



Gemeente Amsterdam

Monitor Warenmarkten 2025: Plein '40-'45

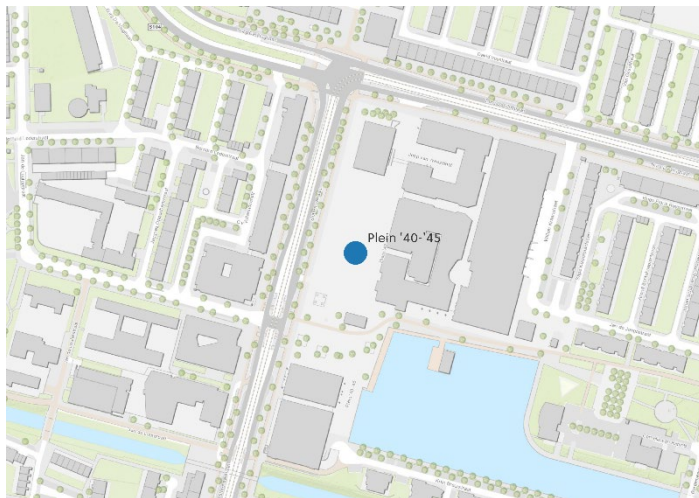
2026-03-05

Op Plein '40-'45 geven bezoekers de markt een 7,6 en ondernemers een 7,7. Gemiddeld geven bezoekers de onderzochte markten in Amsterdam een 7,7 en ondernemers een 7,4.

Van de bezoekers geeft 53 procent aan het aanbod op deze markt goed te vinden. Behalve boodschappen doen, zijn de lage prijzen een veelgenoemde reden om deze markt te bezoeken.

Wanneer bezoekers ontevreden zijn, geven zij aan dat bepaalde artikelen op deze markt te veel worden aangeboden.

Figuur 1 Ligging Plein '40-'45 in de wijk Slotermeer-Noordoost in Amsterdam



Achtergrond

Deze bevindingen over de markt op Plein '40-'45 zijn afkomstig van straatenuêtes afgenomen op in totaal 19 warenmarkten in Amsterdam. Deze straatenuêtes vonden plaats tussen september en november 2025 en zijn door Onderzoek en Statistiek in opdracht van de gemeente Amsterdam 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 markt op Plein '40-'45 namen 97 bezoekers en achttien ondernemers deel aan de enquête. 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. Waar mogelijk, zijn de resultaten van die metingen hier meegenomen. In het onderzoek van 2017 was de markt op Plein '40-'45 echter niet door Onderzoek en Statistiek onderzocht. Vandaar dat het alleen

mogelijk is de uitkomsten van dit jaar te vergelijken met de bevindingen van 2022. De rapportage is verrijkt met registerdata van de afdeling Markten (Stadswerken).

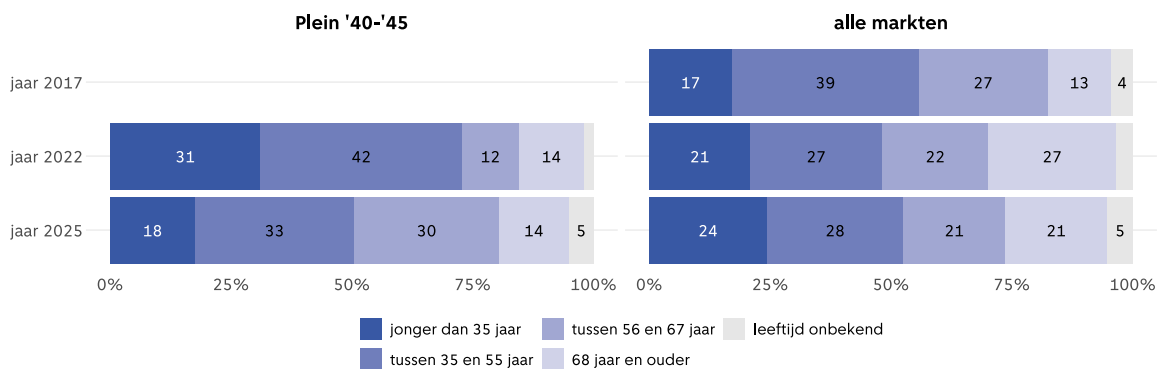
De markt op Plein '40-'45 ligt in de wijk Slotermeer-Noordoost in stadsdeel Nieuw-West. Een groot deel van de inwoners uit dit stadsdeel, 43 procent, gaat niet naar de markt. Ter vergelijking: een derde (33%) van alle inwoners van Amsterdam gaat niet naar de markt (zie: Monitor Detailhandel 2026).

Op deze markt is ruimte voor 150 kramen. De marktdagen zijn dinsdag, woensdag, donderdag, vrijdag en zaterdag.

Inleiding

In figuur 2 is de leeftijdsverdeling van de bezoekers op de markt op Plein '40-'45 weergegeven. De leeftijdsverdeling kan gebruikt worden om inzicht te krijgen in welke doelgroep deze markt aantrekt. 18 procent van de gesproken bezoekers van de markt op Plein '40-'45 is jonger dan 35 jaar. Gemiddeld is dit aandeel op alle markten in dit onderzoek 24 procent.

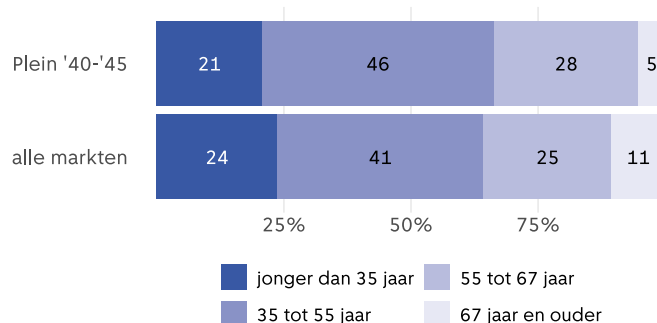
Figuur 2 Leeftijdsverdeling bezoekers Plein '40-'45 en van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Tegenover de veldwerkobservaties staan de registergegevens van ondernemers die bij de afdeling Markten staan ingeschreven. Hiervan is 24 procent vergunninghouder en 67 procent sollicitant. Op de markt op Plein '40-'45 zijn geen vergunninghouders.

Daarnaast (zie figuur 3) is een kwart van de ingeschreven ondernemers jonger dan 35 jaar en 11 procent ouder dan 67 jaar. Op de markt op Plein '40-'45 is de groep tussen 35 jaar en 67 jaar wat groter dan gemiddeld met 74 procent tegenover 66 procent.

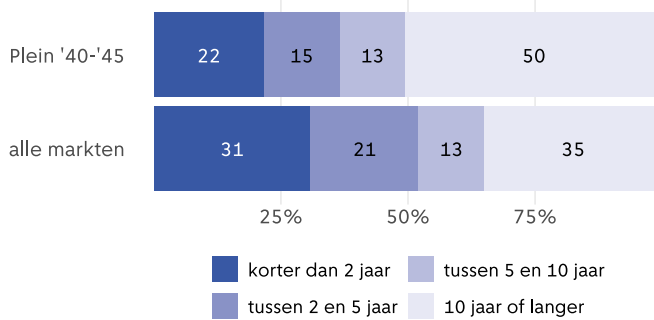
Figuur 3 Leeftijdsverdeling bij de afdeling Markten *ingeschreven* ondernemers Plein '40-'45 en van alle markten, 2025 (procenten)



Bron: afdeling Markten, 2025

Uit de registratiegegevens van de afdeling Markten blijkt dat 31 procent korter dan twee jaar op de markt staat ingeschreven; 34 procent is tussen de twee en tien jaar ingeschreven en ruim een derde (35%) is langer dan tien jaar ingeschreven. Wanneer we dit vergelijken met verdeling op Plein '40-'45 dan zien we dat de helft van de ondernemers langer dan tien jaar op de markt staat ingeschreven (figuur 4).

Figuur 4 Aantal jaren bij de afdeling Markten *ingeschreven* ondernemers van Plein '40-'45 en van alle markten, 2025 (procenten)

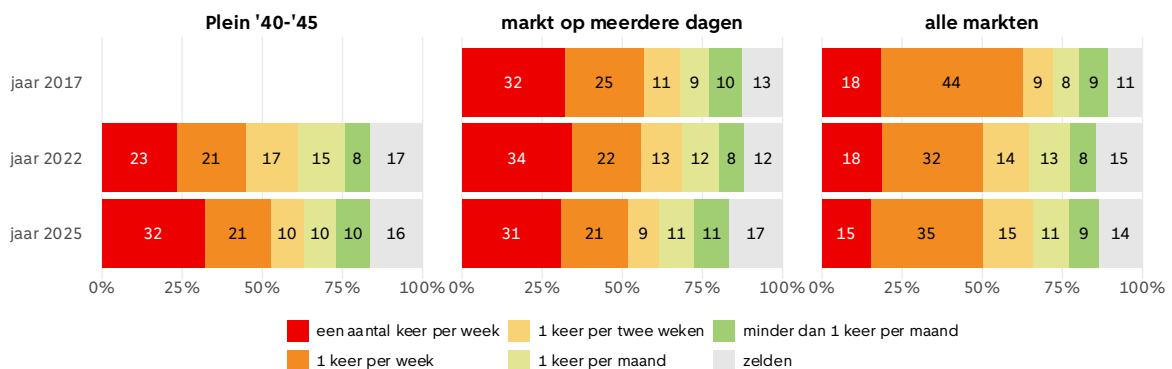


Bron: afdeling Markten, 2025

Marktbezoek

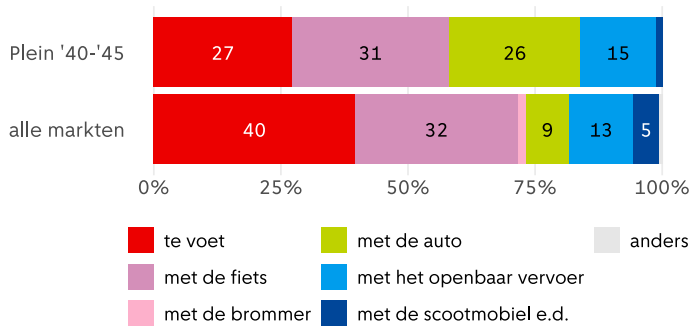
Van de gesproken bezoekers van de markt op Plein '40-'45 gaat 53 procent minstens één keer per week naar de markt. Dit aandeel is hoger dan in 2022 (44%). Het marktbezoek neemt op deze markt licht toe. Bij alle markten in dit onderzoek gaf de helft van de geïnterviewde bezoekers aan minimaal één keer per week naar de markt te gaan (figuur 5).

Figuur 5 Bezoekfrequentie markt Plein '40-'45 en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



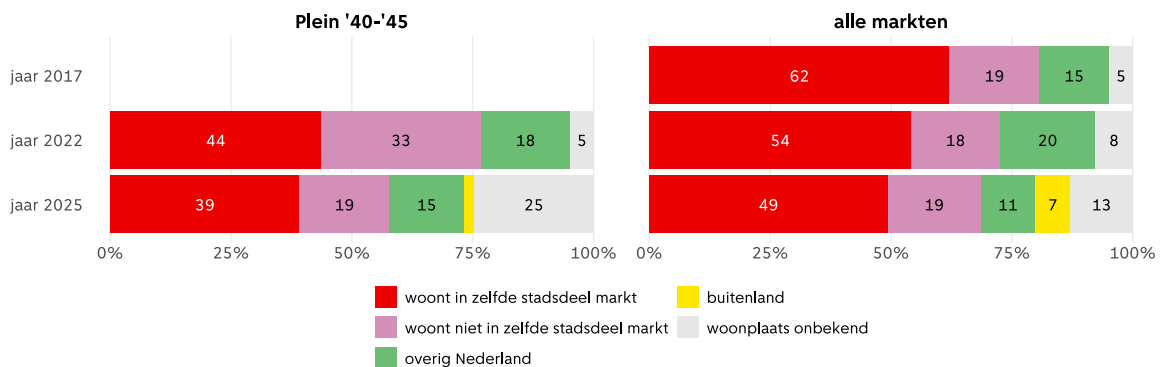
De meeste bezoekers gaan met de fiets of komen lopend naar de markt op Plein '40-'45 (figuur 6). Maar naar deze markt komen ook relatief veel bezoekers met de auto.

Figuur 6 Vervoermiddel waarmee bezoekers markt Plein '40-'45 en van alle markten naar de markt zijn gekomen, 2025 (procenten)

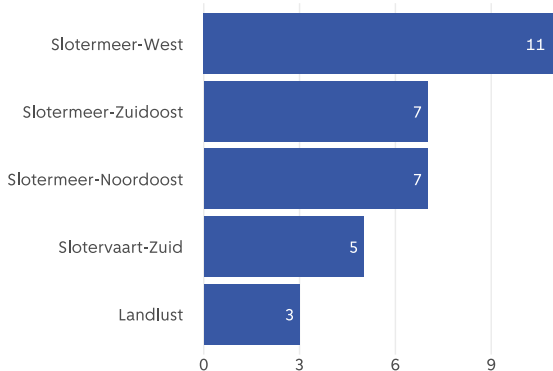


Daarnaast geeft bijna de helft van de bezoekers op de markten aan in hetzelfde stadsdeel te wonen als waar de markt ligt. In het geval van Plein '40-'45 is dat 39 procent (figuur 7). Helaas wilde een grote groep bezoekers niet aangeven waar ze woonden. In figuur 8 zijn de meest genoemde woonwijken van de bezoekers weergegeven. Een groot deel van de bezoekers van deze markt komt uit de drie wijken van Slotermeer.

Figuur 7 Woongebied van bezoekers op markt Plein '40-'45 en alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



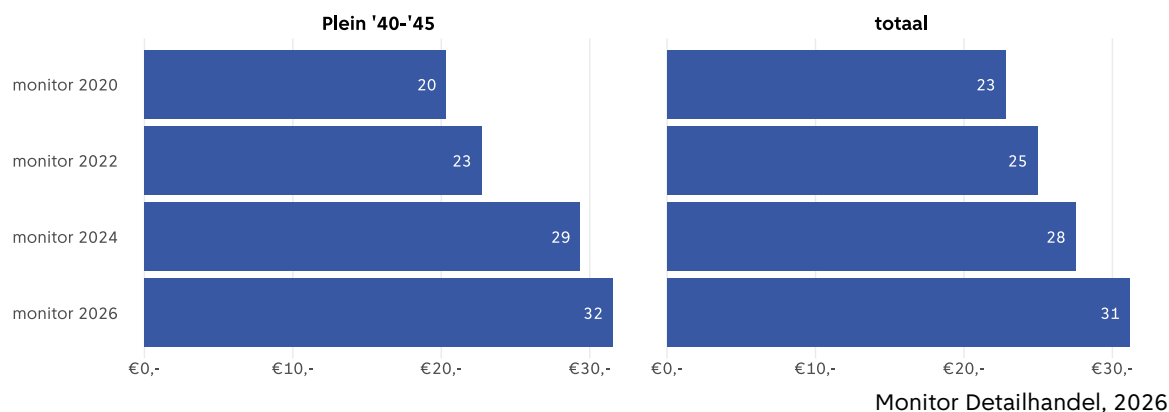
Figuur 8 Meest genoemde wijken waar de bezoekers op Plein '40-'45 vandaan komen, 2025 (aantal)



De gemiddelde geschatte bestedingen door inwoners van Amsterdam op de markt nemen toe over de periode 2020-2026 (figuur 9). Het gaat hier om een gemiddelde jaarlijkse toename van 5 procent. Op de Plein '40-'45 is deze stijging 8 procent.

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. In 2025 hebben bewoners op deze markt naar schatting 32 euro uitgegeven tijdens hun laatste bezoek.

Figuur 9 Geschatte uitgaven van bewoners die naar Plein '40-'45 zijn geweest en de gemiddelde geschatte uitgaven op alle onderzochte warenmarkten in Amsterdam, 2019 (Monitor 2020) - 2025 (Monitor 2026), (euro's)



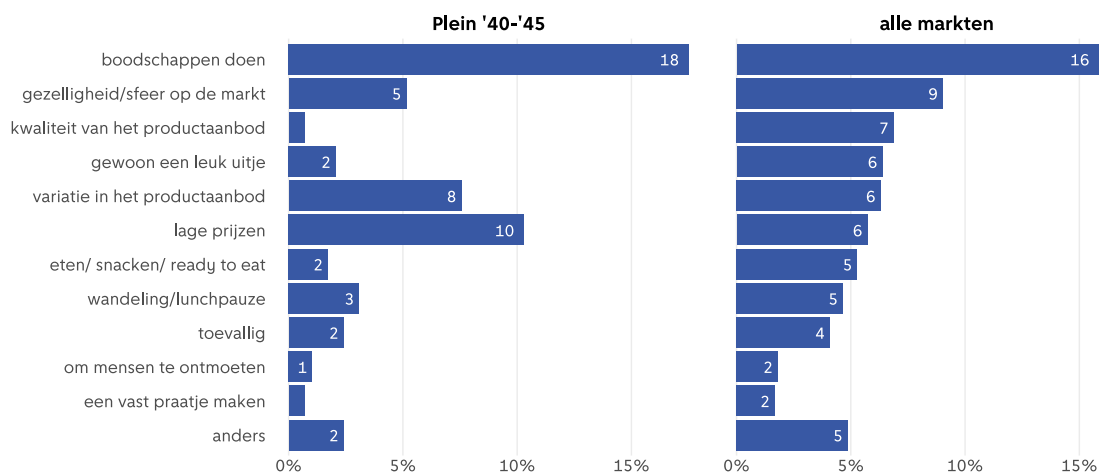
Reden bezoek

De meest genoemde reden volgens bezoekers om naar de markt op Plein '40-'45 te gaan is, naast boodschappen doen, de lage prijzen (figuur 10). Vanwege een andere vraagstelling is het niet mogelijk de bevindingen te vergelijken met voorgaande jaren. Bij 'anders namelijk' konden bezoekers aangeven welke andere redenen er zijn om naar de markt op Plein '40-'45 te gaan. Bezoekers gaven aan naar de markt te gaan om te 'chillen, voor de eettentjes in de buurt, de specifieke Surinaamse producten, maar ook voor het gemak om er te komen met het openbaar vervoer.

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 markt op Plein '40-'45. De volgende antwoorden werden gegeven:

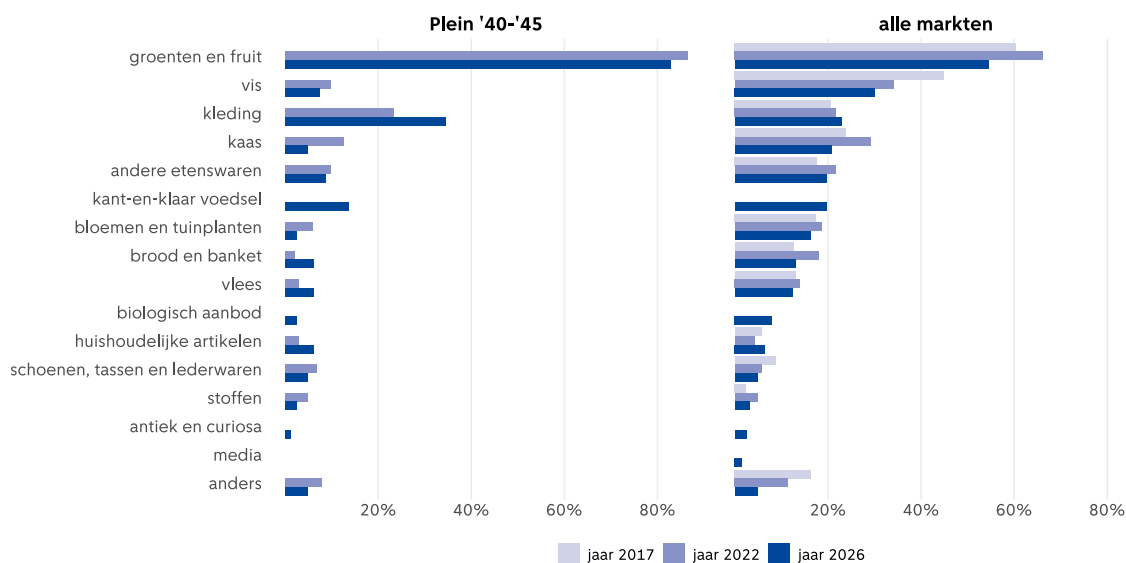
Brengt verbinding; De diversiteit; De gehele sfeer; De hoeveelheid mensen; De mensen; De mensen altijd vriendelijk; De mensen zijn erg vrolijk; Diversiteit en cultuur; Drukke; Iedereen komt; Je kan je eigen taal, Marokkaans spreken; Lively; Ontmoeten; Other than the supermarket; Variatie in productaanbod; Veel culturen; Veel mensen jong en oud; Verschillende soorten markten

Figuur 10 Redenen om de markt te bezoeken volgens bezoekers, Plein '40-'45 versus gemiddelde alle markten, 2025 (procenten)



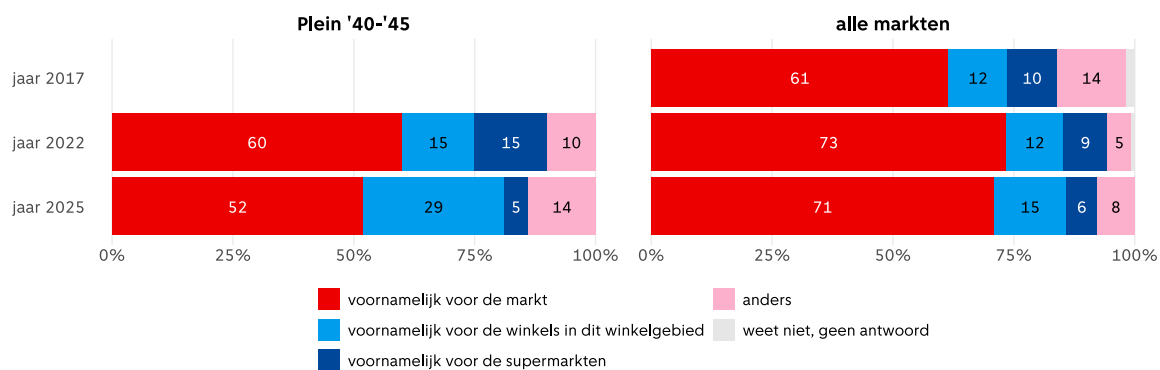
In het algemeen kopen bezoekers groente en fruit op de warenmarkten in Amsterdam. Dit geldt ook voor de bezoekers op de markt op Plein '40-'45. Daarnaast kopen bezoekers hier ook relatief vaak kleding (figuur 11). Bij 'anders namelijk' konden bezoekers aangeven welke producten zij nog meer kochten op de markt. Hier is 'buitenlandse groente en fruit' en 'baardolie' genoemd.

Figuur 11 Producten die bezoekers op de markt op Plein '40-'45 en andere markten kopen, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



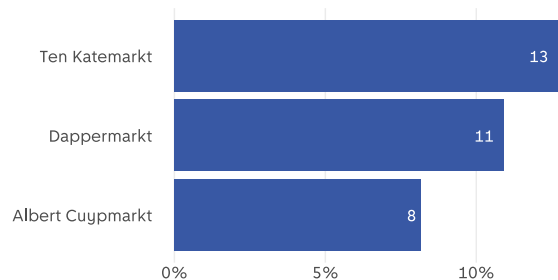
In onderstaande figuur is aangegeven of bezoekers vooral voor de markt of de winkels in het winkelgebied komen. Het valt op dat op deze markt het belang van het winkelgebied is toegenomen, ten koste van de supermarkt en de markt zelf (figuur 12).

Figuur 12 Aandeel bezoekers op Plein '40-'45 dat aangeeft specifiek naar markt te komen dan wel naar winkels, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Aan bezoekers is gevraagd of zij nog andere markten bezoeken. Van bezoekers op de markt op Plein '40-'45 geeft 42 procent aan *geen* andere markt te bezoeken. De Ten Katemarkt wordt het vaakst genoemd als markt die ook wel bezocht wordt (figuur 13).

Figuur 13 Meest genoemde andere markten die bezoekers Plein '40-'45 ook bezoeken, 2025 (procenten)

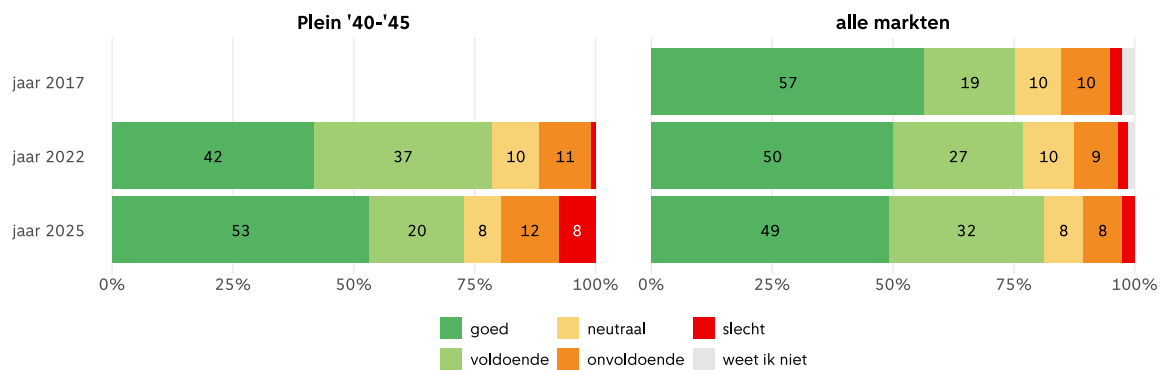


Oordeel over de markt volgens bezoekers

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 markt op Plein '40-'45 is dat het multicultureel, betaalbaar, divers en gezellig is. Negatieve aspecten die genoemd zijn is dat het er minder divers is dan vroeger is, en dat er veel van het zelfde verkocht wordt.

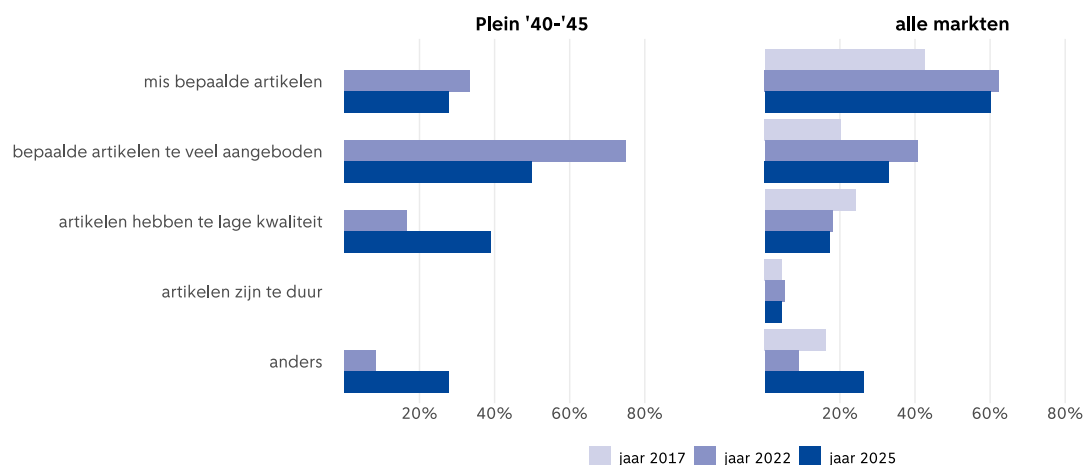
Aan bezoekers is gevraagd hoe zij het aanbod van de markt op Plein '40-'45 waarderen. Van de bezoekers geeft 53 procent aan het aanbod goed te vinden. Het aandeel dat de markt goed vindt is toegenomen, maar het aandeel dat de markt goed én voldoende vindt is juist iets gedaald (figuur 14).

Figuur 14 Aandeel bezoekers Plein '40-'45 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. Op de markt op Plein '40-'45 wordt niet echt een eenduidig antwoord gegeven: dat bepaalde producten te veel worden aangeboden wordt het vaakst genoemd, maar dat producten een te lage kwaliteit hebben wordt ook veel genoemd (figuur 15).

Figuur 15 Redenen die bezoekers van Plein '40-'45 noemen om ontevreden te zijn, 2017, 2022 en 2025 (procenten)

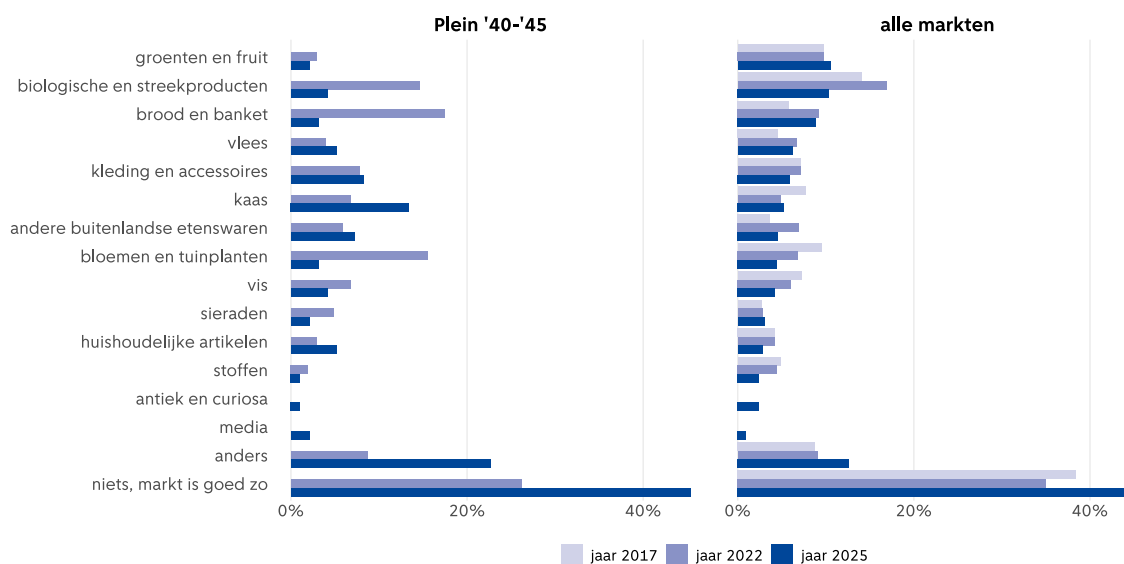


Andere redenen die bezoekers van deze markt noemen zijn variaties op het thema 'bepaalde artikelen worden te veel aangeboden', zoals 'de buurt is meer divers dan het aanbod; overhand

aan (zelfde) textiel; veel kramen met dezelfde productaanbod; hetzelfde al jaren; mis variatie; eentonig

Op de vraag wat bezoekers dan missen geven bezoekers in het algemeen aan groente en fruit, biologische producten en brood te missen. Op Plein '40 - '45 missen ze meer dan gemiddeld aanbod van kleding en kaas en andere buitenlandse etenswaren (figuur 16).

Figuur 16 Producten die bezoekers op Plein '40-'45 missen, 2017, 2022 en 2025 (procenten)

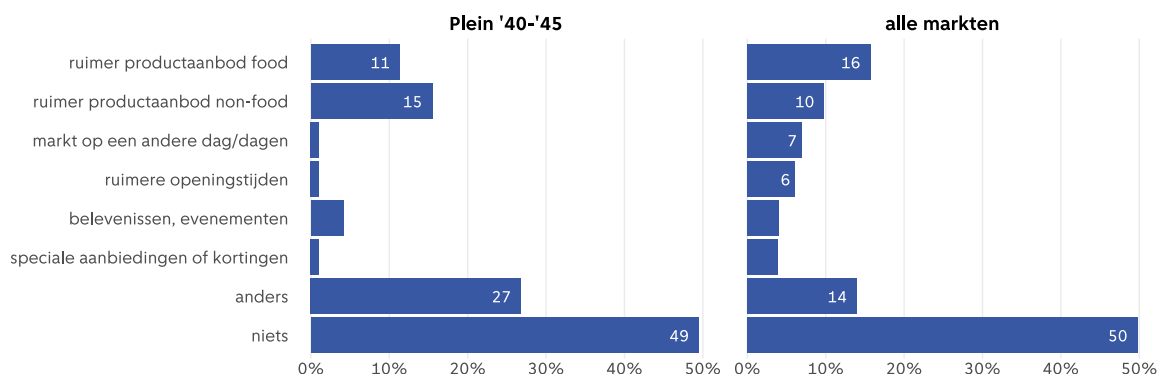


Andere genoemde zaken die bezoekers op deze markt missen, zijn de volgende:

Honey; Zuivel; Noten; Patatzaak; Caribisch eten; Loempia's; Meer tropisch fruit. Meer exotische producten; Meer variatie in spullen; Homemade clothing, less products meant for mass consumption; Second hand stuff; Kleding, en dan specifiek Hollandse kleding. Er is te veel Turkse kleding; Activiteiten; Noten; Meer variatie in wat er verkocht wordt, voor alle nationaliteiten; Mannenkleren; Ander soort kleding, niet alleen lange kleding; Minder groenten; Diversiteit in het productaanbod dat er al is; Meerdere kwaliteiten en variaties; Meer kant en klaar; Kinderkleding; Bloemen, meer groen; Surinaamse tenten; Noten en snoep; Rozijnen en noten; Meer artikelen en variatie daarin; Hobby artikelen (gitaar snaren, elektronica, handwerk artikelen, garen; Meer diversiteit bijvoorbeeld in kleding.

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 van Plein '40-'45 helpen om vaker naar de markt te komen, 2025 (procenten)



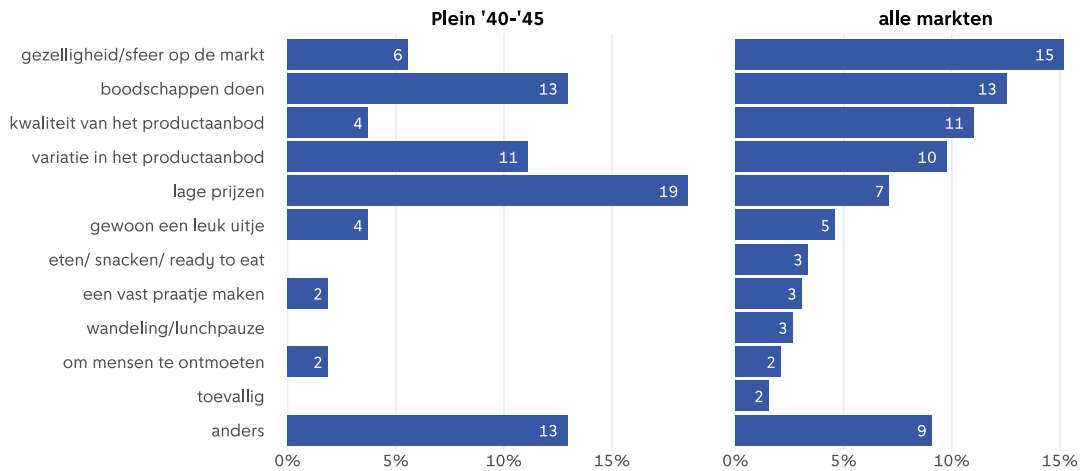
Wanneer bezoekers aangaven dat de markt ook open zou moeten zijn op andere dagen, werd door een respondent *Maandag* gesuggereerd. Andere genoemde suggesties die bezoekers aangaven om vaker naar de markt te komen zijn de volgende:

De diversiteit van productaanbod; Het verkeer; More homemade stuff; Meer kleding van mijn stijl; Second hand stuff; Parkeergelegenheden; Kleiner en gevarieerd; Meer variatie, meer mogelijkheid om te pinnen; Meer ruimte voor de stallen, niet alleen Turkse en Marokkaanse spullen; De mensen die er staan moeten inspraak krijgen samen met de bewoners; Meer op Nederlands gericht; Er is een vaste groep die hier komt en beheert zou fijn zijn als er meer variatie is ook voor andere culturen; Minder viezigheid, mooiere bestrating; Gratis parkeren; Parkeren; Minder mensen die bedelen; Online kunnen zien welke kraampjes aanwezig zijn, via social media. Ik ben wel eens gekomen en toen was een kraampje wat we zochten er niet; Parkeren moet beter, meer variatie (Nederlandse producten); Ik woon niet in Amsterdam; IJskoffie bar, koffietentje; Meer verlichting in de wintertijd, voor de vrolijkheid; Toegankelijker maken qua voor auto's; Parkeergarage 3 uur voor 1,5; De ordening van de markten. Dan kan je precies naar diegene toe; Meer kant en klare voedsel; Leuke kleding

Oordeel over de markt volgens ondernemers

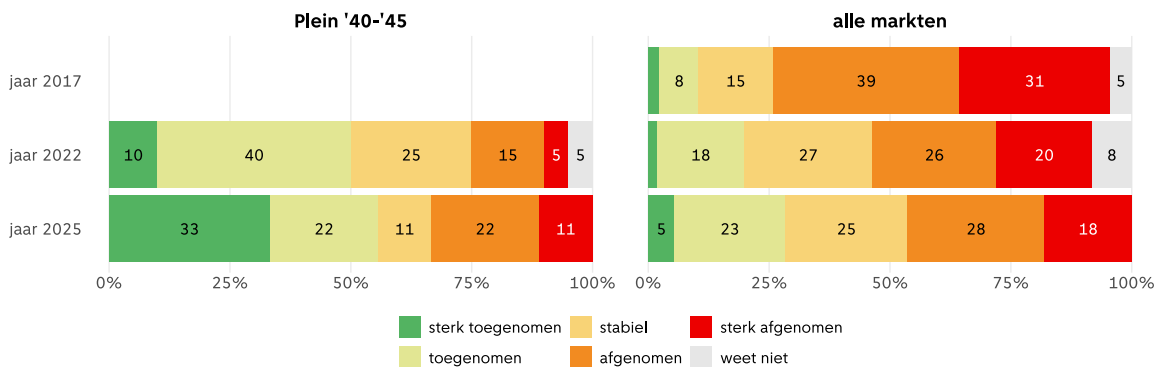
Wat zijn volgens de ondernemers de belangrijkste redenen voor bezoekers om hun markt te bezoeken? Veel ondernemers gaan ervan uit dat bezoekers naar de markt komen voor de gezelligheid en voor de boodschappen. De achttien geïnterviewde ondernemers van de markt op Plein '40-'45 noemen de lage prijzen als belangrijke reden voor bezoekers om naar de markt te komen. Dit komt overeen met de genoemde redenen van de bezoekers (figuur 18).

Figuur 18 Redenen van bezoek volgens ondernemers op Plein '40-'45 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. Bijna één op de drie ondernemers op de Amsterdamse markten meent dat het aantal bezoekers is toegenomen. Op de markt op Plein '40-'45 is dat 56 procent van de 18 ondernemers. Een derde (33%) ziet een afname van het aantal bezoekers (figuur 19).

Figuur 19 Aandeel ondernemers dat meent dat bezoekersaantallen zijn toe of afgenomen, 2025 (procenten)



Genoemde toelichtingen bij veronderstelde toename van bezoekers

Action en Tanger. Sociale media en mond op mond reclame. Alles is hier voor een redelijke prijs; Deze markt heeft bekendheid gekregen, ook veel variatie van producten. Goedkoop; Heel veel mensen zitten op sociale media, dus dan krijg je veel reclame. Daardoor bezoeken vele mensen het ook van buiten de buurt; Goedkope spullen daar staat de markt bekend om; Het aanbod van de markt; bekender geworden; Goedkoopste op de markt, bereikbaar; Mensen van buiten Amsterdam, goedkoop parkeren, Bos en Lommer is nu weg dus daarvan komen mensen.

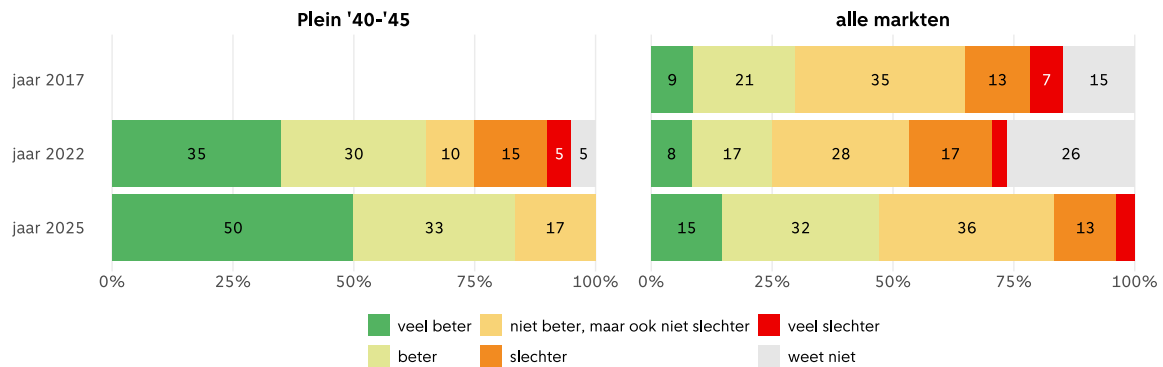
Genoemde toelichtingen bij veronderstelde afname van bezoekers

Door het internet; Door online en ook met de wereld zoals politiek; Economie, mensen hebben minder geld, kwaliteit op de markt is laag van groente fruit; Problemen door oorlogen, crisis overal; Sinds het parkeren komen er minder bezoekers; Parkeren is met geld.

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

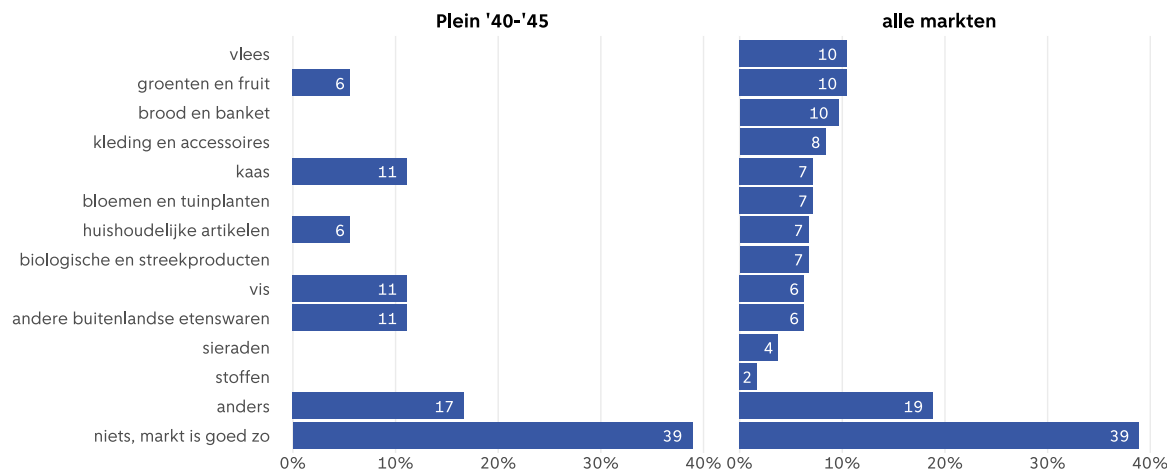
ondernemers dat hun markt er beter voor staat dan andere markten in Amsterdam. Op de markt op Plein '40-'45 is dat 83 procent. Ten opzichte van 2022 is dit een vooruitgang (figuur 20).

Figuur 20 Aandeel ondernemers dat meent dat hun markt beter dan wel slechter scoort ten opzichte van andere markten, 2025 (procenten)



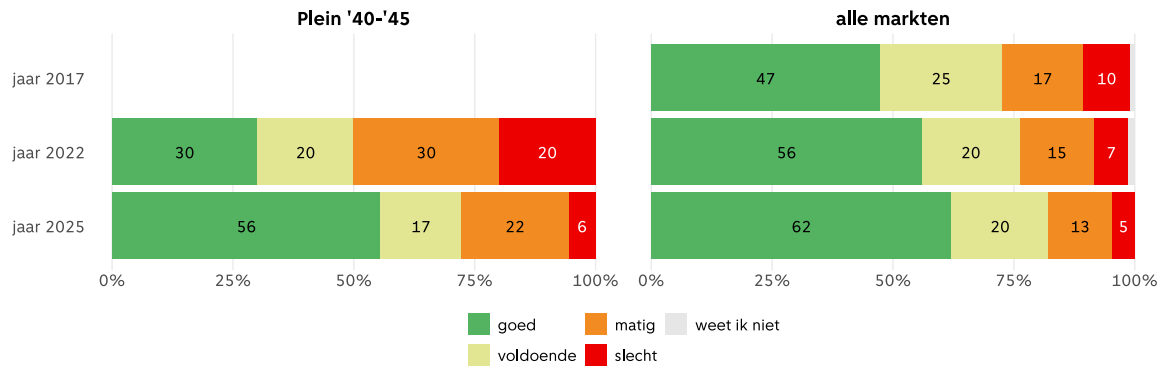
Daarnaast is gekeken naar wat ondernemers op deze markt zoal missen. Veel ondernemers geven aan niets te missen. Een paar noemen kaas, vis en buitenlandse etenswaren (figuur 21). Bij de categorie 'anders' worden 'gefrituurde vis', 'exotisch eten' en 'Syrisch' genoemd.

Figuur 21 Producten die ondernemers op de markt missen, 2025 (procenten)

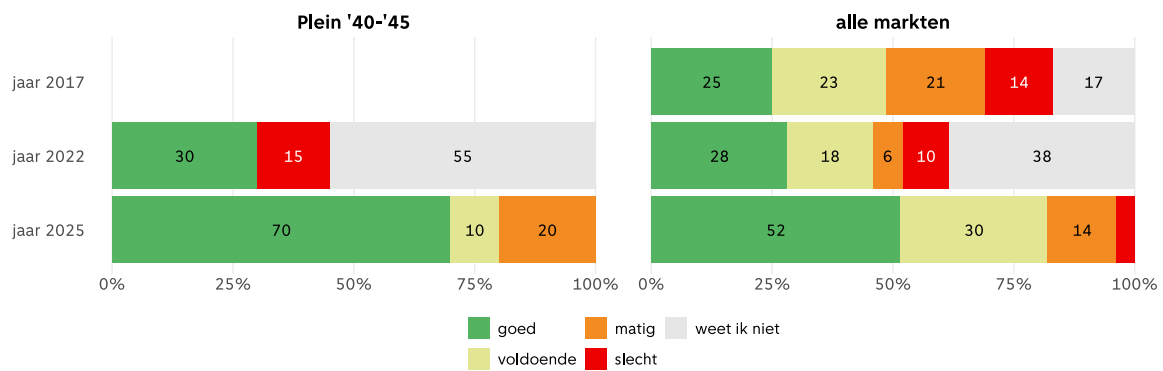


Aan ondernemers op deze markt is gevraagd in hoeverre zij tevreden zijn met de samenwerking met andere groepen belanghebbenden, waaronder andere marktondernemers, winkeliers en horecaondernemers en gemeente en stadsdeel. De bevindingen staan in de figuren 22a tot en met 22d.

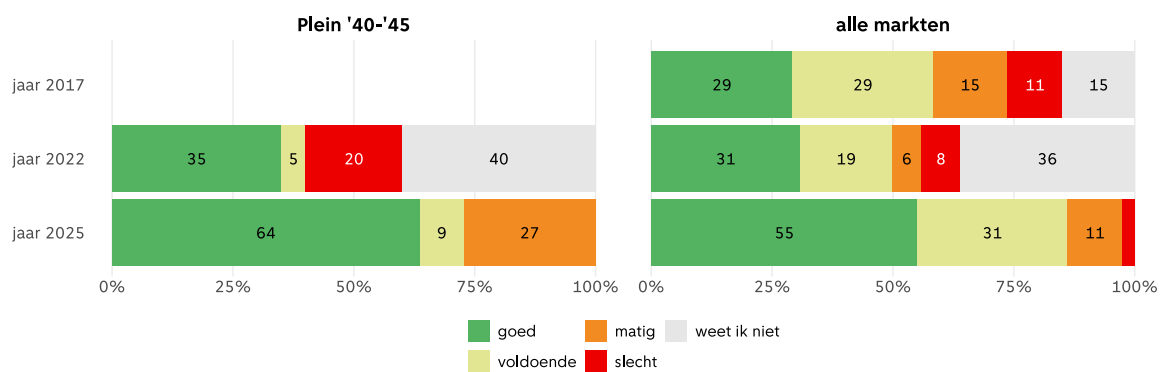
Figuur 22a Beoordeling samenwerking ondernemers Plein '40-'45 met andere marktondernemers, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



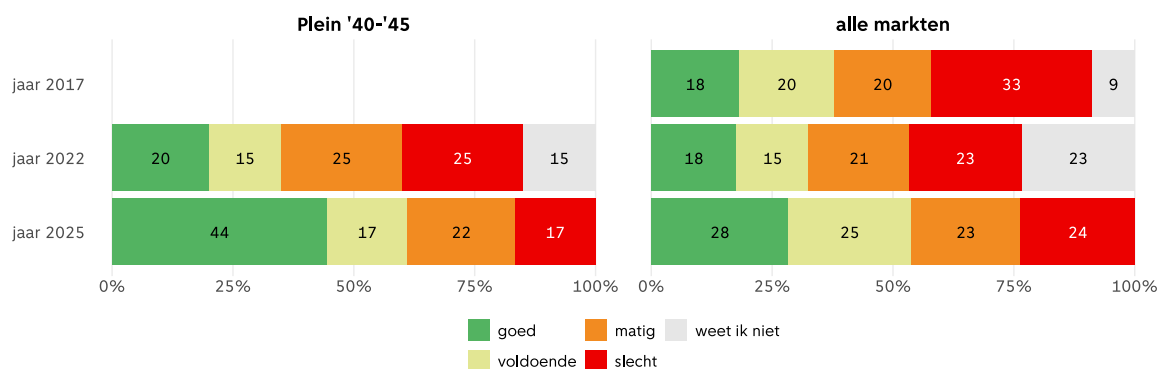
Figuur 22b Beoordeling samenwerking ondernemers Plein '40-'45 met winkeliers in de omgeving, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Figuur 22c Beoordeling samenwerking ondernemers Plein '40-'45 met horecaondernemers, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Figuur 22d Beoordeling samenwerking ondernemers Plein '40-'45 met stadsdeel en gemeente, 2017, 2022 en 2025 (procenten)

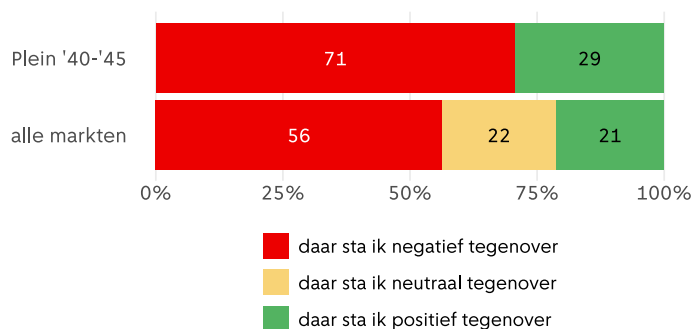


De volgende toelichtingen werden gegeven bij de vraag hoe ondernemers de samenwerking met andere groepen ervaren:

Zelfde culturen dus iedereen kan goed met elkaar opschieten en zolang alles eerlijk gehouden wordt ontstaan er ook geen problemen; Bijvoorbeeld bij betalingsachterstand doet de gemeente niet moeilijk het is goed; De marktondernemers gunnen elkaar niet het is erg egocentrisch. Betere communicatie, maar het is moeilijk; Het kan altijd beter vooral met de gemeente meer aan tafel zitten met elkaar luisteren. En ook mensen bij de gemeente moeten luisteren over hoe de markt in elkaar zit en elkaar helpen; We hadden een probleem met de ombudsman en hij deed mee met het betrekken van de participatie. Alleen communiceren we nu beter. Marktondernemers hebben vaak individuele belangen en dat is lastig, dus onderlinge strijd. We hebben marktverkiezingen en die mensen moeten ook goed kunnen vertegenwoordigen; Met de gemeente is er contact maar dat is gewoon bijna niet, op een laag pijltje. Marktondernemers we communiceren wel maar niet per se een samenwerking. Ik zie een samenwerking echt als het samen werken; Het is gezellig en iedereen is aardig tegen elkaar; Met de marktvergaderingen worden we goed op de hoogte gehouden en we worden erbij betrokken. Met de horeca en winkeliers hebben we niks te maken; De materialen van de kramen is erg slecht, oud, we betalen heel veel voor schoonmaken, maar ik maak geen afval. Marktmeester moeten beter opgeleid worden; Voor de horeca; een marktkroeg zou top zijn Gemeente: weinig communicatie, de marktcommissie helpt wel; De adviezen van de marktadviescommissie worden niet serieus genomen. De markt is niet een eenrichtingsverkeer, EZ rekent de markt af op cijfers, er wordt niet aan prijsdifferentiatie gedaan daardoor moet een gezonde markt opdraaien voor een ongezonde markt, daardoor weet je ook niet wat de werkelijke kosten zijn per markt en weet je niet goed waar op bezuinigd moet worden; Als je betaalt aan de gemeente is het goed; Ik heb geen dingen gezien waar ik tegen aanloop; We hebben een marktcommissie en die regelt dingen voor ons; Gemeente denkt niet aan ons zulke gevoelens heb ik, je moet alleen betalen en wegwezen;

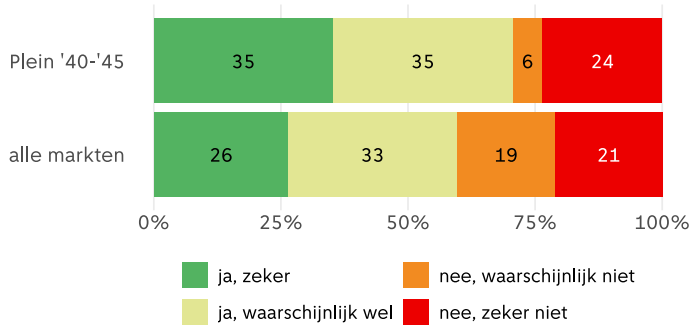
Wat vinden ondernemers van het hypothetische idee dat de markt op afstand komt te staan? Een markt op afstand is een privaat georganiseerde markt. De markt wordt dan georganiseerd en beheerd door een andere partij (bijvoorbeeld een persoon, bedrijf, stichting) dan de gemeente. Ruim de helft van de geïnterviewde ondernemers op de onderzochte markten staat daar negatief tegenover. Bij de markt op Plein '40-'45 is dat 71 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 Plein '40-'45 is dat 71 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 Plein '40-'45 bij de vraag of zij zichzelf over tien jaar nog op de markt zien staan:

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

Ik ben erg tevreden alleen als de politiek meezit dan blijft het mogelijk. Bijvoorbeeld het dunder worden van parkeren kan voor mijn slecht uitpakken; Het is een leuke markt en je verdient je brood ermee, er is niks mis mee; Als ze ons laten en als het kan met de regels van nu; Ik vind het leuk hier; Het is mijn werk; Mijn zoon wel; Afhankelijk van het beleid van de gemeente; Ja sociaal kan ik niet leven; Je weet nooit wat er gaat gebeuren; Wat moet ik dan gaan doen. Uitkering na de markt; Deze kraam staat al meer dan 35 jaar op dezelfde plek.

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

Ik heb liever een carrière in school, maar als ik doorga met markten dan wel; Ik ben niet lang meer op de markt, online is de toekomst; Mijn leeftijd; Ik wil groeien, dus ik denk niet meer.

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

Sterke punten van deze markt volgens ondernemers

De ligging; Veel variatie van productaanbod; Goedkoop; Multicultureel en gezellig, alles wat je zoekt heb je; Cultuur en sociale cohesie. Misschien een vreemd woord voor EZ; Ondernemers met lange jurken en groenten zijn erg goedkoop; Goedkope markt; Het aanbod; Goede producten; Mooi voor de buurt; Groente en fruit; Heeft een eigen identiteit; De drukte bij mooi weer; Centraal gelegen; De lage prijzen; Goedkoop; De verkopers.

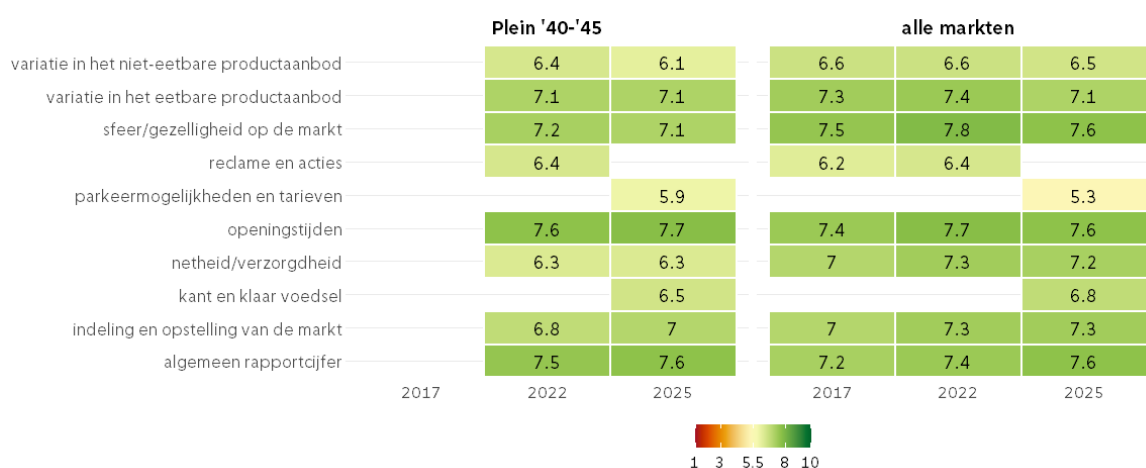
Verbeterpunten van deze markt volgens ondernemers

Het lotingssysteem, je weet pas in de ochtend op de locatie of er plek is voor je op de markt het zou beter zijn om dit te weten een dag van tevoren; Dag of twee eruit dan wordt het nog beter bezocht. Brancheren van de markt; Netheid, plastic op de markt, de communicatie met de gemeente en handelaren die problemen hebben; De kosten van de marktondernemers moet omlaag, de begroting moet anders; De variatie zodat elke nationaliteit betrokken voelt; De toiletten; Het weer; De kraamstalling moet verbeterd worden, nieuwer; Het gaat gewoon goed; Diverser publiek, ook wat luxere producten, bijvoorbeeld naast de markt iets maken voor een ander publiek; Er is geen ruimte; De indeling; De toegankelijkheid, tussen de kramen meer ruimte; Toilet, minder groenteboeren; Bedelaars.

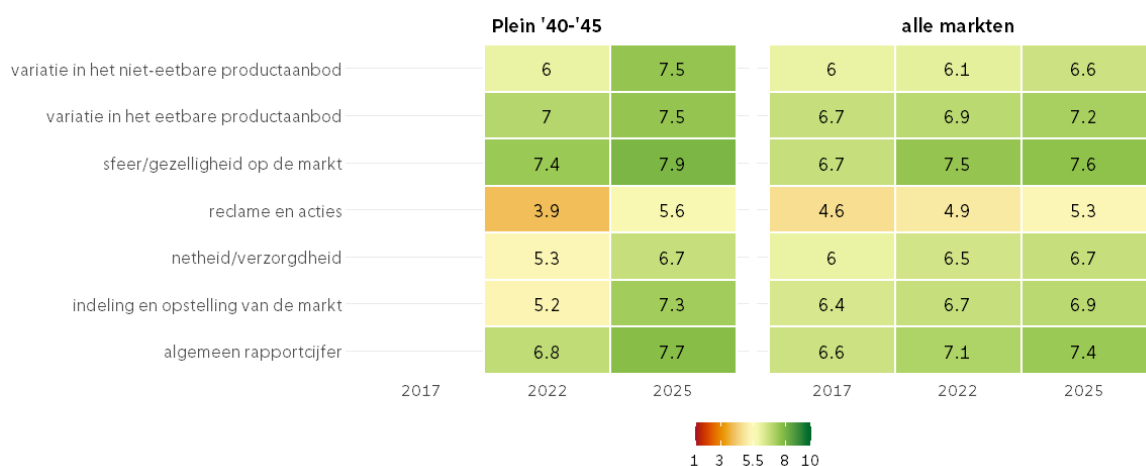
Rapportcijfers

Al sinds 2016 is bezoekers en ondernemers gevraagd om de markt te beoordelen met behulp van rapportcijfers. Zo ook in het najaar van 2025, toen bezoekers en ondernemers de markt konden beoordelen op meerdere items. Hieronder is aangegeven hoe hoog de markt op Plein '40-'45 scoort ten opzichte van andere markten (figuur 25 en figuur 26). In 2025 geven bezoekers van Plein '40-'45 een 7,6 als rapportcijfer om hun algehele waardering uit te spreken over deze markt. Ondernemers geven een 7,7. Bezoekers zijn het meest positief over de openingstijden, ondernemers over de sfeer. Gemiddeld is door bezoekers op alle markten een 7,7 als rapportcijfer gegeven en door ondernemers een 7,4.

Figuur 25 Oordeel bezoekers op Plein '40-'45 en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (rapportcijfers)



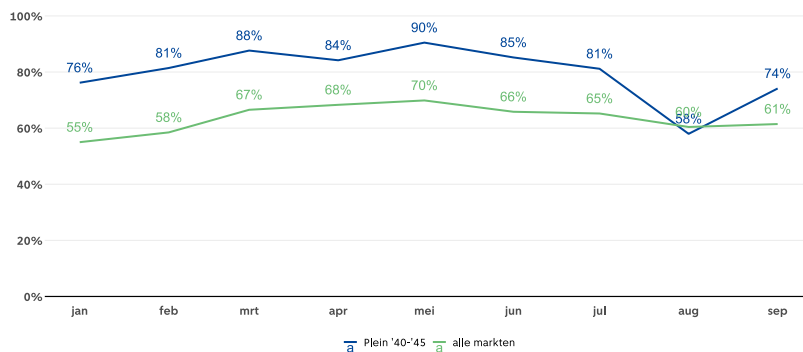
Figuur 26 Oordeel ondernemers Plein '40-'45 en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (rapportcijfers)



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 op een markt te delen door het aantal beschikbare plekken op die markt. Deze data worden 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 markt op Plein '40-'45 zijn in figuur 27 weergegeven.

Figuur 27 Bezettingsgraden op de markt Plein '40-'45 en gemiddelde van alle markten tussen januari 2026 en september 2026 (procenten)



Afdeling Markten, 2025

Ondernemers en bezoekers konden ook nog een laatste opmerking meegeven aan de interviewer ter afsluiting van de vragenlijst. De volgende antwoorden werden gegeven met betrekking tot de markt op Plein '40-'45:

Opmerkingen van bezoekers

Meer diversiteit aan aanbod dan komen er meer doelgroepen naar de markt; I value the cultural diversity of the market a lot; Liever een bescheiden markt met variatie en ze moeten wat doen aan de vervuiling. Verder wordt er geen onderscheid gemaakt tussen bv en personen waardoor een bv meerdere kraampjes kan hebben. Dit zorgt uiteindelijk ervoor dat het vooral eentonig is; Betere indeling en ook echt voor verschillende nationaliteiten en leeftijdsgroepen; Belangrijke markt voor de stad echt een belangrijke ontmoetingsplek voor verschillende culturen. Mensen komen vanuit het hele land. Probleem is wel dat de parkeerkosten mensen weert van de markt of dat ze heel erg haasten. Zeker mensen met een kleine portemonnee; Het karakter van de markt moet blijven, moet geen yuppenmarkt worden; Er moet meer aandacht komen voor het verkeer. Maak hier aub geen evenementen terrein van, er is hier best veel onrust voor de omwonenden. Het mag verplaatst naar het groen, buitengebied; Er mogen meer winkels komen bij het winkelgebied, bijvoorbeeld een H&M; Minder kleding en meer groenten etc. verkopen; Belangrijkste dingen: de producten mogen gevarieerder, daardoor meer gevarieerde bezoekers, ruimer opgezet, meer zitplaatsen; De parkeerprijzen mogen naar beneden; Ik zou het jammer vinden als de markt stopt, het voorziet in de behoefte van een grote groep mensen. Voor mensen met een kleine portemonnee en ook door het aanbod (hoofddoeken, lange jurken); Belangrijk dat er water faciliteiten komen om te drinken hier. Voor vrouwen zijn er minder toilet faciliteiten; Parkeren moet gratis en ov is ook heel duur

Opmerkingen van ondernemers

Markt op afstand kan maar dan semi. Dus samenwerken om de begroting samen op orde te maken. Ze denken ook vaak in eenrichtingsverkeer dus ze hebben verplichtingen om te houden aan de wetten, maar aan de andere kant hebben ze ook een zorgplicht tegenover ons. Er moet ook een artikel moeten

zijn voor het niet nakomen. Nu is het alleen maar marktondernemers en 0 gemeente; Over de parkeergelegenheid, sinds kort is het betaalt parkeren en dat merk je in het bezoekers aantal; De scooters geven echt veel overlast en de materialen van de marktkraam moeten vernieuwd; Ik hoop dat ze deze markt als voorbeeld nemen en dat gaan implementeren bij andere markten; Wc voor de ondernemers is wel echt belangrijk.

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