



Gemeente Amsterdam

Monitor Warenmarkten 2025: Albert Cuypmarkt

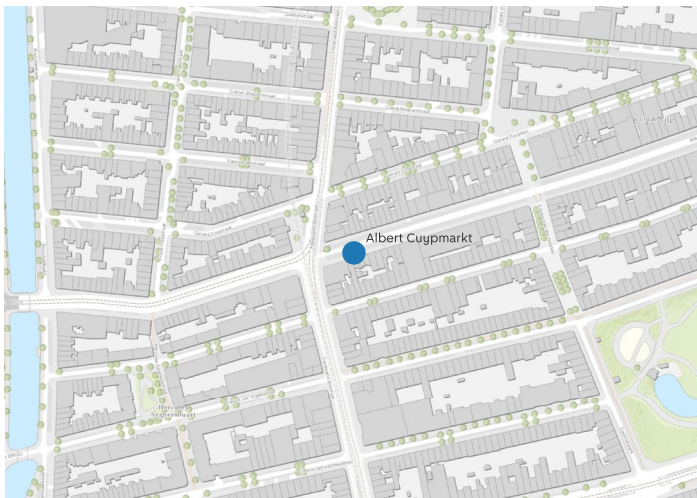
2026-03-25

Op de Albert Cuypmarkt geven bezoekers een 7,8 als rapportcijfer en ondernemers een 7,4. Gemiddeld geven bezoekers op de onderzochte markten een 7,7 als rapportcijfer en ondernemers een 7,4.

Van de bezoekers geeft 52 procent aan het aanbod op deze markt goed te vinden. Een veel genoemde reden voor bezoekers om deze markt te bezoeken is, naast boodschappen doen, de gezelligheid/sfeer op de markt.

Als bezoekers ontevreden zijn, geven zij aan dat 'bepaalde artikelen te veel worden aangeboden.

Figuur 1 Ligging Albert Cuypmarkt de Oude Pijp in Amsterdam



Achtergrond

Deze bevindingen over de Albert Cuypmarkt zijn afkomstig van straatenuêtes afgenomen op negentien warenmarkten in Amsterdam. Deze straatenuêtes vonden plaats tussen september en november 2025 en zijn in opdracht van de gemeente Amsterdam door Onderzoek en Statistiek uitgevoerd. In totaal hebben 1.173 bezoekers en 215 ondernemers de vragenlijsten ingevuld. De algemene uitkomsten zijn te vinden in het rapport Monitor Warenmarkten 2025.

Op de Albert Cuypmarkt deden 101 bezoekers en 24 ondernemers mee. Vanwege het kleine aantal geïnterviewde ondernemers moeten de uitspraken van deze groep als illustratief beschouwd worden.

Het is de derde keer dat markten in Amsterdam gemonitord worden. De vorige metingen vonden plaats in 2017 en 2022. Daar waar mogelijk, zijn de resultaten van die metingen hier meegenomen. De rapportage is verrijkt met registerdata van de afdeling Markten (Stadswerken).

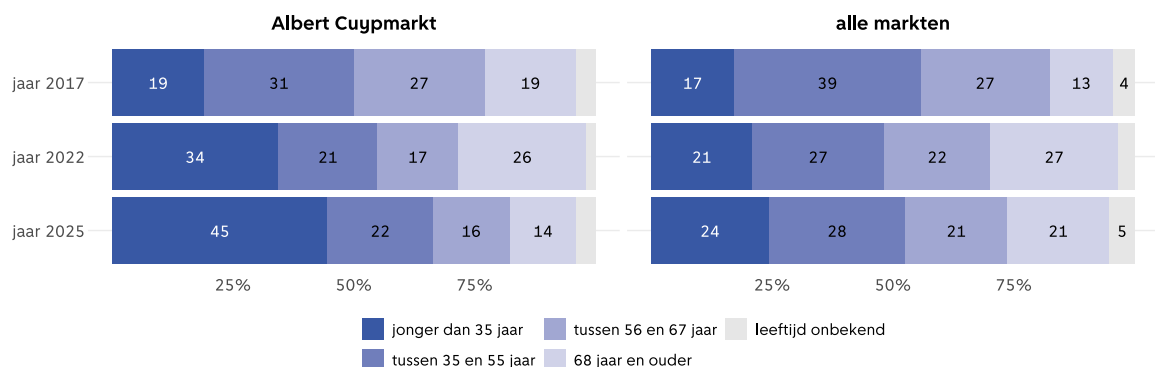
De Albert Cuypmarkt ligt in de wijk de Oude Pijp in stadsdeel Zuid. Een groot deel van de inwoners uit dit stadsdeel, 33 procent, gaat niet naar de markt. Dit komt overeen met het gemiddelde van de stad (Monitor Detailhandel 2026).

Op deze markt is ruimte voor 264 kramen. De marktdagen zijn maandag, dinsdag, woensdag, donderdag, vrijdag en zaterdag.

Inleiding

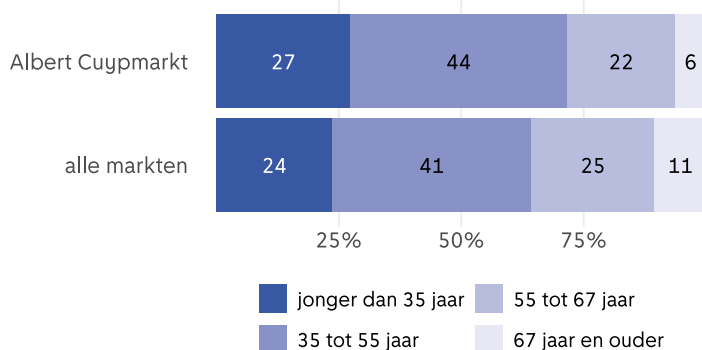
In figuur 2 is de leeftijdsverdeling van de bezoekers op de Albert Cuypmarkt weergegeven. De leeftijdsverdeling kan gebruikt worden om inzicht te krijgen in welke doelgroep deze markt aantrekt. Het aandeel geïnterviewde bezoekers op de Albert Cuypmarkt onder de 35 jaar is 45 procent. Gemiddeld is dat op alle markten die meegenomen zijn in dit onderzoek 24 procent.

Figuur 2 Leeftijdsverdeling geïnterviewde bezoekers Albert Cuypmarkt en van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Tegenover de veldwerkobservaties staan de registergegevens van ondernemers die bij de afdeling Markten staan ingeschreven. Van de ingeschreven ondernemers is een kwart (24%) jonger dan 35 jaar en 41 procent tussen de 35 en 55 jaar. Op de Albert Cuypmarkt zijn de ondernemers iets jonger: 27 procent is jonger dan 35 en 44 procent is tussen de 35 en 55 jaar (figuur 3).

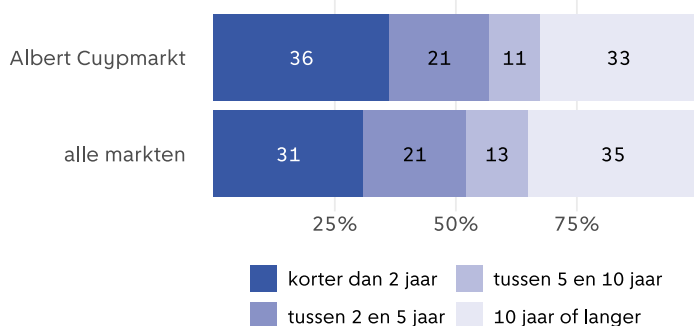
Figuur 3 Leefijdverdeling bij de afdeling Markten *ingeschreven* ondernemers Albert Cuypmarkt en van alle markten, 2025 (procenten)



Bron: afdeling Markten, 2025

Van de ingeschreven ondernemers is 31 procent korter dan twee jaar geregistreerd op de markt. Ruim een derde (35%) staat langer dan tien jaar op de markt. Op de Albert Cuypmarkt staan ondernemers iets korter geregistreerd: 36 procent staat korter dan twee jaar ingeschreven (figuur 4).

Figuur 4 Aantal jaren bij de afdeling Markten *ingeschreven* ondernemers van Albert Cuypmarkt en van alle markten, 2025 (procenten)

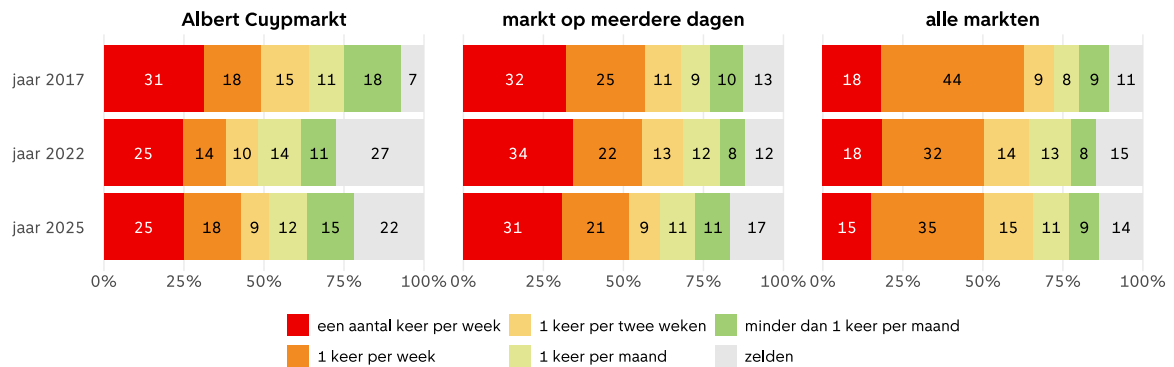


Bron: afdeling Markten, 2025

Mate van marktbezoek

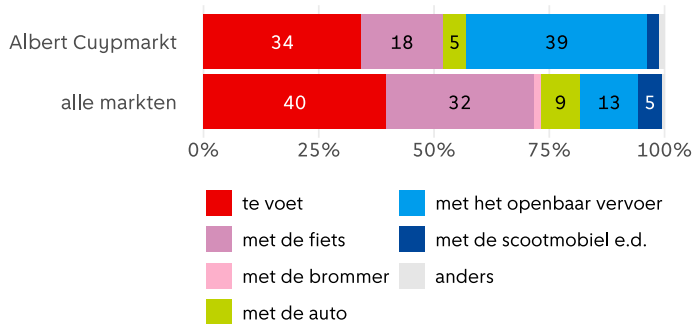
Van de gesproken bezoekers van de Albert Cuypmarkt gaat 43 procent één keer per week of vaker naar de markt. Dit aandeel is iets toegenomen ten opzichte van de vorige meting, maar nog niet op het niveau van 2017. Bij alle markten in dit onderzoek, gaf de helft van de geïnterviewde bezoekers aan minimaal één keer per week naar de markt te gaan (figuur 5).

Figuur 5 Bezoekfrequentie Albert Cuypmarkt en andere markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)

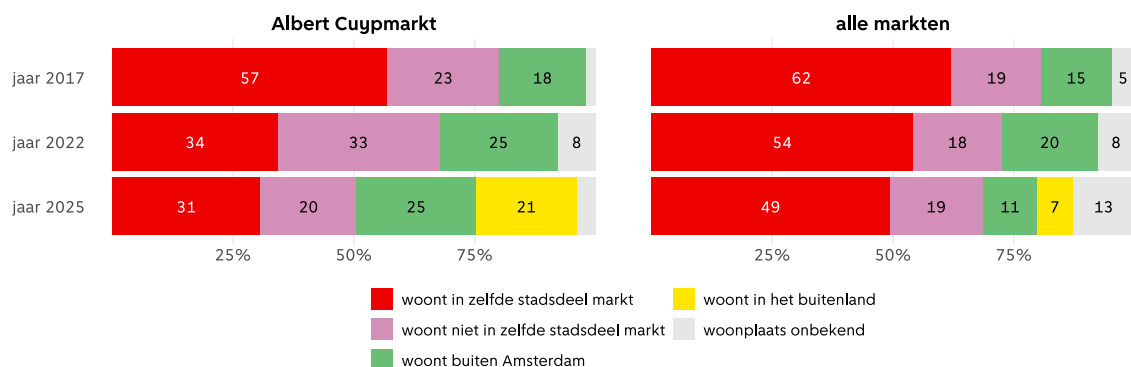


De meeste bezoekers gaan met het openbaar vervoer naar de Albert Cuypmarkt (figuur 6). Daarnaast geeft bijna de helft van de bezoekers op de markten aan in hetzelfde stadsdeel te wonen als waar de markt ligt. In het geval van de Albert Cuypmarkt is dat 31 procent (figuur 7). In figuur 8 zijn de meest genoemde woonwijken van de bezoekers weergegeven.

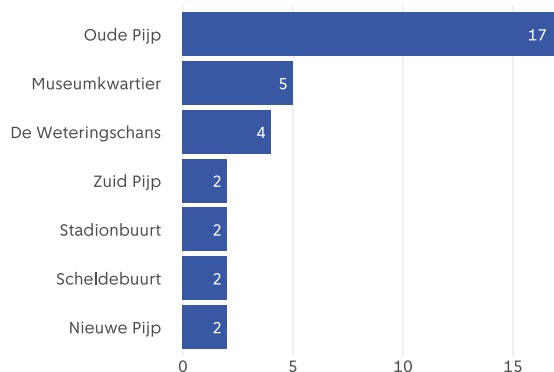
Figuur 6 Vervoermiddel waarmee gesproken bezoekers Albert Cuypmarkt en alle markten naar de markt zijn gekomen, 2025 (procenten)



Figuur 7 Woongebied van gesproken bezoekers Albert Cuypmarkt en alle markten, 2017, 2022, 2025 (procenten)



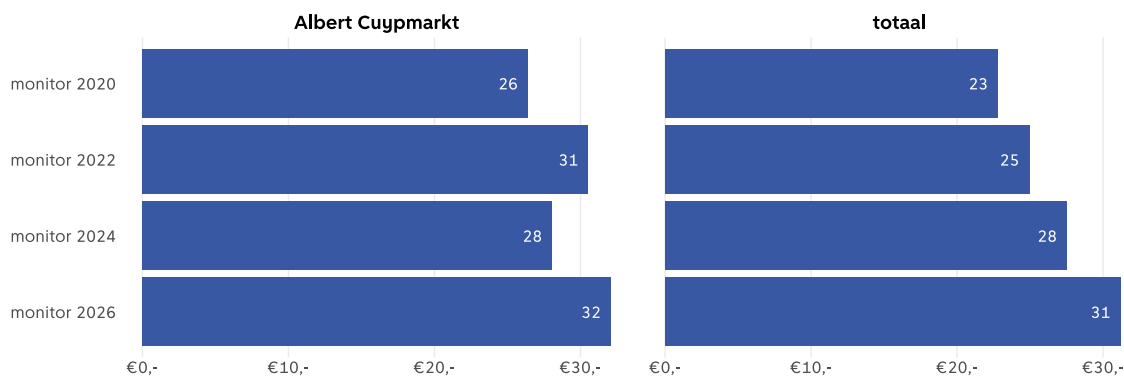
Figuur 8 Meest genoemde wijken waar de bezoekers op Albert Cuypmarkt vandaan komen, 2025 (aantal)



Uit de Monitor Detailhandel weten we dat bewoners uit Amsterdam die onlangs naar de Albert Cuypmarkt zijn gegaan inschatten bij hun laatste bezoek in 2025 32 euro te hebben uitgegeven (figuur 9). Gemiddeld is dat 31 euro. De gemiddelde geschatte uitgaven op de markten zijn hiermee over de periode 2019 - 2025 toegenomen met 5 procent. Op de Albert Cuypmarkt zijn de geschatte uitgaven met 4 procent toegenomen.

Uit landelijke cijfers van Retail Insiders weten we dat de netto omzetgroei in de ambulante handel in Nederland rond de 4 procent per jaar in deze periode ligt. Dit is gelijk aan de gemiddelde jaarlijkse inflatie in die periode.

Figuur 9 Geschatte uitgaven van bewoners die naar de Albert Cuypmarkt zijn geweest en gemiddelde geschatte uitgaven op warenmarkten in Amsterdam, 2019 (Monitor 2020) - 2025 (Monitor 2026) (euro's)



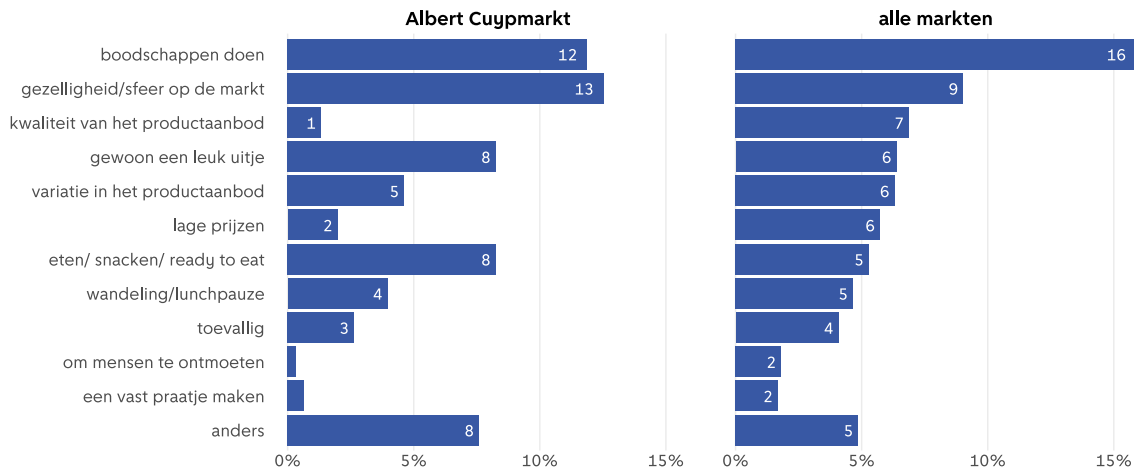
Monitor Detailhandel 2026

NB: Het veldwerk van De Monitor Detailhandel vindt een jaar eerder plaats dan de publicatiedatum: Het veldwerk van de monitor 2020 vond dus plaats in 2019 etc.

Reden bezoek

De meest genoemde reden volgens bezoekers om naar de Albert Cuypmarkt te gaan is, naast boodschappen doen, de gezelligheid en sfeer op de markt. Daarnaast wordt vaker dan gemiddeld aangegeven dat het een leuk uitje is of dat men komt om direct kant en klaar voedsel te eten. Omdat de vraagstelling is gewijzigd is een vergelijking met voorgaande metingen niet goed mogelijk (figuur 10).

Figuur 10 Redenen om volgens bezoekers de markt te bezoeken, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde alle markten, 2025 (procenten)



Bij 'anders namelijk' konden bezoekers aangeven welke andere redenen er zijn om naar de Albert Cuypmarkt te gaan. Bezoekers gaven zaken aan die vrijwel allemaal in de sfeer liggen van een toeristisch uitje, om te kijken en om er te snacken.

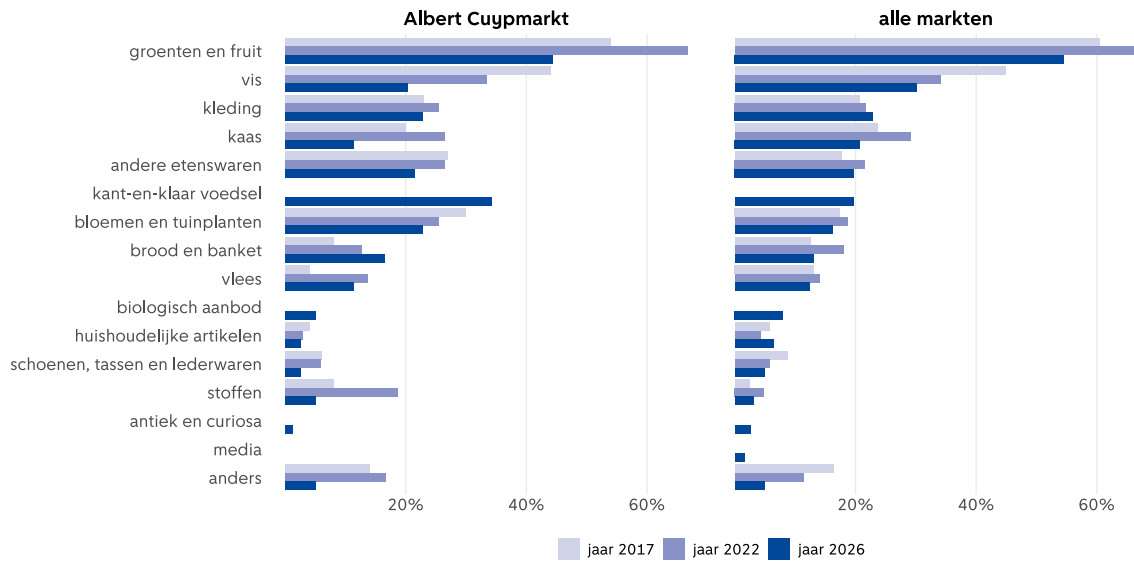
1 Stroopwafels, 2 veel online gezien, 3 typisch amsterdam; 1 the experience, 2 try the dutch food; 1 typical dutch food, 2 cafés; A must visit in Amsterdam; Als ik er langs loop en tijd heb; Cadeau; Curious; Dochter vindt het leuk; Dutch food; Favoriete winkel zit hier; Highlight Amsterdam; Ik woon ernaast; Ik woon hier; Kleinkinderen; Leuk om over de markt te lopen, weet nooit waar je mee thuiskomt; Ontspanning; Part of Amsterdam 'sightseeing'; Souvenirs; Steeds nieuw kraampje; Stoffen; Tourism; Toerist markt, souvenirs

Als bezoekers aangaven dat 'gezelligheid' een belangrijke reden is om naar de markt te gaan is gevraagd wat er zoal precies gezellig is aan de Albert Cuypmarkt. De volgende antwoorden werden gegeven:

A lot of different people; All the different stands and how they're stalled; Alle rassen, standen, kleuren; Authentiek; Colorful; Crowded; Culture; Cute; De kraampjes; De locatie; De mensen; De variatie; Decoratie; Different cultures; Diversiteit; Druk; Drukke; Drukke en reuring; Dutch; Eet aanbod; Eten; Geen auto's; Gekke mensen; Het Amsterdamse; Het is gewoon gezellig; Koffiezaken; Lange, grote, smalle markt; Lekker eten; Leuke kraampjes; Leuke mix van verschillende soorten mensen; Levendig; Levendigheid; Locatie; Marktmeester waarmee je kan praten; Mensen; Music drom stands; Nederlandse kooplieden; Ontspannen sfeer; People; Rondkijken; Samen gezellig koffie drinken, een broodje, een patatje; The food; The vendors are cheerful; Variatie in producten; Variatie marktkramen; Veel mensen; Veel te zien; Verschil in aanbod; Verschillende mensen; Voel me welkom; Vol met eten; Winkels

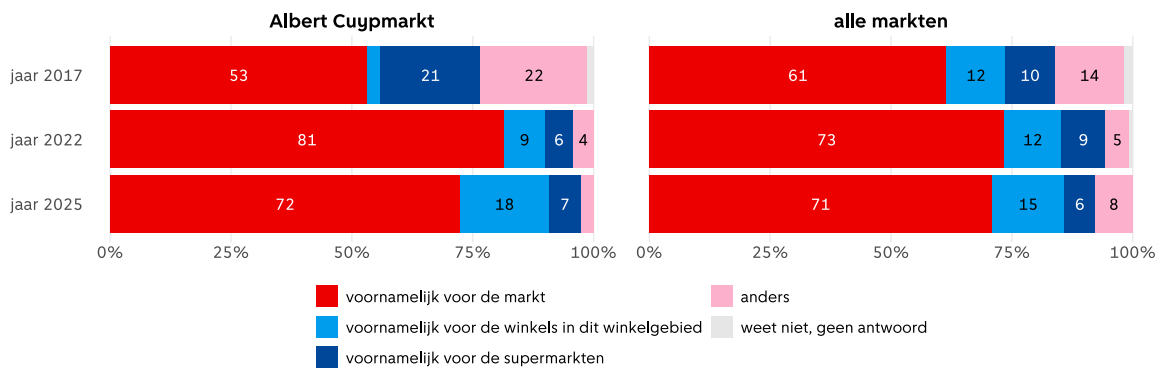
In het algemeen kopen bezoekers groente en fruit op de warenmarkten in Amsterdam. Op de Albert Cuypmarkt kopen bezoekers eveneens groenten en fruit, hoewel niet meer zo vaak genoemd als in vorige metingen (figuur 11). Dit jaar is voor het eerst expliciet 'kant en klaar voedsel' genoemd als product om op deze markt te kopen. Bij het item 'anders' werd nog door een enkele respondent speelgoed, sieraden, boeken en sportspullen genoemd.

Figuur 11 Producten die bezoekers op de markten kopen, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



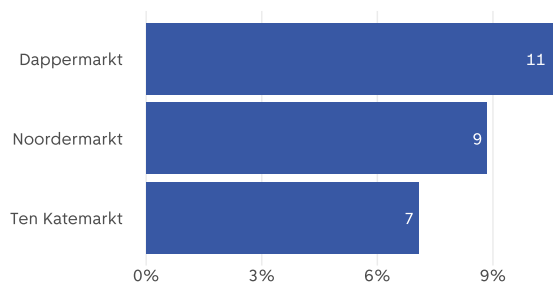
In onderstaande figuur is aangegeven of bezoekers vooral voor de markt of de winkels in het winkelgebied komen. De uitkomsten zijn vergeleken met de bevindingen op alle markten. Het overgrote deel van de bezoekers komt nog steeds echt voor de Albert Cuypmarkt, hoewel het aandeel dat ook voor de winkels komt is toegenomen ten opzichte van vorige metingen.

Figuur 12 Aandeel bezoekers dat aangeeft specifiek naar de markt te komen dan wel naar winkels, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Aan bezoekers is gevraagd of zij nog andere markten bezoeken. Van bezoekers op de Albert Cuypmarkt geeft 60 procent aan geen andere markt te bezoeken. De Dappermarkt wordt het vaakst genoemd als markt die bezoekers van deze markt ook bezoeken (figuur 13).

Figuur 13 Meest genoemde andere markten die bezoekers Albert Cuypmarkt ook bezoeken, 2025 (procenten)

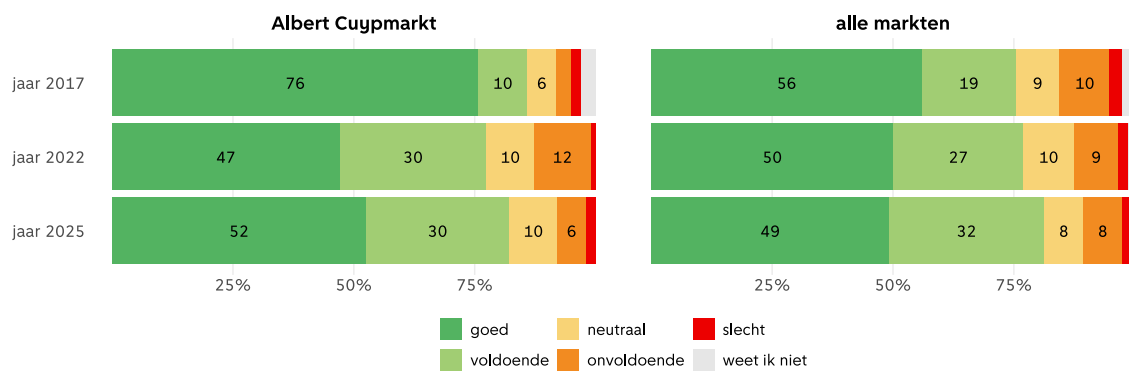


Oordeel over de markt volgens bezoekers

Bij aanvang van de enquête konden de bezoekers met enkele steekwoorden de markt omschrijven. Samengevat levert dat het volgende beeld op: positieve aspecten van de Albert Cuypmarkt zijn dat je er veel kan eten, dat het divers en gezellig is, multicultureel is. Negatieve aspecten zijn dat het toeristisch is en minder authentiek dan vroeger.

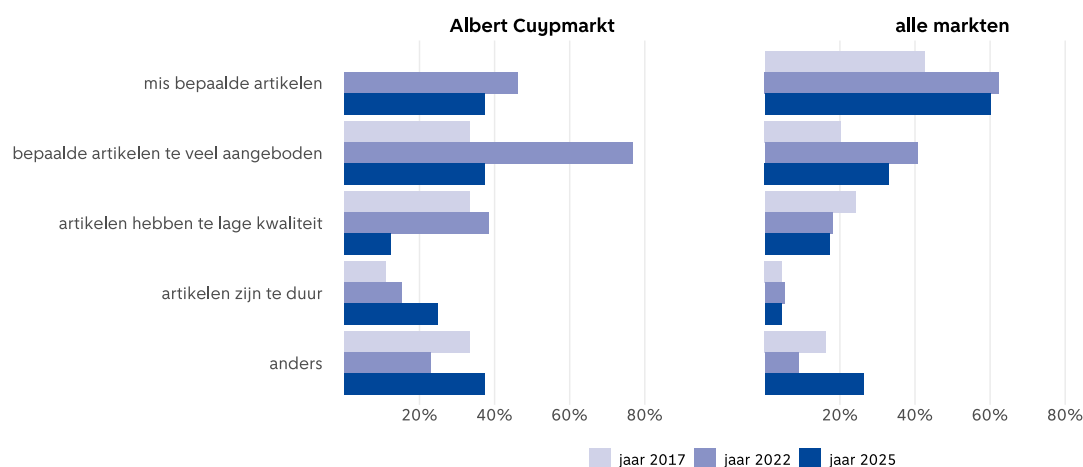
Aan bezoekers is gevraagd hoe zij het aanbod waarden op de Albert Cuypmarkt. Van de bezoekers geeft 52 procent aan het aanbod goed te vinden. Gemiddeld vindt 49 procent van de bezoekers van de markten het aanbod op de markten in Amsterdam goed. Ten opzichte van de vorige meting is sprake van een verbetering, maar nog niet ten opzichte van 2017 (figuur 14).

Figuur 14 Aandeel bezoekers Albert Cuypmarkt dat het aanbod op deze markt goed dan wel niet goed vindt, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Als bezoekers aangaven het aanbod onvoldoende te vinden is gevraagd naar de redenen hiervoor en wat zij dan zoal missen. In het algemeen geven bezoekers aan bepaalde producten te missen op 'hun' markt of dat producten te veel worden aangeboden. Dit geldt ook voor de Albert Cuypmarkt (figuur 15). Bij de categorie 'anders' geeft een enkeling aan dat er te veel fastfood is.

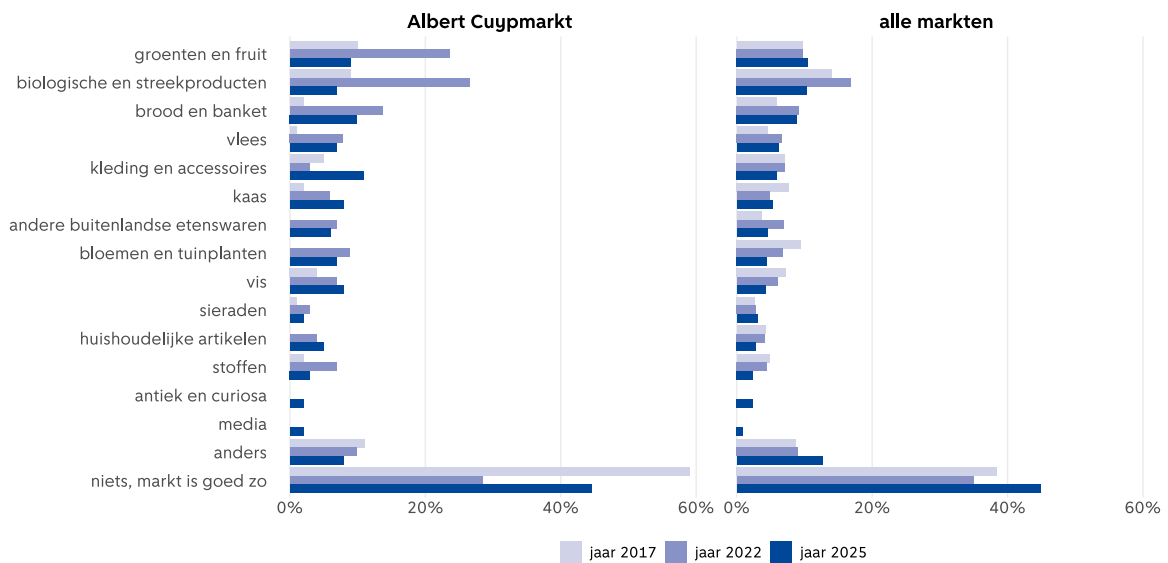
Figuur 15 Genoemde redenen van bezoekers om ontevreden te zijn over de markt, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Op de vraag welke producten bezoekers dan missen wordt geen eenduidig antwoord gegeven: kleding en brood worden net iets vaker genoemd (figuur 16). Bij de categorie 'anders' werden de volgende antwoorden gegeven:

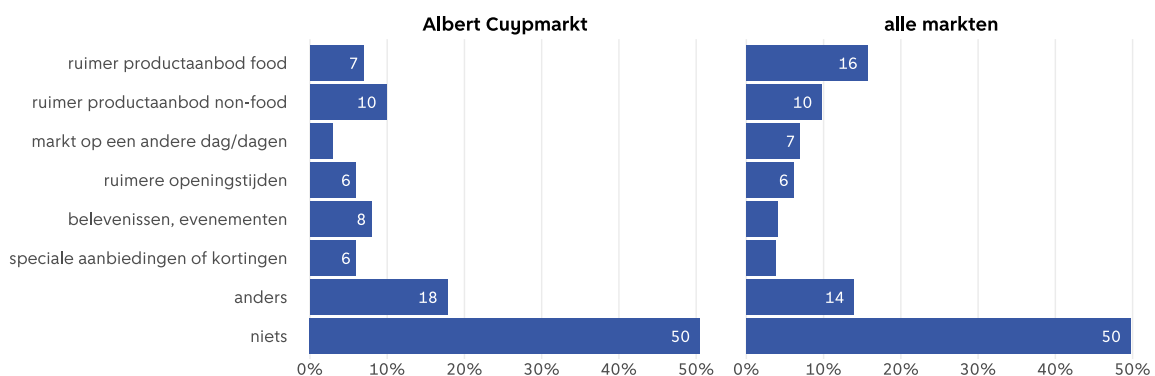
Mexican food; More variation; Vega; Wel veel van hetzelfde soms, zoals wafels; Kruiden; Minder eten Small snacks; More variety in Dutch food, a lot of waffles; Better coffee; Gluten free products; Homemade things; Bloemen en planten. En dan niet bloemen en planten die worden verkocht, maar bloemen en planten voor de inrichting; Gereedschap; Lokale producten van kleine ondernemers

Figuur 16 Producten die bezoekers op de markt missen, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Tot slot was in dit deel van de enquête gevraagd wat er zou moeten gebeuren om vaker naar de markt te gaan. In veel gevallen geven bezoekers aan dat er meer variatie moet komen met betrekking tot zowel food als non-food (figuur 17). Deze vraag is in deze vorm voor het eerst gesteld en daarom is er geen vergelijking mogelijk met voorgaande jaren.

Figuur 17 Wat zou volgens bezoekers helpen om vaker naar de markt te komen, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde alle markten, 2025 (procenten)



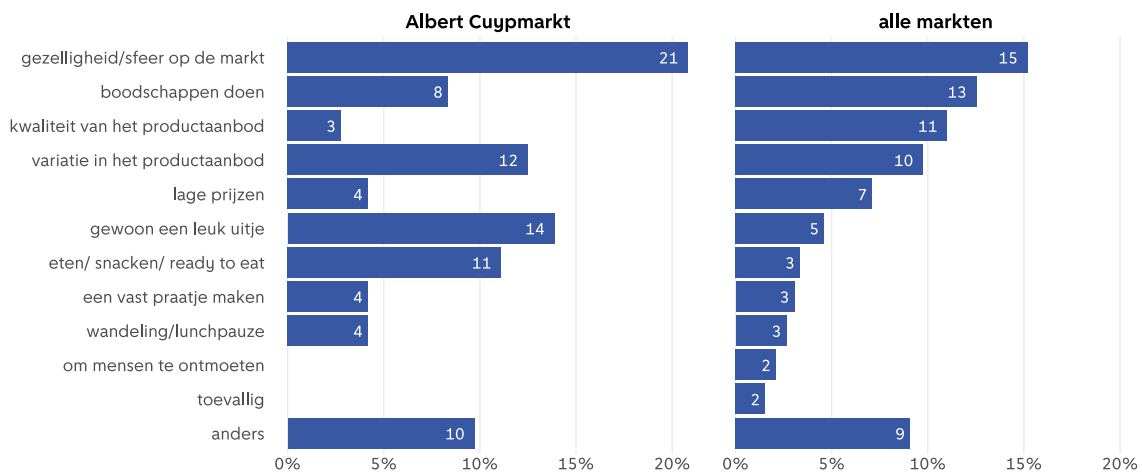
Wanneer bezoekers aangaven dat de markt ook open zou moeten zijn op andere dagen werd de zondag genoemd. Andere genoemde suggesties die bezoekers aangaven om vaker naar de markt te komen zijn de volgende:

Longer stay; Goedkoper; More marketing; Minder toeristen; More maintenance; Parking; Vega; Minder toeristen, meer lokaal; More sitting areas; Ruimer aanbod voor kinderen; Als het rustiger was; Iets speciaals wat je op geen andere markt kan vinden; Kwaliteit van de inrichting; Betere prijs, het is duur; Lagere parkeertarieven en meer parkeermogelijkheden; Meer gezelligheid

Oordeel over de markt volgens ondernemers

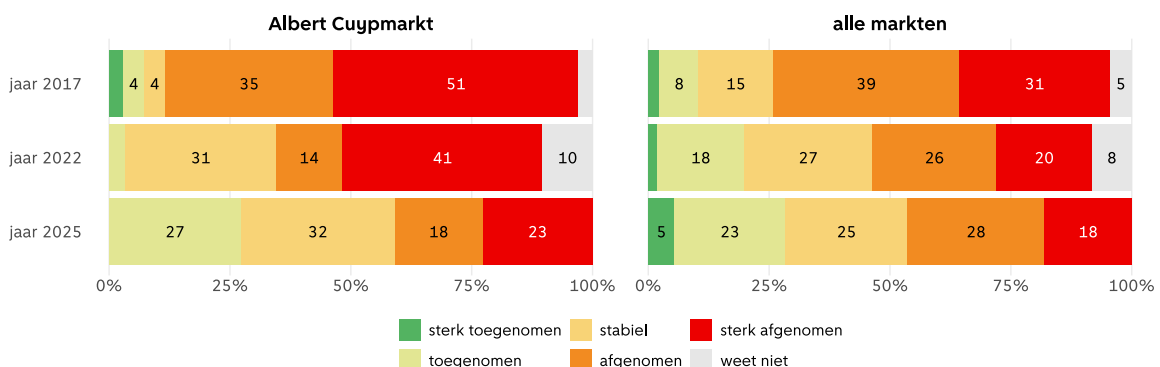
Wat zijn volgens de ondernemers de belangrijkste redenen waarom bezoekers hun markt bezoeken? De meest genoemde reden volgens de 24 geïnterviewde ondernemers op de Albert Cuypmarkt om naar de markt te komen is 'gezelligheid en sfeer op de markt'. Dit komt overeen met wat bezoekers zelf ook aangeven. Daarnaast geven ondernemers ook (net als bezoekers) aan dat het gewoon een leuk uitje is en dat bezoekers naar de markt komen om te eten en te snacken (figuur 18).

Figuur 18 Redenen van bezoek volgens ondernemers op Albert Cuypmarkt en andere markten, 2025 (procenten)



Aan de ondernemers is gevraagd in hoeverre zij menen dat het bezoekersaantal de afgelopen jaren is toegenomen dan wel afgenomen. Het beeld is erg wisselend: bijna drie van de tien ondernemers (28%) op de Amsterdamse markten meent dat het aantal bezoekers is toegenomen. 46 procent ziet een afname. Op de Albert Cuypmarkt ziet 27 procent van de ondernemers een toename van het aantal bezoekers. 41 procent ziet een afname van het aantal bezoekers.

Figuur 19 Aandeel ondernemers dat meent dat bezoekersaantallen op hun markt zijn toe- of afgenomen, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Genoemde toelichtingen bij veronderstelde toename van bezoekers

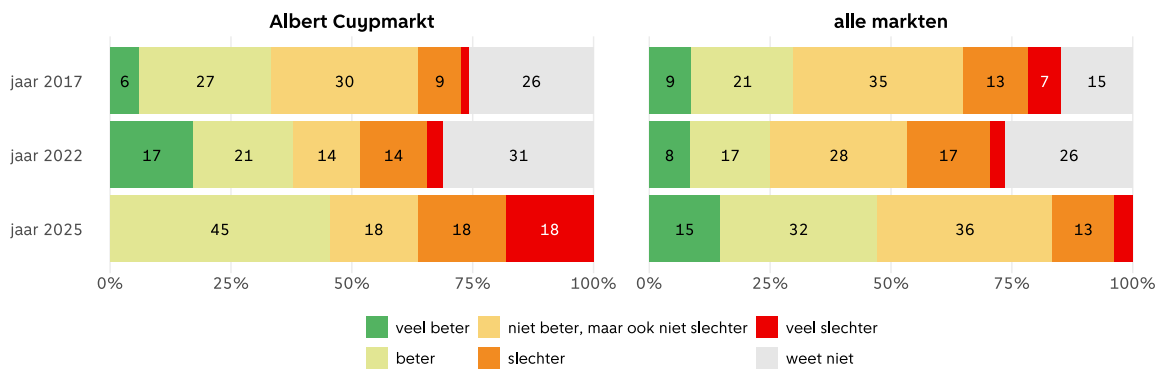
Meer toeristen in Amsterdam; De concurrenten zijn vertrokken; Tiktok; de Metro

Genoemde toelichtingen bij veronderstelde afname van bezoekers

Te weinig variatie, het is meer een toeristische markt; Parkeergelegenheid, slecht bereikbaar met de trams; Sfeer en uitstraling van de markt. Het is niet meer aantrekkelijk; een extra bijkomstigheid is dat er veel toeristen zijn en die kopen meestal niet, maar kijken alleen; Veel meer mensen lopen langs zonder kopen; De markt niet meer echt nodig. Alles is online te koop. Ook wonen er geen gezinnen in de buurt meer; Parkeergelegenheid en het aanbod, teveel eten; Parkeerbeleid;

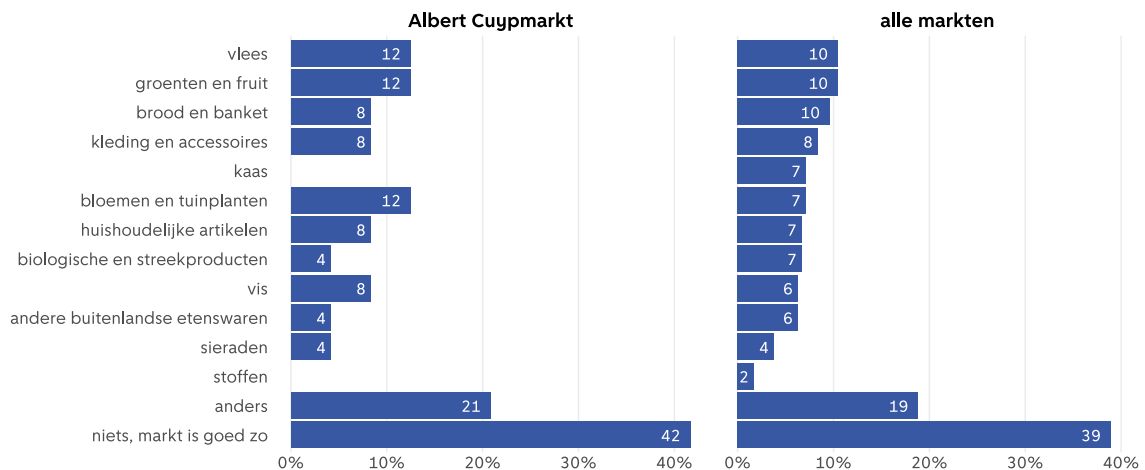
Aan ondernemers is de vraag gesteld in hoeverre zij hun markt beter of slechter vinden ten opzichte van andere markten in Amsterdam. In het algemeen vindt bijna de helft van de ondernemers dat hun markt er beter voor staat dan andere markten in Amsterdam. Op de Albert Cuypmarkt is dat 45 procent (figuur 20).

Figuur 20 Aandeel ondernemers dat meent dat hun markt beter dan wel slechter scoort ten opzichte van andere markten, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



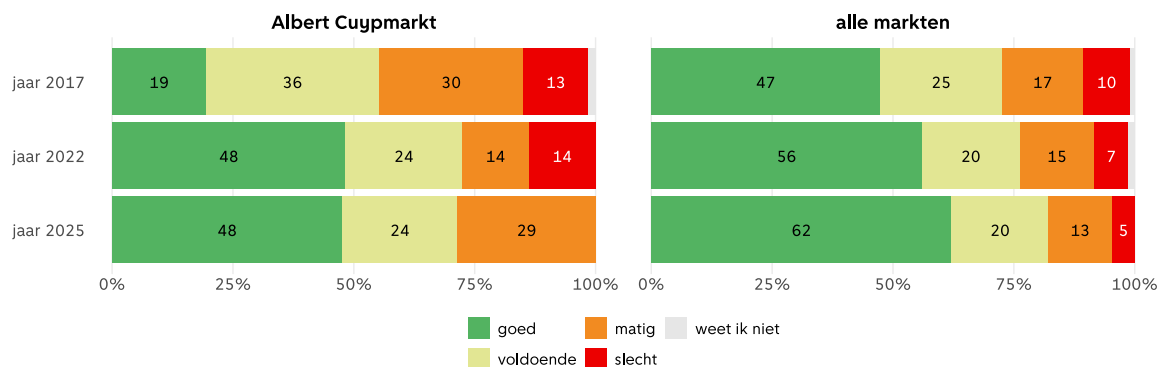
Daarnaast is gekeken wat ondernemers op deze markt zoal missen. De antwoorden zijn niet eenduidig. Vlees, groenten en fruit en bloemen en planten worden wat vaker genoemd (figuur 21). Bij 'anders' wordt aangegeven dat er meubels, snoep, hobbyproducten en drinken verkocht mag worden.

Figuur 21 Producten die ondernemers op de markt missen, Albert Cuypmarkt versus gemiddelde van alle markten, 2025 (procenten)

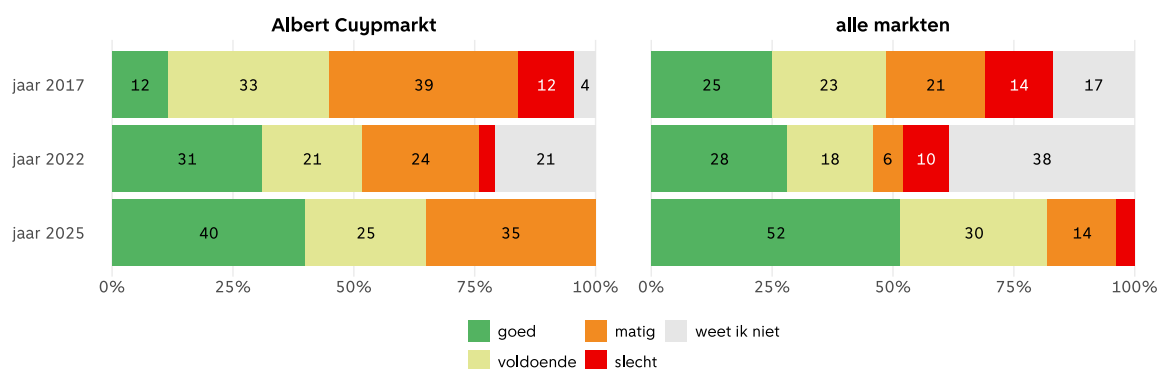


Aan ondernemers op deze markt is gevraagd in hoeverre zij tevreden zijn met de samenwerking met andere groepen belanghebbenden, waaronder andere marktondernemers, winkeliers en horecaondernemers en gemeente en stadsdeel. De bevindingen staan in de figuren 22a tot en met 22d.

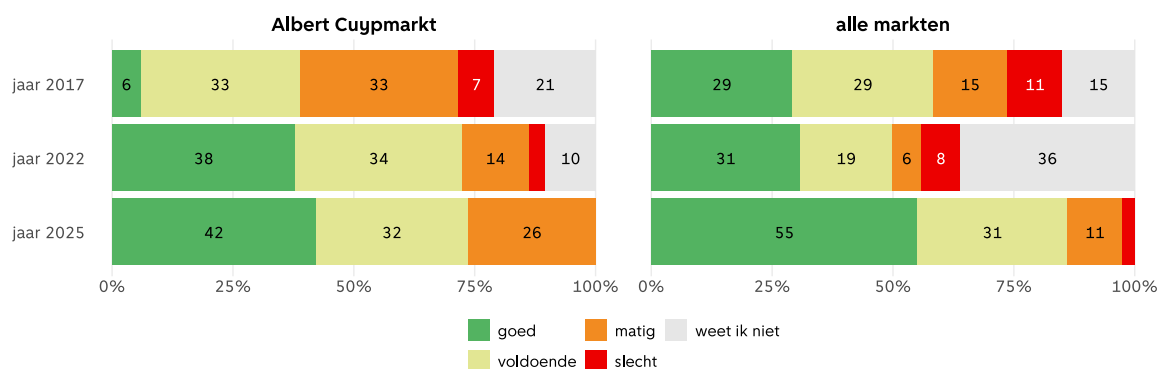
Figuur 22a Beoordeling samenwerking ondernemers Albert Cuyppmarkt met andere marktondernemers, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



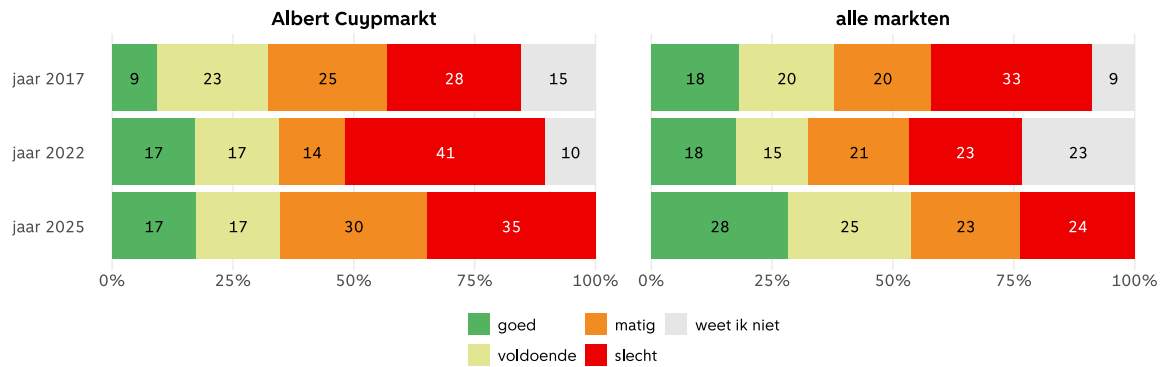
Figuur 22b Beoordeling samenwerking ondernemers Albert Cuyppmarkt met winkeliers in de omgeving, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Figuur 22c Beoordeling samenwerking ondernemers Albert Cuyppmarkt met horecaondernemers, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Figuur 22d Beoordeling samenwerking ondernemers Albert Cuyppmarkt met stadsdeel en gemeente, 2017, 2022 en 2025 (procenten)

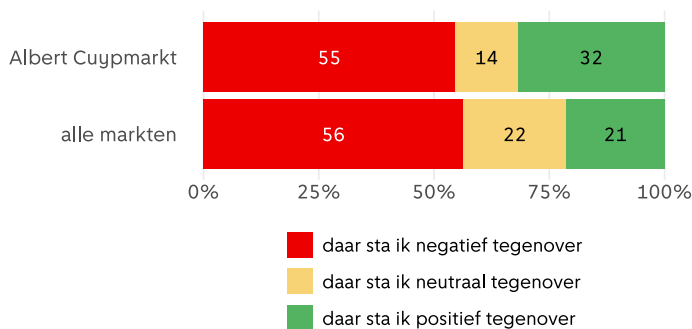


De volgende toelichtingen werden gegeven bij de vraag hoe ondernemers de samenwerking met andere groepen ervaren.

De gemeente maakt het steeds duurder, op een gegeven moment wordt het onbetaalbaar.; De samenwerking heb ik geen verbeteringen op.; De gemeente denkt niet mee. Er worden commissies benoemd, maar die hebben er geen verstand van. En te veel eten.; Het markt bureau communiceert niet, het bureau kijkt op de ondernemers neer. Dat geldt niet voor marktmeesters, maar voor de hogere functies daarboven.; De gemeente is niet actief betrokken.; Echt directe samenwerking is er niet, maar het gaat goed wanneer het nodig is.; De gemeente doet niks.; De prijzen van de kraamhuur is absurd.; Boven bepaalt wat beneden moet doen. Het stadsdeel is niet ondernemend genoeg.; De ondernemers hebben goede plannen, maar we weten niet wat de bedoeling is van de gemeente.; Ieder voor zich En denkt dat gemeente de markt liever kwijt is; Gemeente doet waar ze zin in hebben; Marktpasjes lastig te krijgen vanwege openingstijden; Parkeertarieven te hoog

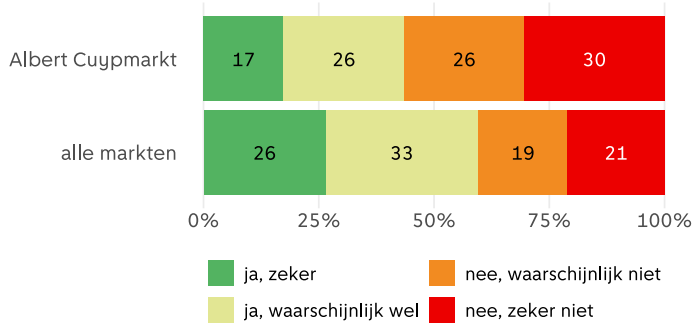
Wat vinden ondernemers van het hypothetische idee dat de markt op afstand komt te staan? Een markt op afstand is een privaat georganiseerde markt. De markt wordt dan georganiseerd en beheerd door een andere partij (bijvoorbeeld een persoon, bedrijf, stichting) dan de gemeente. Ruim de helft van de geïnterviewde ondernemers op de onderzochte markten staat daar negatief tegenover. Bij de Albert Cuyppmarkt is dat 55 procent (figuur 23).

Figuur 23 Wat vinden ondernemers van het idee om op afstand te functioneren, 2025 (procenten)



Daarnaast is aan ondernemers gevraagd of zij ervan uitgaan dat zij over tien jaar nog op deze markt staan. In totaal ziet 59 procent van de ondernemers zich tegen die tijd nog op de markt staan. Bij de Albert Cuyppmarkt is dat 43 procent (figuur 24). Uiteraard hangt dit samen met de leeftijdsopbouw van de groep gesproken ondernemers. Dit blijkt ook uit de toelichtingen.

Figuur 24 Denkt de ondernemer over tien jaar nog op de markt te staan, 2025 (procenten)



De volgende toelichtingen werden gegeven door ondernemers op de Albert Cuypmarkt bij de vraag of zij zich nog over tien jaar op de markt zien staan:

Toelichtingen van ondernemers die zichzelf (waarschijnlijk) wel nog op de markt zien staan over tien jaar

Het blijft een mooie markt; Als ik de milieuzone met mijn trekkend voertuig niet meer in mag en er is geen elektrisch alternatief, zie ik mezelf genoodzaakt om te stoppen.; Alleen als ik mijn brood er nog mee verdien, maar dan m'n hele leven; Ik heb nog plezier in me werk.; Hangt van de situatie af. Als betaalbaar blijft.; Ik hoop het wel, maar het hangt van me gezondheid en betaalbaarheid van de markt.; Als de gemeente geen gekke dingen verzint; Nog steeds leuk; Het is winstgevend, maar je weet maar nooit

Toelichtingen van ondernemers die zichzelf (waarschijnlijk) niet meer op de markt staan over tien jaar

Ik word ouder Dan wordt het een andere markt; Dan wil ik een vast restaurant/bedrijf hebben; Pensioen; Ik ben te oud.; Het hangt van de markt af.; Pensioen; Pensioen; Ook naar andere landen; Het wordt te duur om hier te staan.; Niet haalbaar; Ben te oud; Pensioen De Albert Cuypmarkt zal niet meer bestaan; Andere plannen

Aan de ondernemers is gevraagd wat het sterkste punt en het zwakste punt is van de markt. De volgende antwoorden werden gegeven bij deze twee vragen:

Sterke punten van deze markt volgens ondernemers

Er worden veel stroopwafels gekocht; De beroemdheid; De naam, de bekendheid; Het publiek, aardige mensen; Trekpleister voor toeristen; De grootste en de variatie is ook groot.; De naam; Dagelijks open en de naam.; De naam en bekendheid; Ikzelf; De naam; De diversiteit aan mensen; De gezelligheid; Oude markt, staat het bekend om; Bekendheid, oudste en langste markt van nl; Internationaal; Het Amsterdamse; De naam; De locatie; Langste markt van Europa; De naam; Sfeer; Bekendste markt van Amsterdam

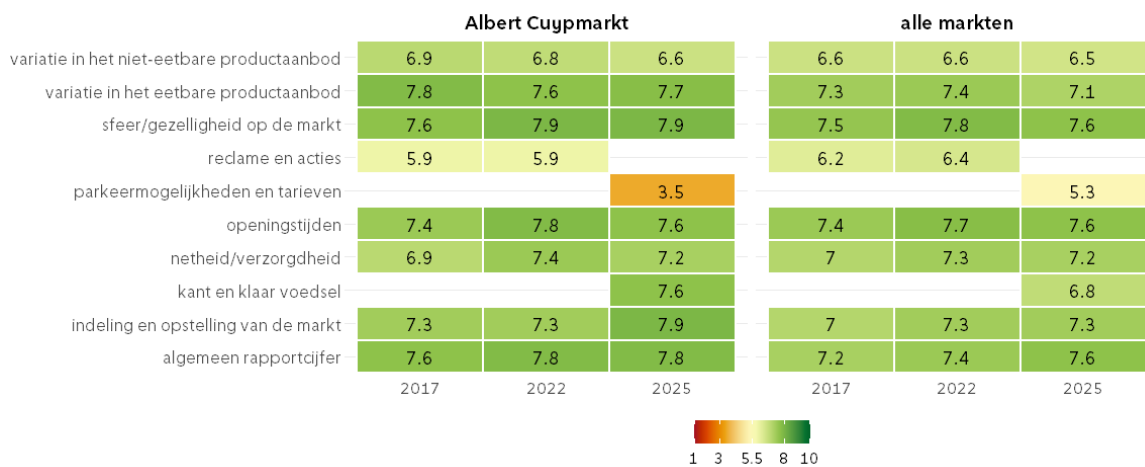
Verbeterpunten van deze markt volgens ondernemers

Te veel eten; Stroom en sanitair; Een wc; De markt moet geprivatiseerd worden; Het aanbod; Meer zichtbare controle om diefstal tegen te gaan; De netheid; De hoge kosten; De markt wordt te duur; De straat moet opgeknapt worden; Het moet toegankelijker en goedkoper voor de ondernemers. Dan verbetert de markt zichzelf; Betaalbaarheid en de indeling mag beter; De bereikbaarheid; Handhaving voor de kraampjes met een vaste plek; Rijden nog steeds fietsen en scooters, geen handhaving; Parkeerplaats; No entertainment; Veel toeristen, minder lokale; Weinig variatie. Het begint op een foodmarket te lijken; De organisatie van de markt; Halsema weg; Netheid

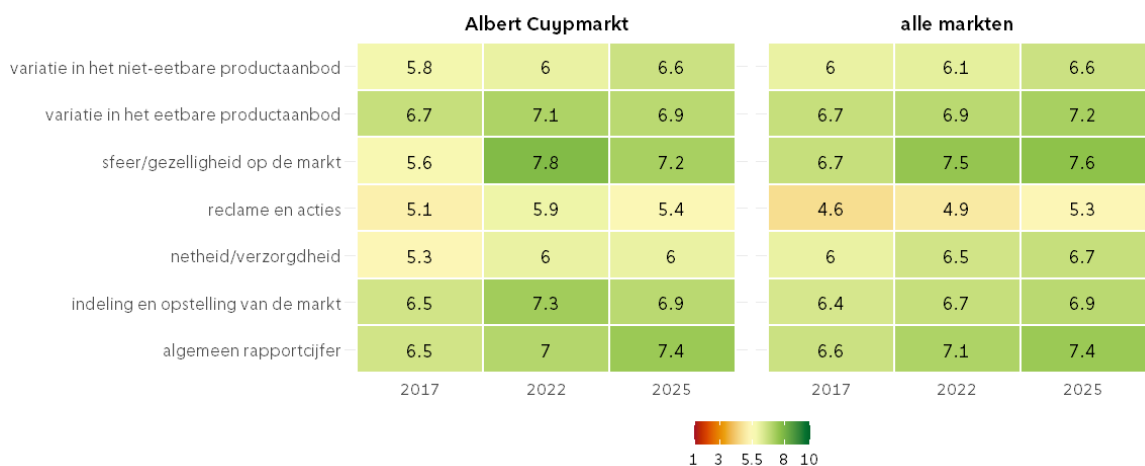
Rapportcijfers

Al sinds 2016 is bezoekers en ondernemers gevraagd om de markt te beoordelen met hulp van rapportcijfers. Zo ook in het najaar van 2025, toen bezoekers en ondernemers de markt konden beoordelen op meerdere items. Hieronder is aangegeven in hoeverre de Albert Cuypmarkt scoort ten opzichte van andere markten (figuur 25 en figuur 26). In 2025 geven bezoekers van de Albert Cuypmarkt een 7,8 als rapportcijfer om hun algehele waardering uit te spreken over deze markt. Ondernemers geven een 7,4. Gemiddeld is door bezoekers op alle markten een 7,6 als rapportcijfer gegeven en door ondernemers een 7,4.

Figuur 25 Oordeel bezoekers Albert Cuypmarkt en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (rapportcijfers)



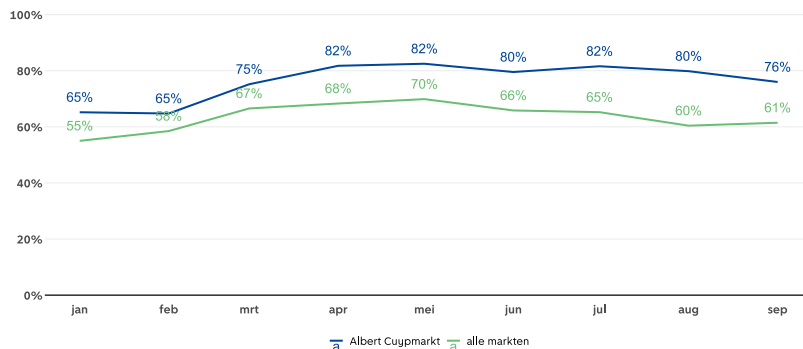
Figuur 26 Oordeel ondernemers Albert Cuypmarkt en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (rapportcijfers)



Bezettingsgraden op de markt

Vanuit de afdeling Markten is een databestand aangeleverd met informatie over de bezettingsgraden per markt voor de maanden januari tot en met september 2025. De bezettingsgraad wordt berekend door het aantal ondernemers dat zich aanmeldt op een marktdag voor een markt te delen door het aantal beschikbare plekken. Deze data wordt per marktdag en per markt verzameld door de afdeling Markten. Vervolgens kan een week-, maand of jaargemiddelde berekend worden van deze bezettingsgraden. Een lage bezettingsgraad betekent dus dat er veel lege (onbezette) plekken op de markt zijn. Indirect zegt deze maat dus ook iets over de populariteit van de markt voor ondernemers en bezoekers. De bezettingsgraden van de Albert Cuypmarkt zijn in figuur 27 weergegeven. Deze liggen in het algemeen iets hoger dan gemiddeld.

Figuur 27 Bezettingsgraden markt Albert Cuypmarkt en gemiddelde van alle markten tussen januari 2026 en september 2026 (procenten)



afdeling Markten EZ, 2025

Ondernemers en bezoekers konden ook nog een laatste opmerking meegeven aan de interviewer ter afsluiting van de vragenlijst. Dit leverde een opmerking op van een bezoekers: *minder nutella en minder toerisme*, en enkele van ondernemers: *Het markt bureau moet meer communiceren en luisteren naar ondernemers; De lege kramen tegen gaan; De markt moet echt goedkoper voor de ondernemer, anders staat er over tien jaar geen markt meer.*

Meer informatie

Rogier van der Groep: rogier.van.der.groep@amsterdam.nl
Idske de Jong: Idske.de.Jong@amsterdam.nl
onderzoek en statistiek: <https://onderzoek.amsterdam.nl/dossier/economie>

President Kennedylaan 923
1079 MZ Amsterdam
Postbus 658
1000 AR Amsterdam

In opdracht van
Economische Zaken en Cultuur
Gemeente Amsterdam