



Gemeente Amsterdam

Monitor Warenmarkten 2025: Waterloopleinmarkt

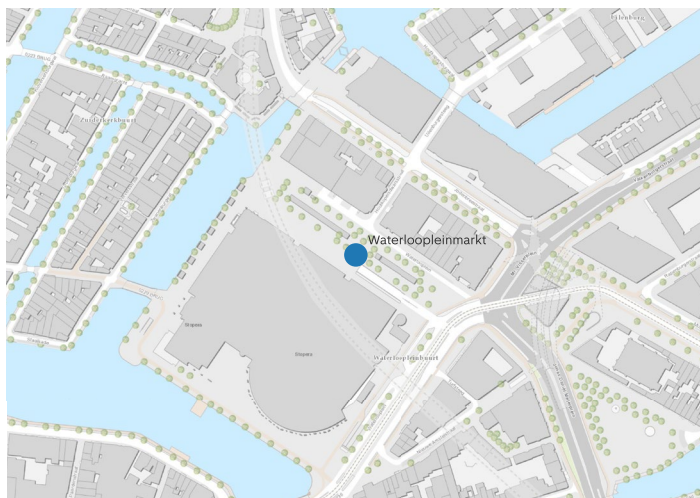
2026-04-22

Op de markt op het Waterlooplein geven bezoekers een 7,4 als rapportcijfer en ondernemers een 6,8. Gemiddeld geven bezoekers op de onderzochte markten een 7,7 als rapportcijfer en ondernemers een 7,4.

Van de bezoekers geeft 42% aan het aanbod op deze markt goed te vinden. Een veel genoemde reden volgens bezoekers om deze markt te bezoeken is dat het gewoon een leuk uitje is.

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

Figuur 1 Ligging Waterloopleinmarkt in de wijk Nieuwmarkt-Lastage in Amsterdam



Achtergrond

Deze bevindingen over de Waterloopleinmarkt zijn afkomstig van straatenuêtes afgenomen op 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.

Op de Waterloopleinmarkt deden 101 bezoekers en 20 ondernemers mee. Vanwege het kleine aantal geïnterviewde ondernemers moeten de uitspraken van deze groep als illustratief beschouwd worden.

Het is voor de derde keer dat markten in Amsterdam gemonitord worden. De vorige metingen vonden plaats in 2017 en 2022. In 2017 is deze markt voor het laatst opgenomen in de reguliere

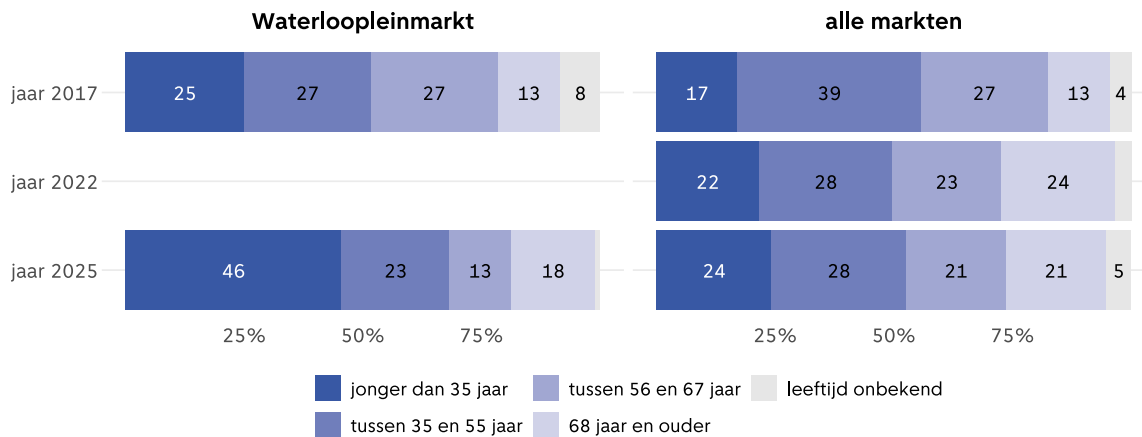
marktenmonitor van O&S, vandaar dat een vergelijking met 2022 niet mogelijk is. De rapportage is verrijkt met registerdata van de afdeling Markten (Stadswerken).

De Waterloopleinmarkt ligt in stadsdeel Centrum, in de wijk Nieuwmarkt-Lastage. Een groot deel van de inwoners uit dit stadsdeel, 24%, gaat niet naar de markt. Ter vergelijking: een derde (33%) van alle inwoners van Amsterdam gaat niet naar de markt (Monitor Detailhandel 2026). Op deze markt is ruimte voor 144 kramen. De marktdagen zijn maandag tot en met zaterdag.

Inleiding

In figuur 2 is de leeftijdsverdeling van de bezoekers op de Waterloopleinmarkt weergegeven. De leeftijdsverdeling kan gebruikt worden om inzicht te krijgen in welke doelgroep deze markt aantrekt. Het aandeel geïnterviewde bezoekers op de Waterloopleinmarkt tot 35 jaar is 46%. Gemiddeld is dat op alle markten die meegenomen zijn in dit onderzoek 24%.

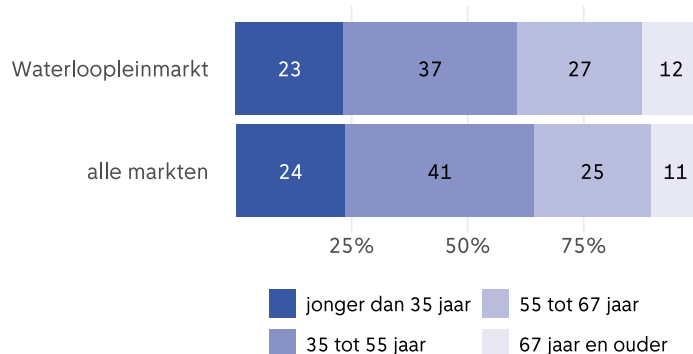
Figuur 2 Leeftijdsverdeling geïnterviewde bezoekers Waterloopleinmarkt en van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Tegenover de veldwerkobservaties staan de registergegevens van ondernemers die bij de afdeling Markten staan ingeschreven. Hiervan is 24% vergunninghouder en 67% sollicitant. Op de Waterloopleinmarkt is 28% vergunninghouder.

Daarnaast (zie figuur 3) is een kwart (24%) van de ingeschreven ondernemers jonger dan 35 jaar en 11% ouder dan 67 jaar. Deze leeftijdsverdeling zien we ook terug op het Waterlooplein: 23% is jonger dan 35 jaar en 12% is ouder dan 67 jaar.

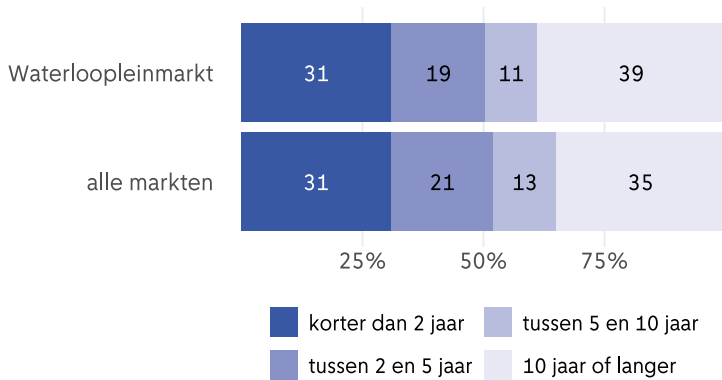
Figuur 3 Leeftijdsverdeling bij de afdeling Markten *ingeschreven* ondernemers Waterloopleinmarkt en van alle markten, 2025 (procenten)



Bron: afdeling Markten, 2025

Uit de registratiegegevens van de afdeling Markten blijkt dat 31% korter dan 2 jaar op de markt staat ingeschreven; 34% is tussen de 2 en 10 jaar ingeschreven en ruim een derde (35%) is langer dan 10 jaar ingeschreven. Ook deze verdeling komt overeen met de verdeling op het Waterlooplein: 31% is hier korter dan 2 jaar ingeschreven en 39% langer dan 10 jaar.

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

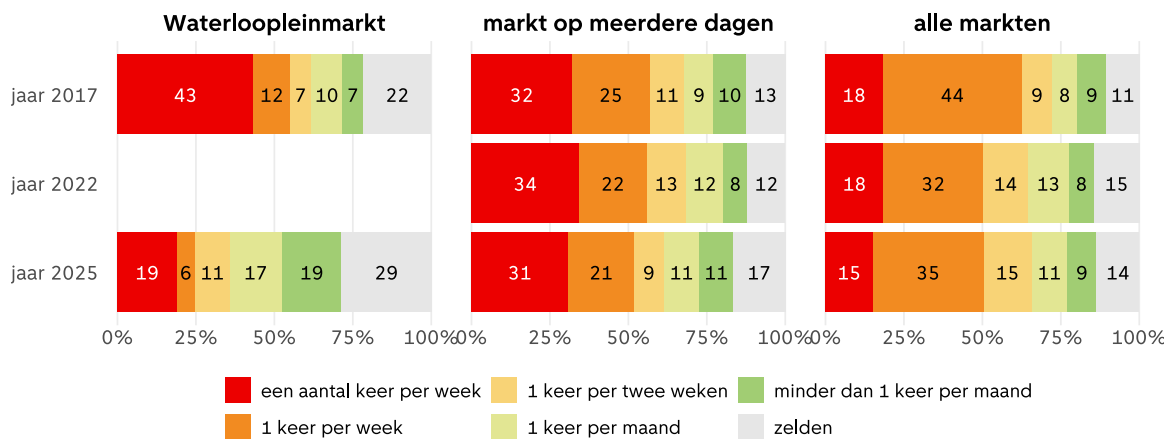


Bron: afdeling Markten, 2025

Mate van marktbezoek

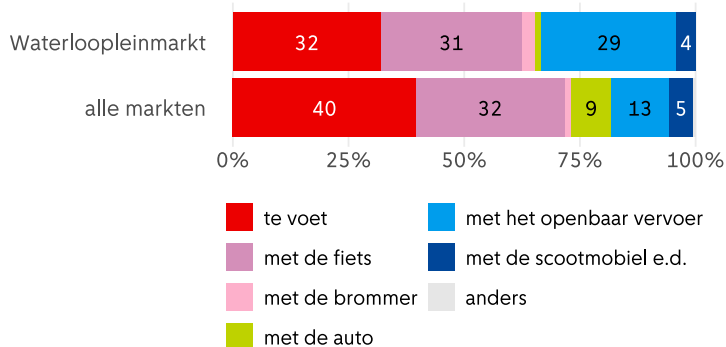
Van de gesproken bezoekers van de Waterloopleinmarkt gaat 25% één keer per week of vaker naar de markt. Bij alle markten in dit onderzoek, gaf de helft van de geïnterviewde bezoekers aan minimaal een keer per week naar de markt te gaan.

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

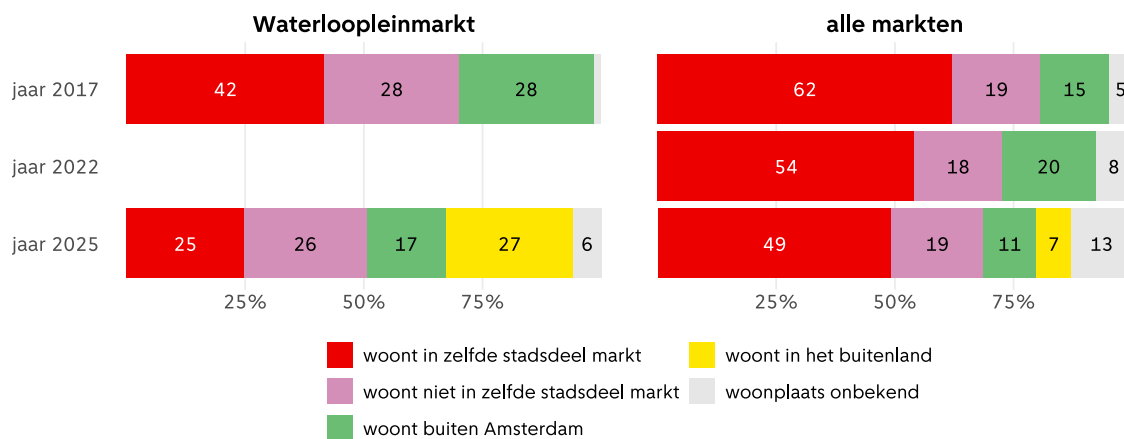


De meeste bezoekers komen lopend naar de Waterloopleinmarkt, maar een flink deel komt ook met de fiets of met het openbaar vervoer naar de markt (figuur 6). Daarnaast geeft bijna de helft van de bezoekers op de markten aan in hetzelfde stadsdeel te wonen als waar de markt ligt. In het geval van de Waterloopleinmarkt is dat 25% (figuur 7). 27% van de bezoekers komt uit het buitenland. In figuur 8 zijn de meest genoemde woonwijken van de bezoekers weergegeven. Ondanks het toeristische karakter geven 11 bezoekers aan uit de zelfde buurt als de markt te komen, te weten Nieuwmarkt-Lastage.

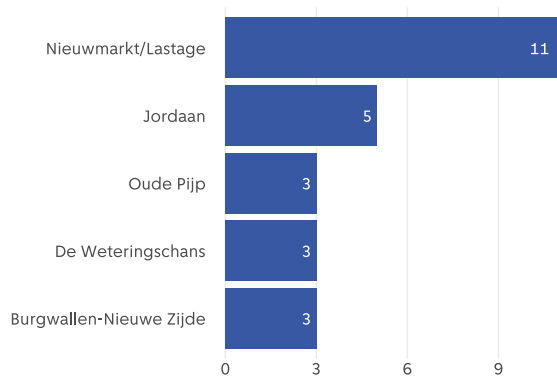
Figuur 6 Vervoermiddel waarmee bezoekers Waterloopleinmarkt en alle markten naar de markt zijn gekomen, 2025 (procenten)



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



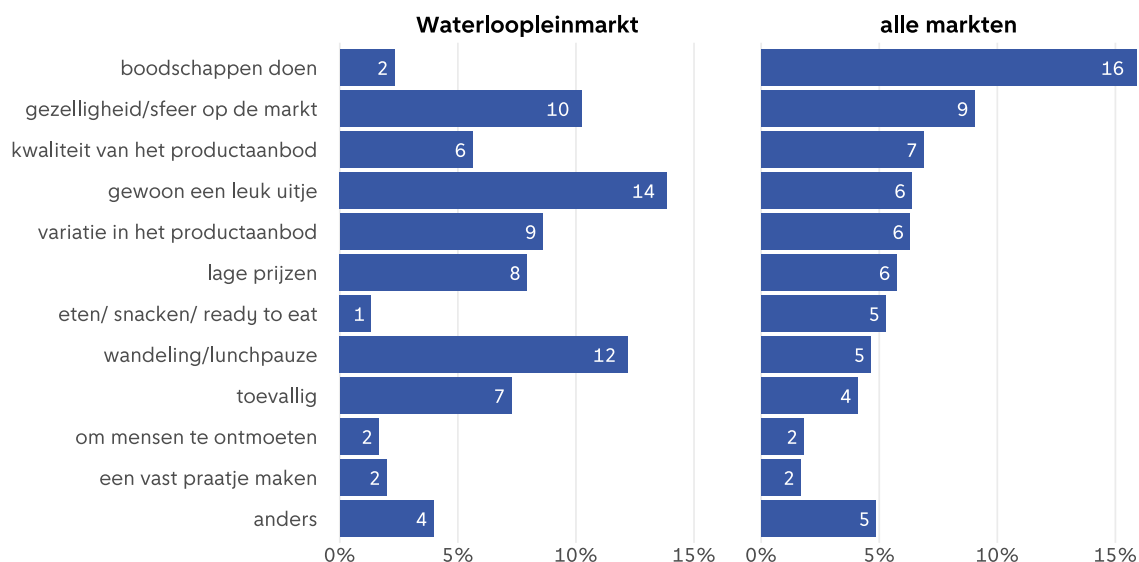
Figuur 8 Meest genoemde wijken waar de bezoekers op Waterloopleinmarkt vandaan komen, 2025 (aantal)



Reden bezoek

De meest genoemde reden volgens bezoekers om naar de Waterloopleinmarkt te gaan is omdat het gewoon een leuk uitje is. Aangezien dit geen voedselwarenmarkt is, geven maar weinig bezoekers aan hier te komen vanwege de boodschappen. Wel geven veel bezoekers aan hier te komen om te wandelen of voor de lunchpauze.

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



Bij 'anders namelijk' konden bezoekers aangeven welke andere redenen er zijn om naar de Waterloopleinmarkt te gaan. Bezoekers gaven het volgende aan:

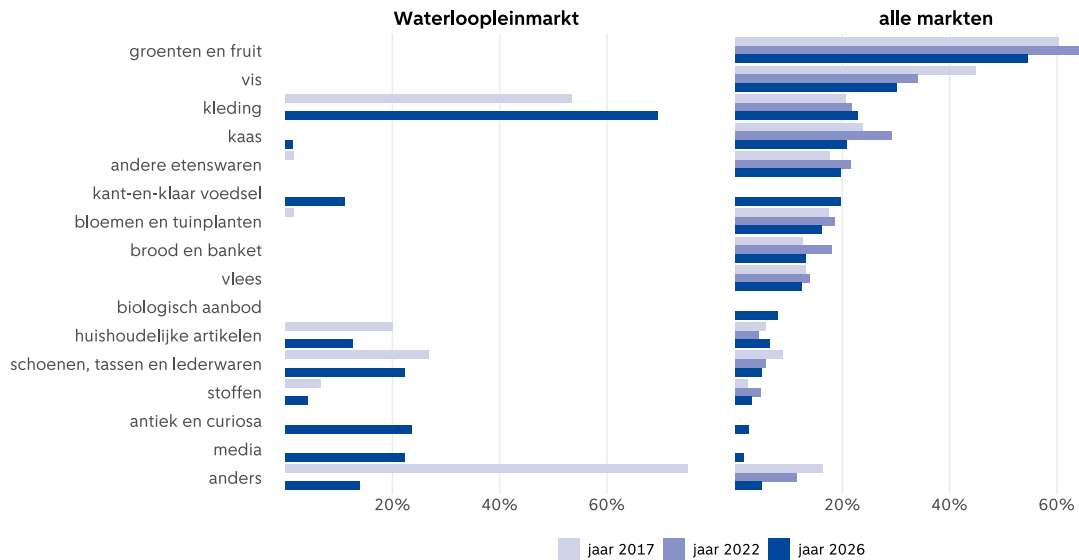
Always come here when visiting sister (tradition); Boeken en cd; Exploring Amsterdam; Fotograferen; Jewellery; Kleding; Lekker snuffelen; Platen; Spullen kopen; Unieke items; Verrassingen; Werk

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 Waterloopleinmarkt. De volgende antwoorden werden gegeven:

Ik ben verzamelaar; Bijzondere verkopers; Choice; De bezoekers; De kalmte; De kraampjes; De locatie; De mensen; De omgeving; De ondernemer; De ondernemers; De verkopers; Diverse kramen; Diverse mensen; Diversiteit producten; Diversiteit van mensen; Dutch market; Echte amsterdammers; Eetgelegenheid; Gemengd publiek; Ikzelf; Informeel; Leuke kramen; Leuke mensen; Leuke vibe; Ligging; Locatie; Location; Marktsfeer; Mensen; Mensen kijken; Mensen ontmoeten; Nostalgisch; Not touristic, calm; Not very known; Ontdekking; Ontspannen; Openheid van bezoekers; Ouderwetse gezelligheid; Paar ondernemers met wie mevrouw praat; Praatje maken; Praatje maken met ondernemers; Praatje met De verkopers; Relaxed; Rommelig; Rommeltjes; Rondkijken; Rondslechteren; Struinen; The people; Typisch Amsterdams; Variety

In het algemeen kopen bezoekers groente en fruit op de warenmarkten in Amsterdam. Op de Waterloopleinmarkt, dat geen echte voedselwarenmarkt is, kopen bezoekers voornamelijk kleding en in mindere mate schoenen en lederwaar, antiek en curiosa en media gerelateerde producten (boeken en vinyl).

Figuur 11 Producten die bezoekers op de markten kopen, Waterloopleinmarkt versus gemiddelde alle markten, 2025 (procenten)

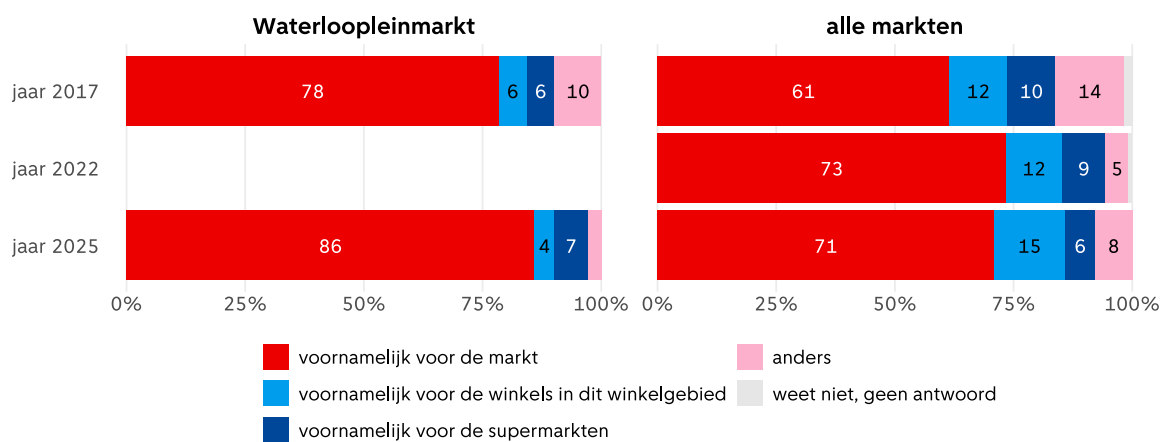


Bij 'anders namelijk' konden bezoekers aangeven welke producten zij nog meer kochten op de markt. Op deze markt werden de volgende dingen genoemd:

Materiaal voor kunst; Souvenir; Doe hetzelfde materiaal; Fiets maken; Fietsen; Iets verrassend; Platen; Sieraden; Jewellery; Rotzooi

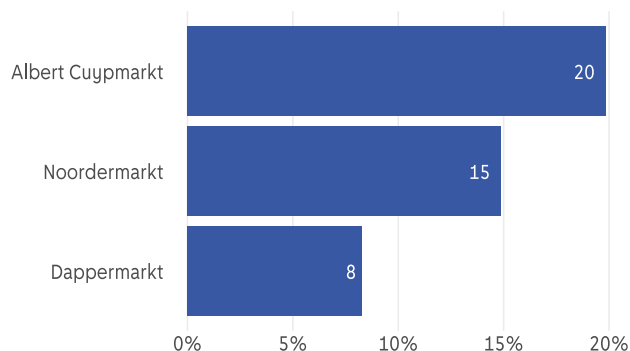
In onderstaande figuur is aangegeven of bezoekers vooral voor de markt of de winkels in het winkelgebied komen. De meeste bezoekers komen vooral voor de markt.

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



Aan bezoekers is gevraagd of zij nog andere markten bezoeken. Van bezoekers op de Waterloopleinmarkt geeft 39% aan geen andere markt te bezoeken. De Albert Cuypmarkt wordt het vaakst genoemd als markt die bezoekers van deze markt ook bezoeken.

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

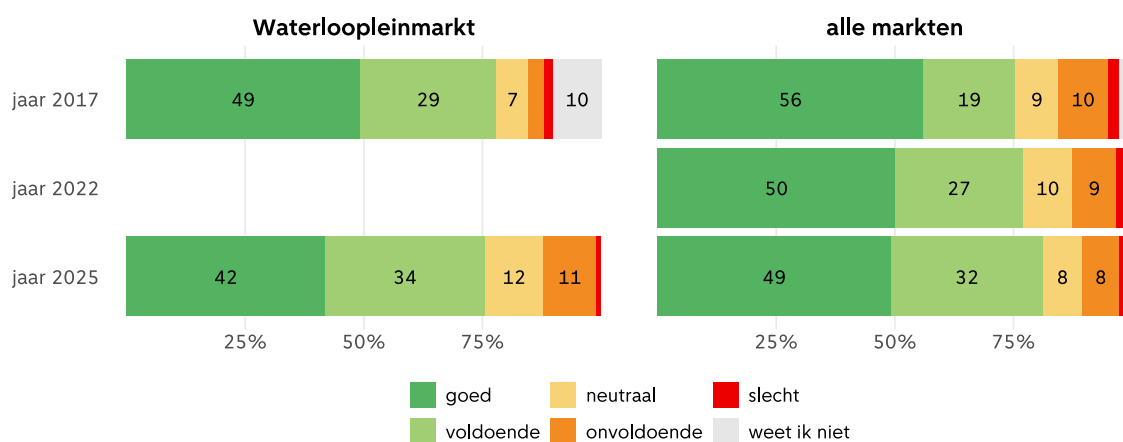


Oordeel over de markt volgens bezoekers

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 Waterlooopleinmarkt zijn het aanbod van vintage en tweedehands producten, dat het typisch Amsterdams is en dat het er gezellig is. Negatieve aspecten van deze markt zijn volgens de bezoekers dat er veel van hetzelfde is en dat het erg toeristisch is.

Aan bezoekers is gevraagd hoe zij het aanbod waarderen op de Waterlooopleinmarkt. Van de bezoekers geeft 42% aan het aanbod goed te vinden. Gemiddeld vindt 49% van de bezoekers van de markten het aanbod op de markten in Amsterdam goed.

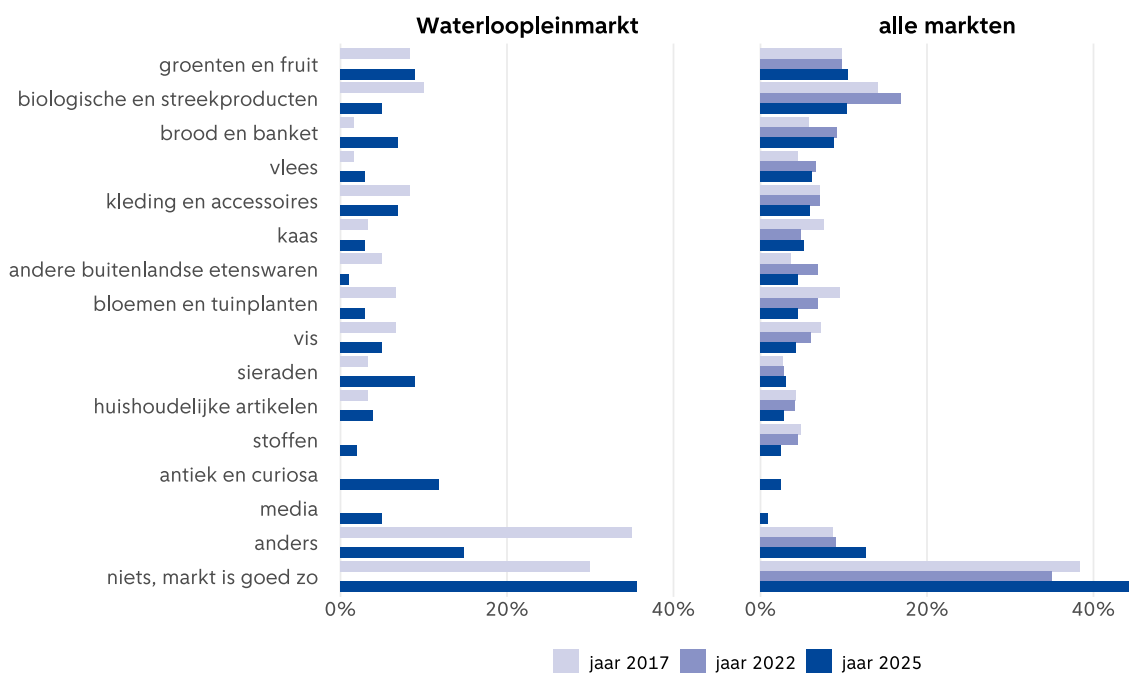
Figuur 14 Aandeel bezoekers Waterlooopleinmarkt dat het aanbod op deze markt goed dan wel niet goed vindt, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



Als bezoekers aangaven het aanbod onvoldoende te vinden is gevraagd naar de redenen hiervoor en wat zij dan zoal missen. Op de Waterloopleinmarkt geven bezoekers aan dat bepaalde artikelen te veel worden aangeboden. Op de vraag wat bezoekers missen stippen bezoekers alle mogelijke antwoordcategorieën aan waardoor er geen eenduidig beeld ontstaat van een specifieke gemiste productgroep. Bij de open antwoordmogelijkheden werden de volgende suggesties gedaan:

Bao buns of wraps/pita; Streetwear clothing; Food; Leather goods /bags/shoes; Klassieke rommel; Oude rommelmarkt; Andere soorten vintage; More jeans; Tweedehands spullen; Kant- en klaar food; Meer horeca; Niets, zolang het maar tweedehands blijft; Platen; Vers en gezond eten; Eettentjes

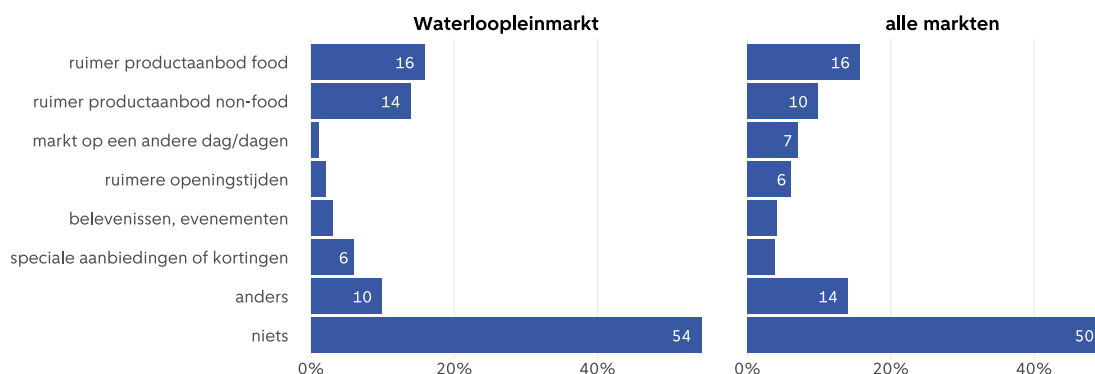
Figuur 16 Producten die bezoekers op de markt missen, Waterloopleinmarkt versus gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



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. Meer dan de helft geeft echter aan dat er niets hoeft te gebeuren om vaker naar de markt te gaan. Een respondent gaf als extra opmerking aan ook zondag naar de markt te willen gaan. Andere genoemde suggesties die bezoekers aangaven om vaker naar de markt te komen zijn de volgende:

More stands; Muziek; Minder kleding; Betere kwaliteit; Goedkoper; Eettentjes; Sieraden; Dichterbij huis; Meer zitplekjes en een wat meer open karakter. Het voelt wat afgeschermd;

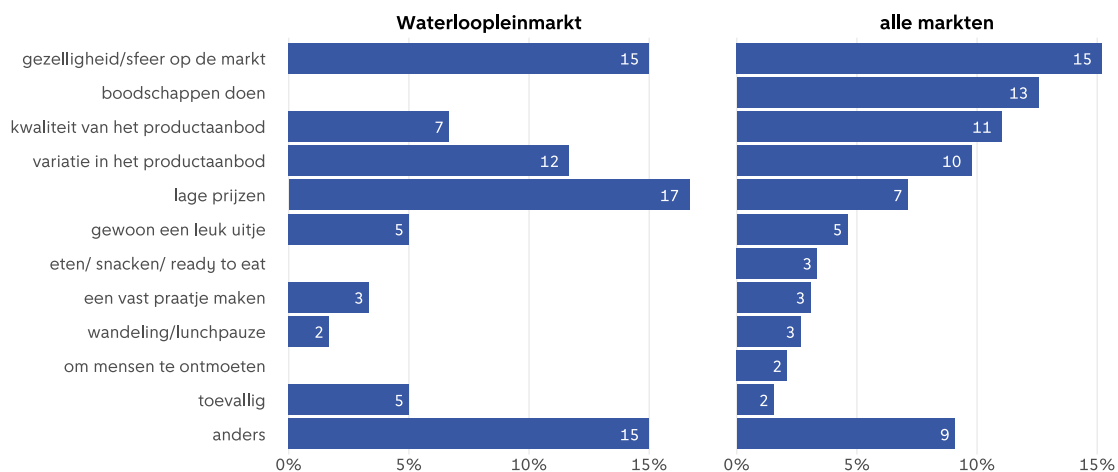
Figuur 17 Wat zou volgens bezoekers helpen om vaker naar de markt te komen, Waterloopleinmarkt versus gemiddelde alle markten, 2025 (procenten)



Oordeel over de markt volgens ondernemers

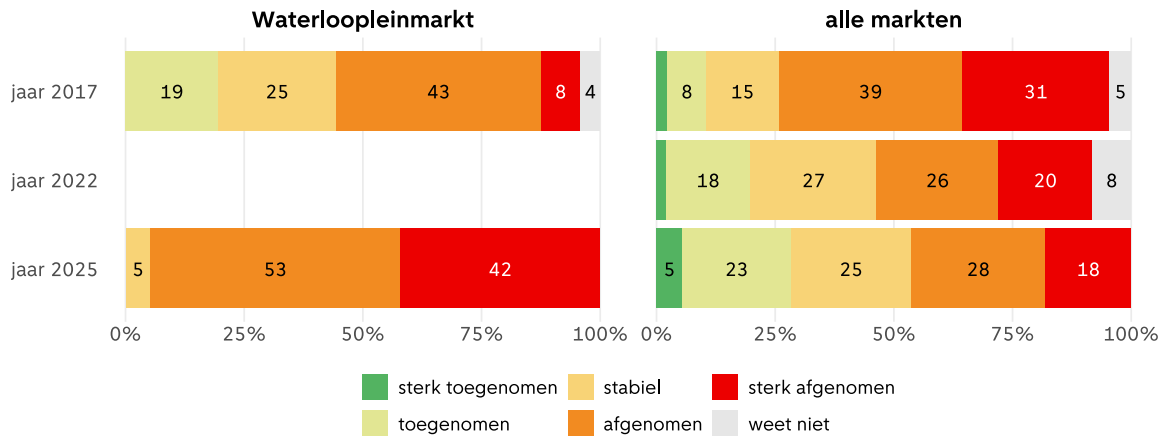
Wat zijn volgens de ondernemers de belangrijkste redenen waarom bezoekers hun markt bezoeken? Veel ondernemers gaan ervan uit dat bezoekers naar de markt komen voor de gezelligheid en voor de boodschappen. De meest genoemde reden volgens de 20 geïnterviewde ondernemers op de Waterloopleinmarkt om naar de markt te komen zijn de lage prijzen en de sfeer op de markt.

Figuur 18 Redenen van bezoek volgens ondernemers Waterloopleinmarkt 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 Waterloopleinmarkt ziet geen enkele ondernemer een toename. 95% ziet een afname van het aantal bezoekers. De rest is neutraal.

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

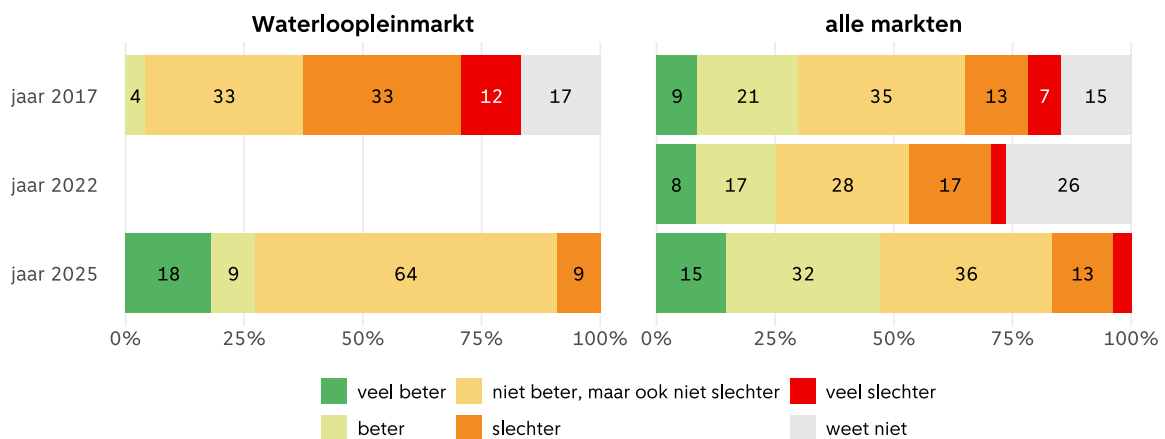


Genoemde toelichtingen bij veronderstelde afname van bezoekers

De economie; Omdat de kosten gehoor zijn, markt wordt leger; 1. Internet, 2. Weerapps; Toeristen worden geweerd, lastig om in de binnenstad te komen; Het wisselt enorm, vooral prijzen. Sfeer wordt iets minder; Duurder en nu meer toeristen, sinds corona minder nederlanders; Toeristen kunnen minder meenemen met bijbetalen; Alles is online te koop, zelfs tweedehands; Alles is online; Eenzijdig aanbod; Slechte bewegwijzering; Andere looproute van de toeristen; Veranderend koopgedrag van consumenten; Na corona gingen mensen online kopen; Teveel toeristen en weinig Amsterdammers; Internet; Bereikbaarheid van de markt voor bezoekers

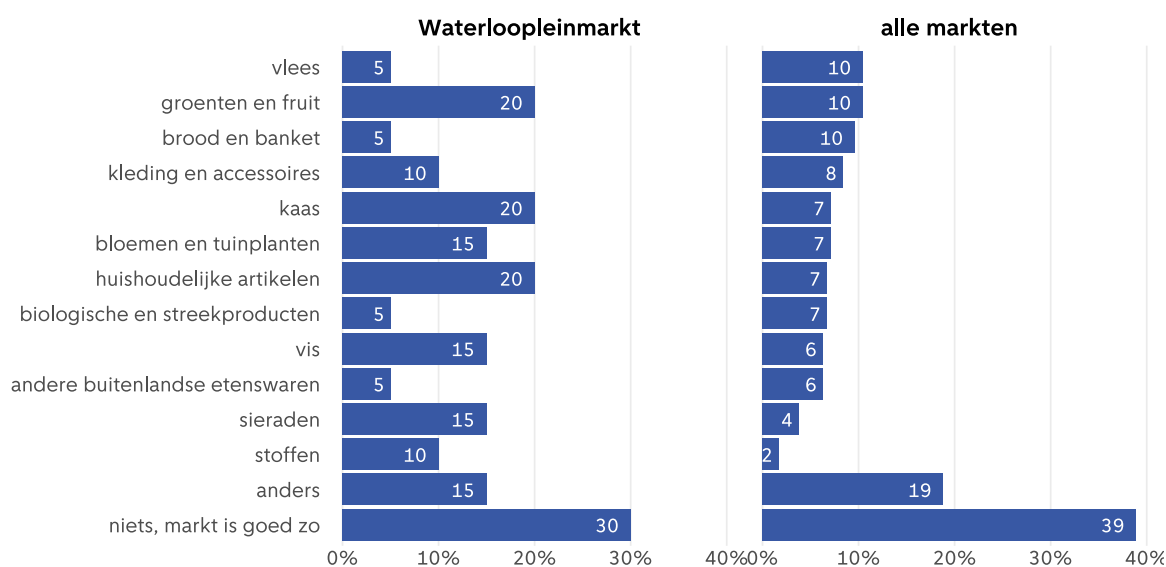
Aan ondernemers is de vraag gesteld in hoeverre zij hun markt beter of slechter vinden ten opzichte van andere markten in Amsterdam. In het algemeen vindt bijna de helft van de ondernemers dat hun markt er beter voor staat dan andere markten in Amsterdam. Op de Waterloopleinmarkt is dat 27%.

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



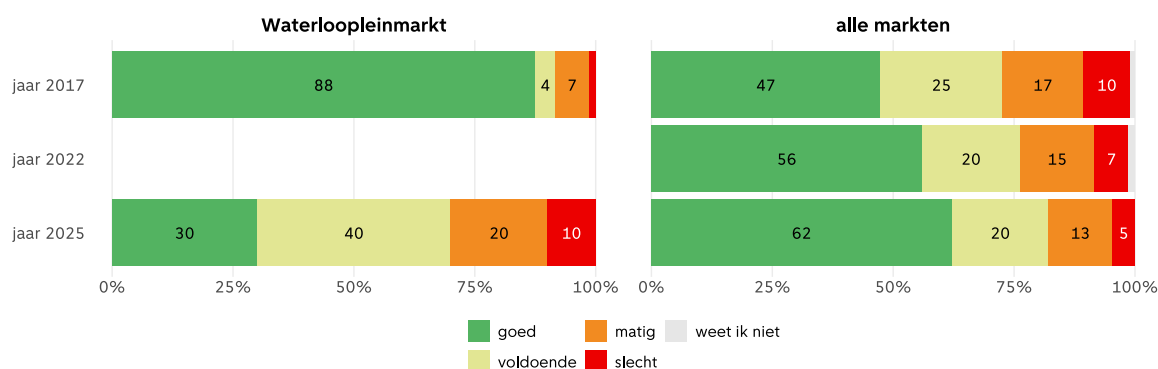
Daarnaast is gekeken wat ondernemers op deze markt zoal missen. Ook ondernemers geven geen eenduidig antwoord: fruit, kaas en huishoudelijke artikelen worden iets vaker genoemd dan andere productgroepen. Bij de categorie anders wordt nog aangestipt door de ondernemers dat er meer kant en klaar voedsel (waaronder haring) aangeboden mag worden en daarnaast zouden enkele ondernemers graag nog meer kringloopgoederen of circulaire producten zien.

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

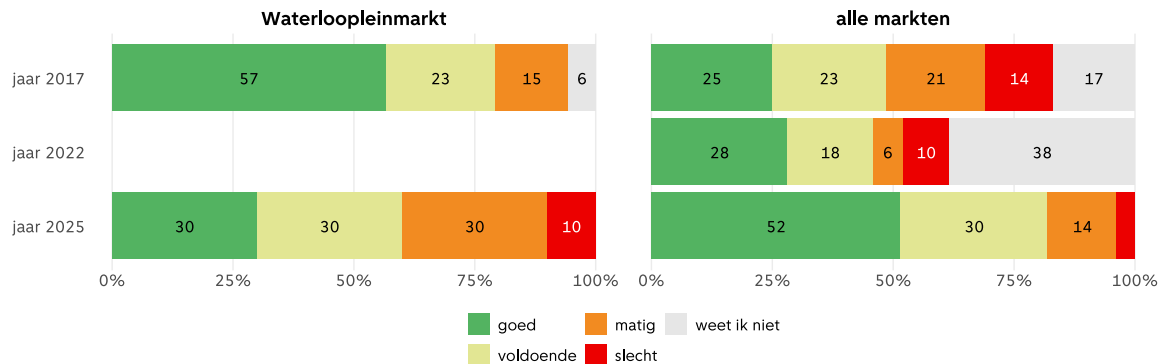


Aan ondernemers op deze markt is gevraagd in hoeverre zij tevreden zijn met de samenwerking met andere groepen belanghebbenden, waaronder andere marktondernemers, winkeliers en horecaondernemers en gemeente en stadsdeel. De bevindingen staan in de figuren 22a tot en met 22d.

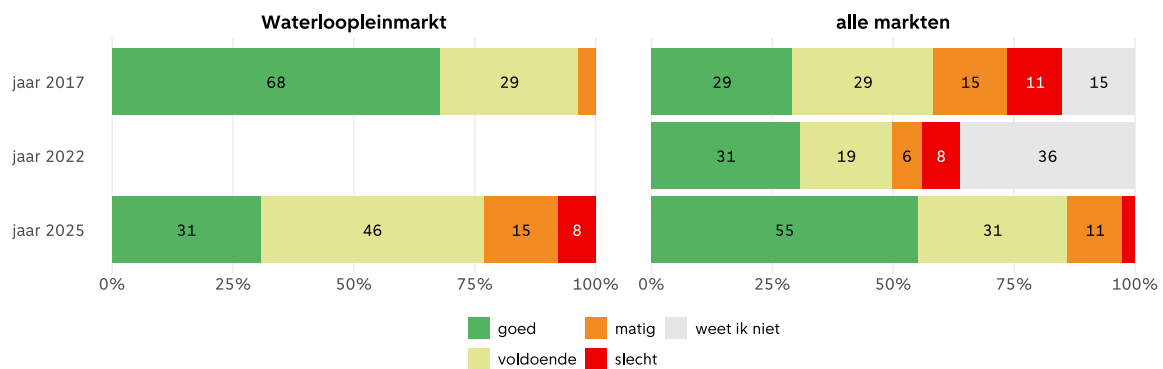
Figuur 22a Beoordeling samenwerking ondernemers Waterloopleinmarkt met andere marktondernemers, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



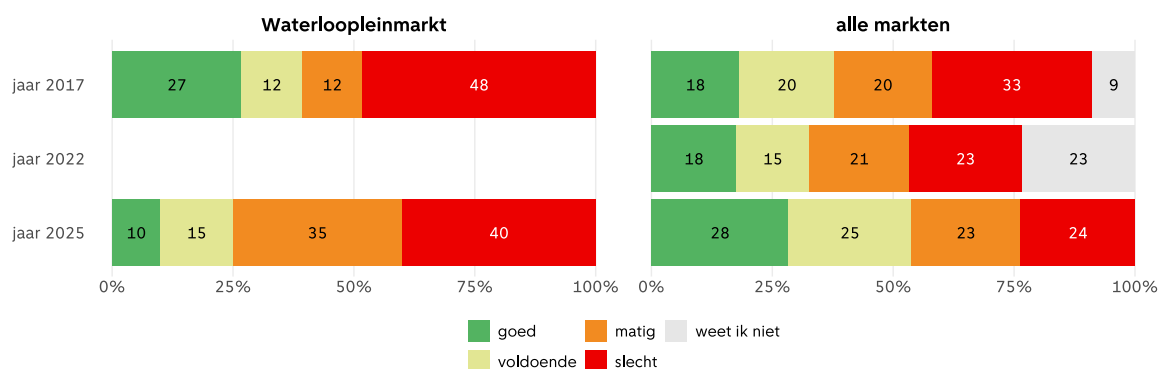
Figuur 22b Beoordeling samenwerking ondernemers Waterloopleinmarkt met winkeliers in de omgeving, 2017, 2022 en 2025 (procenten)



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



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



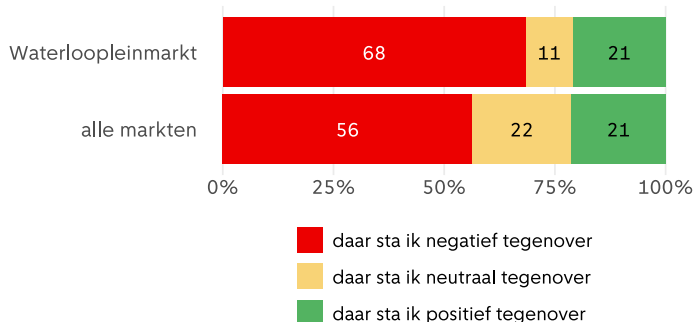
De volgende toelichtingen werden gegeven bij de vraag hoe ondernemers de samenwerking met andere groepen ervaren.

Geen toilet, geen geldautomaat; Meer in gesprek en kosten verlagen, ik betaal 1020 euro pm waarvan 620 afval is; Eten in de buurt is te duur. Mensen nabij Marktbureau langer in functie, verandert steeds. Lijkt politiek; Maandelijks in gesprek, dan bespreken; Gaat goed; Andere belangen en ideeën, dus niet per se uit te leggen; Samenwerking gemeente: hangt af van politiek. Weinig rekening met ons. Bijv bomen onhandig geplaatst, terwijl dit van tevoren is aangegeven; Geen communicatie en misgunnen; Gemeente stuurt alleen brieven; Facturen zijn een puinhoop, communicatie, niet luisteren naar marktondernemers, zin doordrijven; We worden genegeerd met onze klachten, geen communicatie over de verbouwing 3 jaar geleden; Ze komen enkel als ze iets nodig hebben, dan pas zoeken ze samenwerking (de gemeente). Als wij wat willen, is het niet een grote prioriteit; Op dit moment is de samenwerking goed, de gemeente doet haar best om het ons naar haar zin te maken; Ondernemers worden niet gehoord, zelfs ombudsman geeft ze gelijk, gemeente heeft geen verstand van markten,

gemeente kijkt neer op ondernemers; Meer naar ons luisteren. Betere communicatie. Echt iets doen als er om gevraagd wordt; Betere communicatie. Wordt niet geluisterd naar de behoeftes van de ondernemers; Er zijn hier amper winkeliers Ongelijke behandeling en niet luisteren

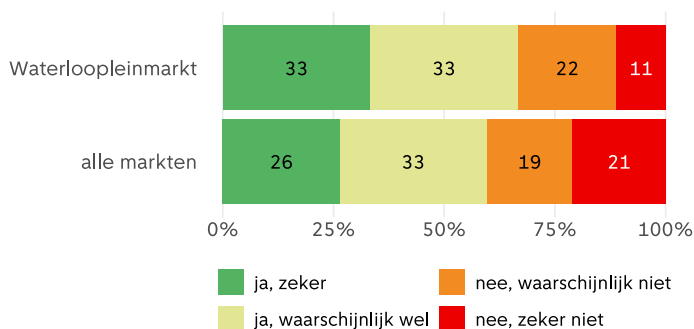
Wat vinden ondernemers van het hypothetische idee dat de markt op afstand komt te staan? Een markt op afstand is een privaat georganiseerde markt. De markt wordt dan georganiseerd en beheerd door een andere partij (bijvoorbeeld een persoon, bedrijf, stichting) dan de gemeente. Ruim de helft van de geïnterviewde ondernemers op de onderzochte markten staat daar negatief tegenover. Bij de Waterloopleinmarkt is dat 68%.

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



Daarnaast is aan ondernemers gevraagd of zij er van uit gaan dat zij over tien jaar nog op deze markt staan. In totaal ziet 59% van de ondernemers zich tegen die tijd nog op de markt staan. Bij de Waterloopleinmarkt is dat 67%. 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 van de Waterloopleinmarkt 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

Gezellig; Ben op mijn 17e begonnen, nu 57, 3 generaties; Als het verander dan wel. Nu veelal hetzelfde, moeilijk om hier in de buurt te komen voor mensen met de auto. Durven niet te parkeren ivm kosten, of ze weten het niet. Google maps geeft aan dat je over Waterlooplein kunt rijden, onhandig; Tot m'n pensioen; Passie; Sociale leven hier; Als ik er mijn brood van kan verdienen, waarom niet; Geen pensioen opgebouwd, niet genoeg tenminste; Het gaat goed met de zaken; Als het kan graag; Het is leuk, dus waarschijnlijk wel

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

Pensioen; Hele tijd in en uitpakken, had eerst kringloop. Wil een box hier; Pensioen; Pensioen; Leeftijd; Pensioen

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

Sterke punten van deze markt volgens ondernemers

Bekend en oud; Uniek over de hele wereld; Mooie historische plek met karakter, bekendheid; Vintage komen veel mensen op af; Rommelmarkt is leuk; Hergebruik; Vintage; De naam en het aanbod; Het aanbod; De locatie; Het is een ontmoetingsruimte; Tweedehands kleding, dat vind je niet op andere markten; De markt bestaat het langst van Nederland; De vlooiemarkt van Amsterdam, de naam; De oude koopmannen, die gaan zelfs als het regent, jeugd denkt te makkelijk; Mart voor een avontuur. Er is nog iets te vinden; Lange traditie, joodse markt; Bekendheid; Beste patat van Amsterdam

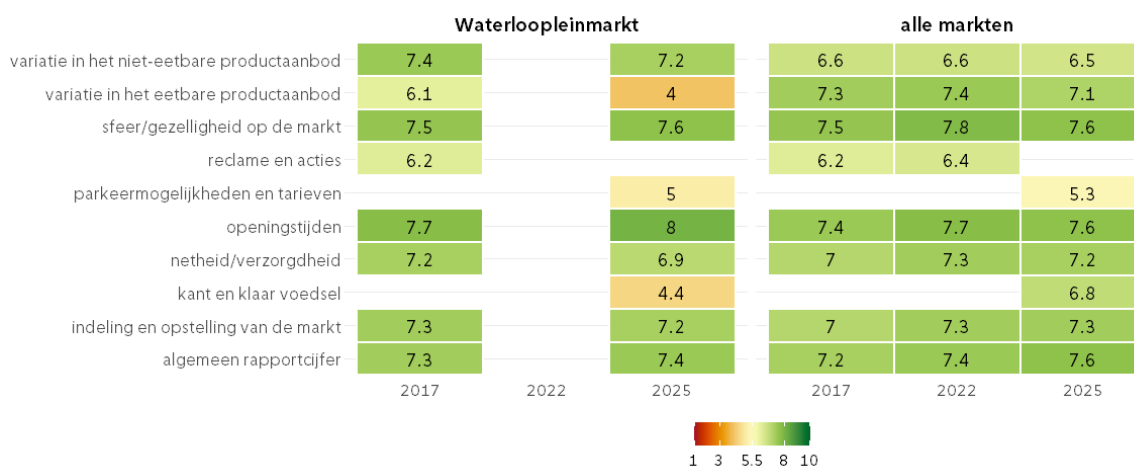
Verbeterpunten van deze markt volgens ondernemers

Te veel kleding; Compacter geheel, alles dichterbij elkaar. Geen verbinding onderling, lijken wel drie, Zwanenburg wal, de boxen en de voorstrip. Meer grondplekken; Allemaal beetje hetzelfde; Drugsdealers in de buurt en shit. Eetkraampjes als kaas en vis werkt niet, weinig buurtfunctie; Minder kleding, meer oude elektrische apparaten bijv; Geen reclame en sommige hebben een vergunning van iemand anders, dus vervanger; Kan netter; De netheid; Het beleid; Meer variatie; Variatie; Meer aanbod; Betere opkomst marktkooplieden; Totale herstructurering; Afval. Terrasjes op de markt zelf; Eenvoud moet blijven; Gelijke behandeling van marktondernemers; Variatie in het aanbod

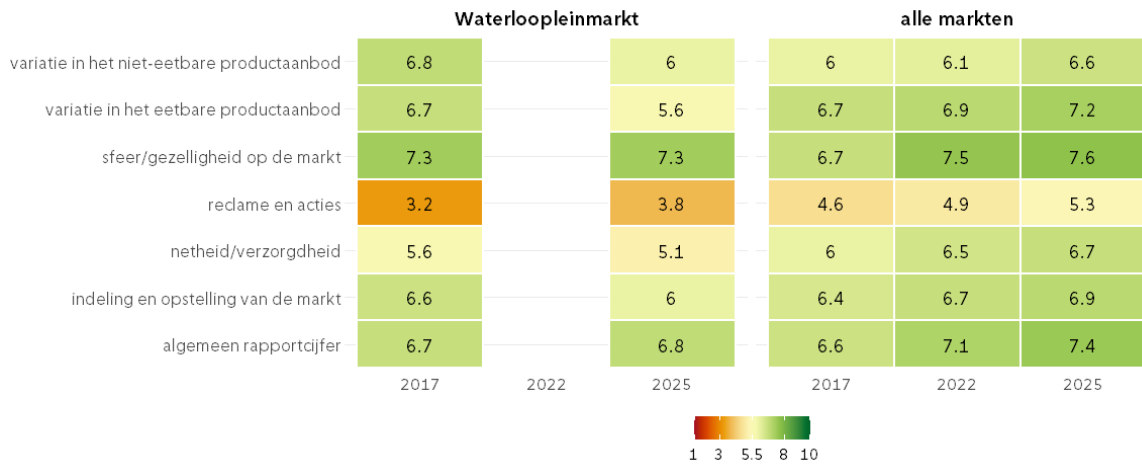
Rapportcijfers

Al sinds 2017 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 Waterloopleinmarkt scoort ten opzichte van andere markten. In 2025 geven bezoekers van de Waterloopleinmarkt een 7,4 als rapportcijfer om hun algehele waardering uit te spreken over deze markt. Ondernemers geven een 6,8. Gemiddeld is door bezoekers op alle markten een 7,6 als rapportcijfer gegeven en door ondernemers een 7,4.

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



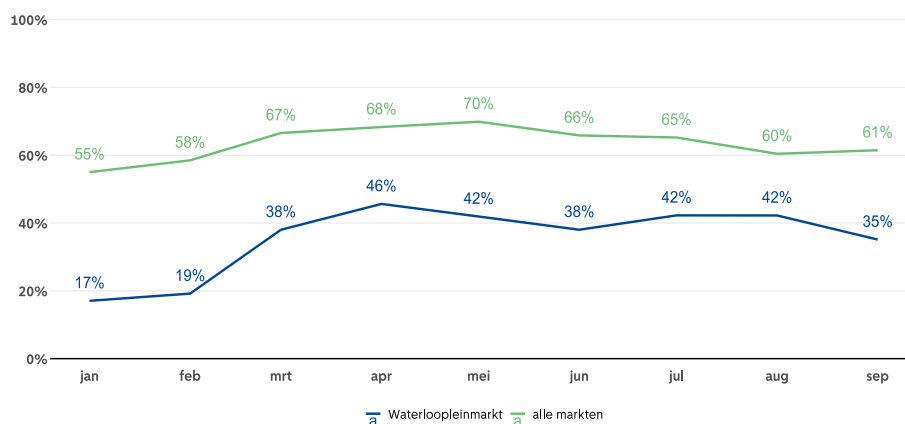
Figuur 26 Oordeel ondernemers Waterloopleinmarkt en gemiddelde van alle markten, 2017, 2022 en 2025 (rapportcijfers)



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 Waterloopleinmarkt zijn in de figuur hieronder weergegeven, deze liggen fors onder het maandelijks gemiddelde.

Figuur 27 Bezettingsgraden Waterloopleinmarkt 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. De volgende antwoorden werden gegeven met betrekking tot de markt op het Waterlooplein.

Opmerkingen van bezoekers

Weinig openbare bankjes om even te zitten, alleen bij de eetkraampjes maar dan moet je we, iets kopen; Belang van markten is enorm dus niet op bezuinigen. Veel kraamhouders gaan met pensioen dus er moet dan wel vervanging te komen om het levend te houden; Kwaliteit kan beter.

Opmerkingen van ondernemers

WC en gemeente koppelen aan markt (ingang aan marktkant); Veel leegstand, doordeweeks meer particulieren toelaten. Ik ben gebaat bij volle markt; Beleid van Amsterdam mag anders, toeristen zijn welkom, bij ons; Ben 55, ben met m'n 67 weg, heb het zien veranderen sinds 89. Maar veel blijft hetzelfde. Kan wel blijven praten maar heeft geen zin. Niet privatiseren, maakt de buurt en de markt niet beter. Ontwrichting door toerisme, dus houd niet in de hand;

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