Onderzoek en Statistiek (O&S). De laatste keer dat een dergelijk onderzoek is uitgevoerd was in 2017. De bevindingen daarvan zijn gepubliceerd in de Markten Monitor 2017.¹ Beide onderzoeken richten zich op het oordeel van bezoekers op de markten, passanten in de nabije omgeving en marktondernemers op de markten.

Voor het huidige onderzoek zijn deze groepen tussen september 2022 en november 2022 door enquêteurs van O&S benaderd om vragenlijsten in te vullen over het gebruik en waardering van de markt. Voor de vergelijking met de bevindingen uit 2017 zijn vragenlijsten zoveel mogelijk hetzelfde gelaten.

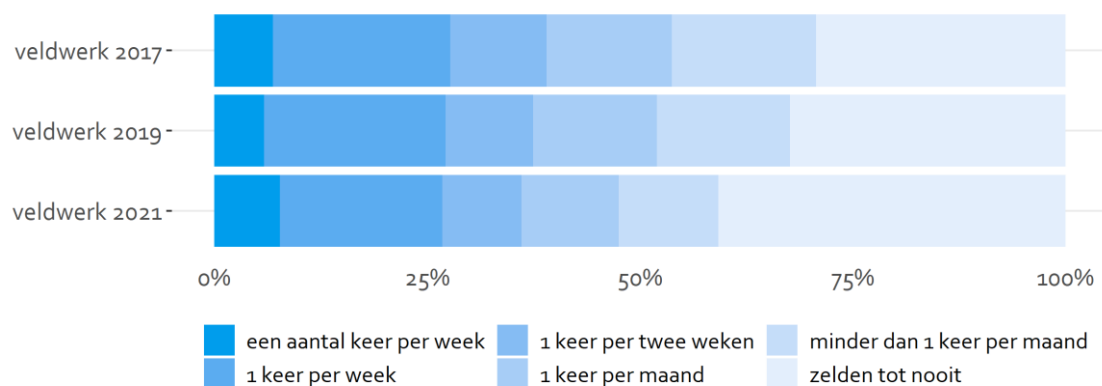
Daarnaast zijn bevindingen van het bewonersonderzoek over koopgedrag op de markt uit de Monitor Detailhandel 2022 opgenomen in deze rapportage.

Samenvatting

Uit het bewonersonderzoek van de Monitor Detailhandel blijkt dat het aandeel Amsterdammers dat met enige regelmaat naar de markt gaat, tussen 2017 en 2021 gedaald is en dat het aandeel Amsterdammers dat juist aangeeft zelden of nooit naar de markt te gaan gestegen is. Voor de coronacrisis was deze trend al zichtbaar en de coronacrisis heeft deze trend versterkt. Het aandeel 'trouwe' bezoekers (i.e. het aandeel dat minimaal 1 keer per week naar de markt gaat) is wel gelijk gebleven. Eind 2023 wordt de Monitor Detailhandel geüpdatet met nieuwe data en dan zal blijken of er met het afschalen van de lockdown-maatregelen sprake is van herstel of dat de dalende trend doorzet.

¹ <https://onderzoek.amsterdam.nl/artikel/amsterdammers-bezoeken-markten-voor-de-gezelligheid>

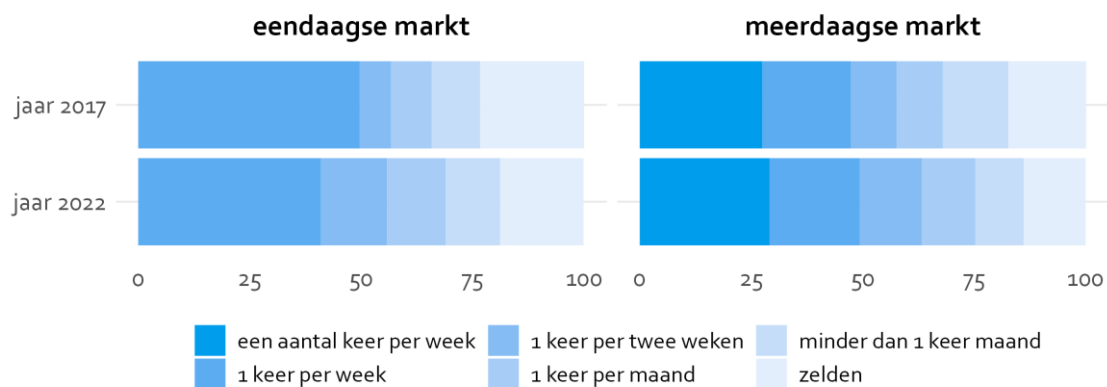
Figuur 1 Mate van marktbezoek door Amsterdammers in 2017, 2019 en 2021 (%)



Bron: Monitor Detailhandel 2022

De straatinterviews van het huidige onderzoek onder de warenmarkten laten in combinatie met de bevindingen uit de vorige meting van 2017 een minder duidelijk beeld zien. Het aandeel geïnterviewde bezoekers op de markten en passanten (geïnterviewd in de omgeving van markten) dat minimaal wekelijks naar een meerdaagse markt gaat is tussen 2017 en 2022 niet significant veranderd. Het aandeel bezoekers en passanten dat wekelijks naar een eendaagse markt gaat is licht afgenomen.

Figuur 2 Bezoekfrequentie warenmarkten Amsterdam 2017 en 2022 (procenten)²



Bron: Markten Monitor 2022

In dit kader is het van belang te melden dat bijna de helft van de geïnterviewde ondernemers meent dat het aantal bezoekers de afgelopen jaren is afgenomen. Gezien ingestelde lockdown-maatregelen is dat niet verwonderlijk, maar dit aandeel is een stuk lager dan in 2017. Ondernemers zijn in dat opzicht dus positiever dan in 2017. Meer ondernemers dan in 2017 hebben het gevoel dat de sterkste daling van het aantal bezoekers achter de rug is.

Passanten en bezoekers op de markt zijn ongeveer even positief over de markt als bij de vorige meting. Zo vinden zeven van de tien bezoekers het aanbod van eten goed of voldoende en vindt de helft van de bezoekers op de markt dat er niets mist. Ondernemers zijn in dit opzicht zelfs iets

² In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt in eendaagse en meerdaagse markten. Meerdaagse markten zijn hier gedefinieerd als markten die meerdere dagen per week open zijn. Eendaagse markten zijn één keer per week open.

positiever dan in 2017: een groter deel (ongeveer een derde in 2022) meent dat het aanbod op de markt zo goed is en dat er niets veranderd hoeft te worden. Ook zijn ondernemers meer dan in 2017 te spreken over de onderlinge samenwerking. Dit geldt met name voor ondernemers op eendaagse- en biologische markten. De samenwerking met de gemeente blijft wel een heikel punt voor veel ondernemers. Veel van hen zijn hier ontevreden over.

Volgens bezoekers en passanten zijn de sterke punten van veel grote markten 'de variatie', 'dat alles er is', en dat het betaalbaar is. De ligging of locatie in de eigen buurt wordt ook gezien als een pluspunt. Van de kleine markten wordt juist de kleinschaligheid als pluspunt gezien. Van vrijwel alle markten wordt aangegeven dat ze gezellig zijn. In specifieke gevallen wordt 'de kaasboer', 'de oosterse producten' of de 'visboer' als sterk punt bestempeld.

Bezoekers en passanten geven een 7,6 als rapportcijfer. Ondernemers geven een 7 voor hun markt. In 2017 lagen deze rapportcijfers enkele tiende punten lager. De verschillen zijn dan ook niet significant. Noordermarkt, Nieuwmarkt en Lindengracht behoren (net als in 2017) tot de best beoordeelde markten. Ook hier blijkt weer dat sfeer een factor van belang is: Bezoekers, passanten en ondernemers geven vaak een hoog cijfer voor de sfeer op de markt.

Dat geïnterviewde bezoekers en passanten positief zijn over de markt is niet verwonderlijk: zij maken immers niet voor niets gebruik van de markt. De rapportcijfers zeggen in dat opzicht weinig over het oordeel van de 'niet-gebruikers' van de markt.

Dat bezoekers en passanten (uitzonderingen daargelaten) positief zijn over het aanbod van producten, blijkt ook uit het feit dat dat de meest genoemde reden om de markt te bezoeken de geleverde kwaliteit van de aangeboden producten is. Dit valt op, want in 2017 was de meest genoemde reden nog de gezelligheid op de markt. De vraag is uiteraard of dit het begin van een nieuwe trend is, waarbij er misschien minder Amsterdammers naar de markt gaan, maar wel meer gericht zijn op kwaliteit of luxeartikelen. Hoewel niet nader onderzocht, zou onderzocht kunnen worden of dit proces misschien gerelateerd is aan het feit dat speciaalzaken (slagerijen, bakkers) uit het straatbeeld verdwijnen.

Nog meer dan in 2017 kopen bezoekers en passanten in 2022 op de markt groente en fruit. Uiteraard zijn dit ook de producten die veelal aangeboden worden op de markt. Daarnaast kopen ze ook vis, maar dat wordt minder vaak genoemd dan in 2017. Misschien is dat omdat het aanbod veranderd is. Graag zouden bewoners, passanten en ondernemers zien dat er ook andere dingen op de markt verkocht worden, zoals bloemen, biologische producten, kaas, buitenlandse etenswaren en (dat wordt deze meting vaak genoemd) brood.

Bezoekers, passanten en ondernemers is ook gevraagd om knel- en verbeterpunten aan te geven. De antwoorden waaieren alle kanten uit, maar geven wel een indruk van de grote en kleine ergernissen op de markt die de marktervaring niet ten goede komt. Zo wordt op veel markten door alle groepen (ondernemers, passanten en bezoekers) het fietsparkeren als een van de grote zwakke punten gezien. Daarnaast zouden gebruikers zien dat er bankjes geplaatst worden en dat er meer voorzieningen (zoals openbare toiletten, waterpunten) komen.

Om een snel overzicht te krijgen van de goede en minder goede punten van de markten in Amsterdam zijn hieronder de scores op geselecteerde items uit de enquête voor bezoekers en passanten weergegeven. Het gaat om antwoorden op de volgende items:

- Aandeel dat minimaal één keer per week naar de markt gaat
- Aandeel dat aangeeft vooral voor de kwaliteit van de aangeboden producten te komen
- Aandeel dat kwaliteit etenswaren goed vindt
- Rapportcijfer: variatie aanbod etenswaar
- Rapportcijfer: sfeer en gezelligheid
- Rapportcijfer: opstelling van de marktkramen
- Rapportcijfer: winkelgebied
- Rapportcijfer: algemeen oordeel

De markten met een hoog algemeen rapportcijfer hebben vaak ook een hoge score op andere items, zoals met de rapportcijfers 'variatie eten', 'sfeer' en 'opstelling'. Ook wordt op deze markten de kwaliteit van de aangeboden etenswaar vaak goed beoordeeld. Dat de reden voor het bezoek soms niet correspondeert is omdat veel bezoekers en passanten op deze markten aangeven dan toch eerder voor de gezelligheid op de markt te komen (of om andere redenen namelijk het museumbezoek, zoals de Hermitagemarkt bijvoorbeeld).

Dat bezoekers en passanten positief zijn over het aanbod van producten gold ook in 2017 voor de markten in Centrum (Noordermarkt, Lindengracht). De twee nieuwe eendaagse markten (Hermitagemarkt en Zuidasmarkt) worden eveneens goed beoordeeld. Een aantal markten in de buitenwijken, Anton de Komplein, Kraaiennest en Buikslotermeerplein worden beter beoordeeld dan in 2017, maar op veel punten krijgen zij toch nog steeds een lage score.

Tabel 3 Samenvatting scores op geselecteerde indicatoren uit enquête voor bezoekers en passanten, 2022 (aandeel genoemd in procenten en rapportcijfers)

	Aandeel genoemd (%)			rapportcijfers				
	een keer p.w.	reden bezoek kwaliteit producten	eten goed beoordeeld	variatie	sfeer	opstelling	oordeel	
	naar markt			eten			winkelgeb.	markt
Lindengracht	55,8	20,9	67,1	8	8,1	7,3	7,7	7,9
Nieuwmarkt	29,7	48,9	50	8,2	8,3	7,8	6,7	8,1
Reigersbos	66,7	28,1	48,5	7,4	8	7,3	7,8	7,8
Zuidasmarkt	35,9	28,1	58,1	7,4	8,1	8,1	7,6	8,1
Noordermarkt	36,2	13,2	67,8	7,9	8,5	7,7	7,6	8,1
Ten Katemarkt	53,9	27,3	50,6	7,5	7,8	7,4	7,4	7,6
Hermitagemarkt	9,9	17,5	46,9	7,6	8,6	8,1	7,1	7,9
Kraaiennest	40,2	28	49,4	7,4	7,6	6,9	7,9	7,7
A. Cuypermarkt	35,2	13,5	53,5	7,4	7,6	7,2	7,8	7,5
Ganzenhoef	66,7	17,9	35,3	7,3	7,6	7	6,8	7,5
A. de Komplein	55	23,8	42,2	7,1	7,5	6,5	7,3	7,3
Buiksloterpl.	56,4	19,6	29,9	6,5	6,2	6,4	6,9	6,7
L. Zijlplein	52,1	23,9	33,3	6,3	6,9	6,8	7	7,1
Pekmarkt	61,6	21,9	33,3	6,5	6,6	6,4	7,3	6,8
Dappermarkt	48	17,9	47,5	7	7,6	7,2	7,3	7,6
Plein `40-`45	49	15,2	46,9	7,2	7,2	7	7,6	7,3
Tussen Meer	37,9	22,2	37,7	6,6	6,9	6,7	7,6	7,2

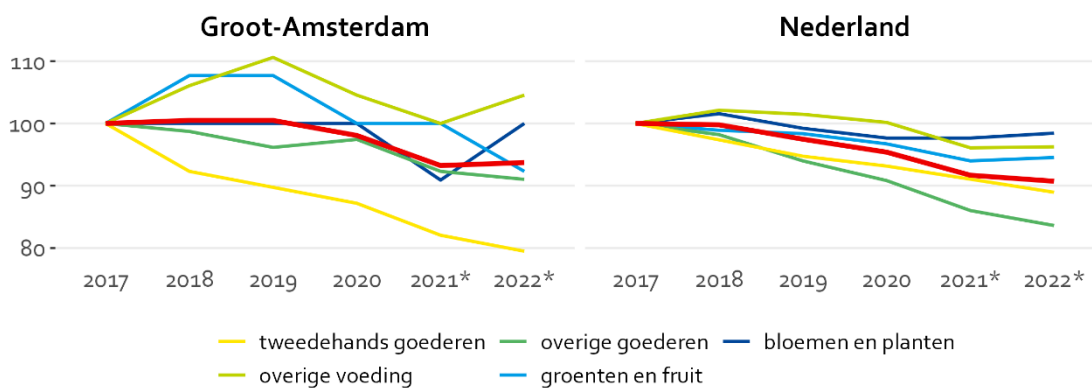
2 Monitor Markten in Amsterdam 2022

2.1 Achtergrond

In Amsterdam zijn verspreid over alle stadsdelen en stadsgebied Weesp tientallen markten te vinden. Deze variëren van kleine eendaagse markten waar buurtbewoners hun dagelijkse boodschappen doen, via grotere meerdaagse markten die ook toeristen en dagjesmensen aantrekken tot aan gespecialiseerde themamarkten waar verzamelaars en hobbyisten uit heel Nederland op af komen.

Ondanks de variëteit aan markten en de lange traditie gaat het in het algemeen niet goed met markten in Amsterdam en Nederland. Zo daalt het aantal marktbezoekers, is de leegstand op de markten groot, neemt het aantal ondernemers af en is de concurrentie met discount winkels (Lidl, Primark, Action) groot. Bovendien vergrijst de marktbezoeker en marktondernemer en hebben sommige marktondernemers moeite om nieuwe groepen (die opgegroeid zijn met het idee dat alles te koop is via internet) aan zich te binden.³ In tegenstelling tot andere groepen producenten geeft het merendeel van de marktondernemers in Nederland in de conjunctuurenquête van het CBS aan dat zij hun omzet de komende drie maanden zien dalen.

Figuur 2.1 Ontwikkeling aantal geregistreerde marktondernemers per subcategorie en gemiddeld (in rood) in Nederland en het Groot Amsterdam⁴, 2017 – 2022 (indexcijfers)

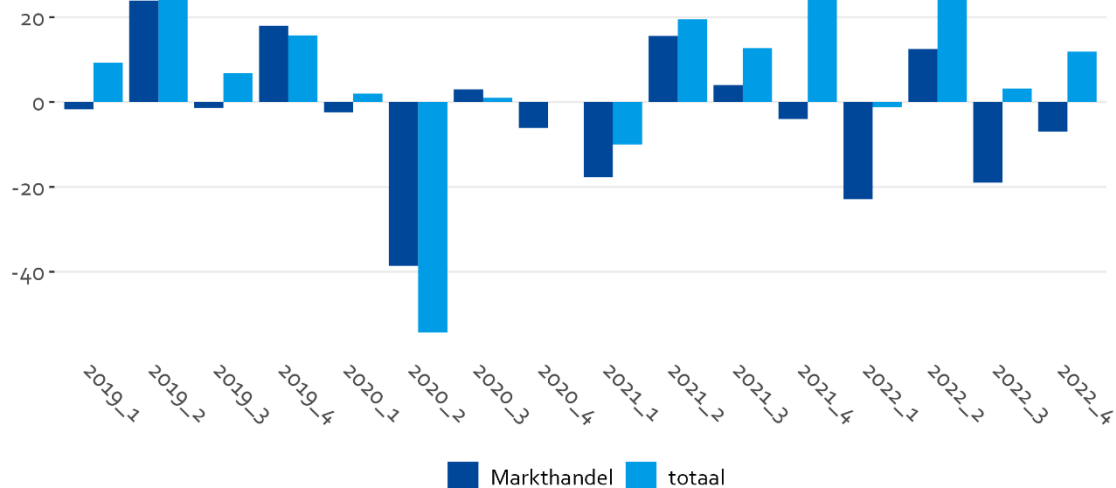


Bron: CBS/Statline

³ Dit bleek al uit onderzoek van enkel jaren geleden (<https://www.dtnp.nl/kennisbank/publicaties/>), maar ook uit ons onderzoek blijkt dat het aandeel geïnterviewde oudere ondernemers en bezoekers relatief hoog is.

⁴ De Corop-regio Groot Amsterdam bevat de gemeenten Aalsmeer, Amstelveen, Amsterdam, Diemen, Edam-Volendam, Haarlemmermeer, Landsmeer, Oostzaan, Ouder-Amstel, Purmerend, Uithoorn en Waterland (zie <https://nl.wikipedia.org/wiki/COROP>); 2021 en 2022 zijn voorlopige cijfers

Figuur 2.2 Saldo Producentenvertrouwen in Nederland, marktondernemers en totaal, per kwartaal 2019 – 2022⁵



Bron: CBS/Statline

Hier tegenover staat dat er verschillende particuliere initiatieven zijn waarvan sommige in staat zijn om een klantenkring op te bouwen en om jongere Amsterdammers aan te spreken.⁶ Vaak gaat het om marktinitiatieven die maximaal enkele dagen per week open zijn, een brancheringregime hanteren, soms rondom een bepaald thema (biologisch, streekproducten) en met elkaar de randvoorwaarden bepalen, bijvoorbeeld rondom opstelling en afvalverwerking. Voorbeelden hiervan zijn de particuliere markten, zoals de Siermarkt in Slotervaart, de Reuringmarkt op IJburg en, meegenomen in dit onderzoek, de Hermitagemarkt en Zuidasmarkt. Daarnaast zijn er evenementachtige concepten, zoals de Pure Markt, Westermarket en New Market waar gezellig samen eten, proeven en drinken centraal staan. Tot slot zijn er hybridevormen, waarbij een aantal biologische marktondernemers op een vastgestelde dag aanschuift bij een gemeentelijk markt, bijvoorbeeld op het Buikslotermeerplein.

In 2017 is voor het laatst grootschalig onderzoek gedaan door O&S naar het gebruik van en de waardering voor de gemeentelijke warenmarkten in Amsterdam. Toen bleek dat er een groot verschil was tussen de mate van waardering van de markten, waarbij grofweg de markten in Centrum en de omliggende stadsdelen beter beoordeeld werden dan de markten in de buitenwijken in Nieuw-West, Zuidoost en Noord.

In 2022 heeft Economische Zaken en Cultuur (EZC) van de gemeente Amsterdam O&S opdracht gegeven dit onderzoek te herhalen. De focus ligt wederom bij de gemeentelijke warenmarkten,

⁵ Het saldo is het verschil tussen het aandeel respondenten dat verwacht dat de omzet de komende 3 maanden zal toenemen en het aandeel dat verwacht dat deze zal afnemen. Een positief saldo betekent dus dat meer respondenten menen dat de omzet zal toenemen en een negatief saldo geeft aan dat een groter deel meent dat de omzet zal afnemen (zie conjunctuur-enquête CBS)

⁶ <https://www.parool.nl/amsterdam/niet-meer-van-alle-markten-thuis-waarom-de-ene-amsterdamse-markt-veel-beter-loopt-dan-de-andere-bf08a6aa/>

dat zijn markten die onder de supervisie van de afdeling Markten vallen en moeten voldoen aan de Marktverordening van de gemeente Amsterdam. De particuliere markten zijn niet meegenomen in dit onderzoek, met uitzondering van twee nieuwe particuliere markten, de Zuidasmarkt en de Hermitagemarkt. Het is dan ook belangrijk te melden dat de uitspraken in deze rapportage niet representatief zijn voor al het gebruik en waardering van alle warenmarkten in Amsterdam. Markten die niet zijn meegenomen in dit onderzoek zijn bijvoorbeeld de kleinere voedselmarkten (vaak geheel of gedeeltelijk biologisch); de gemeentelijke markten op de Van Eesterenlaan, Haarlemmerplein en Stadionplein, en de particuliere markten Minervaplein, de Zuidermarkt Oud Zuid en de Reuringmarkt op IJburg. Tevens is de markt van Weesp nog niet meegenomen in het onderzoek, maar dit staat op de agenda voor het voorjaar van 2023.

Net als in 2017 staan de vragen centraal of en hoe vaak Amsterdammers gebruikmaken van de warenmarkten in Amsterdam en hoe zij deze waarderen.

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden zijn vragenlijsten opgesteld en zijn op elke markt straatinterviews gehouden onder bezoekers (op de markten zelf), passanten (rondom de markten, bijvoorbeeld bij winkelcentra en supermarkten) en marktondernemers. Aan deze gebruikers zijn vragen gesteld over de bezoekfrequentie van de markt en de waardering.

Om de respons onder de groep 'passanten' te verhogen is eveneens gebruik gemaakt van het Stadspanel Amsterdam dat beheerd wordt door O&S. Uit dit onderzoekspanel zijn 1.000 panelleden geselecteerd waaraan de vraag is gesteld in hoeverre zij gebruikmaken van een warenmarkt in hun omgeving.

Tenslotte is gebruik gemaakt van de bevindingen van de consumentenenquête (een onderdeel van Monitor Detailhandel) waar aan bewoners is gevraagd welke warenmarkten men bezoekt. De resultaten hiervan zijn in het derde hoofdstuk weergegeven.

Tabel 2.3 Geselecteerde markten voor het onderzoek 2022

Markt	frequentie
Albert Cuypmarkt	dagelijks
Anton de Komplein	3 dagen per week
Buikslotermeerplein	dagelijks
Dappermarkt	dagelijks
Ganzenhoef	wekelijks
Hermitagemarkt	wekelijks
Kraaiennest	wekelijks
Lambertus Zijlplein	wekelijks
Lindengracht	wekelijks
Nieuwmarkt, biologische markt op zaterdag	wekelijks (veldwerk focus op zaterdag)
Noordermarkt, biologische markt en curiosa op zaterdag	wekelijks (veldwerk focus op zaterdag)
Pekmarkt	3 dagen per week
Plein '40-'45	dagelijks
Reigersbos	wekelijks
Ten Katemarkt	dagelijks
Tussen Meer	wekelijks
Zuidasmarkt	wekelijks

2.2 Methoden, veldwerk en respons

Het veldwerk voor de Monitor Markten 2022 is uitgevoerd onder bezoekers en ondernemers op de markten en onder passanten in omliggende winkelgebieden in de buurt van de markten. Voor dit onderzoek zijn tussen augustus 2022 en oktober 2022 per grote markt tussen de 75 en 100 bezoekers en passanten geïnterviewd en tussen de 40 en 80 op kleinere markten. Kleinere markten trekken in het algemeen minder bezoekers aan dan grote markten en zijn bovendien maar op enkele dagen per week open, wat het lastiger maakt om een hogere respons te realiseren. Zo bleek het niet mogelijk om binnen de afgesproken tijd een hogere respons voor Ganzenhoef en Lambertus Zijlplein te realiseren. Op de Zuidasmarkt werden medewerkers van O&S geconfronteerd met het feit dat er een ander onderzoek over de continuering van deze markt plaatsvond tijdens de veldwerkperiode. Hierdoor was het lastig om targets te halen. In het geval van de Hermitagemarkt speelde de onbekendheid met deze markt het passantenonderzoek parten.

Om representatieve (of op zijn minst indicatieve) uitspraken te doen over marktbezoekers in Amsterdam op gemeentelijke warenmarkten, zijn de antwoorden van bezoekers op de markten samengevoegd met de antwoorden van passanten.

Daarnaast is in de rapportage onderscheid gemaakt in *meerdaagse markten*, *eendaagse markten* en *biologische markten*. Meerdaagse markten zijn hier gedefinieerd als markten die meerdere dagen per week open zijn. Eendaagse markten zijn één keer per week open. Daarnaast rapporteren we apart over markten met een puur biologisch aanbod. Dit zijn de Noordermarkt, Zuidasmarkt, Hermitagemarkt en Nieuwmarkt. De andere eendaagse markten hebben dus een wat gemengder aanbod van etenswaren.

Tevens is afgesproken om op de kleine markten 10 ondernemers en op de drie grote meerdaagse markten 20 ondernemers te ondervragen. Met uitzondering van Ganzenhoef is dat gelukt. Sommige ondernemers gaven aan al op Kraaiennest of op Anton de Komplein te zijn geïnterviewd. De uitkomsten met betrekking tot ondernemers moeten dan ook als indicatief beschouwd worden.

Tabel 2.4 Respons per markt 2022 (aantallen)

markt	Type markt	bezoekers	passanten	ondernemers
Albert Cuypmarkt	meerdaags	102	120	29
Anton de Komplein	meerdaags	44	47	10
Buikslotermeerplein	meerdaags	45	79	10
Dappermarkt	meerdaags	145	95	21
Ganzenhoef	eendaags	30	9	2
Hermitagemarkt	biologische markt	50	51	10
Kraaiennest	eendaags	45	42	10
Lambertus Zijlplein	eendaags	39	9	10
Lindengracht	eendaags	50	45	10
Nieuwmarkt	biologische markt	51	50	11
Noordermarkt	biologische markt	45	36	10
Pekmarkt	meerdaags	51	53	10
Plein `40-`45	meerdaags	103	97	20
Reigersbos	eendaags	50	40	10
Ten Katemarkt	meerdaags	100	106	20
Tussen Meer	eendaags	42	16	10
Zuidasmarkt	biologische markt	50	14	10

* wanneer een markt drie dagen per week of vaker open is wordt deze markt een meerdaagse genoemd. Als de markt minder vaak plaatsvindt wordt de markt een eendaagse markt genoemd.

Achtergrondkenmerken respondenten

Van de geïnterviewde bezoekers is ongeveer een kwart jonger dan 35 jaar en eenzelfde aandeel ouder dan 68 jaar. In 2017 was het iets makkelijker om respondenten te interviewen tussen de 35 jaar en 67 jaar. Ook bij de passantengroep zijn dit jaar veel ouderen geïnterviewd. In het algemeen zijn ouderen meer bereid mee te doen aan onderzoek en wellicht spreekt het onderwerp hun ook meer aan.

De meeste respondenten komen uit hetzelfde stadsdeel als waar het interview is afgenomen en waar de markt is gesitueerd. Ongeveer een derde van de bezoekers komt van buiten Amsterdam of uit het buitenland. Het gaat hier bijvoorbeeld om toeristen die op de Nieuwmarkt of Albert Cuypmarkt zijn geïnterviewd.

Veel ondernemers staan al lang op de markt, bijna 60% staat hier langer dan 10 jaar. Dit jaar is het aandeel dat korter dan een jaar op de markt staat verdubbeld. Dit komt omdat er twee nieuwe markten, de Zuidasmarkt en Hermitagemarkt zijn opgenomen in het onderzoek. Net als in 2017 is ongeveer driekwart vaste plaatshouder en een kwart sollicitant.

De belangrijkste vragen in deze enquête betroffen net als in 2017 hoe vaak men naar de markt gaat en naar welke, wat de belangrijkste redenen zijn om de markt wel of juist niet te bezoeken en hoe men de markt beoordeelt. Aan de ondernemers zijn vragen gesteld over imago, samenwerking en mogelijke verbeterpunten.

Consumentenenquête 2020-2022

Om een representatief beeld te krijgen van de totale mate van marktbezoek van alle inwoners van Amsterdam is er (net als in 2017) gebruik gemaakt van de bevindingen van de Monitor Detailhandel. In dit onderzoek zijn eens in de twee jaar 4.400 bewoners geïnterviewd met de vraag naar welke warenmarkt zij gaan voor (dagelijkse) boodschappen.

De bevindingen zijn gepresenteerd in de Monitor 2018 (veldwerkperiode 2017) Monitor 2020 (veldwerkperiode 2019) en de Monitor 2022 (veldwerkperiode 2021).⁷ De bevindingen van de Monitor 2018 en 2020 kunnen dan grofweg beschouwd worden als de situatie voor de coronacrisis en de bevindingen van 2022 schetsen dan een beeld van tijdens de coronacrisis. In het najaar van 2023 verschijnt de nieuwe Monitor Detailhandel, dus op dit moment is er nog geen data beschikbaar die de situatie weergeeft van het herstel van de Amsterdamse warenmarkteconomie 'na' corona. De bevindingen van dit onderzoek worden weergegeven in hoofdstuk 3.

⁷ Zie hier: <https://onderzoek.amsterdam.nl/artikel/amsterdammer-kopen-weer-meer-online>

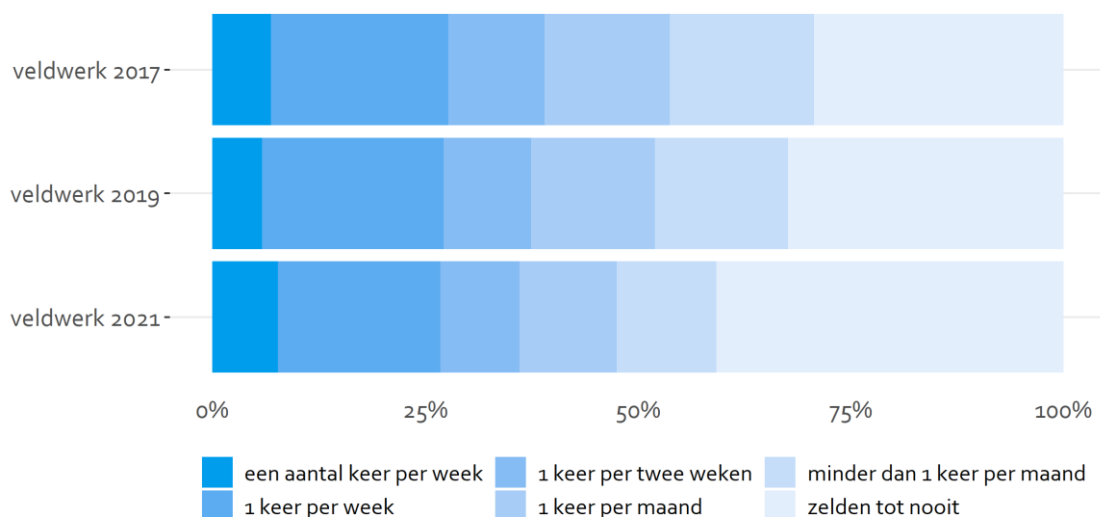
3 Marktbezoek in Amsterdam 2022

3.1 Meer Amsterdammers gaan zelden of nooit naar de markt

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken van de vragen over marktbezoek in de consumentenenquête. Dit is een bewonersonderzoek onder 4.400 Amsterdammers die geworven zijn middels een gestratificeerde steekproef per woonwijk. Het onderzoek wordt elke twee jaar gehouden. De laatste veldwerkperiode was in het coronajaar 2021. Eind 2023 worden nieuwe gegevens verwacht.

In 2017 ging nog bijna 75% van de Amsterdammers naar de markt. In 2019 was dat 70% en in 2021 (ten tijde van de coronacrisis) 55%. Wat opvalt is dat het aandeel bewoners dat een aantal keer per week of één keer per week naar de markt gaat gelijk blijft (25%). Het aandeel bezoekers dat één keer per maand of minder vaak naar de markt gaat is gedaald. Wanneer de nieuwe data beschikbaar is eind 2023, zal duidelijk worden of het bezoek weer is toegenomen met het afbouwen van de coronarestricties.

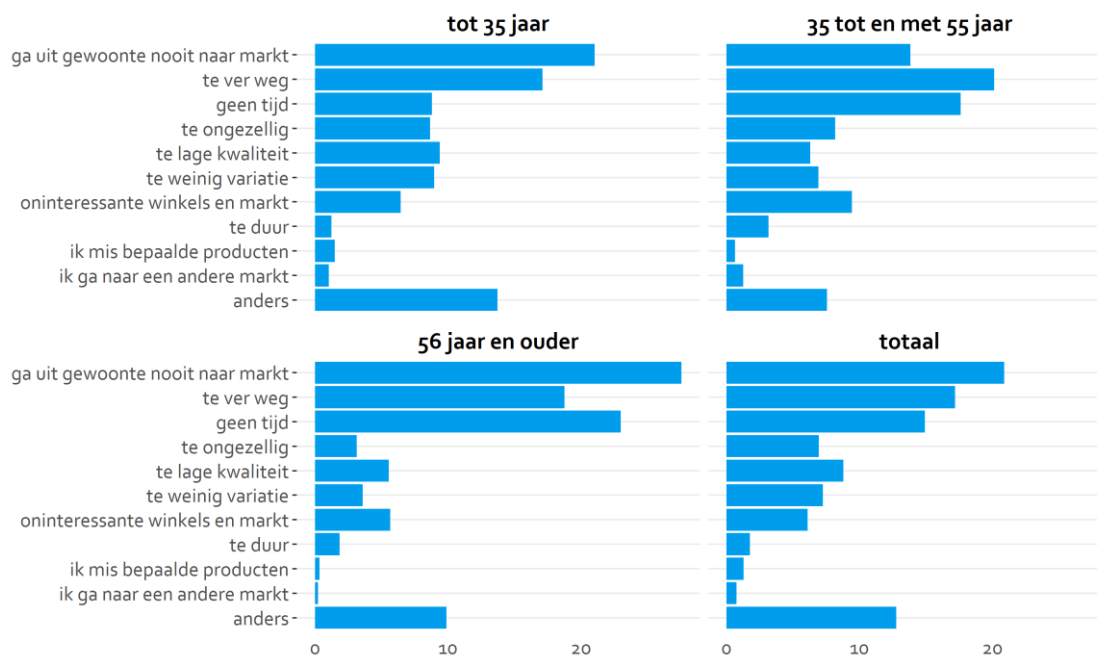
Figuur 3.1 Mate van marktbezoek door inwoners Amsterdam, 2017 – 2021 (procenten)



Bron: Monitor Detailhandel 2022

Redenen om niet naar de markt te gaan voor de dagelijkse boodschappen lopen zeer uiteen, maar meestal geven Amsterdammers aan dat zij uit gewoonte niet naar de markt gaan of omdat de markt te ver weg ligt.

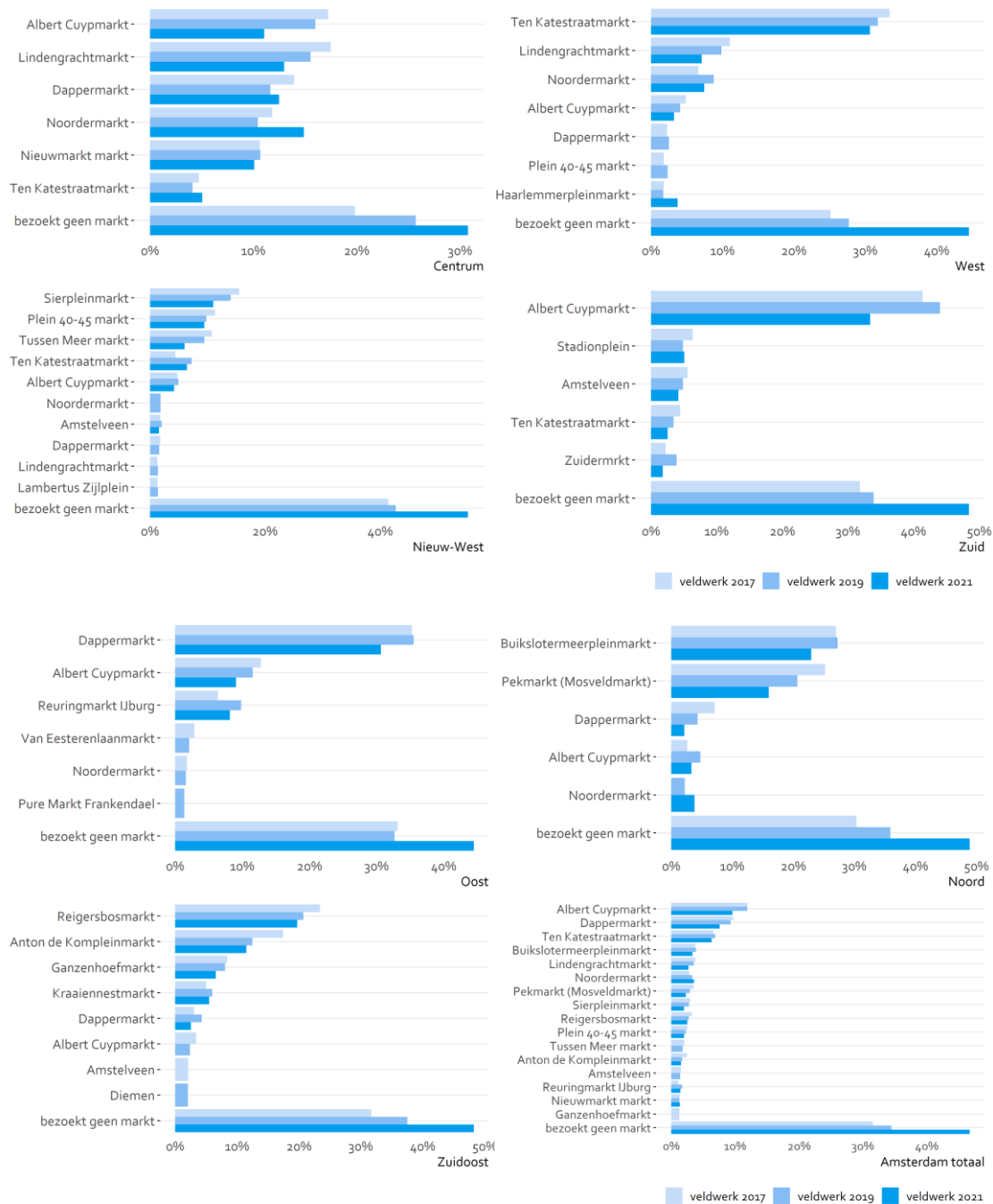
Figuur 3.2 Redenen om niet naar de markt te gaan, 2021 (percentage genoemd)



Aan de groep geïnterviewde Amsterdammers die de markt met enige regelmaat bezoekt, is gevraagd welke markt men het vaakst bezoekt voor de dagelijkse boodschappen. De Albert Cuypmarkt is de markt die het vaakst genoemd wordt, te weten door 10% van de Amsterdammers. Als tweede en derde worden de Dappermarkt en de Ten Katemarkt genoemd. Het aandeel dat Dappermarkt en Albert Cuypmarkt noemt is gedaald, terwijl het aandeel dat Ten Katemarkt noemt gelijk is gebleven.

Omdat bewoners primair georiënteerd zijn op de markt in hun eigen buurt voor de dagelijkse boodschappen zijn ook de bevindingen op een lager schaalniveau weergegeven. In Centrum zijn de Albert Cuypmarkt en de markt op de Lindengracht het best bezocht. In tegenstelling tot West, Zuid en Oost, is er in Nieuw-West geen eenduidige 'meest-bezochte' markt: de markten op Sierplein, Plein '40-'45 worden vaak genoemd, op de voet gevolgd door de markt op Tussen Meer. In Zuidoost is Reigersbos de meest genoemde markt, gevolgd de markt op het Anton de Komplein en Ganzenhoef.

Figuur 3.3 Meest bezochte markten per stadsdeel, 2017 – 2021 (procenten)



Bron: Monitor Detailhandel 2022

4 Bezoekfrequentie markt

In dit deel worden de bevindingen besproken van het veldwerk op 17 warenmarkten van augustus 2022 tot en met november 2022, waarbij bezoekers op de markten, passanten rondom en marktondernemers zijn geïnterviewd. Om zo representatief mogelijke uitspraken te doen over meerdere type gebruikers van de markt, zijn de bevindingen van bezoekers en passanten samengevoegd. Daarnaast zijn de uitspraken over markten gebundeld er wordt er onderscheid gemaakt tussen de meerdaagse markten en eendaagse markten. Meerdaagse markten zijn markten die drie dagen per week of vaker open zijn. Eendaagse markten zijn één dag in de week geopend. Onder de meerdaagse markten vallen Albert Cuypmarkt, Dappermarkt, Ten Katemarkt, Pekmarkt en de markten op Anton de Komplein, Buikslotermeerplein en op Plein '40-'45. Alle andere markten worden 'eendaagse markten' genoemd.

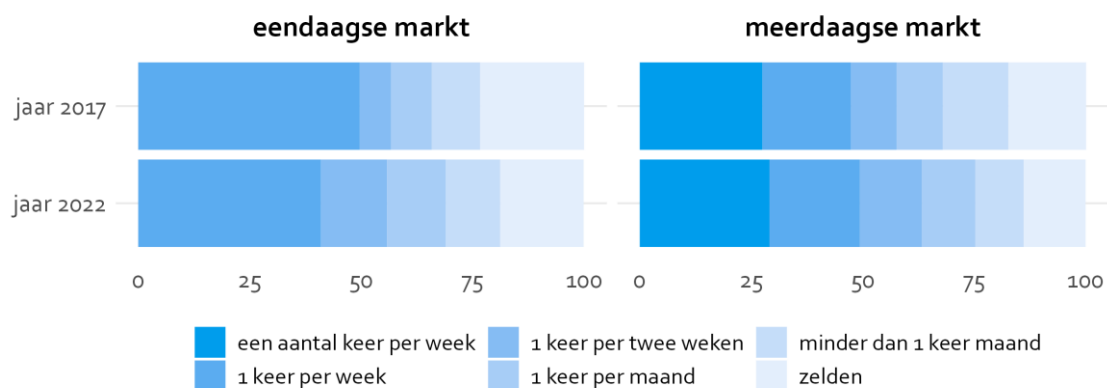
4.1 Helft bezoekers gaat minimaal een keer per week naar een markt

Er wordt eerst gekeken naar de bezoekfrequentie. De mate van bezoek hangt uiteraard af van het feit of een markt een eendaagse markt of een meerdaagse markt is. Een eventuele daling of stijging hangt naast veranderend gedrag ook af van eventuele veranderingen van het aantal marktdagen. Voor zover bekend (maar niet bevestigd) is het aantal marktdagen iets (maar niet noemenswaardig) gedaald.

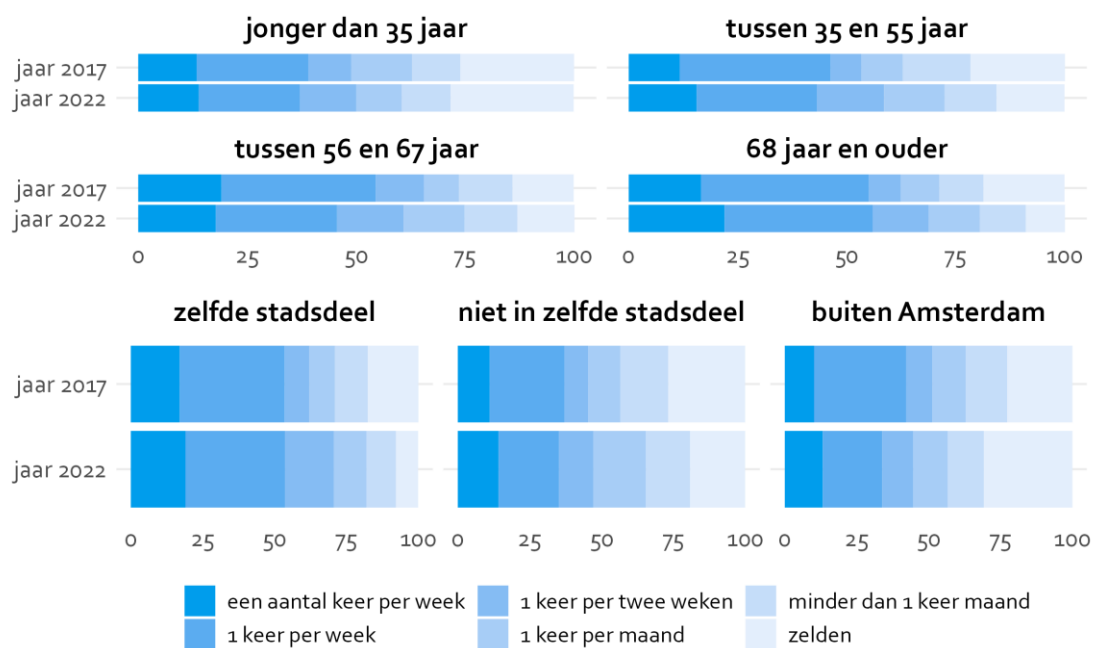
De volgende zaken vallen op:

- De helft van de bezoekers en passanten gaat minimaal één keer per week naar een meerdaagse markt.
- Eendaagse markten worden door 40% één keer per week bezocht.
- Meerdaagse markten worden even frequent bezocht als in 2017, terwijl eendaagse markten door bezoekers en passanten minder vaak bezocht worden.
- Oudere marktbezoekers bezoeken de markt vaker dan jongere bezoekers.
- Bezoekers die in buurt van de markt wonen, bezoeken de markt vaker dan bezoekers die niet in de buurt wonen.

Figuur 4.1 Bezoekfrequentie warenmarkten Amsterdam 2017 en 2022 (procenten)

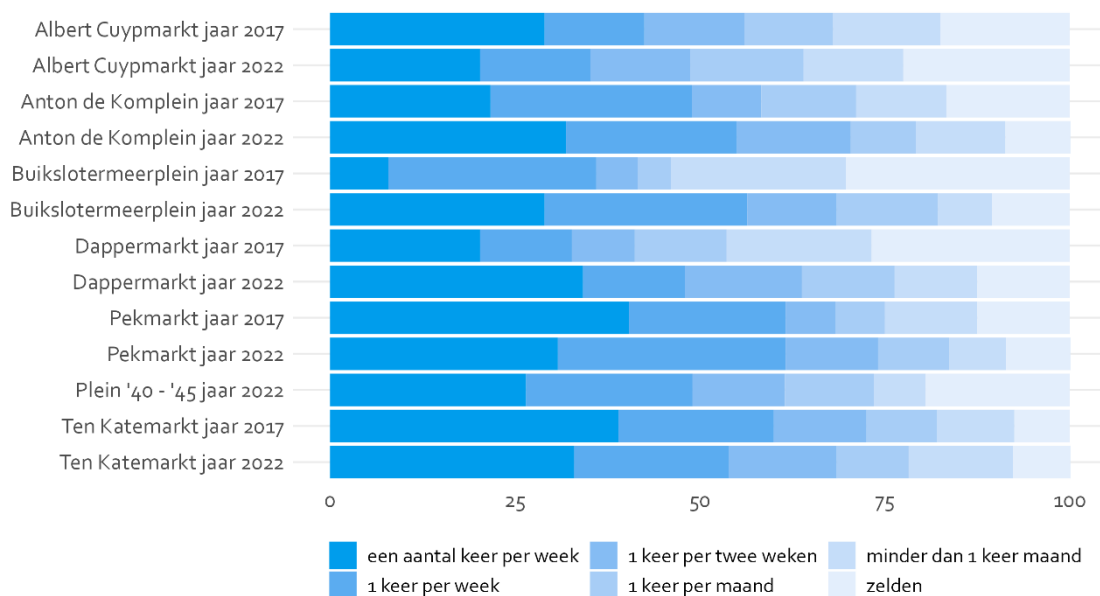


Figuur 4.2 Bezoekfrequentie warenmarkten Amsterdam 2017 en 2022 naar achtergrondvariabelen (procenten)

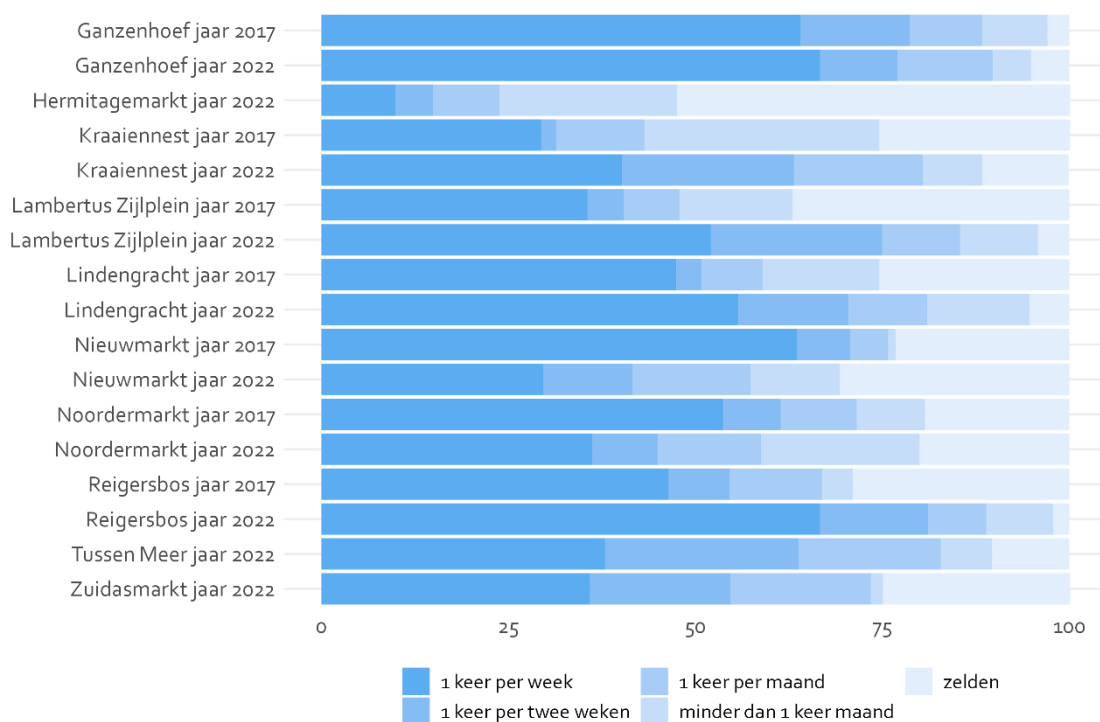


Een aantal markten wordt frequenter bezocht dan in 2017. Dit zijn Buikslotermeerplein, Dappermarkt, Lambertus Zijlplein, Reigersbos en Kraaiennest. Markten die juist minder frequent bezocht worden zijn Noordermarkt en Nieuwmarkt. Maar in beide gevallen is de vraagstelling gewijzigd. Dit jaar werd expliciet gevraagd naar het bezoek van de biologische markt op zaterdag, terwijl in 2017 de vraagstelling meer gericht was op alle marktdagen. De antwoorden zijn dus niet goed te vergelijken. De antwoorden van Plein '40-'45 en Tussen Meer uit 2017 ontbreken, omdat deze markten destijds meegenomen zijn in een ander onderzoek, waardoor de antwoorden niet goed vergelijkbaar zijn.

Figuur 4.3a Bezoekfrequentie meerdaagse markten, 2017 en 2022 (procenten)



Figuur 4.3b Bezoekfrequentie eendaagse markten, 2017 en 2022 (procenten)



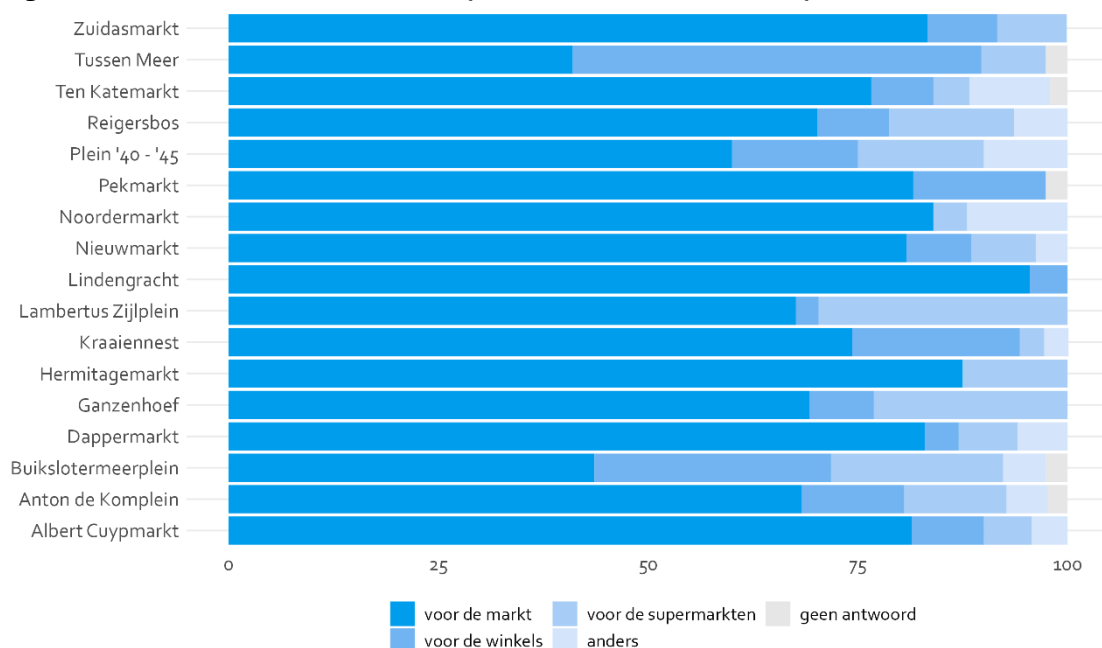
4.2 Bezoek gericht op markt of ook op andere winkels?

Driekwart van de bezoekers (73%) op de markt geeft aan specifiek voor de markt op de markt te zijn. Een vijfde (21%) geeft aan voornamelijk voor de winkels en supermarkten hier te zijn. Dit aandeel dat vooral voor de winkels en supermarkten naar de markt komt is wat hoger op de markten Buikslotermeerplein, Plein '40-'45 en Tussen Meer dan bij de andere markten.

Tabel 4.4 Voornaamste reden bezoek, 2022 (bezoekers, procenten)

	jaar 2022
voornamelijk voor de markt	73
voornamelijk voor de winkels in dit winkelgebied	12
voornamelijk voor de supermarkten	10
anders	5
weet niet, geen antwoord	1
totaal	100

Figuur 4.5 Voornaamste reden bezoek per markt 2022 (bezoekers, procenten)



4.3 Bezoekers geven gemiddeld €18 uit

Het aandeel bezoekers dat daadwerkelijk wat gekocht heeft of van plan is te kopen is 84%. In 2017 was dat vergelijkbaar (87%). Bezoekers die etenswaar op de markt hebben gekocht is gevraagd hoeveel zij hebben uitgegeven of van plan zijn uit te geven. Gemiddeld wordt er 18 euro aan etenswaar op de markt uitgegeven. In 2017 was dat 19 euro. Op de markten van Ganzenhoef en Nieuwmarkt is dit jaar meer geld uitgegeven dan in 2017. Op de markt in Reigersbos, Lindengracht en Buikslotermeerplein is substantieel minder uitgegeven dan in 2017.

Figuur 4.6 Gemiddeld bedrag per markt dat de markt uitgeven , 2017 en 2022 (euro's)

	2017	2022
Albert Cuypmarkt	€ 13	€ 15
Anton de Komplein	€ 16	€ 23
Buikslotermeerplein	€ 34	€ 18
Dappermarkt	€ 11	€ 15
Ganzenhoef	€ 27	€ 38
Hermitagemarkt		€ 25
Kraaiennest	€ 11	€ 17
Lambertus Zijlplein	€ 11	€ 11
Lindengracht	€ 49	€ 25
Nieuwmarkt	€ 17	€ 28
Noordermarkt	€ 26	€ 15
Pekmarkt	€ 15	€ 15
Plein '40-'45		€ 19
Reigersbos	€ 26	€ 21
Ten Katemarkt	€ 14	€ 15
Tussen Meer		€ 14
Zuidasmarkt		€ 17
totaal	€ 19	€ 18

5 Oordeel markt

5.1 Kwaliteit producten belangrijkste reden bezoek

In dit hoofdstuk worden de eendaagse markten opgesplitst in biologische markten en overige eendaagse markten. Onder biologische markten verstaan we in dit onderzoek de Noordermarkt en Nieuwmarkt (in 2017) en de Noordermarkt, Nieuwmarkt, Zuidasmarkt en Hermitagemarkt in 2022. De reden hiervoor is dat voornamelijk biologische kleine voedselmarkten vaak net even wat anders beoordeeld worden dan andere markten. De andere eendaagse markten hebben een gemengd aanbod van etenswaren, soms ook met biologische producten, en andere producten als kleding en ander non-food.

Aan bezoekers en passanten is gevraagd wat voor hun de belangrijkste reden is om de markt te bezoeken. In 2017 gaven bezoekers en passanten aan voornamelijk naar de markt te gaan voor de gezelligheid. Bezoekers en passanten op de biologische markten gaven toen aan voor de kwaliteit van de producten te komen. In 2022 is op alle typen markten 'kwaliteit van het productaanbod' de belangrijkste reden om de markt te bezoeken, gevolgd door gezelligheid en sfeer. In 2022 wordt door veel bezoekers op de biologische markten aangegeven dat ze hier toevallig aanwezig zijn. Dit komt omdat veel bezoekers van de Hermitagemarkt hier in eerste instantie zijn voor het museum. Bij bezoekers van de Zuidasmarkt zijn ook veel respondenten geïnterviewd die van hun werk op weg naar huis waren.

Figuur 5.1 Belangrijkste redenen bezoek op de markt volgens bezoekers en passanten, 2017 en 2022 (procenten)

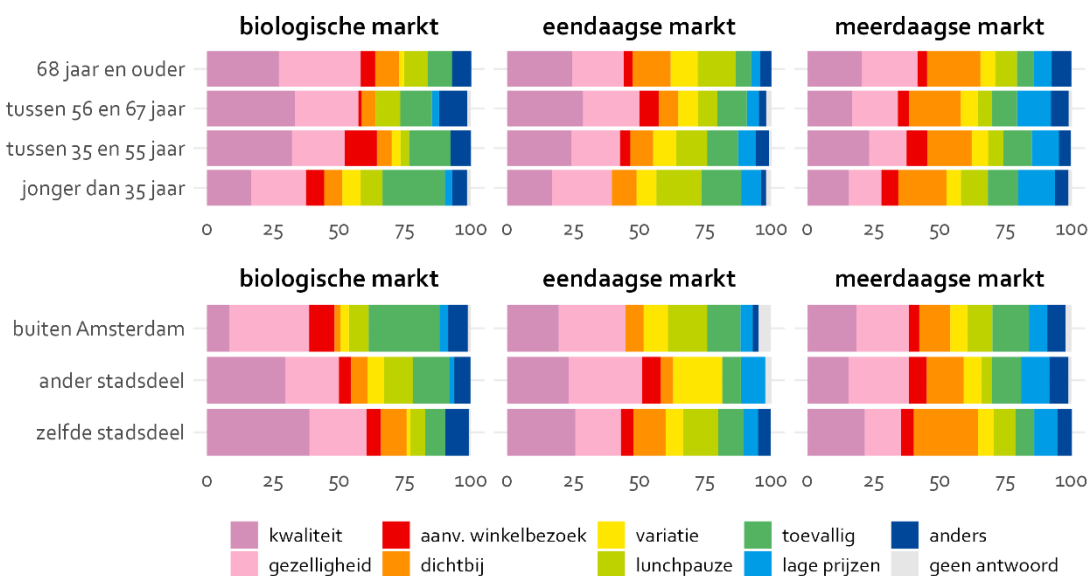
	jaar 2017			jaar 2022		
	biol. markt*	meerdaagse markt	eendaagse markt	biol. markt*	meerdaags e markt	eendaagse markt
kwaliteit van het productaanbod	38	10	6	28	19	24
gezelligheid en sfeer	29	23	28	24	16	20
dichtbij	5	14	11	7	19	10
toevallig	1	7	6	15	10	10
lunchpauze	2	5	4	7	7	12
lage prijzen	1	9	8	1	11	6
variatie in het productaanbod	5	5	6	3	6	9
aanvulling op het winkelbezoek	1	12	4	7	6	4
anders	11	8	20	8	6	4

*Onder biologische markten vallen in dit onderzoek de Noordermarkt en Nieuwmarkt (in 2017) en de Noordermarkt, Nieuwmarkt, Zuidasmarkt en Hermitagemarkt in 2022.

Opgesplitst naar achtergrondvariabelen valt op dat:

- jongeren wat minder vaak dan andere groepen aangeven naar de markt te gaan vanwege de kwaliteit van de aangeboden producten en voor de gezelligheid. Zij zijn vaker 'toevallig' op de markt.
- ouderen gaan wat vaker naar de markt voor de gezelligheid.
- respondenten die in hetzelfde stadsdeel wonen als waar de markt gevestigd is, geven wat vaker aan dat zij naar de markt gaan vanwege de kwaliteit van de aangeboden producten.

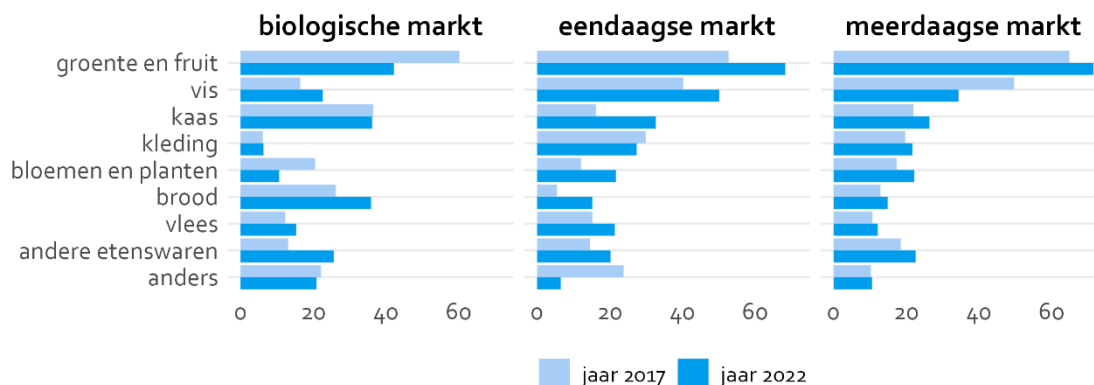
Figuur 5.2 Belangrijkste redenen bezoek op de biologische markt, meerdaagse en eendaagse markten volgens bezoekers en passanten, 2022 naar achtergrondkenmerk (procenten)



Groente, vis en kaas redenen om markt te bezoeken

Net als in 2017 komen de meeste bezoekers en passanten in 2022 naar de markt om hier groente en fruit te kopen, gevolgd door vis en kaas. Het is wel opvallend dat vis minder vaak genoemd wordt op de meerdaagse markten en groente en fruit juist vaker. Wellicht dat het veranderd aanbod hierbij een rol speelt, maar dit is niet nader onderzocht. Op de biologische markten wordt in 2022 ook relatief vaak brood gekocht. Op de overige (niet-biologische) eendaagse markten wordt juist wel meer vis verkocht.

Figuur 5.3 Meest genoemde producten om te kopen op de biologische markt, eendaagse en meerdaagse markt volgens bezoekers en passanten, 2017 en 2022 (procenten)

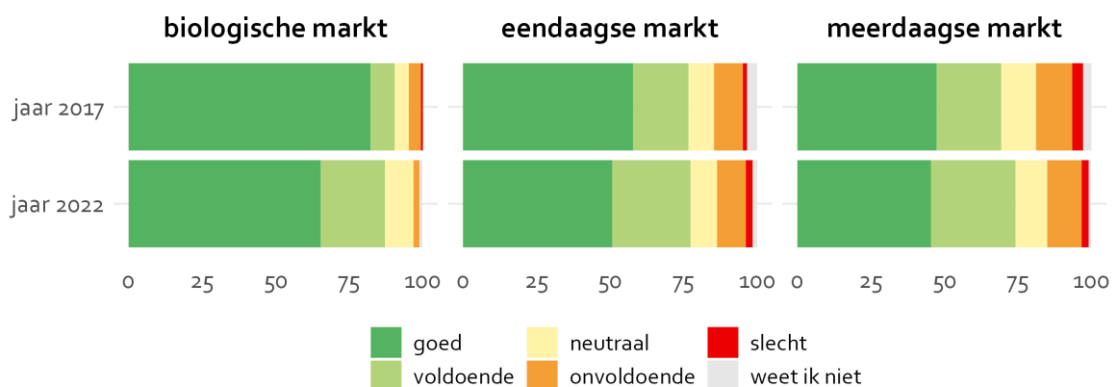


Bij alle markten is de meest genoemde reden voor het bezoek het aanbod van groente en fruit. Op het Buikslotermeerplein wordt door bezoekers als eerste het aanbod van vis genoemd, op de Hermitagemarkt is dat het aanbod van brood, op de markt op Tussen Meer kaas en op de markt op het Lambertus Zijlplein kleding.

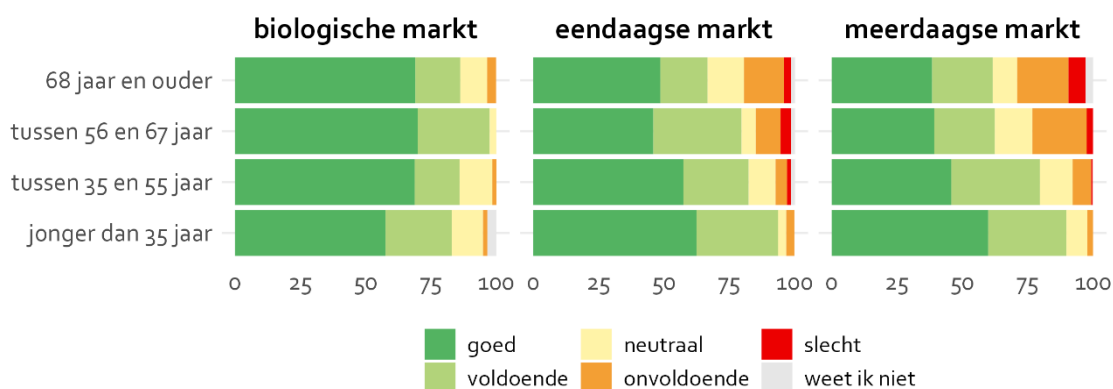
5.2 Driekwart vindt aanbod etenswaar goed of voldoende

Eerder is aangegeven dat bezoekers en passanten vaker naar de markt gaan voor de kwaliteit van de aangeboden producten. Uit figuur 5.4 blijkt dat bezoekers (aan passanten is deze vraag niet gesteld) op de (grote) meerdaagse markten en eendaagse markten het aanbod van etenswaren iets beter beoordelen dan in 2017. Op alle markten geldt dat driekwart ten minste een voldoende geeft. Uit figuur 5.5 valt op te maken dat oudere bezoekers net iets kritischer zijn dan jongere groepen en dan vooral bij de meerdaagse en eendaagse markten.

Figuur 5.4 Oordeel aanbod etenswaren op biologische markten, eendaagse en meerdaagse markten volgens bezoekers, 2017 en 2022 (procenten)



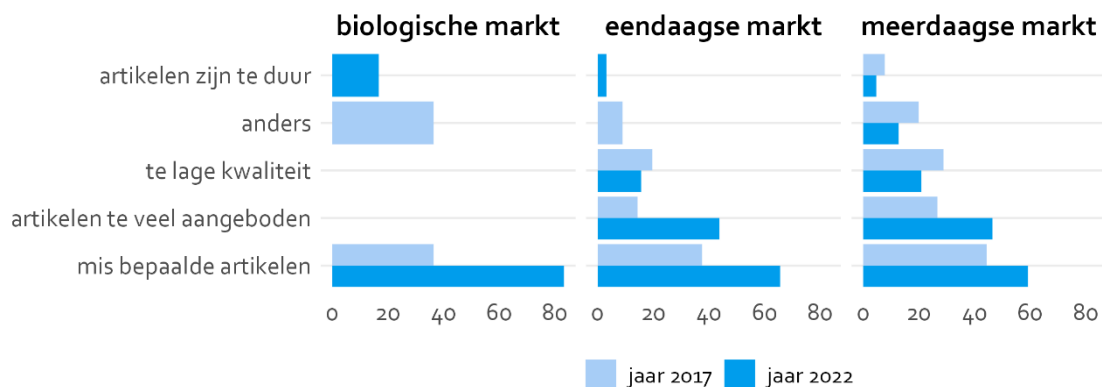
Figuur 5.5 Oordeel aanbod etenswaren biologische markten, eendaagse en meerdaagse markten per leeftijdsgroep, 2022 (procenten)



Het meest tevreden zijn bezoekers (net als in 2017) over de markten in Centrum, waaronder Noordermarkt, Nieuwmarkt en Lindengracht. De markten op Buikslotermeerplein, Tussen Meer, Lambertus Zijlplein, Pekmarkt en Ganzenhoef worden minder positief beoordeeld. Het valt wel op dat de markt op Buikslotermeerplein een stuk beter beoordeeld wordt dan in 2017. Dit geldt ook voor bijvoorbeeld de markten op Kraaiennest en het Anton de Komplein. De twee grote meerdaagse markten Albert Cuypmarkt en Dappermarkt worden juist wat minder goed beoordeeld (zie bijlage).

De meeste bezoekers die (zeer) ontevreden zijn (ongeveer een kwart van de respondenten) zijn over het aanbod van etenswaar geven aan dat zij bepaalde artikelen missen of dat artikelen teveel worden aangeboden. Deze argumenten worden beduidend vaker genoemd dan in 2017. Sommige passanten en bezoekers noemen ook andere redenen. Vaak wordt dan gezegd dat er te weinig kraampjes staan (Dappermarkt, Buikslotermeerplein en Pekmarkt). Op de Albert Cuypmarkt is volgens enkele bezoekers 'teveel eten' en 'teveel kleding'. Op de Dappermarkt is volgens enkele bezoekers 'teveel goedkope troep', en is er veel van hetzelfde, ofwel 'teveel eenheid'.

Tabel 5.6a Genoemde redenen waarom bezoekers ontevreden zijn, 2017 en 2022 (procenten)



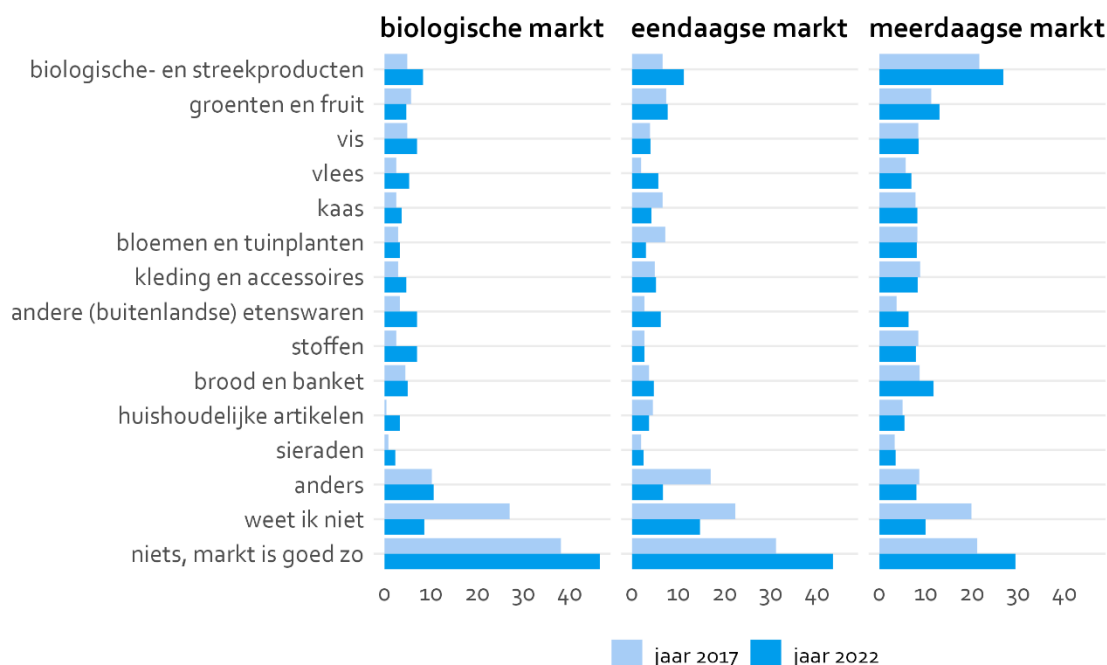
Tabel 5.6b Meest genoemde reden per markt waarom bezoekers ontevreden zijn, 2022

Albert Cuypmarkt	artikelen te veel aangeboden
Anton de Komplein	mis bepaalde artikelen
Buikslotermeerplein	mis bepaalde artikelen
Dappermarkt	artikelen te veel aangeboden
Ganzenhoef	te lage kwaliteit
Kraaiennest	mis bepaalde artikelen
Lambertus Zijlplein	artikelen te veel aangeboden
Lindengracht	mis bepaalde artikelen
Nieuwmarkt	mis bepaalde artikelen, artikelen zijn te duur
Pekmarkt	mis bepaalde artikelen
Plein '40 - '45	artikelen te veel aangeboden
Reigersbos	artikelen te veel aangeboden, mis bepaalde artikelen
Ten Katemarkt	artikelen te veel aangeboden, mis bepaalde artikelen
Tussen Meer	mis bepaalde artikelen
Zuidasmarkt	mis bepaalde artikelen

5.3 Bezoekers en passanten zien graag meer biologische producten

De meest bezoekers op de markt geven aan dat de markt zo goed is en dat er geen andere etenswaren verkocht hoeven te worden. Bezoekers en passanten die wel menen dat er iets mist, geven aan dat er biologische producten verkocht mogen worden. Dit wordt ook vaker genoemd dan in 2017. Andere zaken (meer fruit, vis etc.) wordt ook genoemd maar door minder dan 10% van de bezoekers. Er zijn ook suggesties gedaan door enkele bezoekers als 'olijven', 'dierbenodigdheden', 'oosterse producten', 'Surinaamse producten' en bijvoorbeeld 'humus'.

Figuur 5.7a Producten die volgens bezoekers en passanten meer verkocht mogen worden op de markt, 2017 en 2022 (percentage genoemd)

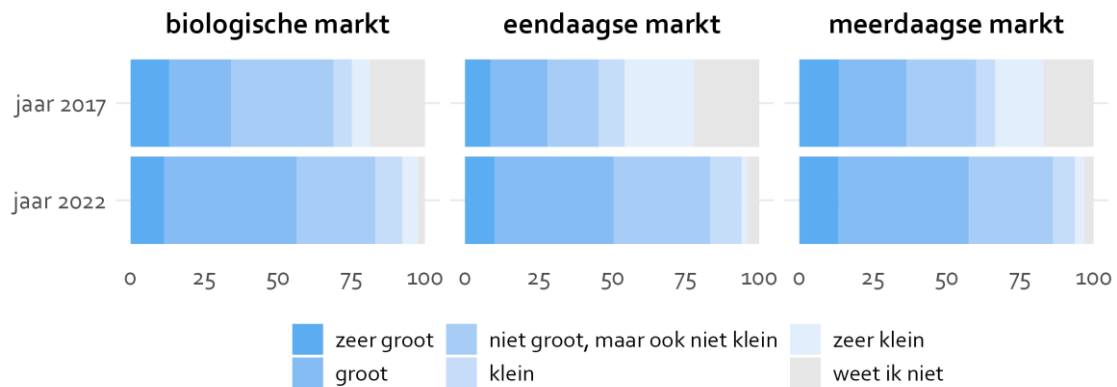


Figuur 5.7b Meest genoemde producten die meer verkocht mogen worden op de markt, 2022

markt	
Buikslotermeerplein	groenten en fruit
Kraaiennest	groenten en fruit
Nieuwmarkt	vis
Anton de Komplein	brood en banket
Anton de Komplein	kaas
Lambertus Zijlplein	kaas
Albert Cuypmarkt	biologische- en streekproducten
Anton de Komplein	biologische- en streekproducten
Buikslotermeerplein	biologische- en streekproducten
Dappermarkt	biologische- en streekproducten
Ganzenhoef	biologische- en streekproducten
Hermitagemarkt	biologische- en streekproducten
Lindengracht	biologische- en streekproducten
Pekmarkt	biologische- en streekproducten
Plein '40 - '45	biologische- en streekproducten
Reigersbos	biologische- en streekproducten
Ten Katemarkt	biologische- en streekproducten
Tussen Meer	biologische- en streekproducten
Noordermarkt	kleding en accessoires
Zuidasmarkt	andere (buitenlandse) etenswaren

Wat is de kans dat bezoekers en passanten ook daadwerkelijk vaker naar de markt zullen komen als de gewenste artikelen ook daadwerkelijk verkocht worden op de markt? Een groot deel van de bezoekers en passanten geven aan dat die kans groot is. Dit deel is ook veel groter dan in 2017 toen veel respondenten het aangaven dit niet in te kunnen schatten.

Figuur 5.8 Geschatte kans om vaker naar de markt te gaan, 2017 en 2022 (%)



5.4 Sterke punten en zwakke punten van de markt

Gezelligheid, variatie, buurtgericht zijn sterke punten van de markt

Volgens bezoekers en passanten zijn de sterke punten van veel grote markten 'de variatie', 'dat alles er is', en dat het er betaalbaar is. Van veel markten wordt aangegeven dat het echt een markt voor de buurt is. De ligging of locatie wordt vaak ook gezien als een pluspunt. Van de kleine markten wordt juist de kleinschaligheid als pluspunt gezien. Van vrijwel alle markten wordt aangegeven dat ze gezellig zijn. In specifieke gevallen wordt 'de kaasboer' genoemd, 'de oosterse producten' of de 'visboer'.

Zwerfvuil, overlast zijn zwakke punten van de markt

Op de vraag wat de zwakke punten van de markt zijn, lopen de meningen uiteen. Veel bezoekers en passanten geven aan dat zwerfvuil en overlast worden gezien als zwakke punten van de markten. Sommige vinden het jammer dat op een aantal markten weinig variatie is met betrekking tot het aanbod van kleding. Anderen menen dat er te weinig plek is voor fietsparkeerders. Vaak wordt aangegeven dat er wel wat meer kramen bij mogen om de markt een wat vollere indruk te geven. Sommigen irriteren zich aan de doorgang die te klein is. Weer anderen menen dat er ook wel een terrasje bij zou mogen.

5.5 Bezoekers geven ruim voldoende voor de markt

Bezoekers en passanten beoordelen de grote meerdaagse markten met een 7,4 als rapportcijfer in 2022. In 2017 was dat een 7,2. Biologische markten worden in 2017 en 2022 met een 8 beoordeeld. De eendaagse markten worden met een 7,6 beoordeeld in 2022 (in 2017 met een 7,5). Er is dus geen sprake van een significante verandering tussen beide metingen. Ondernemers geven gemiddeld een 6,7 voor de meerdaagse markten, een 7,3 voor de

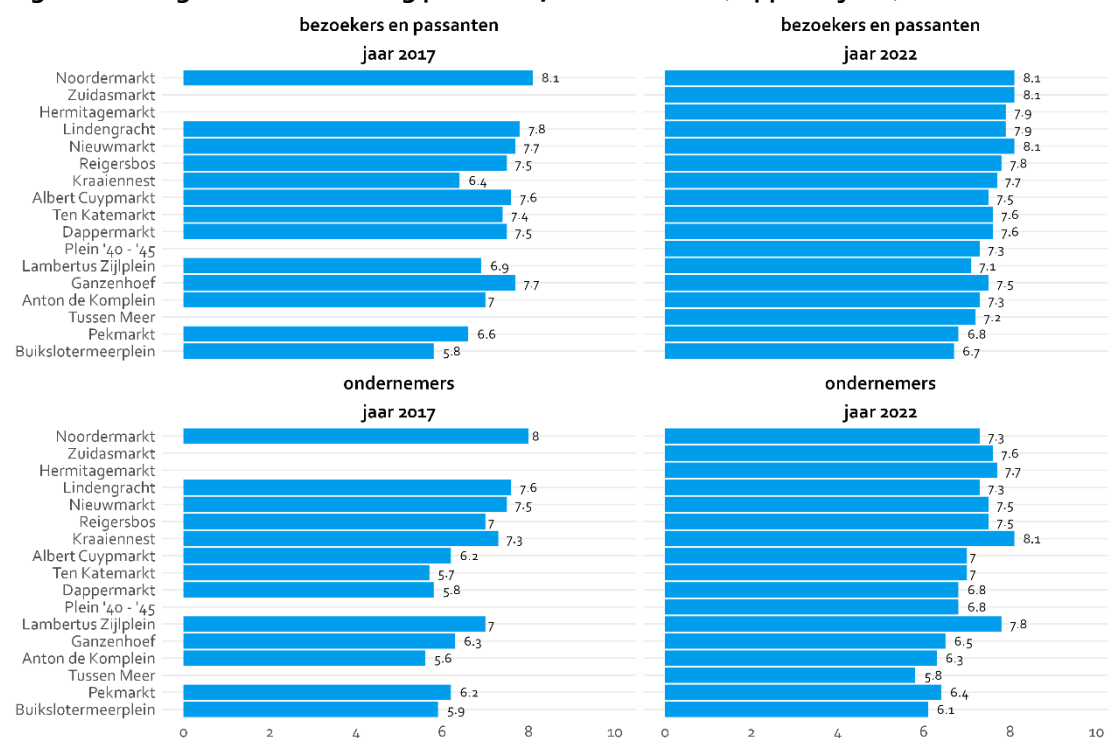
eendaagse markten en een 7,5 voor de biologische markten. Ook bij deze groep zijn geen significante verschillen te zien.

Tabel 5.9 Gemiddelde rapportcijfer voor de markten, 2017 en 2022

jaar		bezoekers en passanten	ondernemers
jaar 2017	biologische markt	8,0	7,9
jaar 2022	biologische markt	8,0	7,5
jaar 2017	eendaagse markt	7,5	7,1
jaar 2022	eendaagse markt	7,6	7,3
jaar 2017	meerdaagse markt	7,2	6,0
jaar 2022	meerdaagse markt	7,4	6,7

Onder bezoekers en passanten wordt de Nieuwmarkt, Noordermarkt en Lindengracht het beste beoordeeld. Ook beide nieuwkomers (Zuidasmarkt en Hermitagemarkt) worden hoog beoordeeld. Markten die door beide groepen wat lager beoordeeld worden zijn (net als in 2017) Buikslotermeerplein, Pekmarkt, Lambertus Zijlplein en Tussen Meer. Het is wel opvallend dat het rapportcijfer voor de markt op het Buikslotermeerplein is gestegen van een 5,8 naar een 6,7. Een vergelijkbare trend was al eerder geconstateerd bij de vraag naar het oordeel omtrent het aanbod van producten.

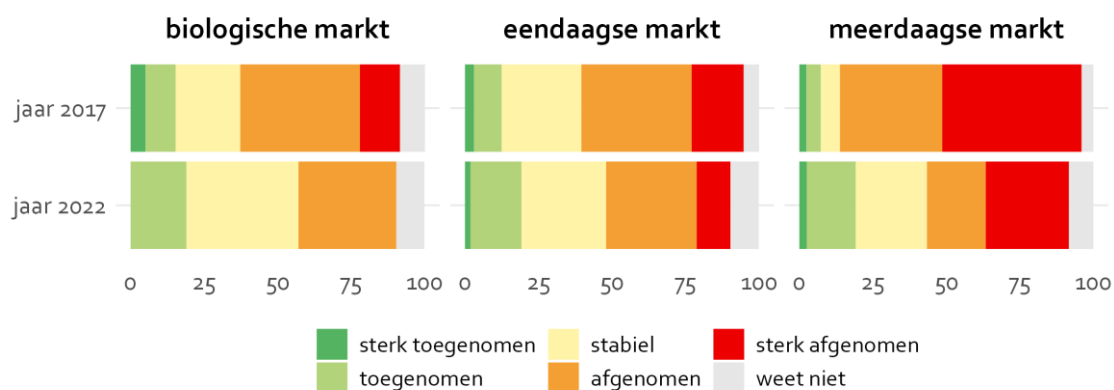
Figuur 5.10 Algemene waardering per markt, 2017 en 2022 (rapportcijfers)



5.6 Ondernemers minder negatief over bezoekersontwikkeling dan in 2017

Bijna 50% procent van de ondernemers op meerdaagse markten meent dat het aantal bezoekers is afgenomen de afgelopen jaren. Op zich is deze veronderstelling niet verwonderlijk met de coronajaren in het achterhoofd, maar in 2017 was het aandeel dat meende dat de bezoekersaantallen gedaald waren nog veel hoger (82%). Ook op de biologische en overige eendaagse markten is een kleiner deel van de ondernemers dan in 2017 van mening dat de bezoekersaantallen gedaald zijn.

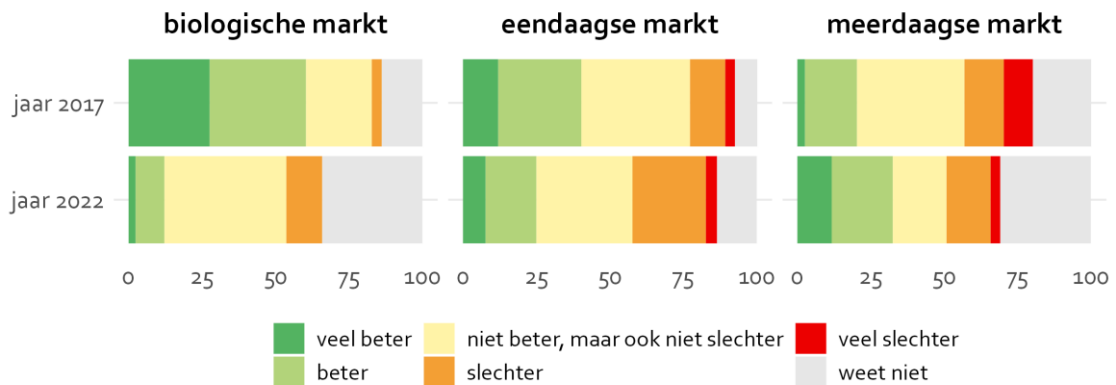
Figuur 5.11 Ontwikkeling bezoekersaantallen markt volgens ondernemers



Genoemde redenen van ondernemers waarom het marktbezoek afneemt zijn volgens hen de nasleep van de coronacrisis, het parkeerbeleid en werkzaamheden in bepaalde straten rondom de markten. Ook menen sommige ondernemers dat de economische crisis ertoe leidt dat mensen minder besteden. Andere ondernemers geven aan dat er 'nieuwe en andere' groepen bewoners in de buurt zijn komen wonen en ten slotte geven enkele ondernemers aan dat de prijzen op de markt gestegen zijn.

Van de geïnterviewde ondernemers op de meerdaagse markten geven drie van de tien aan dat de markt in vergelijking met andere markten er (veel) beter voorstaat. Ongeveer twee van de tien vinden dat hun markt er slechter voor staat dan andere markten. Vooral ondernemers van biologische markten zijn minder positief dan in 2017, maar ook hier geldt wel dat een substantieel deel hier geen mening over heeft. Ondernemers van meerdaagse markten zijn juist positiever dan in 2017.

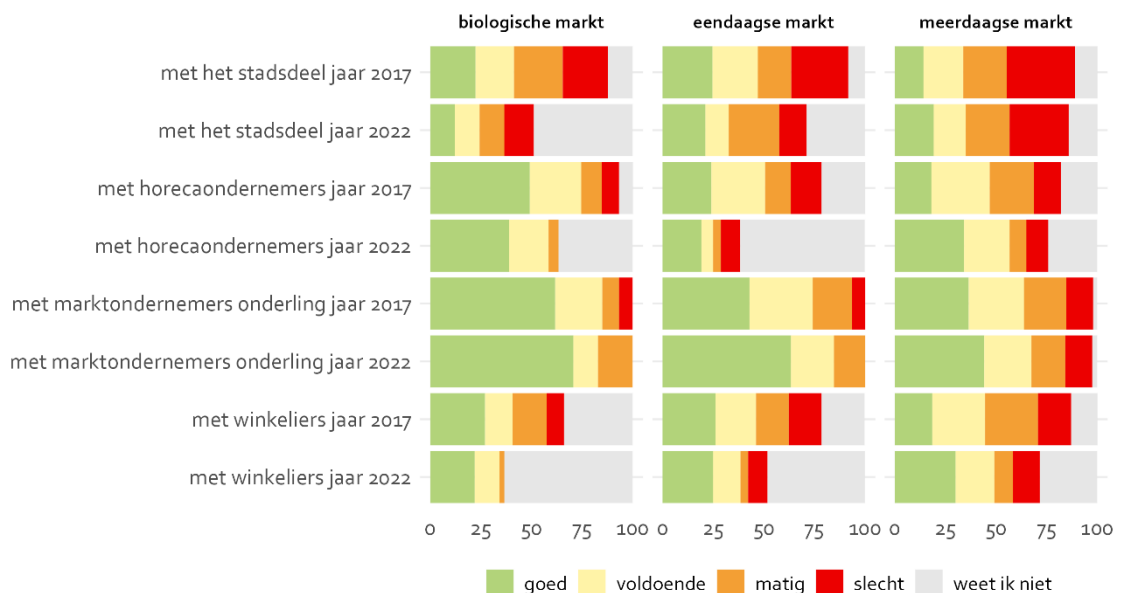
Figuur 5.12 Aandeel van de ondernemers dat positie beter of slechter vindt ten opzichte van andere markten (procenten)



Ondernemers verdeeld over samenwerking met andere actoren

Over de samenwerking met andere actoren reageren de ondernemers verschillend: het meest positief zijn de ondernemers van kleinere eendaagse markten en van de biologische markten als het gaat om onderlinge samenwerking en om de samenwerking met horecaondernemers in de omgeving van de markt. Ondernemers op meerdaagse markten zijn hierover minder positief dan de andere twee groepen, maar zij zijn wel positiever dan in 2017. Ondernemers van de meerdaagse markten en de eendaagse markten geven net als in 2017 aan dat de samenwerking met de gemeente matig tot slecht is.

Figuur 5.13 Samenwerking tussen ondernemers en andere actoren (procenten)

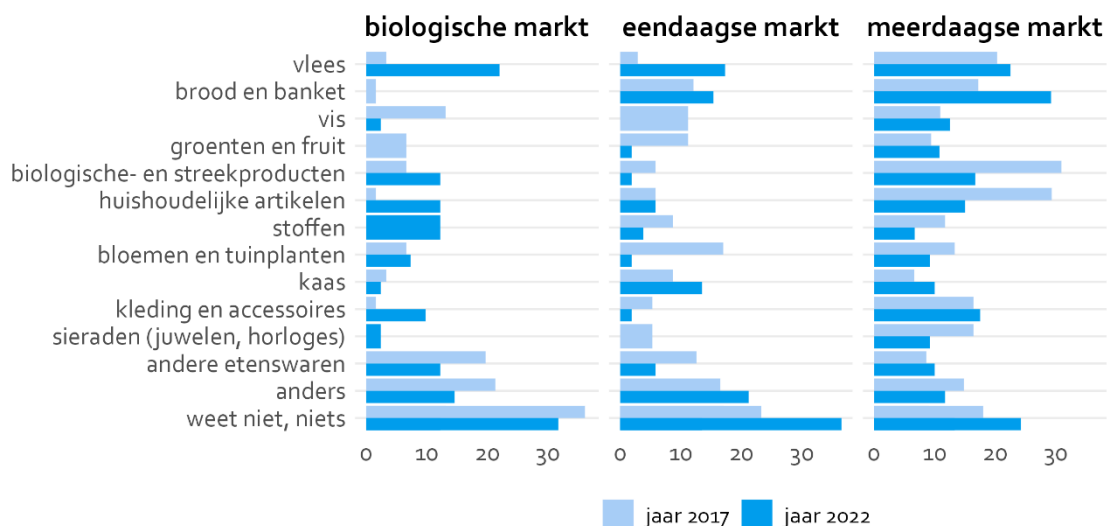


Ongeveer 40% van de ondernemers op de eendaagse markten, 30% van de ondernemers op de biologische markten en een kwart van de ondernemers op de meerdaagse markten meent dat er niets veranderd hoeft te worden op de markten. Ondernemers op de eendaagse markten en meerdaagse markten zien graag dat er meer brood wordt verkocht. Het is opvallend dat

ondernemers minder vaak dan bezoekers aangeven dat er meer biologische producten verkocht mogen worden. Als extra suggestie geven ondernemers aan dat er bijvoorbeeld olijven, snoep, stroopwafels, poffertjes, kruiden en koffie verkocht zou mogen worden op de markt.

Specifiek per markt wordt aangegeven dat er meer brood verkocht mag worden (Albert Cuypmarkt, Anton de Komplein, Buikslotermeerplein, Plein '40 – '45). Ondernemers van Lambertus Zijlplein, Zuidasmarkt en Tussen Meer vinden dat er meer vlees verkocht moet worden. Ondernemers op de Pekmarkt vinden dat er zowel meer vlees als brood verkocht mag worden.

Figuur 5.14 Wat zou er meer verkocht mogen worden op de markt, 2017 en 2022, ondernemers (procenten)



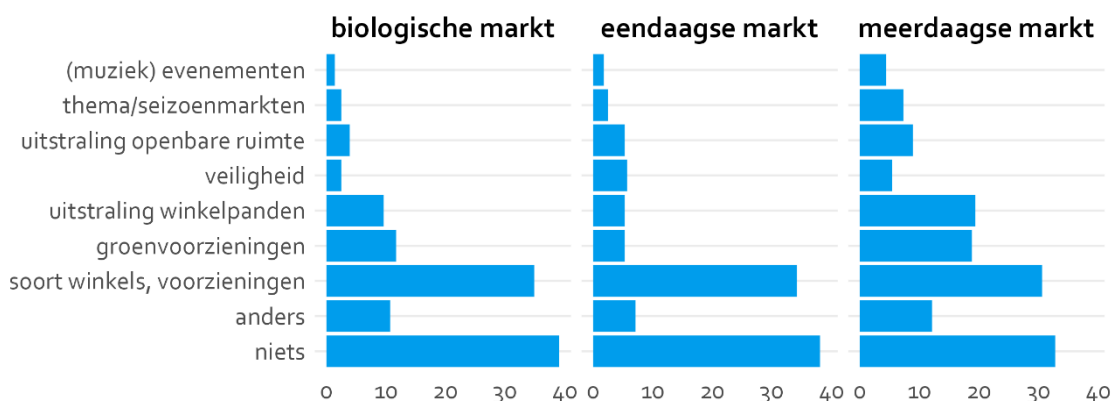
6 Oordeel winkelgebied

In dit laatste deel is gekeken wat bewoners, passanten en ondernemers van het winkelgebied vinden waar hun markt gevestigd is.

6.1 Verbeterpunten winkelgebieden

Op de vraag wat er verbeterd kan worden aan het winkelgebied geven veel bezoekers en passanten aan dat er niets verbeterd hoeft te worden. Bezoekers en passanten die wel graag verbeteringen zien noemen uiteenlopende zaken die een inkijk geven in grote en kleine ergernissen op en rond de winkelgebieden. Zo geven veel bezoekers en passanten aan dat het aanbod van winkels en voorzieningen verbeterd mag worden. Dit wordt vaak genoemd bij markten in winkelgebieden in de buitenwijken die te kampen hebben met leegstand en/of verschraving van het aanbod, zoals op het Anton de Komplein, Buikslotermeerplein, Lambertus Zijlplein, Pekmarkt, Plein '40-'45, Reigersbos, Tussen Meer. Maar dit verbeterpunt wordt ook genoemd door bezoekers en passanten op de Nieuwmarkt, Zuidasmarkt en de Ten Katemarkt. Bezoekers en passanten op de meerdaagse markten geven daarnaast opvallend vaak aan dat uitstraling van de winkelpanden en groenvoorzieningen verbeterd kan worden.

Figuur 6.1 Verbeterpunten volgens bezoekers en passanten, 2022 (procenten)



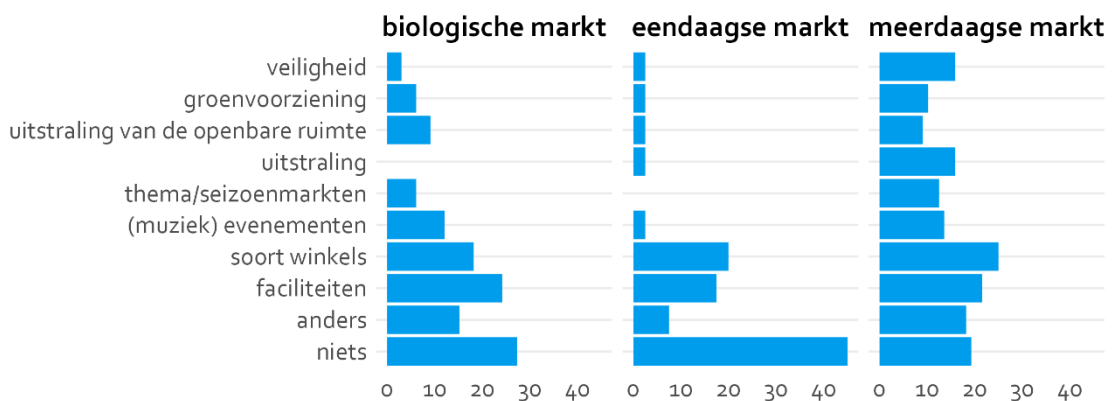
Andere verbeterpunten die vaak worden genoemd zijn dat het plein of winkelgebied 'aantrekkelijker' gemaakt mag worden, 'netter' mag worden en dat er meer 'variatie' mag komen. Specifiek geven respondenten aan dat er betere bestrating (Dappermarkt) mag komen; dat er bankjes geplaatst mogen worden (Albert Cuypmarkt, Pekmarkt, Hermitagemarkt, Lindengracht, Plein '40-'45), meer stallingsmogelijkheden voor de fiets geplaatst mogen worden (Ten Katemarkt, Dappermarkt, Lindengracht, Albert Cuypmarkt), er betere afvalverwerking gerealiseerd mag worden (Ten Katemarkt, Plein '40-'45), het bowlinggebouw gesloopt mag worden (Buikslotermeerplein), er meer koffietentjes mogen komen en het aanbod van winkels gevarieerder kan (Ganzenhoef), toeristische winkels weg mogen (Nieuwmarkt, Lindengracht), de

openingstijden van de markt verruimd mogen worden (Plein '40-'45, Zuidasmarkt), en er openbare toiletten geplaatst mogen worden (Plein '40-'45).

Ondernemers zijn ook van mening dat het aanbod van winkels een verbeterpunt is, maar geven daarnaast ook aan dat faciliteiten verbeterd mogen worden. Bij de meerdaagse markten geven de ondernemers vaker dan bij de andere type markten aan dat de veiligheid en de uitstraling verbeterd mag worden.

In specifieke gevallen geven ondernemers aan dat de bestrating (Noordermarkt) op de Noordermarkt aangepakt mag worden, er meer groen en meer voorzieningen mogen komen (openbare toiletten, afvalbakken) (Albert Cuypmarkt), het parkeerdek en bowlinggebouw (Buikslotermeerplein) aangepakt mogen worden, er meer toeristen mogen komen (Dappermarkt), leegstaande panden aangepakt mogen worden (Anton de Komplein). Ook geven ondernemers aan dat er meer thematische markten mogen komen in de vorm van een kerstmarkt, biologische markt of, zomermarkt.

Figuur 6.2 Verbeterpunten volgens ondernemers, 2022 (procenten)



6.2 Fietsparkeren belangrijkste knelpunt voor een winkelgebied

Hoewel veel bezoekers en passanten vinden dat er geen knelpunten zijn, worden er toch meerdere zaken benoemd die een knelpunt vormen voor de winkelgebieden, zoals bereikbaarheid (Albert Cuypmarkt, Pekmarkt, Ten Katemarkt, het gebrek aan sfeer (Dappermarkt, Tussen Meer), de veryupping (Albert Cuypmarkt, Noordermarkt), de leegstand (Buikslotermeerplein), gebrek aan kledingwinkels als Zara en H&M (Plein '40-'45, Ten Katestraat, Tussen Meer, Ganzenhoef, Kraaiennest), gebrek aan groen (Hermitagemarkt), drukte, eenzijdig aanbod (Kraaiennest, Plein '40-'45. Maar bijna overal noemt men het gebrek aan fietsenstallingen.

Op de vraag wat het grote knelpunt is van het winkelgebied geven veel ondernemers aan dat deze er niet zijn. Ondernemers die wel een knelpunt noemen, geven aan dat bereikbaarheid slecht is voor auto's (Albert Cuypmarkt, Ten Katemarkt, Plein '40-'45) er meer voorzieningen moeten komen voor fietsparkeerders (Lindengracht, Ten Katemarkt), leegstand (Buikslotermeerplein), minder horeca en eetzaken (Tussen Meer, Nieuwmarkt, Pekmarkt), de

inrichting (Ganzenhoef), openbare toiletten (Ten Katemarkt, Plein '40-'45, Anton de Komplein, Lindengracht).

7 Bijlage

Tabel 7.1 Leeftijdsverdeling respondenten (procenten)

	Bezoekers (2017)	Passanten (2017)	Bezoekers (2022)	Passanten (2022)
jonger dan 35 jaar	17	25	23	19
tussen 35 en 55 jaar	40	37	30	26
tussen 56 en 67 jaar	29	22	24	29
68 jaar en ouder	14	16	24	27

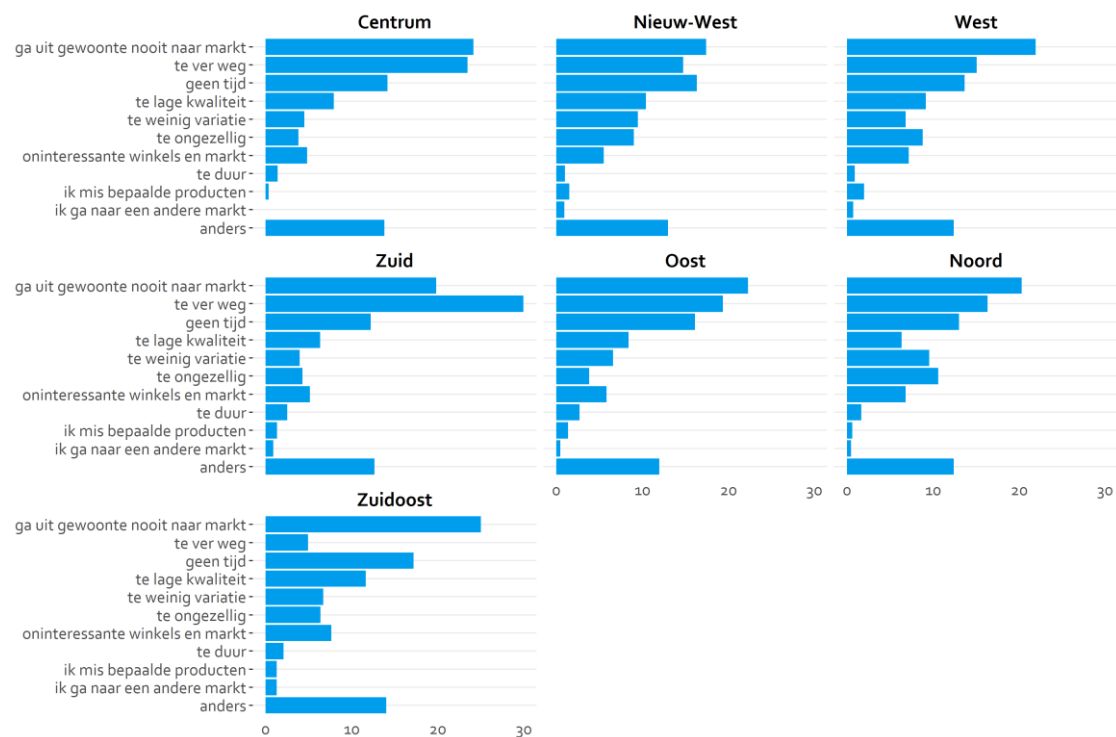
Tabel 7.2 Herkomst respondenten (procenten)

	Bezoekers (2017)	Passanten (2017)	Bezoekers (2022)	Passanten (2022)
woont in zelfde stadsdeel markt	55	68	52	62
woont niet in zelfde stadsdeel markt	16	17	16	20
woont buiten Amsterdam of woonplaats onbekend	29	16	32	17

Tabel 7.3 Ondernemers: Aantal jaar dat geïnterviewde ondernemer op de markt staat, 2017 en 2022 (procenten)

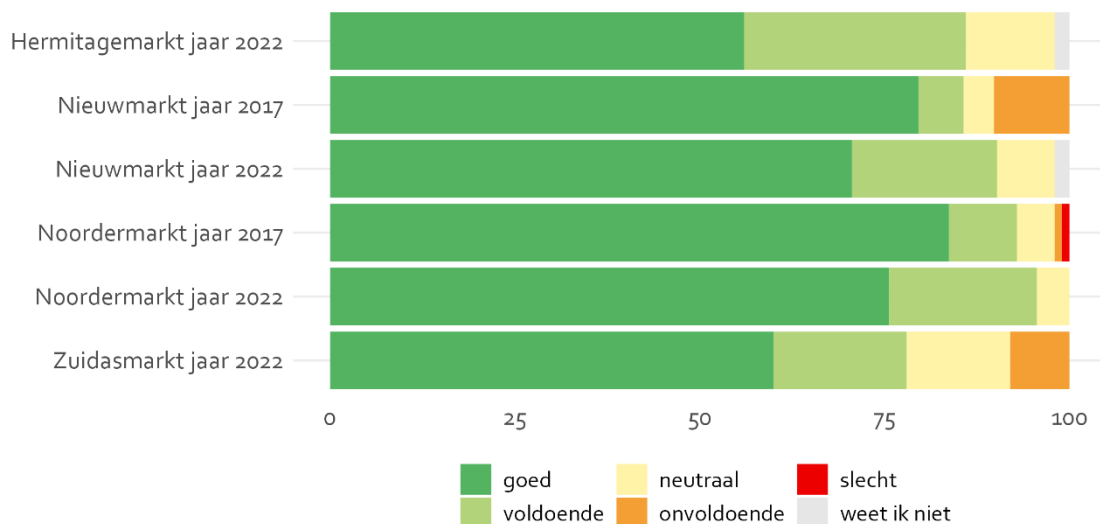
	2017	2022
korter dan 1 jaar	6	13
1 tot en met 2 jaar	6	7
3 tot en met 5 jaar	9	9
6 tot en met 10 jaar	11	12
langer dan 10 jaar	67	58
weet niet, geen antwoord	1	1

Tabel 7.4 Redenen om niet naar de markt te gaan per stadsdeel, 2021(procenten)

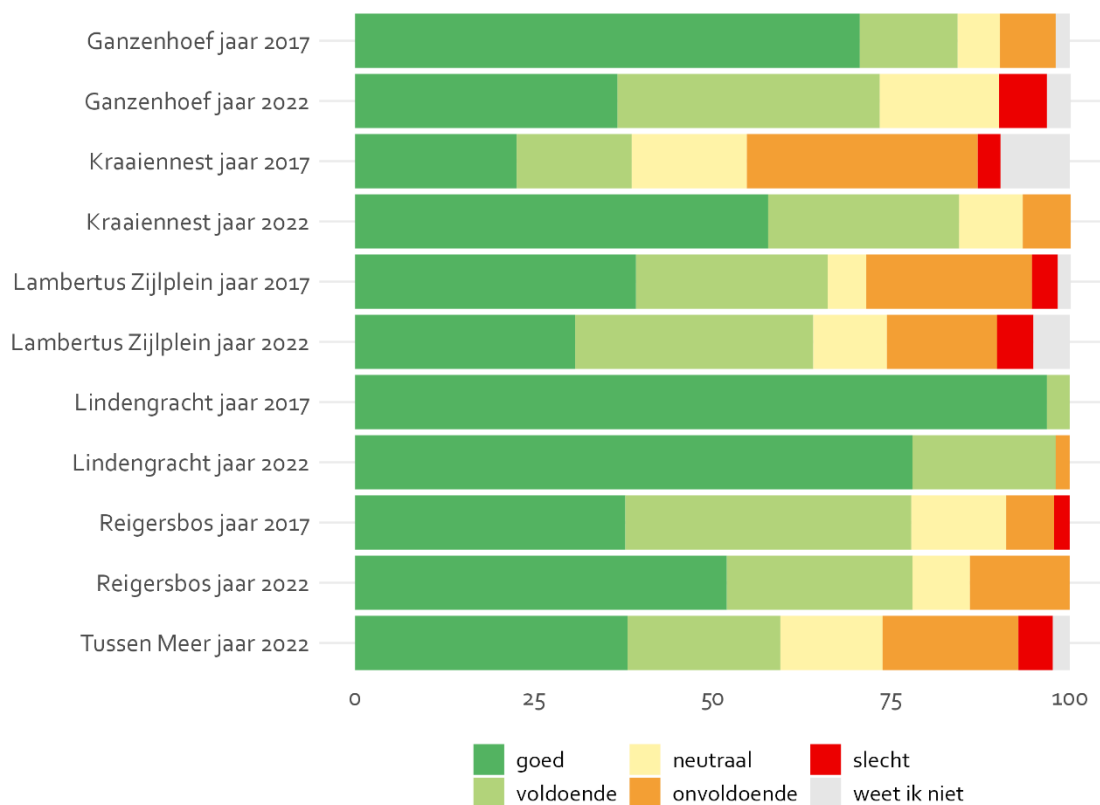


Bron: Monitor Detailhandel 2022

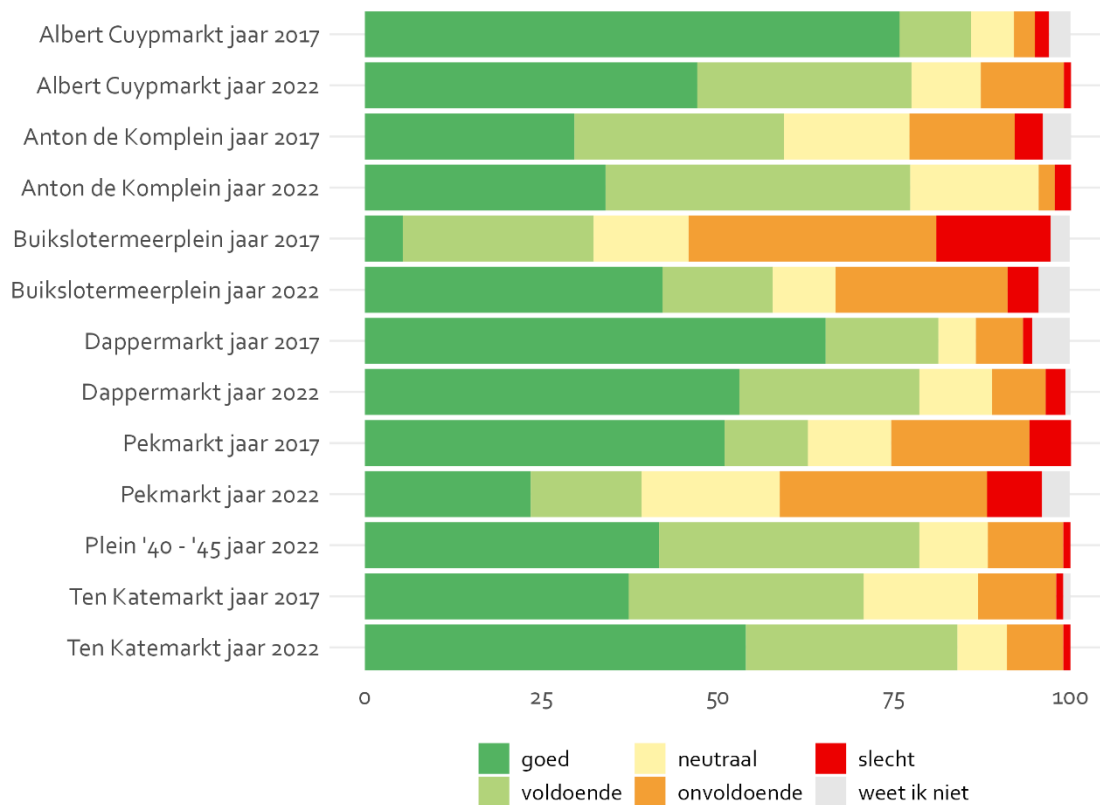
Figuur 7.5 Oordeel aanbod etenswaren biologische markten volgens bezoekers en passanten, 2017 en 2022



Figuur 7.5 Oordeel aanbod etenswaren eendaagse markten volgens bezoekers en passanten, 2017 en 2022

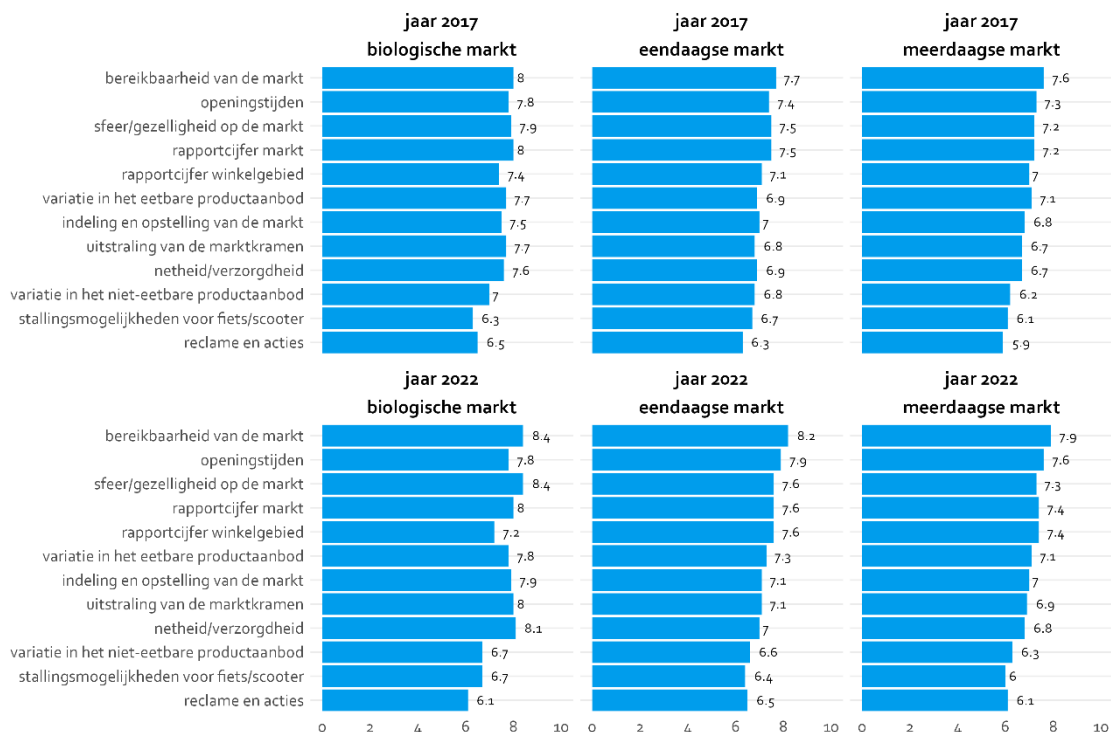


Figuur 7.5 Oordeel aanbod etenswaren meerdaagse markten volgens bezoekers en passanten, 2017 en 2022

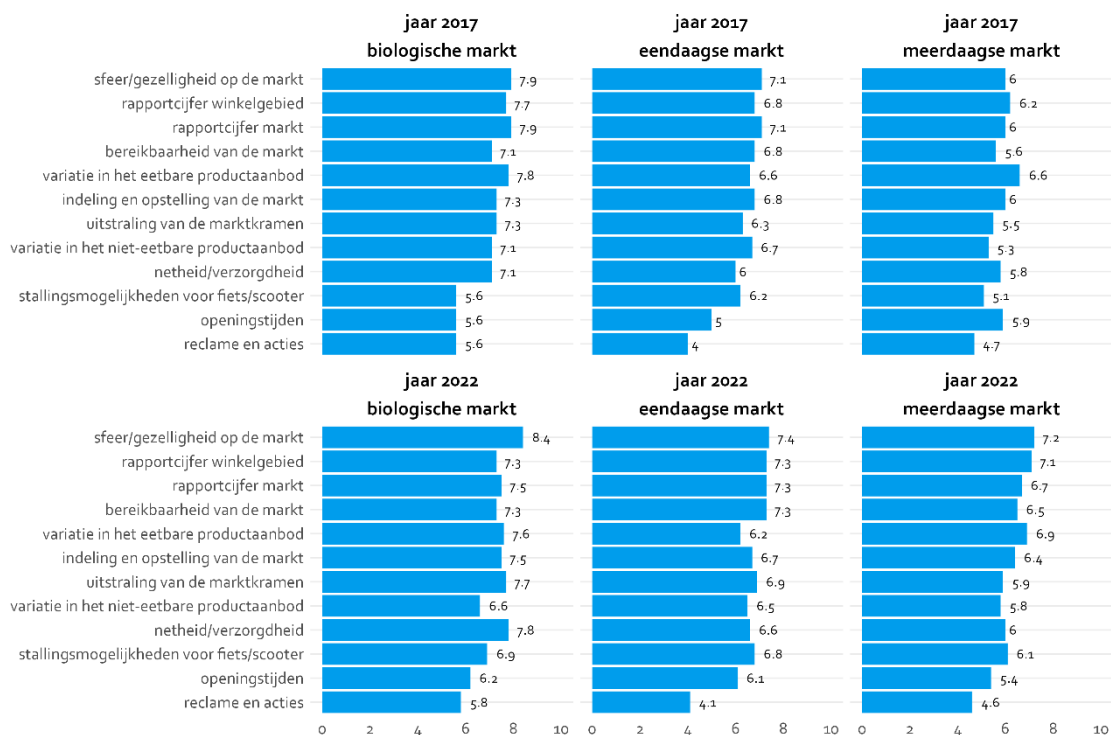


NB: in 2017 zijn de markten op Plein '40-'45 en Tussen Meer door I&O Research onderzocht. De antwoordcategorieën in die rapportage zijn niet goed vergelijkbaar met de antwoordcategorieën, zoals gebruikt in dit onderzoek. Om verwarring te voorkomen zijn de antwoorden van deze markten niet meegenomen in de huidige rapportage

Figuur 7.6 Gemiddelde rapportcijfers per indicator en per type markt volgens bezoekers en passanten



Figuur 7.7 Gemiddelde rapportcijfers per indicator en per type markt volgens ondernemers





Gemeente Amsterdam



Onderzoek, Informatie en Statistiek

Postbus 658
1000 AR Amsterdam