Onderzoek toekomst warenmarkt Oss



Onderzoek toekomst warenmarkt Oss



Opdrachtgever:
Gemeente Oss

Contactpersonen:
Mevrouw M. van de Poppel
De heer P. Roumen

Projectteam DTNP:
De heer R. Eijkelkamp
De heer M. Peters

Projectnummer:
2505.0324

Datum:
08 november 2024

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

dtnp

INHOUD

Context 1

1.1 Aanleiding en doel 2
1.2 Landelijke context 3
1.3 Lokale ontwikkelingen 4
1.4 Analyse markt 5

Enquêteresultaten 8

2.1 Burgerpanel 9
2.2 Bezoekers en middelgrotecentra-onderzoek 11
2.3 Marktondernemers 13
2.4 Binnenstadsondernemers 15

Conclusies en overwegingen 16

3.1 Perspectief en meerwaarde warenmarkt 17
3.2 Afwegingen marktlocatie 18
3.3 Conclusies en aanbevelingen 21

Bijlagen | enquêtes 24

1 Enquête burgerpanel 25
2 Enquête marktbezoekers 26
3 Enquête marktondernemers 27
4 Enquête centrumondernemers 28
5 Figuren resultaten enquête marktbezoekers 29
6 Figuren resultaten enquête marktondernemers 35
7 Figuren resultaten enquête binnenstadsondernemers 46
8 Figuren resultaten enquête burgerpanel 52

Context



1.1 Aanleiding en doel

Wat is er nodig om een toekomstbestendige warenmarkt voor het centrum van Oss te behouden? Dat is de centrale vraag in dit onderzoeksrapport.

Aanleiding en doel

In het centrum van Oss worden er wekelijks twee warenmarkten gehouden:

- op dinsdagochtend van 08:30 tot 13:00 uur op het Eikenboomgaardplein, Terwaenen en de Heuvel;
- op zaterdag van 08:30 tot 13:30 uur op het Eikenboomgaardplein en van 8:30 tot 17:00 uur op de Heuvel.

In totaal bieden wekelijks 31 marktkooplieden een uiteenlopend food- en non-foodaanbod aan. Een deel van hen is op beide dagen aanwezig.

De gemeente wil graag weten hoe de warenmarkt een begrip kan blijven in het centrum van Oss. Het doel van dit onderzoek is dan ook om op basis van een beoordeling van de toekomstbestendigheid, de functie en positie, de samenstelling en de locatie van beide warenmarkten in het centrum van Oss te beschrijven hoe de warenmarkt voort kan en een meerwaarde voor het centrum als geheel kan zijn.

Totstandkoming onderzoeksrapportage

Om meer inzicht te krijgen in het bezoek aan en de waardering van de warenmarkt zijn er voor dit onderzoek diverse enquêtes uitgevoerd. Deze enquêtes zijn gehouden onder zowel marktondernemers als marktbezoekers, maar ook winkel- en horecaondernemers uit het centrum van Oss en inwoners zijn bevraagd over de warenmarkt.

Tijdens de uitvoering van dit onderzoek hebben er drie overleggen plaatsgevonden met een breed opgezette werkgroep. Hierin waren alle betrokken partijen vertegenwoordigd: gemeente, marktcommissie en binnenstadsondernemers. Met deze werkgroep zijn de enquêteresultaten besproken. Ook is er van gedachten gewisseld over een eventueel andere locatie en/of opstelling van de binnenstadsmarkt. Tussentijds heeft tevens overleg plaatsgevonden met de portefeuillehouder en met een bredere afvaardiging van marktondernemers.

Leeswijzer

De lokale uitgangssituatie wordt verderop in dit hoofdstuk geschetst. Ook wordt hier op actuele trends en ontwikkelingen omtrent warenmarkten ingegaan, net als op de rol van de warenmarkt voor centrumgebieden.

Vervolgens worden in hoofdstuk 2 de resultaten van de enquêtes en de gesprekken beschreven. Ook het middelgrotecentra-onderzoek dat door DTNP eerder dit jaar in de binnenstad van Oss is uitgevoerd komt in dit hoofdstuk aan bod.

Tenslotte geeft hoofdstuk 3 een advies (en de voorwaarden) voor de marktlocatie en -samenstelling voor de komende jaren. Hierbij wordt rekening gehouden met het belang van de warenmarkt, en tevens met het belang van het centrum als geheel.



De dinsdagmarkt op het Eikenboomgaardplein

1.2 Landelijke context

Het marktaandeel van de warenmarkten binnen de totale Nederlandse detailhandel is al jaren bescheiden te noemen (< 2%)[a] en staat steeds verder onder druk. Door toenemende concurrentie vanuit zowel de fysieke winkelmarkt als het online aankoopkanaal, door een gebrek aan opvolging en door de vergrijzende bezoekers voelen steeds meer marktondernemers zich genoodzaakt om te stoppen. Deze terugloop is vooral zichtbaar in de non-foodsector.

Toenemende concurrentie

Van oudsher is de betaalbaarheid iets waarin de ambulante handel zich onderscheidt van de permanente detailhandel. Met de opkomst van discountformules als Action, Primark, Decathlon en Die Grenze is hier echter verandering in gekomen. Ook de snelle groei van online winkelen heeft de concurrentie voor marktondernemers verhevigd. Het gevolg is dat met name in veel non-foodbranches de marktbestedingen teruglopen. Het aantal marktondernemers neemt af door gebrek aan opvolging. De foodsector (vers en directe consumptie) en frequente benodigdheden (o.a. bloemen) doen het doorgaans nog wel goed op de weekmarkt.

a DTNP (2017), Proeven en ontmoeten, toekomstvisie voor de ambulante handel, in opdracht van CVAH.

Roerige tijden

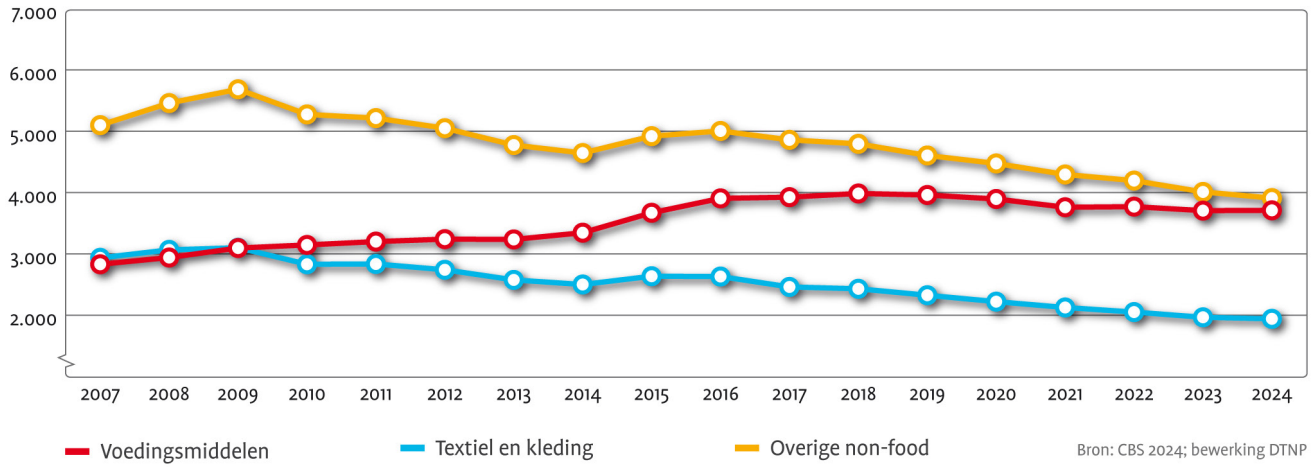
Op dit moment komt er veel op marktondernemers af. De kosten voor bijvoorbeeld inkoop, personeel, energie en brandstof zijn sterk gestegen, terwijl de consument nog altijd een lage prijs verwacht op de markt. Ook wordt de wet- en regelgeving steeds strenger, bijvoorbeeld op het vlak van veiligheid of milieu. Meevaller voor ondernemers is wat dit betreft dat recent besloten is voor veel bakwagens een voorlopige uitzondering van de zero-emissiezones in te stellen[b]. Maar in het licht van de concurrentie, hoge kosten en regeldruk is het niet verwonderlijk dat veel bedrijven geen opvolging vinden.

b CVAH (maart 2024), Bakwagens uit 2017 t/m 2019 mogen langer de zero-emissiezones in.

Demografie of belevingsbehoefte als kans?

Voor veel warenmarkten is de oudere doelgroep de meest trouwe groep bezoekers. De vergrijzende samenleving kan dan ook een kans betekenen; een grotere groep ouderen die ook doordeweeks de tijd heeft om naar de markt te gaan. Anderzijds is het nog maar de vraag in welke mate de ‘nieuwe ouderen’ in dezelfde mate trouw zullen worden aan de warenmarkt. Hoe dan ook ligt er voor de (soms conservatieve) ambulante handel de opgave om ook een nieuwe, jongere doelgroep te enthousiasmeren voor de weekmarkt, door in te zetten op innovatie in het aanbod en een totaalbeleving. De jongere generatie houdt van het ‘consumeren’ van de lokale identiteit en heeft hier, dankzij het toegenomen deeltijdwerken, ook relatief veel tijd voor.

Ontwikkeling aantal bedrijven ambulante handel Nederland



Bron: CBS 2024; bewerking DTNP

1.3 Lokale ontwikkelingen

De markt in Oss is van oudsher een begrip in de regio. Toch is ook deze markt niet immuun voor de landelijke trends.

Minder marktondernemers

In de afgelopen tien jaar is het totaal aantal marktondernemers dat wekelijks te vinden is op de Osse markt afgenomen. Dit geldt vooral voor de markt op dinsdag: in 2014 waren er hier 40 marktondernemers te vinden, waarvan circa driekwart non-foodproducten verkocht. In de 10 jaar die daarop volgde is dit aantal afgenomen naar totaal 22 marktondernemers op de markt op dinsdag, waarvan ruim de helft non-foodproducten verkoopt. Het aantal marktondernemers met een standplaats op zaterdag is in diezelfde periode nagenoeg gelijk gebleven. Wel is er hier een verschuiving zichtbaar binnen het aanbod: het aantal ondernemers met een non-foodassortiment is in 10 jaar tijd afgenomen van 7 naar 4, en het aantal marktkramen met voedingsmiddelen is licht toegenomen, van 11 naar 13.

Ondanks de terugloop in het aantal ondernemingen geven de marktondernemers aan tevreden te zijn met het functioneren van beide markten: zowel de locatie als de eigen plek op de markt wordt goed beoordeeld (zie enquêteresultaten in paragraaf 2.3, p. 13). Graag zouden de ondernemers meer collega's zien op de dinsdagmarkt. De wens van een grotere markt op die dag bestaat ook bij veel winkelondernemers.

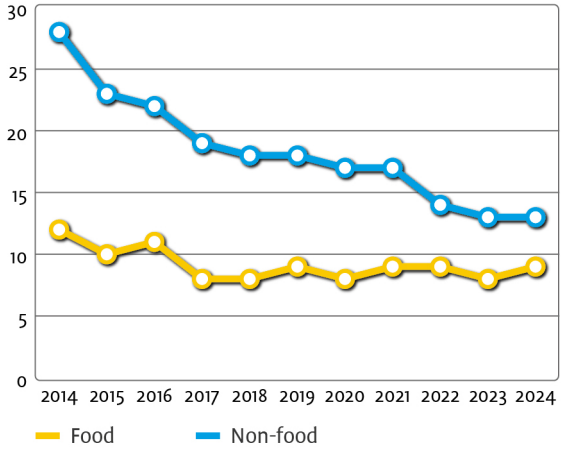
Nieuwe binnenstedelijke ontwikkelingen

Sinds het leegkomen van warenhuis V&D in het hart van de binnenstad is er gewerkt aan een nieuwe invulling van de ruimte tussen de Walstraat en de Carmelietenstraat. Uiteindelijk is er gekozen voor Het Walkwartier, een appartementencomplex dat ook maatschappelijke functies, waaronder de bibliotheek, en enkele winkels en horecazaken gaat herbergen. De openbare ruimte in dit gebied wordt herontwikkeld: de voormalige parkeerplaats op deze locatie maakt plaats voor een groen ontmoetingsplein met speelobject, de zogenaamde SpeelOss.

Stadshart Oss 2025

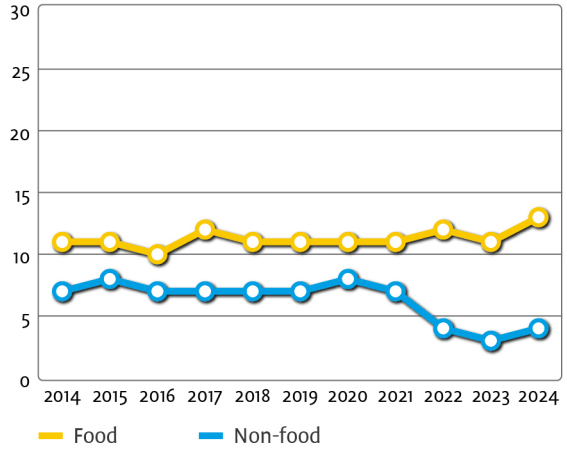
Tegelijk met dit onderzoek wordt er gewerkt aan een actualisatie van de Koers Stadshart Oss voor het jaar 2025 en verder. Dit onderzoek zal, voor het bepalen van de toekomstige ontwikkelrichting van de beide binnenstadsmarkten, daarin worden meegenomen.

Aantal marktondernemers op dinsdag



Bron: gemeente Oss, juli 2024; bewerking DTNP

Aantal marktondernemers op zaterdag



Bron: gemeente Oss, juli 2024; bewerking DTNP

1.4 Analyse markt

De markt van Oss bevindt zich op een centrale plaats in het centrum. De marktkooplieden staan op dinsdag op de Heuvel, Terwaenen en het Eikenboomgaardplein. Op zaterdag is er markt op de Heuvel en het Eikenboomgaardplein.

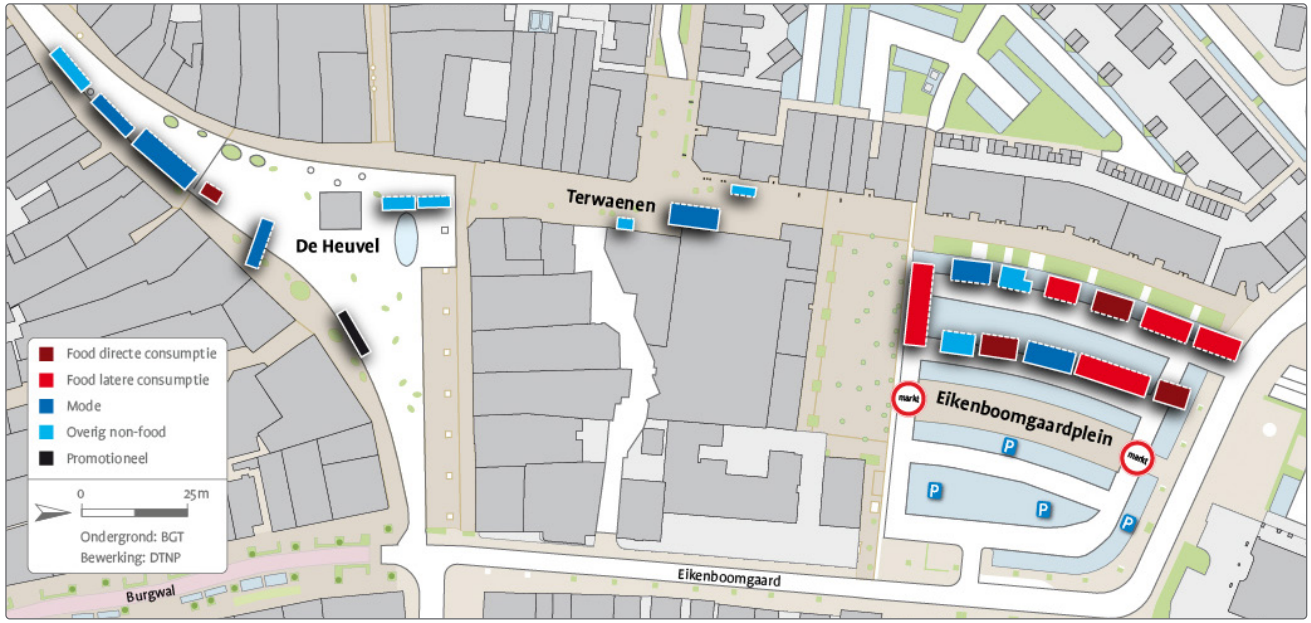
De Heuvel vormt het centrale plein van de binnenstad. Hier zijn zowel dagelijkse als niet-dagelijkse winkels en een aantal horecaondernemingen met terrasuitstalling gevestigd. Terwaenen is een winkelstraat met een mix van horeca, dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. Terwaenen vormt tevens de toegangstraat naar de binnenstad vanuit het Eikenboomgaardplein en het Burchtplein. Het Eikenboomgaardplein heeft met circa 180 parkeervakken een parkeerfunctie voor centrum bezoekers. Aan de zuidkant ligt een groenstrook waaraan enkele winkelondernemers gevestigd zijn. Als er markt wordt gehouden op dit plein is parkeren alleen mogelijk aan de oostzijde (± 80 vakken). Ten noorden van het Eikenboomgaardplein ligt het Burchtplein, eveneens een centrumparkeerlocatie, met circa 250 parkeervakken. Aan dit plein is een supermarkt gevestigd. Tijdens de markt zijn op deze noordelijke parkeerterreinen zo'n 330 in plaats van 430 parkeerplekken beschikbaar (-19%).

De dinsdagmarkt

De eerste markt van de week wordt op dinsdagochtend gehouden, van 8:30 tot 13:00 uur. Op deze markt staan in totaal 22 ondernemers. Twaalf van hen staan op het Eikenboomgaardplein, drie op Terwaenen en zeven op de Heuvel. Op deze laatste twee locaties staan binnen de circa 200 meter tot aan het Eikenboomgaardplein 10 marktkramen met uitsluitend non-foodproducten, en een stroopwafelverkoper. De kramen met food-producten bevinden zich op het Eikenboomgaardplein. Op dit plein staan ook 3 non-food-marktondernemers, die bloemen en planten, kleding en dierenbenodigdheden verkopen. Het plein is op dinsdag dus een duidelijk 'versplein'.

De marktkramen op het Eikenboomgaardplein zijn in een U-vorm opgesteld. Zij beslaan de westelijke helft van het plein (zo'n 100 parkeervakken), en staan hierdoor op de route van de voetgangers die de binnenstad in of uit lopen. De andere helft van het plein is op deze dag wel beschikbaar voor parkeren. De voorkanten van

Opstelling warenmarkt Oss dinsdag



de marktkramen zijn naar binnen gericht, waardoor er een knusse compacte markt, zonder gaten ontstaat (mits iedereen er is!). De voertuigen van de ondernemers staan aan de achterkant van elke rij, waar ze geen hinder opleveren. Als er door (tijdelijke) afwezigheid van een kraam een opening valt in de opstelling doet dit door het stenige karakter van het Eikenboomgaardplein relatief veel afbreuk aan de sfeer en beleving van deze marktlocatie. Winkelondernemers ondervinden weinig hinder van de blinde achterkanten van de marktkramen. Alleen aan de zuidzijde beperkt een relatief grote AGF-kraam het zicht vanaf het Eikenboomgaardplein op de ondernemingen die gevestigd zijn aan Park Terwaenen. Deze winkels liggen met hun entree op het noorden. Door de bomen in de groenstrook vallen de voorgevels hierdoor snel in de schaduw, wat de zichtbaarheid reeds beperkt. Vanaf de kop van de winkelstraat is wel vrij zicht op deze wand, ook als de markt er staat.

De winkelstraat Terwaenen tot en met de ingang van de Heuvel is relatief krap. Hierdoor staan de drie marktkramen in dit gebied vrijwel direct met hun achterkant tegen een winkelgevel aan. Het betreft hier maar een beperkt aantal slim gepositioneerde kramen; de winkelentrees zijn goed bereikbaar. De situatie op de Heuvel



Beperkte ruimte op Terwaenen, maar open kramen slim ingepast


Dichte wagens beperken het zicht op achterliggende winkels


Combi markt en horeca brengt levendigheid op de dinsdag


Gat in de marktopstelling als iemand afwezig is

zelf is iets anders: vijf marktkramen op deze locatie staan met hun achterkant voor een aantal winkels en deels ook voor hun entrees. Er wordt ruimte gelaten tussen marktwagens, maar alsnog beperken de overwegend grote wagens deels het zicht vanaf de winkelstraat op deze ondernemingen. De andere twee marktkramen staan tegenover horecaterrassen, waardoor hier een levendig geheel ontstaat.

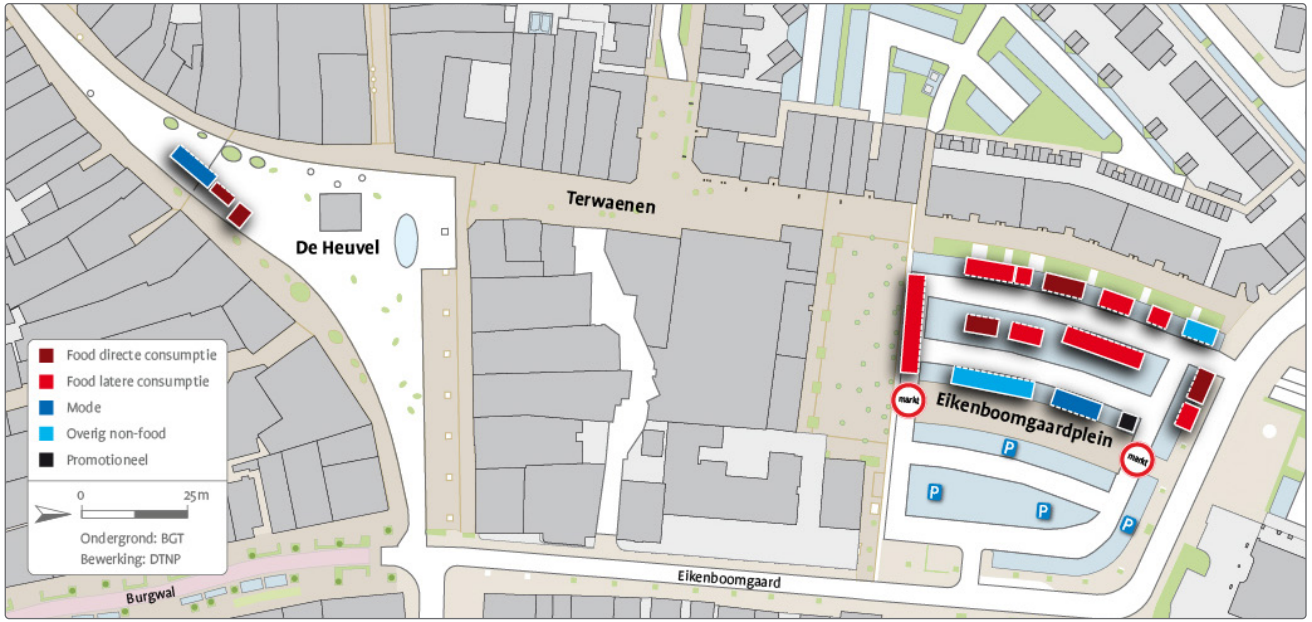
De zaterdagmarkt

De markt op zaterdag begint om 8:30 uur en duurt voor het Eikenboomgaardplein tot 13:30 uur. Op de Heuvel kan men, net als in de winkels, tot 17:00 uur terecht. Op het Eikenboomgaardplein zijn 14 kramen te vinden, waarvan er 12 een food-assortiment voeren. De indeling van de marktkramen is hier vergelijkbaar met die van de dinsdag, alleen wordt er op zaterdag een rij ten oosten van de U-opstelling toegevoegd, waardoor men hier als het ware een rondje kan lopen. Op de Heuvel zijn drie marktkramen te vinden: een met beenmode en twee kleinere kramen die snacks verkopen. Voor deze deellocatie bestaat sinds 2016 een uitsterfconstructie voor de zaterdagmarkt. Dat wil zeggen dat er bij vertrek van de huidige ondernemers geen nieuwe marktondernemers meer mogen komen. Het zichtbeperkende karakter van grote verkoopwagens voor winkelondernemers is op deze drukke winkeldag hinderlijk en een belangrijke aanleiding voor de uitsterfconstructie. De marktondernemers die hier momenteel nog staan zijn dan ook als reactie hierop wat verder van de gevel gezet en de beenmodewagen is op zaterdag kleiner dan op dinsdag. Doordat er op zaterdag geen kramen meer op Terwaenen staan, hebben de delen van de markt op de Heuvel en op het Eikenboomgaardplein geen directe relatie meer met elkaar.



Ook op zaterdag staat de AGF-kraam voor Park Terwaenen

Opstelling warenmarkt Oss zaterdag



Enquêteresultaten



2.1 Burgerpanel

Leden van het burgerpanel geven beide markten een krappe voldoende. Het huidige productaanbod wordt lager gewaardeerd dan 5 en 10 jaar geleden. Inwoners komen vooral voor food naar de markt. Een deel van de niet-bezoekers lijkt nog te verleiden met een meer divers of ander aanbod.

De gemeente Oss heeft in juli 2024 het onderzoek Evaluatie centrummarkt uitgevoerd onder 679 leden van het burgerpanel, woonachtig in de gemeente. Dit onderzoek is eerder in 2019 en 2015 op een vergelijkbare manier uitgevoerd.

Meer marktbezoekers, maar minder frequent

60% van de respondenten heeft in de afgelopen 12 maanden minstens één keer een markt in Oss bezocht. In 2019 was dit 50%. Een deel van de marktbezoekerts bezoekt de markt op beide dagen.

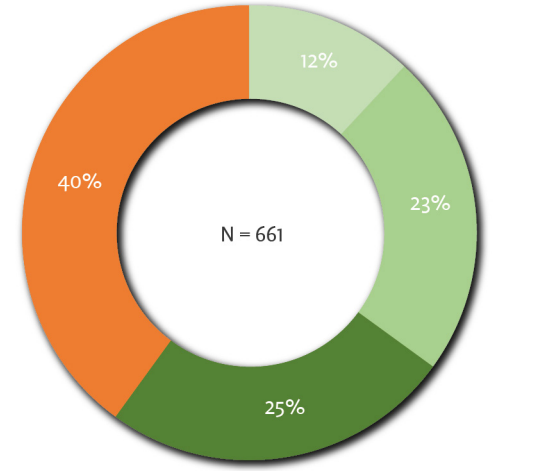
Het aantal keer dat men de markt bezoekt is gedaald. De meeste panelleden bezochten de markt in 2019 één à twee keer per maand. In 2024 komen de panelleden nog zo'n één à twee keer per kwartaal naar de markt. Ook het aandeel respondenten dat aangeeft wekelijks de markt te bezoeken is gehalveerd, van 26% in 2019 naar 13% in 2024.

Binnen de 40% die aangeeft de markt niet te hebben bezocht geeft 35% als reden dat het marktmoment hen niet uitkomt. Ook een weinig divers productaanbod wordt als reden genoemd. Bijna de helft van de niet-marktbezoekers gaat überhaupt nooit naar een markt.

Veel combinatiebezoek, food populair

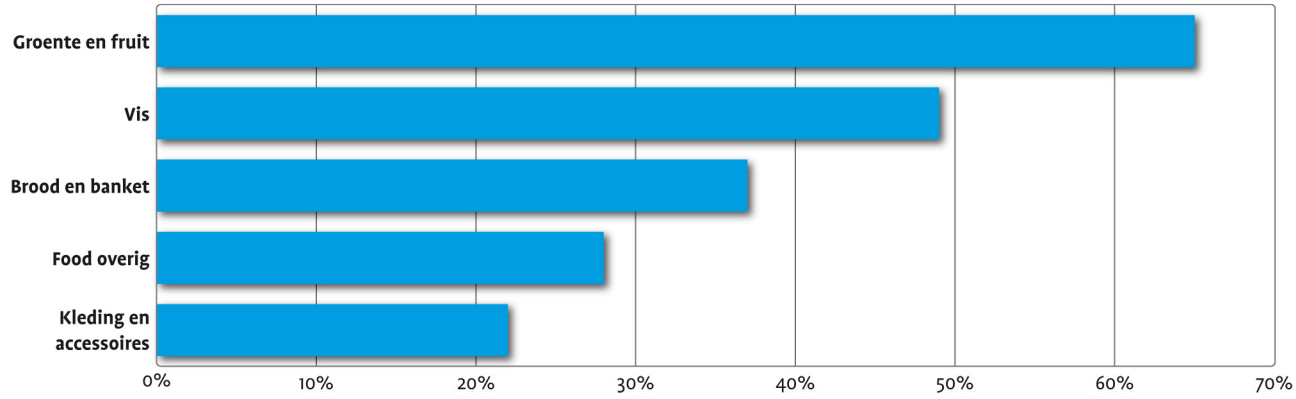
44% van de respondenten die de markt weleens bezoekt geeft aan dat ze naast een bezoek aan de markt ook winkels en horeca bezoeken. 42% doet dit af en toe. Een groep van bijna 90% doet dus (regelmatig) aan

Heeft u in de afgelopen 12 maanden de markt bezocht?



Bron: gemeente Oss, juli 2024; bewerking DTNP

Voor welke producten komt u naar de markt in Oss? (top 5)



combinatiebezoek met horeca en winkels. Meer dan de helft van de respondenten komt naar de markt voor groenten en fruit (63%). Ook vis (52%) en brood (37%) zijn populair (zie grafiek p.9). Ten opzichte van 2019 komen er meer mensen specifiek naar de markt voor food-producten. De grootste non-foodbranche, namelijk kleding en accessoires, trekt daarentegen minder mensen naar de markt dan voorheen. Deze trendverschuiving hangt samen met de toename van het aantal food-ondernemers op de markt in Oss en de afname van het aantal non-foodverkopers (zie paragraaf 1.3).

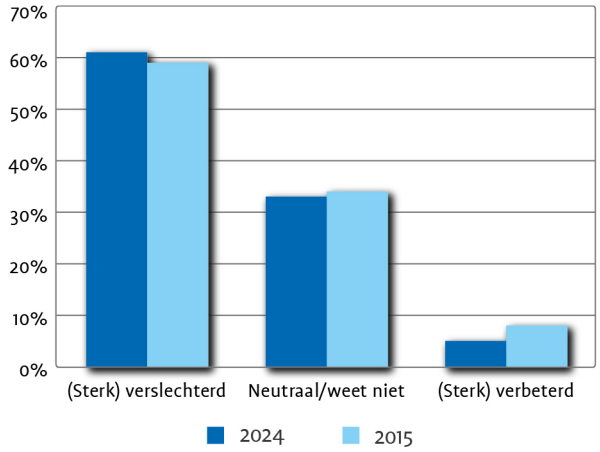
Markt- en aanbodwaardering afgenomen

De dinsdagmarkt kreeg van de marktbezoekers in 2019 een 6,0. Anno 2024 is dit gedaald naar een 5,7. De markt op zaterdag kreeg in 2015 een 6,4 en in 2024 een 6,2. Beide markten scoren dus lager dan een aantal jaar geleden. Circa 60% vindt dat de markt op dinsdag er in de afgelopen jaren op achteruit is gegaan, voor de zaterdagmarkt is dit ongeveer 45%. Bijna de helft van de bezoekers is ontevreden met het productaanbod op dinsdag (was 34% in 2015). Een kwart van hen vindt het aanbod nog steeds goed of voldoende (was 41% in 2015). De markt op zaterdag laat vergelijkbare percentages zien. In 2015 was een kwart ontevreden over het aanbod en in 2024 blijkt dit percentage te zijn opgelopen naar 40%. Deze gedaalde waardering van het aanbod uit zich bij 54% van de respondenten in het feit dat zij op beide markten bepaalde artikelen missen. Concreet worden de producten van een stoffen- en kledingkraam het meeste gemist, net als fournituren. Ook geeft circa 20% aan de marktartikelen te duur te vinden. Dit gemis van artikelen en de te hoge prijs worden beide iets vaker genoemd voor de dinsdag- dan voor de zaterdagmarkt.

Suggesties voor de markt

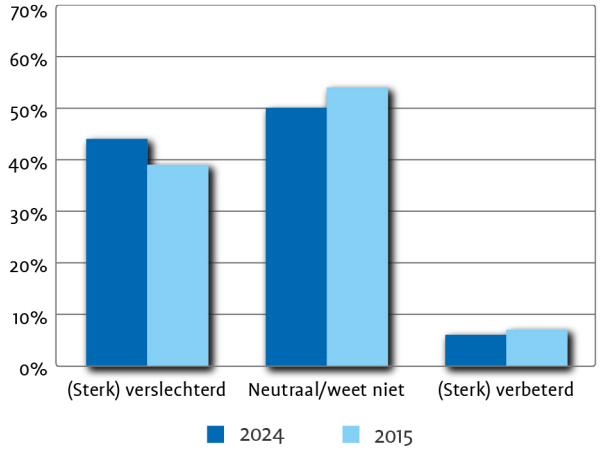
Een van de vragen die zowel aan de marktbezoekers als de niet-marktbezoekers gesteld is, is wat er aan de markt zou moeten veranderen om de panelleden vaker naar de markt te laten komen. Bijna de helft, 46%, geeft aan de markt vaker te bezoeken als het aanbod uitgebreider zou zijn. 7% heeft behoefte aan een andere marktlocatie en een ander tijdstip. Een grotere markt en/of een meer geclusterde opzet is een regelmatig genoemde wens voor verbetering. 22% geeft echter aan dat niets hen naar de markt zou kunnen trekken; de markt simpelweg geen onderdeel van hun kooppatroon.

Hoe heeft de markt op dinsdag zich ontwikkeld?



Bron: gemeente Oss, juli 2024; bewerking DTNP

Hoe heeft de markt op zaterdag zich ontwikkeld?



Bron: gemeente Oss, juli 2024; bewerking DTNP

2.2 Bezoekers en middelgrotecentra-onderzoek

De dinsdagmarkt heeft voor het centrum van Oss een grote aantrekkende werking; er komen veel bezoekers op af die het centrum anders niet hadden bezocht. Naast de markt bezoekt een groot deel ook andere centrumfuncties.

Op dinsdagochtend 21 mei 2024 zijn er op de warenmarkt enquêtes afgenomen onder marktbezoekers. Ook zijn er observaties gedaan op en rond de markt. De resultaten van deze enquête zijn opgenomen in de bijlage.

Demografie en bezoekredenen

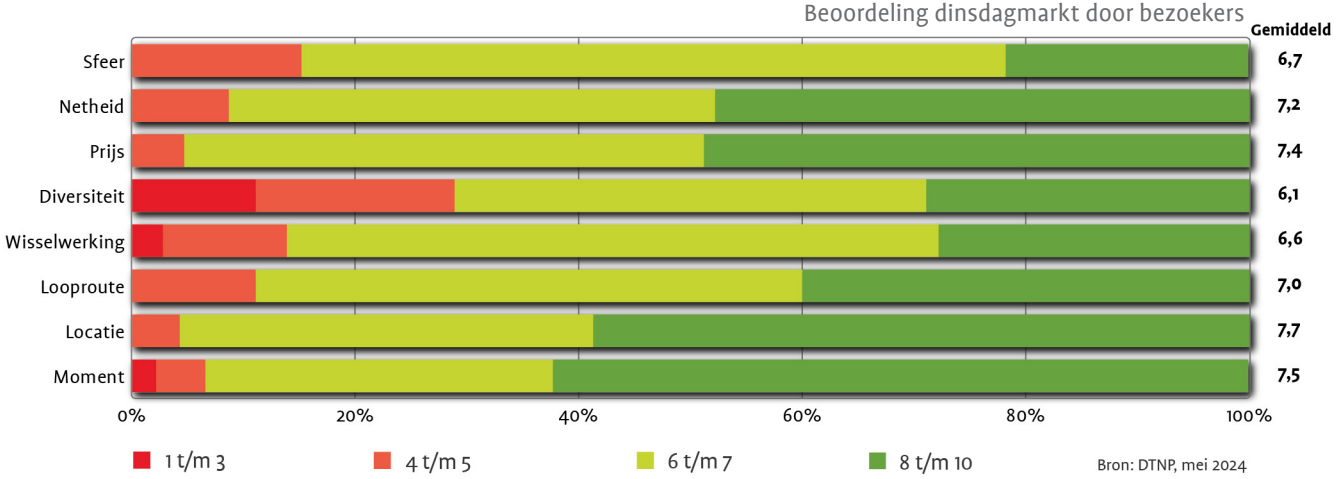
Van de 49 bevraagden valt 37% in de leeftijdscategorie van 55 tot 67 jaar oud en nog eens 37% is 67 jaar of ouder. De overgrote meerderheid van de marktbezoekers is dus 55 jaar of ouder. Iets meer dan de helft van de ondervraagden komt uit de stad Oss (57%) en 39% komt van elders uit de gemeente. Iets meer dan de helft van de ondervraagden bezoekt de dinsdagmarkt elke week (55%). Voor de groep bezoekers die woonachtig is in de stad Oss ligt dit percentage iets hoger, namelijk op 60%. Een kwart van de ondervraagden geeft aan minder dan één keer per maand op de dinsdagmarkt te komen.

De dinsdagmarkt als publiekstrekker

Ruim 80% van de ondervraagden gaf aan het centrum op dinsdag primair voor de markt te bezoeken. Bijna de helft zei zelfs niet naar het centrum te zijn gekomen als er geen markt zou zijn geweest (43%).

Tweederde van de ondervraagden combineert het marktbezoek met een bezoek aan andere functies, zoals een of meerdere recreatieve winkels (38%), boodschappenwinkels (36%) of horeca (24%). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de dinsdagmarkt een grote trekkende werking heeft voor het centrum van Oss. Zonder markt zouden er minder bezoekers te vinden zijn op de dinsdag. Verder verblijven bezoekers gemiddeld 43 minuten op de markt: ruim de helft (54%) blijft 30 minuten of minder op de markt en 33% blijft er tussen de 31 en 60 minuten.

Beoordeling dinsdagmarkt door bezoekers



Bron: DTNP, mei 2024

Food in trek, non-food wordt gemist

Vrijwel alle ondervraagden gaven aan voor een specifiek product naar de markt te komen (96%). Ongeveer tweederde van deze producten is food (68%), dat voor ruim de helft vers voor thuis betrof (bijv. kaas en AGF), maar ook regelmatig eten voor directe consumptie betrof (bijv. kibbeling). De populariteit van het foodaanbod ligt in lijn met de landelijke markttrends (zie 1.2). 30% van de respondenten geeft aan een of meerdere branches te missen op de dinsdagmarkt. Dit betreft vooral non-foodbranches. De diversiteit van het non-foodaanbod is dan ook afgenomen.

Cijfers voor de markt

Dat men een diverser productaanbod mist, is ook terug te zien in de beoordeling van de dinsdagmarkt op een achttal aspecten (zie grafiek pagina 11), hoewel een deel wel positief is over de diversiteit. Tijdens het afnemen van deze enquête gaven sommige respondenten aan dat ze het aanbod eigenlijk niet meer toerijkend vonden, maar hier in veel gevallen geen harde onvoldoende aan wilden geven. De sfeer op de dinsdagmarkt kreeg ook meermaals een laag rapportcijfer. Hierbij gaf men aan dat de markt te klein is en dat de opstelling ervan gaten bevat[a]. Ook wat betreft de wisselwerking met andere winkels is er ruimte voor verbetering. De best beoordeelde aspecten zijn locatie, moment, prijs en netheid.

De zaterdagmarkt

In april 2024 is er door DTNP, in het kader van het middelgrotecentra-onderzoek een enquête gehouden in het gehele centrum van Oss, onder andere op een zaterdag. Van de 116 ondervraagden op deze zaterdag geven er 43 aan de zaterdagmarkt te hebben bezocht of te gaan bezoeken (37%).

- Respondenten uit de enquête die op zaterdag de markt bezoeken zijn gemiddeld 56 jaar oud. De niet-marktbezoekers zijn gemiddeld iets jonger, namelijk 48 jaar. De markt trekt een wat ouder publiek.
- Van de marktbezoekers komt circa 25% van elders uit de gemeente Oss. Van de niet-marktbezoekers is dit 18%. De warenmarkt trekt relatief veel inwoners uit omliggende dorpen naar het stadscentrum van Oss.

a Op de dag van het enquêteren waren er enkele marktondernemers afwezig op het Eikenboomgaardplein.

Gelet op het combinatiebezoek en het deels afwijkende bezoekersprofiel (inwoners van buiten de stad) kan gesteld worden dat ook op zaterdag de markt tot extra centrumbezoek leidt. Doordat de zaterdag sowieso een drukker bezochte dag is, valt deze bezoekersstroom minder op. De gemiddelde marktbesteding ligt op ongeveer 26 euro per marktbezoeker. Tenslotte geven de 43 marktbezoekers de markt op zaterdag gemiddeld een 6,7.



Warenmarkt weet veel publiek uit omliggende dorpen te trekken

2.3 Marktondernemers

Uit een enquête onder de marktondernemers blijkt dat ze best tevreden zijn met beide markten. De locatie van de markt is wat hen betreft prima. Graag zien zij meer ondernemers op de markt op dinsdag.

Onder de marktondernemers van Oss is in juni 2024 een vragenlijst verspreid. Daarin werd hen onder andere gevraagd naar hun mening over de twee weekmarkten, hun eigen functioneren en hun toekomstplannen. 29 van de 31 marktondernemers hebben deze enquête ingevuld.

Marktlocatie en -moment goed beoordeeld

Een aantal vragen gaat in op de tevredenheid van de marktondernemers met de locatie van beide markten, en met hun eigen plek op de markt. 86% is tevreden met de eigen plek op de markt op dinsdag. De zaterdag krijgt ook een ruime voldoende: 81% is hier blij met de standplaats. Daarnaast wordt de locatie van beide markten zeer goed beoordeeld: 84% geeft aan tevreden te zijn met de marktlocatie op dinsdag. Voor de markt op zaterdag is dit zelfs 100%. Onder marktkooplieden is er geen aanleiding om grote veranderingen aan te brengen in de locatie of opstelling van beide markten. Dit geldt ook voor het tijdstip waarop beide markten worden gehouden; circa 80% geeft aan hier niets in te willen veranderen. Vier dinsdagondernemers geven aan dat ze de openingstijd van deze markt graag een half uur naar voren zouden willen trekken. Ook op de zaterdag zijn er drie ondernemers die wat eerder zouden willen beginnen.

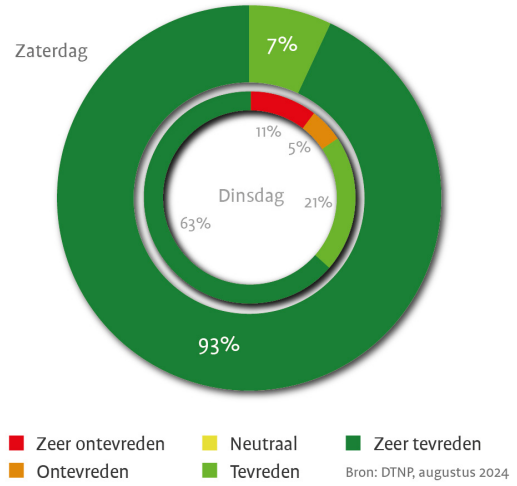
Wisselwerking met centrumondernemers kan beter

De wisselwerking tussen de markt en andere ondernemingen in het centrum wordt wisselend beoordeeld: een derde is expliciet tevreden over de wisselwerking met horecazaken en de helft over de wisselwerking met winkels. Dit geldt voor beide markten. Deze bevindingen liggen in lijn met die van de bezoekersenquête (zie 2.2). Men ziet kansen in het beter naar elkaar doorverwijzen van klanten van en naar winkel- en marktondernemers.

Financiële gezondheid redelijk

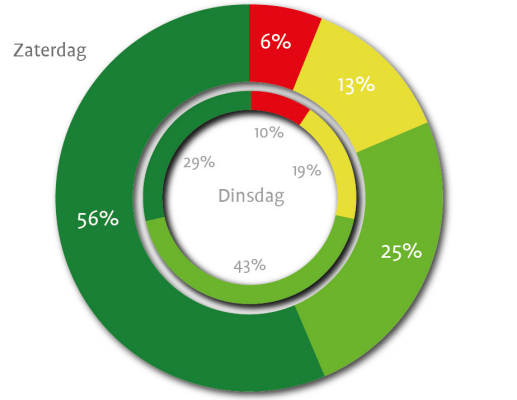
De ondernemers beoordelen hun economisch functioneren op de Osse markten met een voldoende. Van de dinsdagondernemers geeft ongeveer 70% aan tevreden te zijn. Van de ondernemers die op zaterdag actief zijn ligt dit percentage iets hoger, op 80%. Deze hogere

Tevredenheid marktondernemers over locatie markt



Bron: DTNP, augustus 2024

Tevredenheid marktondernemers over economisch functioneren



Bron: DTNP, augustus 2024

score van de markt op zaterdag komt ook naar voren uit de respons over het eigen economisch functioneren ten opzichte van andere markten die deze ondernemers wekelijks bezoeken. 63% van hen is tevreden over zaterdag, 6% niet. 52% is tevreden over dinsdag, maar 30% niet. Dit betekent dat dinsdag als doordeweekse marktdag economisch minder functioneert dan andere doordeweekse markten die de ondernemers in de regio aandoen.

Ongeveer de helft van de dinsdagmarktondernemers geeft aan in de periode van 2022 tot en met 2024 een positieve omzetontwikkeling te hebben doorgemaakt. Op zaterdag geldt dit voor circa 69%. Op beide marktdagen is bij 20% van de ondernemers de omzet gedaald. Men is grotendeels tevreden over het gemiddelde aantal marktbezoekers, vooral op zaterdag. Al met al lijken de marktondernemers financieel redelijk gezond, al zit er vooral ruimte voor verbetering bij de ondernemers op dinsdag.

Productaanbod dinsdag beperkt

Iets meer dan de helft van de marktondernemers van dinsdag is tevreden over de diversiteit van het productaanbod. Een evengrote groep geeft aan dat zij graag meer ondernemers zouden zien op de markt op dinsdag. Deze wens bestaat ook bij ± 30% van de marktondernemers van zaterdag, al is bij hen een grotere groep, namelijk 85%, tevreden met het productaanbod.

Vergrijzing en enkele stoppers

De gemiddelde leeftijd van de marktondernemers is 53 jaar. Er is dus sprake van vergrijzing bij de Osse marktondernemers. Drie ondernemers geven aan te willen stoppen in de komende drie jaar[a], waarvan er één opvolging klaar heeft staan. Het kunnen aantrekken van nieuwe marktondernemers is gezien de landelijke ontwikkelingen echter niet vanzelfsprekend.

Verder geven ondernemers aan dat zij het belangrijk vinden dat alle marktondernemers producten van goede kwaliteit verkopen om zo de markt als geheel slagkracht te kunnen geven. Ook zou de communicatie beter kunnen tussen de marktondernemers zelf, maar ook met de binnenstadsondernemers. Om de markt beter onder de aandacht te brengen, stellen de marktondernemers dat er meer reclame voor de markten van Oss gemaakt zou kunnen worden.

a De marktondernemer met dierbenodigdheden is inmiddels ook gestopt en een olijven en tapas ondernemer is op proef in de plaats gekomen (situatie oktober 2024).



Op dinsdag vergezelt een draaiorgel de marktbezoekers


Markt op de Heuvel

2.4 Binnenstadsondernemers

Ook de binnenstadsondernemers is gevraagd wat zij vinden van de twee markten van Oss. In totaal hebben 102 ondernemers uit de binnenstad hun mening gegeven. Velen benadrukken het belang van de markt en een meer binnenstedelijke marktlocatie. De ondernemers vinden het jammer dat de markt kleiner wordt.

Dinsdag geeft reuring, maar aantal bezoekers neemt af

Ongeveer de helft van de bevraagde binnenstadsondernemers is positief noch negatief over de hoeveelheid marktbezoekers. 15% is tevreden met de hoeveelheid marktbezoekers op dinsdag, voor zaterdag is dat 25%. Ondernemers geven aan dat zij op de dinsdag een terugloop in het aantal bezoekers ervaren. Dat is jammer, want vooral de markt op dinsdag zorgt voor extra reuring in het centrum, aldus veel ondernemers.

Over de wisselwerking tussen hun onderneming en de markt zijn de ondernemers wisselend te spreken. Veel ondernemingen liggen überhaupt niet in de marktloop en profiteren hierdoor beperkt. Ook geven enkele ondernemers aan dat hun zichtbaarheid door marktwagens wordt belemmerd. Meerdere ondernemers zijn juist enthousiast over het kunnen profiteren van marktbezoekers. Vergroting van de markt wordt vaak als kans genoemd om daarmee de rol als publiekstrekker in de binnenstad te versterken.

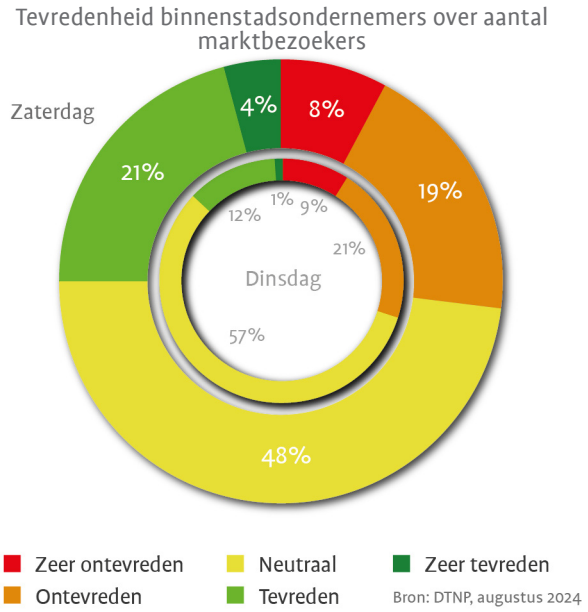
Marktlocatie prima, maar het kan centraler

Ruim 70% van de binnenstadsondernemers geeft aan neutraal of positief tegenover de huidige locatie van beide markten te staan. Ongeveer 30% is dat niet, waarbij de redenen hiervoor sterk uiteen lopen. De meeste motiveringen gaan over een centralere locatie van de markt om (nog) beter te kunnen profiteren van de bezoekersstroom, maar liefst 26 keer genoemd. Een andere opzet (compacter of juist ruimer) kwam 6 keer voorbij als motivatie bij de locatiebeoordeling. Het bezetten van parkeercapaciteit werd 5 keer genoemd en de beperkte zichtlijnen op winkels 4 keer.

Op de vraag wat de beste plek voor de markt zou zijn werd de ‘huidige locatie’ en vaak ook specifiek ‘De Heuvel’ genoemd.

Meer gezamenlijk optrekken

Enkele binnenstadsondernemers hebben een suggestie gedaan voor een betere samenwerking tussen henzelf en de marktondernemers. Concreet denken zij aan het opzetten van gezamenlijke (spaar)acties, het hanteren van vergelijkbare openingstijden en het over en weer doorverwijzen van klanten. Ook een betere communicatie onderling wordt genoemd als basis hiervoor.



Conclusies en overwegingen



3.1 Perspectief en meerwaarde warenmarkt

De warenmarkt heeft zowel een financiële als een sociale meerwaarde. De markt trekt een aanvullende doelgroep die het centrum anders niet zou bezoeken. Het centrum zou dus zonder de markt minder bezoekers hebben. Het is dan ook belangrijk om deze doelgroep te bedienen.

Behoud huidige omvang al grote ambitie

Marktondernemers hebben veel veranderingen te verwerken. Zo kon de markt zich van oudsher onderscheiden door de betaalbaarheid, maar ook op de markt zijn de kosten gestegen. Door vergrijzing zal daarnaast het totaal aantal ondernemers in de toekomst niet snel groeien. Het vinden van opvolging is een grote uitdaging. Streven naar meer marktondernemers is gezien de omstandigheden geen haalbare ambitie. Het is een reëler doel om ervoor te zorgen dat het bestaande aantal marktondernemers per saldo niet verder afneemt. Aanwas en animo om plekken van stoppers in te vullen is naar verwachting haalbaar door de groei van het inwonertal in de gemeente, vooral in de stad zelf.

Duidelijke meerwaarde

Voor veel mensen is de wekelijkse markt een bezoekdoel op zich. Een deel van de centrumbezoekers zou het centrum niet bezoeken als er geen markt zou zijn. Niet alleen inwoners van het centrum van Oss, maar ook van elders uit de gemeente bezoeken het centrum specifiek voor de markt. Bovendien combineert twee derde van de marktbezoekers het centrumbezoek met een bezoek aan winkels en horeca. Deze groep is gemiddeld gezien goed voor 5% tot 10% extra centrumbezoekers[a]. Deze extra bezoekers zorgen op zowel dinsdag als zaterdag voor een drukkere dag.

Daarnaast heeft de markt ook een sociale meerwaarde voor de binnenstad. Het is een plek waar mensen elkaar tegenkomen en ontmoeten. Dit is vooral belangrijk voor de wat oudere doelgroep van de markt. Velen zijn gehecht aan hun ‘rondje markt’, een fysieke activiteit waarbij ze bekenden kunnen ontmoeten.

Een nieuwe generatie consumenten

Het is voor de warenmarkt van belang om een nieuwe generatie consumenten aan te spreken, door aan hun specifieke wensen en behoeftes te voldoen. Zo vinden de jongere generaties het belangrijk om te weten waar producten vandaan komen en dat de productie ervan op een duurzame manier heeft plaatsgevonden. Vooral voor voedingsmiddelen is duurzaamheid een belangrijk motto. Dit biedt kansen voor de foodverkopers op de markt, als ze verrassende producten aanbieden. Dit geldt voor zowel directe consumptiegoederen als voor verse producten voor consumptie thuis. Denk hierbij aan de verkoop van verse olijven of tapas (inmiddels nu ook op de dinsdagmarkt), of aan biologische en/of lokale producten. Jongere generaties zijn bovendien vaak op zoek naar een totaalbeleving. De authenticiteit van het ambulante ambacht en de aanwezigheid van live-muziek op de achtergrond spreekt aan. In de dynamische leefwereld van nieuwe generaties is ook het bieden van gemak kansrijk. Denk aan een maaltijdpakket of kant-en-klare gerechten voor thuis.



Een kraam of kleine wagen met kant-en-klare soepen voor thuis

a RetailTrends (2024), Wat een sterke warenmarkt doet met de binnenstad.

3.2 Afwegingen marktlocatie

De huidige locatie werd in de enquêtes positief of zelfs als zeer goed beoordeeld. Een alternatief kan desondanks overwogen worden als deze nog centraler ligt, gedragen wordt en afname van praktische knelpunten betekent. DTNP verkende een aantal alternatieve marktlocaties in het centrum. Hieruit komt naar voren dat de huidige marktlocatie de meest logische blijft.

Huidige marktlocatie goed beoordeeld

De marktondernemers zelf beoordelen de marktlocatie over het algemeen goed. Zij hebben dan ook geen expliciete wens om de markt te verplaatsen. Dit geldt ook voor de meeste binnenstadsondernemers. Enkele binnenstadsondernemers ervaren echter hinder doordat de marktwagens het zicht op hun bedrijf ontnemen en door de verminderde parkeercapaciteit tijdens de markt. Een gedeelte ziet daarnaast de markt juist graag op een wat meer centralere centrumlocatie in een compactere opstelling. Zij geven namelijk aan dat de markt voor extra reuring zorgt in het centrum en meer ondernemers zouden daarvan willen profiteren. DTNP verkende dan ook een aantal alternatieve centrumlocaties voor de markt.

- De **Eikenboomgaardstraat** is geen geschikte alternatieve locatie. Deze straat, gelegen aan de oostkant van het Eikenboomgaardplein, is minder centraal gelegen dan de huidige marktlocatie. Ook ligt de Eikenboomgaardstraat niet in de bezoekersloop van het centrum; er zijn vooral avondhorecabedrijven en woningen te vinden. Een verplaatsing van de markt naar deze straat zou een verslechtering zijn voor het centrum en is ook door de afzijdige ligging niet aantrekkelijk voor de markt.
- De markt krijgt een centralere plek in het centrum als er ook marktondernemers op de **Heuvelstraat** worden gesitueerd. De loop van de markt zou daardoor verlengd/verschoven worden richting Hema. Het straatprofiel van de Heuvelstraat is echter ongeschikt om een gemiddelde marktwagen zonder problemen te kunnen herbergen. Het zicht op de winkels zou hierdoor dusdanig verstoord worden dat de kwaliteit van het centrum als geheel erop achteruit zou gaan. Het afbreken van kramen onder winkelopeningstijden leidt tot veel hinder voor winkelend publiek en binnenstadsondernemers.
- De nieuwe binnenstedelijke ontwikkeling van **Het Walkwartier** is ook voorbij gekomen als mogelijke locatie voor de markt. Gezien de maatschappelijke invulling van deze locatie en de pleinruimte aan de oostzijde is dit op voorhand een denkbare optie. Het plein met de SpeelOss zou dan de markt moeten gaan herbergen. De pleinruimte is echter van beperkte omvang, waardoor minder dan de helft van de marktondernemers hier terecht kan.



Eikenboomgaardstraat



Heuvelstraat

Dit zou opgelost kunnen worden door de **Burgwal** ook bij de markt te betrekken. Inpassing op de Burgwal van 10 (of meer) marktondernemers is ruimtelijk een complexe puzzel, temeer omdat aan beide zijden van de straat winkels en andere publieksgerichte voorzieningen zijn. Voorts zijn hier vergroening en fietsparkeervoorzieningen gepland, waardoor overzicht en doorgangen naar achterliggende winkels naar verwachting te beperkt worden en de op- en afbouw zeer complex is. Het aantal beschikbare parkeerplaatsen neemt toe. Het bezoekgemak van de markt per auto neemt af. Het Eikenboomgaardplein ligt op afstand en het alternatief is parkeergarage Bergoss. Voor het gemiddeld oudere marktpubliek is dit een drempel.

- De combinatie **Walstraat-Walkwartier** met het Walplein zou gezien de trekkende werking van de nabijgelegen Hema en Xenos op voorhand ook een optie kunnen zijn. Dit is een centrale plek. Er worden hier geen parkeerplekken te worden ingenomen door marktondernemers. De bij Walkwartier-Burgwal geschetste knelpunten/nadelen gelden echter ook voor deze plek. Nog meer dan bij die locatie leidt het afbreken en wegrijden van



Walstraat



Het Walkwartier in aanbouw



Hema bij het Walplein


Burgwal

marktondernemers op de Walstraat tot grote hinder. Met name op de zaterdagmiddag, het drukste moment van de week, geeft dit naar verwachting veel overlast voor winkelend publiek en zal het tot onveilige situaties leiden, waardoor de positieve wisselwerking omslaat. Naar inschatting van DTNP is het aantal binnenstadsondernemers dat op deze locatie te maken zou krijgen met verminderde zichtbaarheid door marktwagens groter dan in de huidige situatie (groter aantal marktondernemers in een gevulde centrumstraat).

Huidige locatie scoort goed, elke locatie heeft nadelen

In de tabel hieronder is gepoogd per aspect de locatie beoordelen. Uiteindelijk hangt het sterk af van hoe zwaar bepaalde aspecten in het geheel meetellen. Vanuit de ambitie de warenmarkt als publiekstrekker voor het centrum te behouden volstaat de huidige situatie. Bij een centralere locatie zal een groter deel van de markt in vergelijking tot nu in één of enkele winkelstraten gepositioneerd moeten worden, waardoor het aantal hinderlijke situaties toeneemt (hinder op- en afbouw en zichtbelemmering op individuele winkelentrees). Een minder centrale locatie is zowel nadelig voor het functioneren van de markt als voor het centrum, vanwege de verminderde wisselwerking (combinatiebezoek). In dat opzicht is een niet-centrale ligging een 'knock-out'-criterium. Criteria, die niet in de tabel opgenomen, maar wel relevant zijn, zijn de bekendheid van de huidige plek en het ontbreken van draagvlak voor verplaatsing. Het risico is groot dat het functioneren van de markt bij verplaatsing een tijd lang minder zal zijn. Dit is daarmee een groot risico gelet op de omzet die voor veel ondernemers onder druk staat (risico op snelle afname aantal ondernemers).

	Huidige locatie	Eikenboomgaardstraat	Heuvel-Heuvelstraat	Walkwartier-Burgwal	Walstraat-Walkwartier
Centraal (combinatiebezoek in de loop)	+	--	+	+	+
Ruimtelijk inpasbaar (zicht entrees / voldoende ruimte)	+/-	+/-	-	-	-
Geen hinder bij op- en afbouw	+/-	+	--	-	--
Behoud parkeerplaatsen	-	+/-	+	+/-	+
Autobereikbaarheid (P nabij)	+	+	-	-	-

3.3 Conclusies en aanbevelingen

De markt is een publiekstrekker die met een centrale, verbonden plek in het centrum toegevoegde waarde houdt voor het centrum. Alles overwegende acht DTNP de huidige locatie, met kleine aanpassingen, de beste keuze voor de toekomst.

De markt is nog steeds een sterke publiekstrekker die elke dinsdag en zaterdag veel publiek op de been brengt en tot combinatiebezoek met winkels en horeca leidt. Net als in de winkelsector staat het functioneren onder druk en is het per saldo behouden van het huidige aantal marktondernemers ambitieus, maar met de extra inwoners wel reëel.

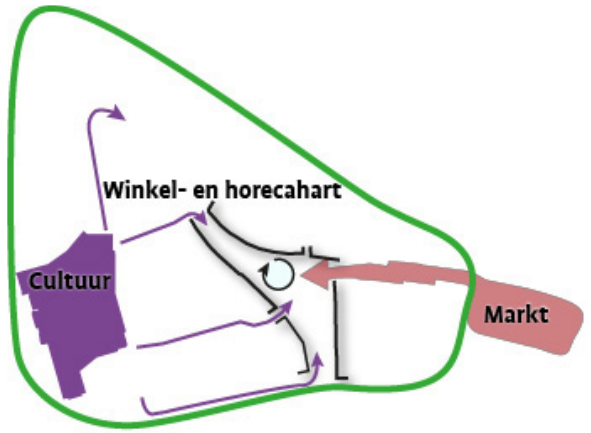
Over de huidige locatie is niet iedereen tevreden. Een aantal ondernemers ervaart hinder door de huidige opstelling en/of vindt het zonde dat parkeercapaciteit op het Eikenboomgaardplein bezet wordt. De inpassing elders in centrumstraten is echter complex en leidt ook tot hinder en verminderde zichtbaarheid van bedrijven. Draagvlak bij marktondernemers voor verplaatsing ontbreekt bovendien en ook veel binnenstadsondernemers geven aan de huidige locatie goed te vinden. Voor de functioneel-ruimtelijke opzet van het centrum is de huidige locatie goed. De markt voegt een bezoekdoel toe aan de noordzijde en is in dat opzicht een tegenhanger van het nieuwe bezoekdoel Walkwartier met haar culturele invulling aan de zuidzijde. Zo wordt het winkel- en horecahart van beide centrumzijden gevoed met een aanvullende bezoekersstroom. De markt bezet weliswaar parkeercapaciteit, maar de ruime parkeercapaciteit van het direct naastgelegen Burchtplein wordt op marktdagen beter benut. Om bovenstaande redenen adviseert DTNP de gemeente Oss aan de huidige locatie vast te houden en te kijken naar het verder optimaliseren van de opstelling hierbinnen. Dat laatste betekent dat bij het onverhoopt teruglopen van het aantal marktondernemers opnieuw kritisch gekeken wordt hoe de opstelling compacter kan. Dit om structurele gaten en een onnodig groot ruimtebeslag te voorkomen.

Overige overwegingen

Kramen en kleine wagens op zaterdag op de Heuvel. De uitsterfconstructie voor grote dichte verkoopwagens op zaterdag op de Heuvel en Terwaenen is begrijpelijk, maar vervanging en toetreding van ondernemers met klein verkoopmaterieel werkt versterkend en zou weer mogelijk gemaakt kunnen worden. Door in dit gebied enkel open kramen en kleine wagens toe te staan kan de markt ook op zaterdag extra meerwaarde in en voor het centrum hebben, zonder dat winkelondernemers hinder ervaren door grotere wagens. Hanteer hierbij een maximale



Parkeerlocatie Burchtplein beter benut tijdens warenmarkt



Markt bezoekdoel noordzijde en Walkwartier aan zuidzijde

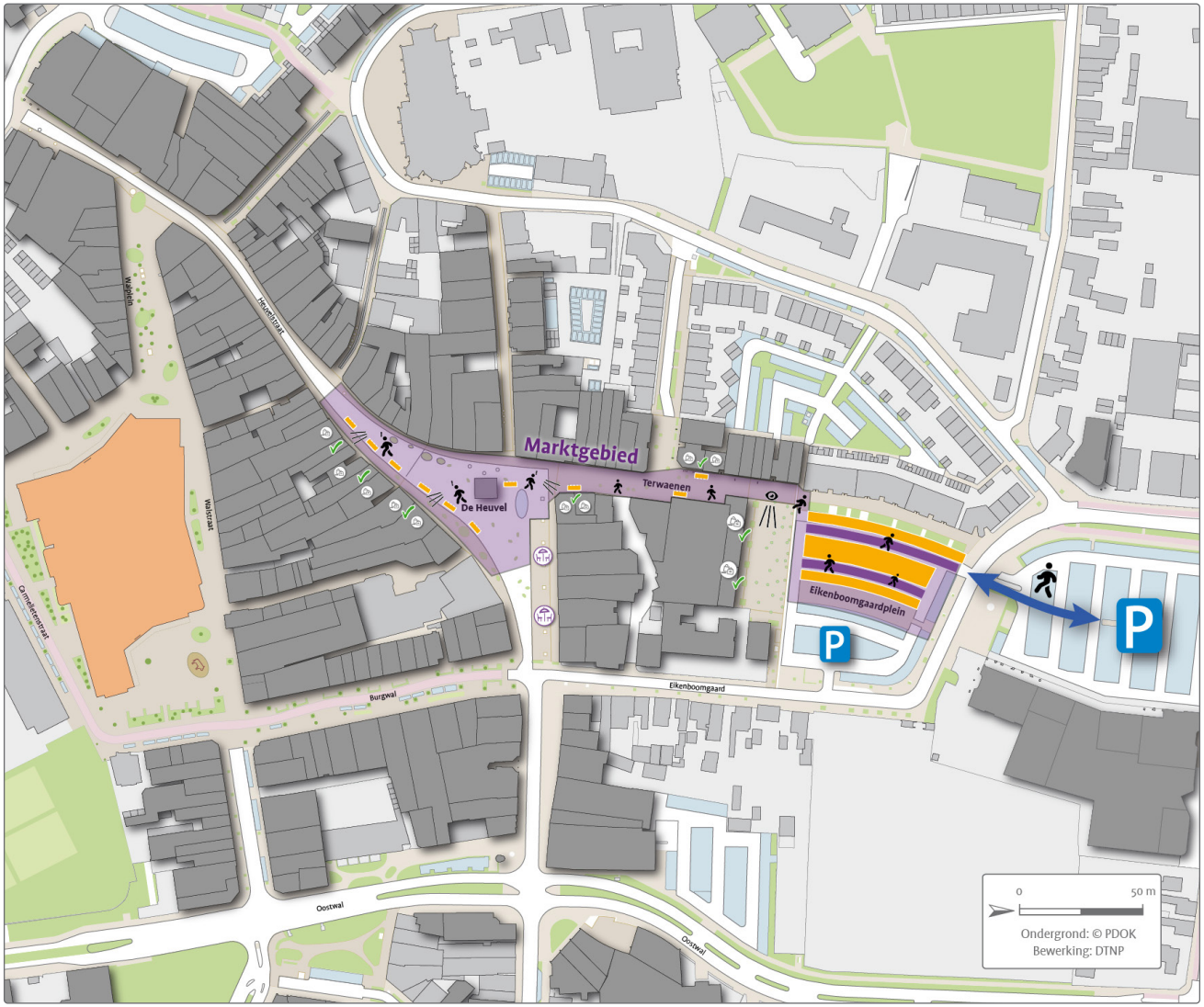
wagen-/kraamlengte van 8 meter (max. 2 kramen per ondernemer), zodat winkelgevels niet volledig dichtgezet kunnen worden. Gelet op de beperkte animo is het niet de verwachting dat dit tot grote aantallen toetreders leidt. Periodieke monitoring en overleg tussen gemeente, centrummanagement en marktondernemers is gewenst. Nieuw foodaanbod voor directe consumptie (foodtrucks/ bereide etenswaar) op de Heuvel worden uitgesloten. De toegevoegde waarde van ambulante (afhaal-)horeca in het horecagebied ontbreekt. Het Heuvelplein dient een aantal keer per jaar, met name op zaterdagen, beschikbaar te kunnen blijven bij evenementen. Het huidige aantal keren dat marktondernemers moeten verplaatsen tijdens een evenement op De Heuvel blijft gelijk aan de huidige regels.

<u>Zicht op entrees bovenaan checklist bij wijzigingen opstelling.</u> Kleine aanpassingen aan de marktopstelling (bijvoorbeeld bij wisselingen of stoppen) kunnen een verschil maken ten aanzien van het zicht op de winkelentrees. De westzijde van Park Terwaenen blijft vrij, zodat de daar gevestigde winkels zichtbaar blijven.

<u>Uitnodigend kritisch tegenover vernieuwing</u>

Vers bloed en nieuw ondernemerschap als aanvullingen op de huidige warenmarkt zijn welkom. Hierbij kan de eerste focus blijven liggen op het invullen van hiaten in het bran-

Aandachtspunten opstelling warenmarkt Oss



chepatroon om een overdaad binnen een branche te voorkomen (wat ontbreekt). Vervolgens zou er ook ruimte moeten zijn om buiten de gebaande branche-indeling te zoeken en experimenteren met andere concepten. Een kraampje met Franse droge worsten en Franse kazen zou een aanvulling zijn op de kaasboer en poelier en al het andere aanwezige aanbod. Overigens is het te allen tijde een goede zaak dat huidige ondernemers bezig zijn met assortiment- en conceptvernieuwing, waarbij de vergunde branche de basis is, maar niet als dwingend keurslijf moet worden beschouwd .

Aanwezig zijn en naleven (vertrek)tijden:
Vrijblijvendheid voor de aanwezigheid van marktondernemers is ongewenst. Het 'mogen' claimen van een deel van het Eikenboomgaardplein betekent zowel de verantwoordelijkheid te komen opdagen alsmede het tijdig weer vrijgeven van het gehele plein als parkeerlocatie. Als er regelmatig gaten vallen door (onaangekondigde) afwezigheid is dat slecht voor de marktbeleving en uit te leggen aan binnenstadsondernemers ('dan had er minder parkeercapaciteit vrijgehouden hoeven worden'). Naleving van de aanwezigheidsplicht is hierbij van belang. Een ondernemer is alleen bij tijdige opgaaf bij de marktmeester met een goede reden verexcuseerd. Ziekte, extreem weer (code oranje en rood) en vakantie zijn legitieme redenen voor afmelding en dienen waar nodig nader gespecificeerd te worden in de verordening/vergunning. Dit geldt ook voor de consequentie: De vergunning kan worden ingetrokken als een ondernemer in een jaar te vaak (bijv. 6 x) zonder vooraf aangegeven goede reden niet komt.

Ook naleving van de vastgestelde begin- en eindtijd van de markten verdient aandacht. Het gehele marktterrein dient bij de uiterlijke tijd ook echt leeg en netjes te zijn, zodat het gehele Eikenboomgaardplein weer parkeerterrein is. DTNP stelt voor de eindtijden zoals ook aangegeven op de borden over te nemen in het marktreglement: op dinsdag 14:00 uur leeg en zaterdag 14:30 uur leeg[a].

Met elkaar praten: samen optrekken en monitoren.
Het is van belang dat marktondernemers elkaar vaker opzoeken en het marktcommissieoverleg consequent te blijven voeren (tenminste 2x per jaar en tussentijds indien nodig), zodat ze ook van elkaar weten wat er speelt. Ook is het goed dat de reclamecommissie wordt voortgezet, waarbij voor de extra activiteiten ook de samenwerking opgezocht kan worden met de binnenstadsondernemers.

a In het huidige marktreglement is de uiterste moment van vrijgeven van het parkeerterrein vastgesteld op 15:00 uur op zaterdag. DTNP stelt voor dit in het nieuwe reglement aan te passen.

Marktondernemers zijn soms een periode afwezig vanwege vakantie. Als de marktmeester dit vooraf inventariseert is het bij afwezigheid van meerdere ondernemers mogelijk het marktterrein te verkleinen en kan het noordelijke gedeelte van de parkeercapaciteit op het Eikenboomgaardplein vrijgespeeld worden voor parkeren en houdt de markt een samenhangende opzet zonder gaten. Komende zomer (2025) zou dit getest kunnen worden en bij afwezigheid van meer dan zes marktkondernemers het marktterrein in de breedte worden ingekort, en mits de veiligheid geborgd is.

Periodiek overleg tussen marktcommissie en het centrummanagement (overkoepelend binnenstadsoverleg) bevordert de banden tussen de markt en de centrumondernemers (weer samen om tafel). Beide groepen zijn namelijk geen concurrenten van elkaar, maar versterken elkaar juist. Hieruit volgend kunnen ondernemers elkaar en hun bezoekers beter bedienen door ze naar elkaar door te verwijzen, als een product of dienst bij hen gemist wordt. Ook het opzetten van gezamenlijke acties kan het combinatiebezoek alleen maar vergroten. Dit overleg kan ook benut worden om vooruitlopend op wisselingen in de marktbezetting te bespreken hoe hier in de opstelling mee omgegaan kan worden (o.a. optimalisatie zichtlijnen).

Bijlagen | enquêtes



1 Enquête burgerpanel

1. Heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens de centrummarkt in Oss bezocht?

Indien antwoord nee:

2. *Wat zijn de belangrijkste redenen om de centrummarkt in Oss niet te bezoeken?*
3. *Bezocht u in het verleden wèl de centrummarkt in Oss?*
4. *Bezoekt u wel/ ook andere markten in de buurt?*

5. Bezoekt u tijdens of aansluitend aan uw marktbezoek ook winkels of horeca?
6. Hoe vaak bezoekt u de dinsdagmarkt in Oss?
7. Hoe vaak bezoekt u de zaterdagmarkt in Oss?

Rest van de vragen alleen indien desbetreffende marktdag bezocht

8. Hoe heeft de dinsdagmarkt zich volgens u in de afgelopen jaren ontwikkeld?
9. Hoe heeft de zaterdagmarkt zich volgens u in de afgelopen jaren ontwikkeld?
10. Voor welke producten komt u naar de markt in Oss?
11. Hoe vindt u het aanbod van artikelen en producten op de dinsdagmarkt?
12. Hoe vindt u het aanbod van artikelen en producten op de zaterdagmarkt?

Indien aanbod onvoldoende of slecht beoordeeld:

13. *Waarom vindt u het aanbod op de dinsdagmarkt onvoldoende of slecht?*
14. *Waarom vindt u het aanbod op de zaterdagmarkt onvoldoende of slecht?*
15. *Zou u vaker naar de dinsdagmarkt komen als het productaanbod beter is afgestemd op uw wensen?*
16. *Zou u vaker naar de zaterdagmarkt komen als het productaanbod beter is afgestemd op uw wensen?*

17. Met welk rapportcijfer beoordeelt u de dinsdagmarkt?
18. Met welk rapportcijfer beoordeelt u de zaterdagmarkt?
19. Kunt u van de onderstaande aspecten aangeven hoe belangrijk u deze vindt voor een centrummarkt?

- Netjes, opgeruimd (geen troep en afval)
- Vast aanbod aan marktkramen
- De sfeer/gezelligheid op de markt
- De uitstraling van de marktkramen
- Verassend productaanbod dat je elders niet kunt vinden
- Plek om te proeven en te proberen
- Marktkooplieden die informeren en adviseren
- Plek waar plaatsgenoten elkaar ontmoeten
- Zitgelegenheid
- Een actiefolder met aanbiedingen

20. Wat zou er aan de markt moeten veranderen om u (nog) vaker de markt te laten bezoeken?
21. Hoe kan de gemeente er voor zorgen dat de markt zo aantrekkelijk mogelijk is voor een zo breed mogelijk publiek?

2 Enquête marktbezoekers

Vragen

1. Waarom bent u in eerste instantie naar het centrum gekomen?
2. Bezoek andere functies? Welke?
3. Zou u ook naar het centrum gekomen zijn als er vandaag geen markt was?
4. Hoe vaak bezoekt u deze warenmarkt?
5. Hoe lang bent u op deze markt geweest?/

   denkt u vandaag op deze markt te zijn?
6. Met welk vervoermiddel bent u naar het centrum gekomen?
7. Voor welke producten komt u naar deze warenmarkt?
8. Mist u producten op deze markt? > Welke?
9. Hoe beoordeelt u deze markt op...
   - Sfeer en beleving?
   - Wisselwerking met horeca/winkels?
   - Netheid en uitstraling?
   - De looproute/opstelling?
   - Prijs/kwaliteit-verhouding van het aanbod?
   - Locatie van de markt?
   - Diversiteit aanbod?
   - Moment van de markt?
10. Wat zijn de 4 cijfers van uw postcode?
11. Wat is uw leeftijd?
12. Heeft u nog opmerkingen?

3 Enquête marktondernemers

Uw gegevens

Bedrijfsnaam
Naam vergunninghouder
Leeftijd vergunninghouder
Branche/artikelgroep
Ik sta op de markt op...

Uw eigen onderneming

1. Hoe tevreden bent u met uw eigen plek/standplaats binnen de markt?
2. Hoe tevreden bent u over het (economisch) functioneren van uw onderneming op deze markt?
3. Hoe tevreden bent u over het (economisch) functioneren van uw onderneming op deze markt t.o.v. andere markten buiten Oss waar u een standplaats heeft?
4. Kunt u aangeven hoe uw omzet zich heeft ontwikkeld op de markt in de periode 2022-2024?
5. Kunt u aangeven welk deel van uw dagomzet u per tijdsblok verdient op de markt?
6. Wat zijn uw plannen voor de komende 3 jaar?
7. Heeft u al een opvolger, indien u met uw onderneming zou stoppen?
8. Van welke van onderstaande voorzieningen maakt u gebruik?
9. Maakt u gebruik van onderstaande zaken?

De warenmarkt

10. Bent u tevreden over de bezoekersaantallen van de warenmarkt?
11. Bent u tevreden over de wisselwerking van de warenmarkt met de horeca (bijv. profijt van horecabezoekers)?
12. Bent u tevreden over de wisselwerking van de warenmarkt met de winkels?
13. Bent u tevreden over de huidige opstelling van de warenmarkt?
14. Bent u tevreden over de huidige samenstelling/branchering van het aanbod van de warenmarkt?
15. Wat vindt u van de huidige tijd van de warenmarkt?
16. Op welke twee dagen heeft u het liefst dat deze markten plaatsvinden?
17. Wat vindt u van het aantal ondernemers (omvang) op de warenmarkten?
18. Bent u tevreden over de huidige locatie van de warenmarkten in de binnenstad van Oss?

Tot slot

19. Heeft u een voorstel voor een andere locatie voor de markt (op dinsdag en/of zaterdag)? Zo ja, welke locatie stelt u voor?
20. Wat heeft de markt (op dinsdag en/of zaterdag) wat u betreft nodig om goed te kunnen functioneren?
    - Wat zouden de ondernemers op deze markt kunnen doen om de kwaliteit van de markt te behouden of te verbeteren?
    - Wat zou de gemeente op deze markt kunnen doen om de kwaliteit van de markt te behouden of te verbeteren?
21. Heeft u nog opmerkingen die u belangrijk vindt voor dit onderzoek?

4 Enquête centrumondernemers

Uw gegevens

Bedrijfsnaam

Branche/artikelgroep

Straatnaam + huisnummer

1. Bent u tevreden over de bezoekersaantallen van de warenmarkt voor het centrum?

2. Bent u tevreden over de wisselwerking van de warenmarkt met uw onderneming (bijv. profijt van marktbezoekers)?

3. Bent u tevreden over de huidige locatie van de warenmarkten in de binnenstad van Oss?

4. Wat vindt u de beste locatie voor de warenmarkt? Waarom?

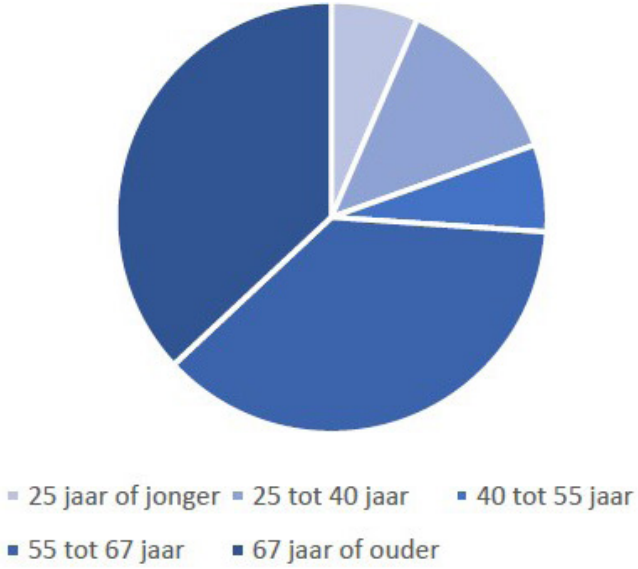
5. Wat kunnen de binnenstadsondernemers en marktondernemers voor elkaar betekenen?

6. Welke kansen of verbeterpunten ziet u voor de warenmarkt?

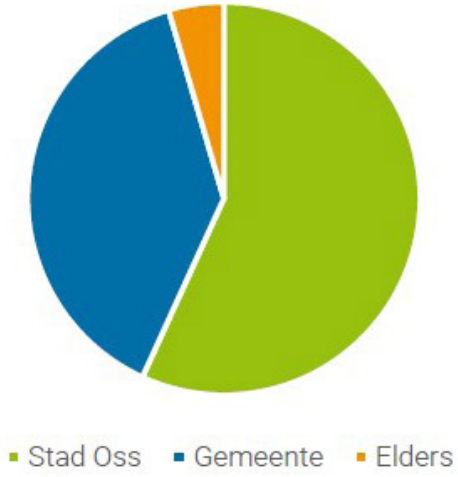
5 Figuren resultaten enquête marktbezoekers

Kenmerken van de respondenten

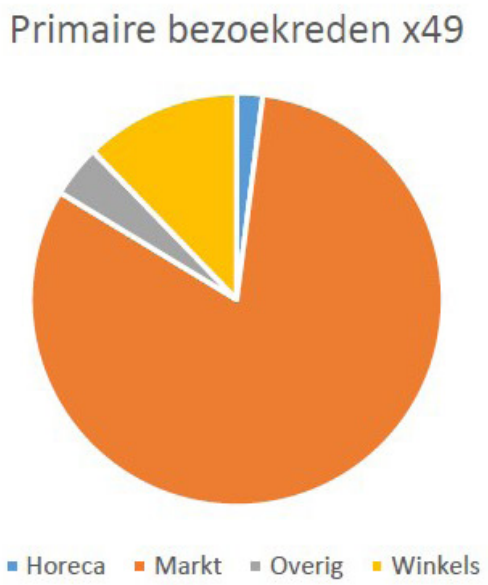
Leeftijd (x46)



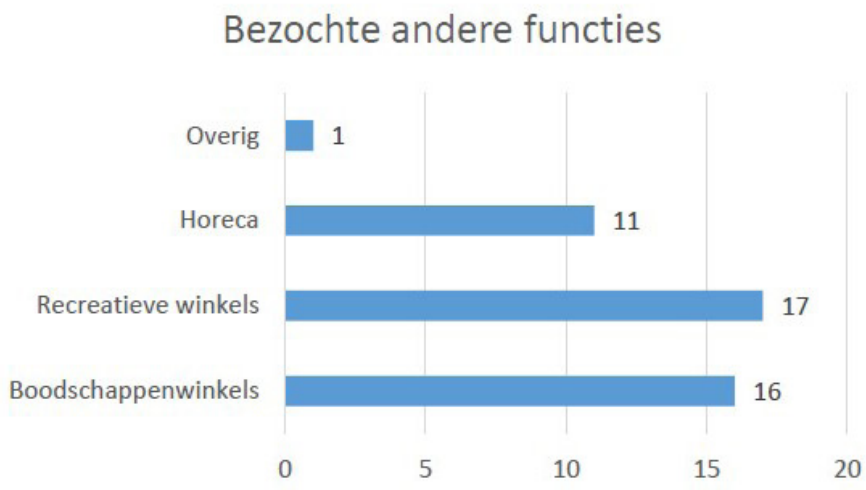
Woonplaats bezoekers (x44)



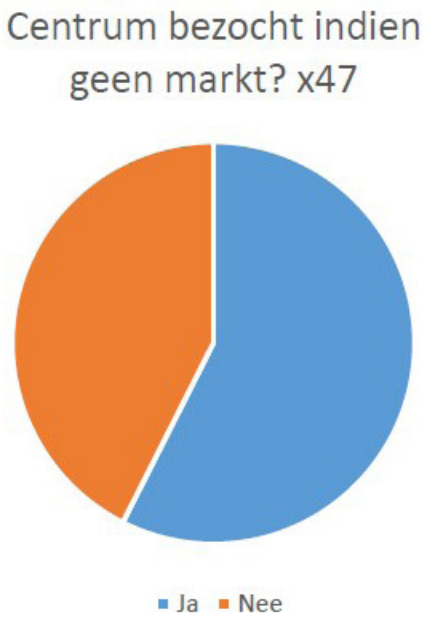
Bezochte functies





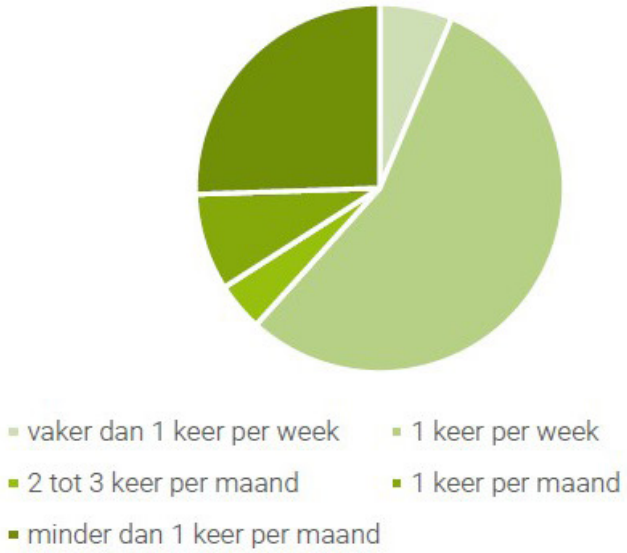


Centrumbezoek

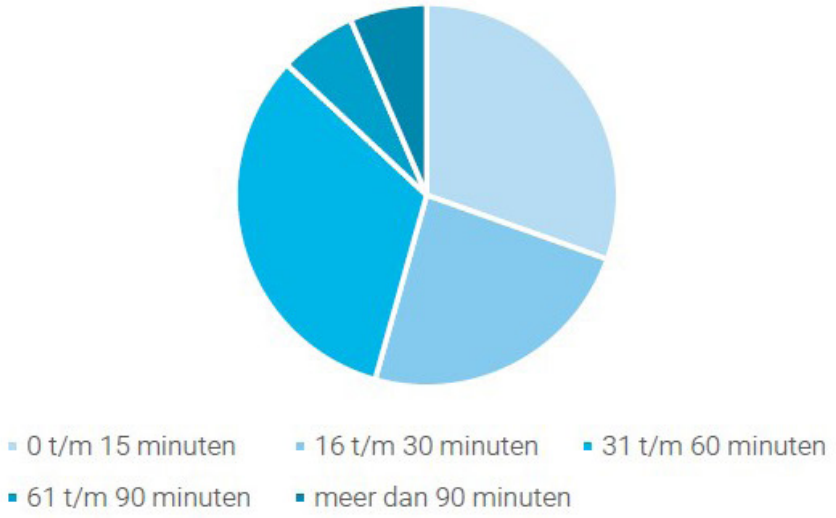


Marktbezoek

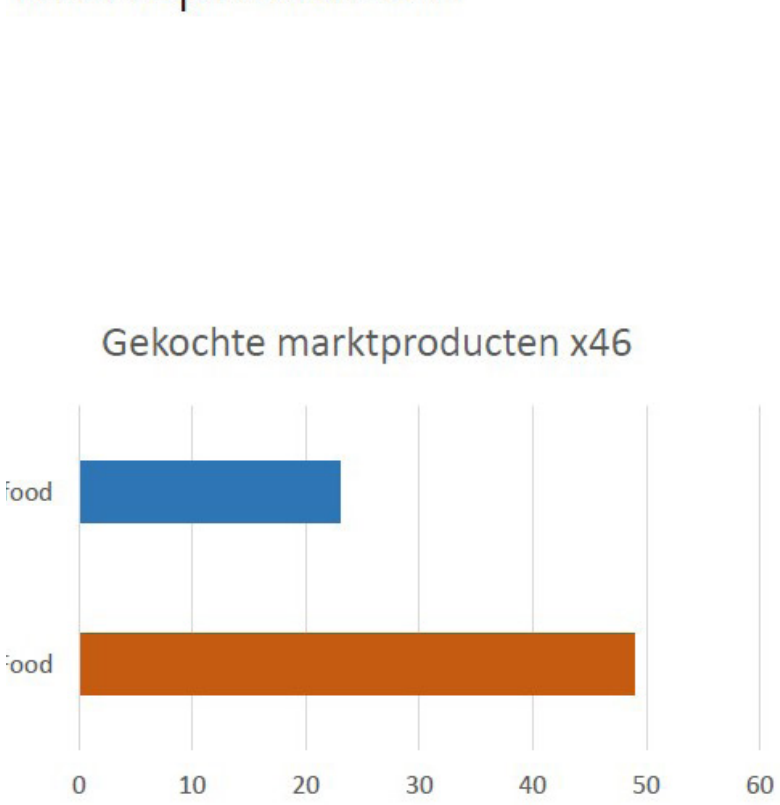
Frequentie x47

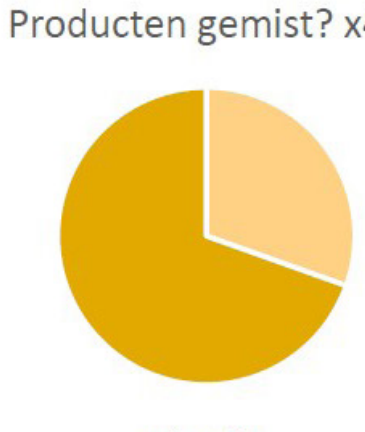


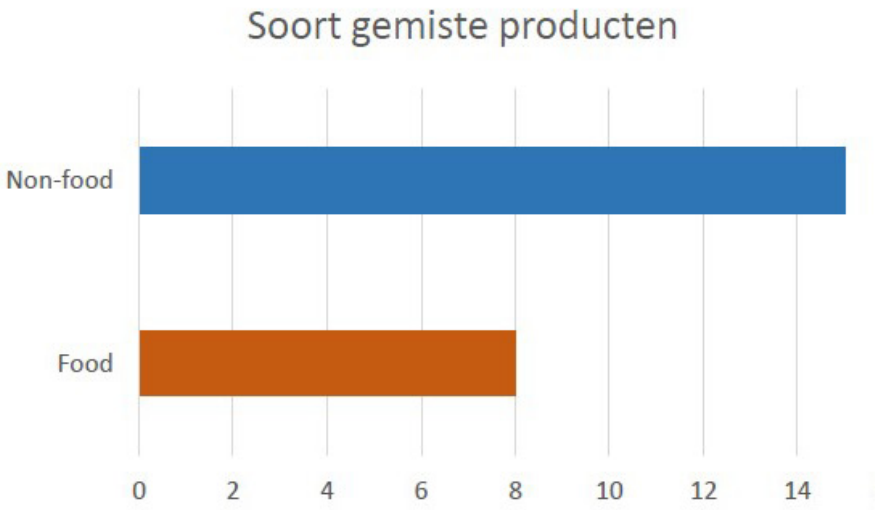
Duur x46



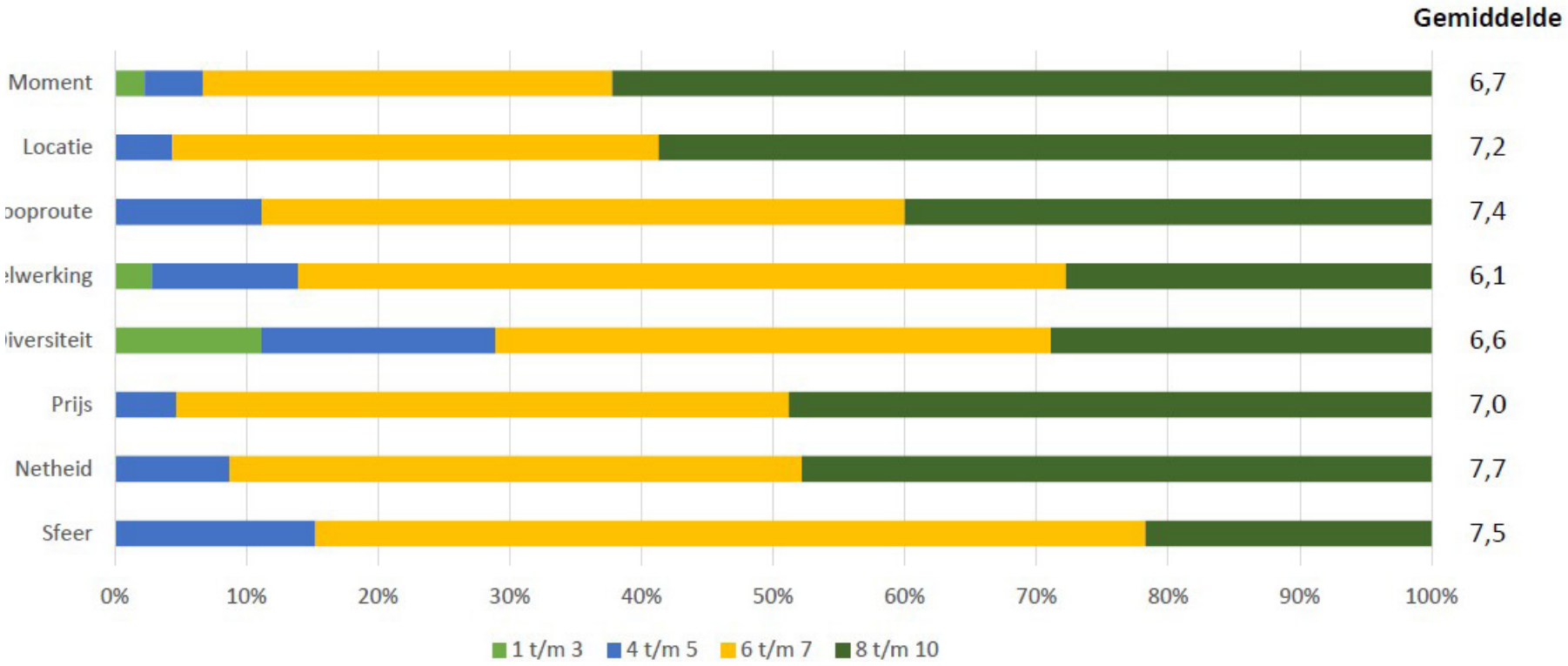
Marktproducten







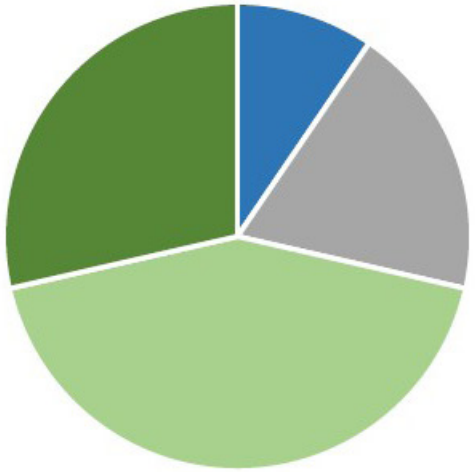
Beoordeling markt op...



6 Figuren resultaten enquête marktondernemers

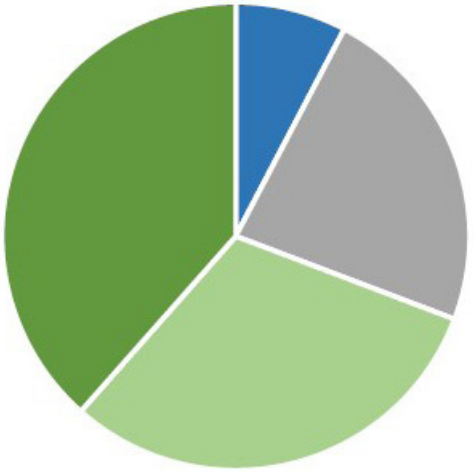
Eigen economisch functioneren

Dinsdag (x21)



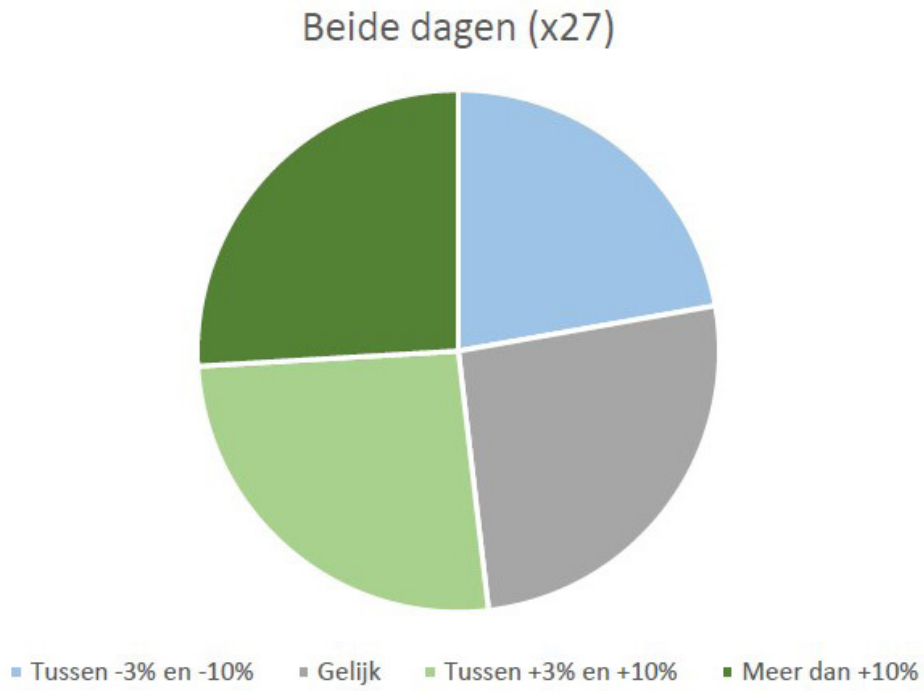
Gemiddelde: *3,8*

Zaterdag (x16)

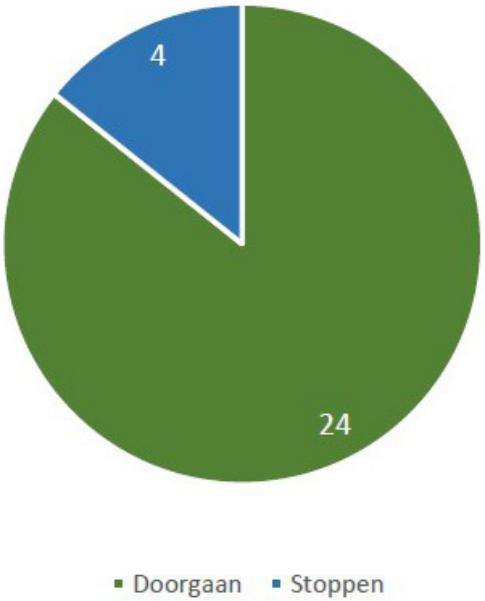


Gemiddelde: *4,1*

Omzetontwikkeling afgelopen 3 jaar



Toekomstplannen komende 3 jaar



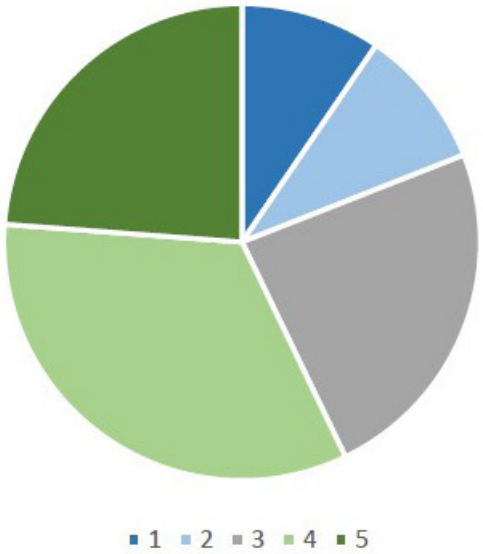
...waarvan standdagen	
Dinsdag	3
Zaterdag	1

...waarvan branchering	
Non-food	3
Food	1

Opvolger?	
Ja	1
Nee	2
Misschien	1

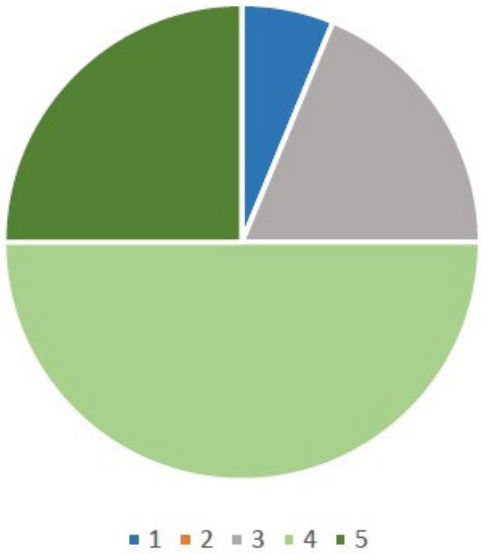
Tevredenheid over… het aantal bezoekers

Dinsdag (x21)



Gemiddelde: *3,5*

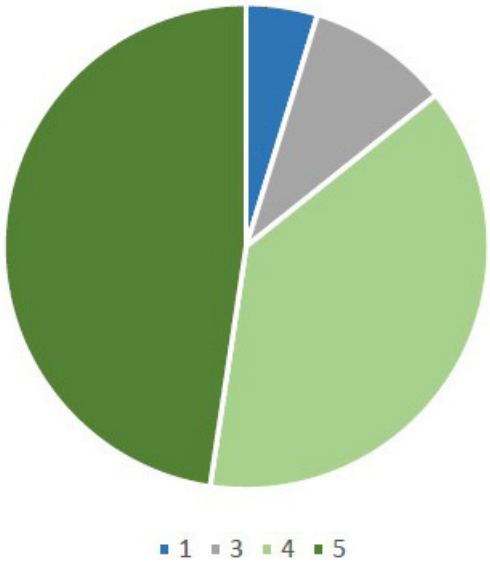
Zaterdag (x16)



Gemiddelde: *3,9*

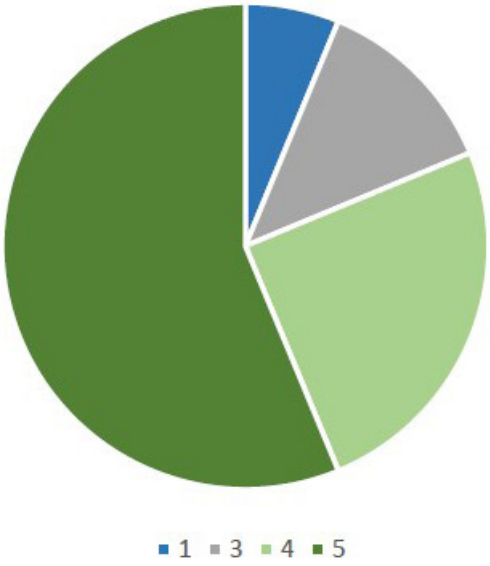
Plek op de markt

Dinsdag (x21)



Gemiddelde: *4,2*

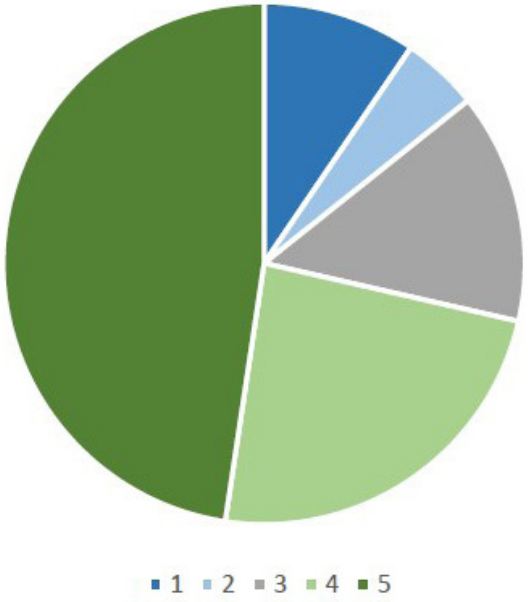
Zaterdag (x16)



Gemiddelde: *4,3*

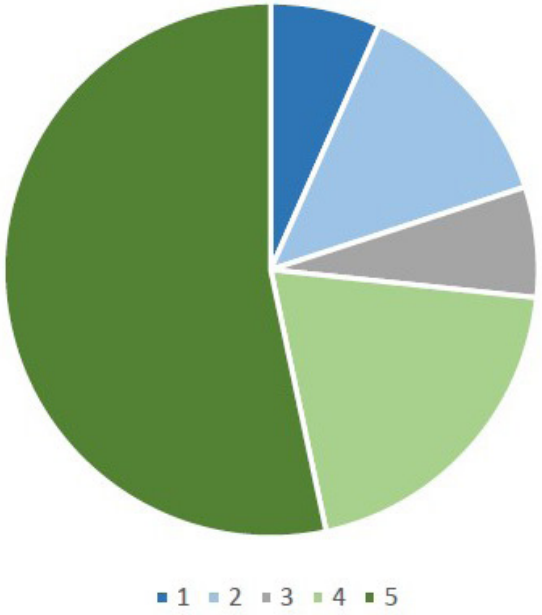
Opstelling van de markt

Dinsdag (x21)



Gemiddelde: 4

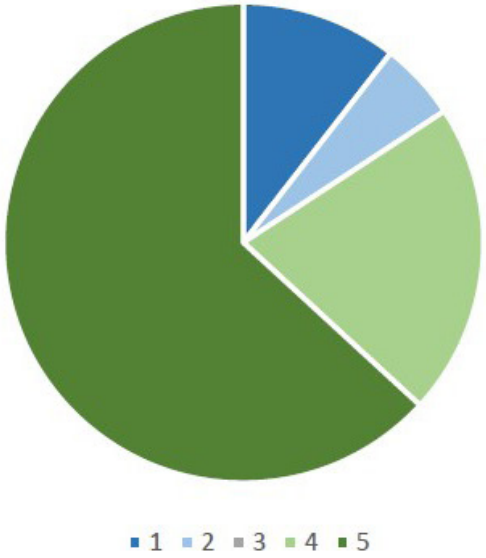
Zaterdag (x15)



Gemiddelde: 4

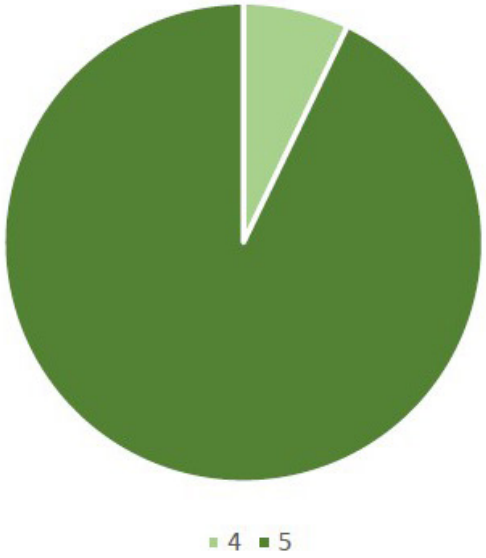
Locatie van de markt

Dinsdag (x19)



Gemiddelde: ***4,2***

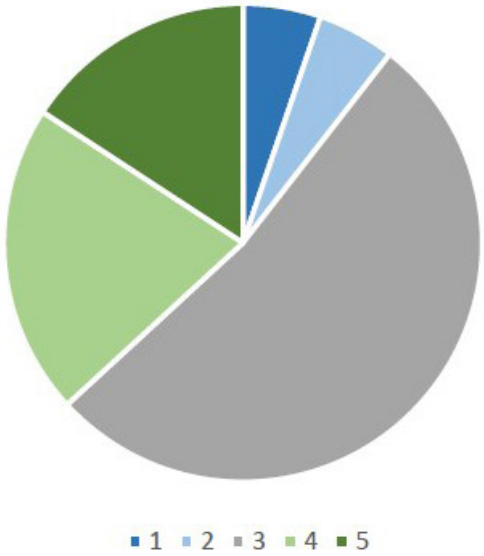
Zaterdag (x14)



Gemiddelde: ***4,9***

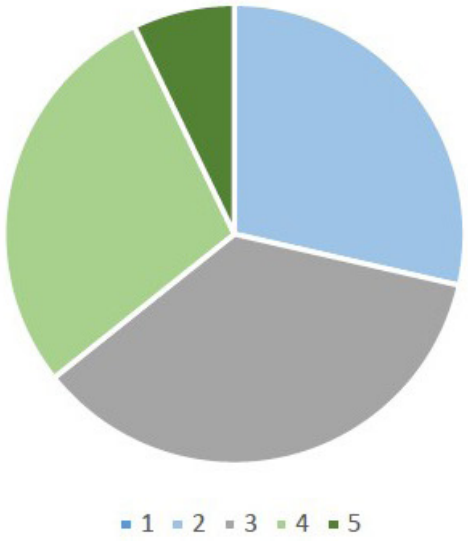
Tevredenheid over… de wisselwerking met horeca

Dinsdag (x19)



Gemiddelde: *3,4*

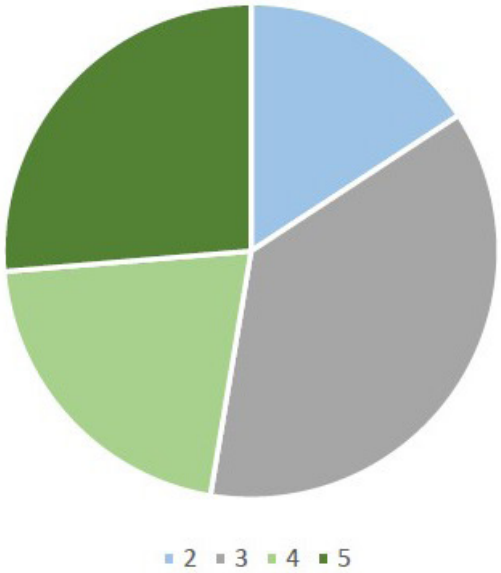
Zaterdag (x14)



Gemiddelde: *3,1*

Tevredenheid over… de wisselwerking met winkels

Dinsdag (x19)



2 3 4 5

Gemiddelde: *3,6*

Zaterdag (x12)

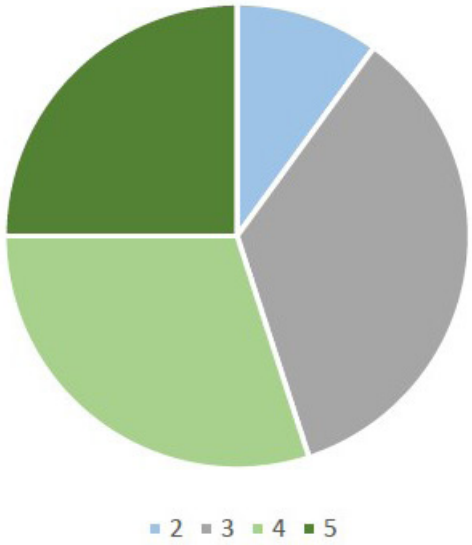


2 3 4 5

Gemiddelde: *3,5*

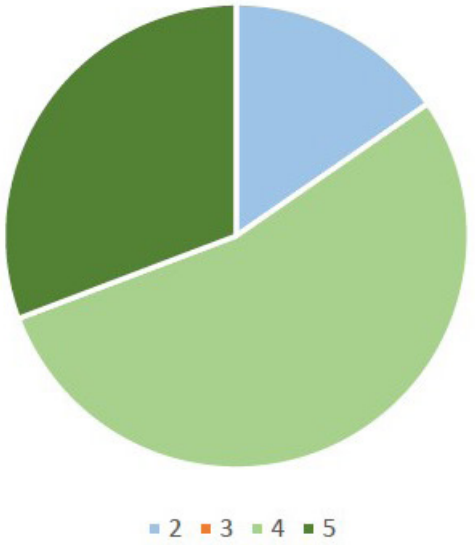
Tevredenheid over… de marktbranchering

Dinsdag (x20)



Gemiddelde: 3,7

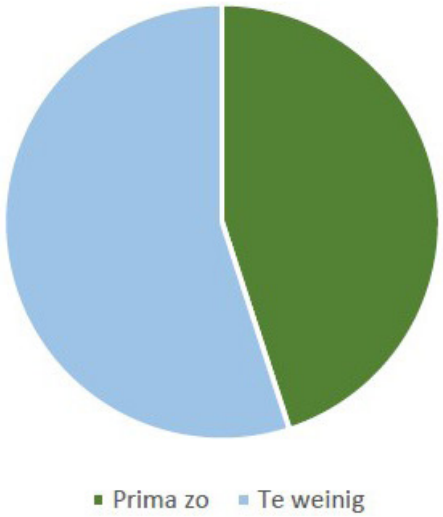
Zaterdag (x13)



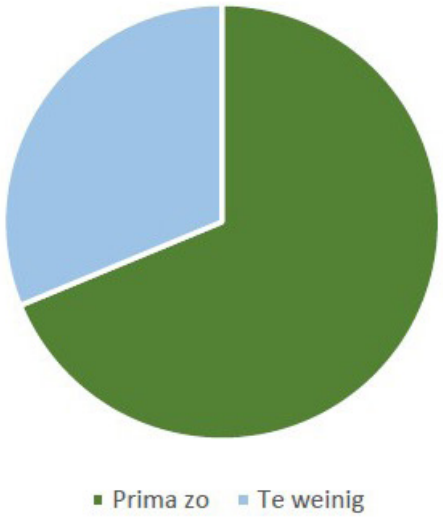
Gemiddelde: 4

Tevredenheid over… het aantal ondernemers

Dinsdag (x20)

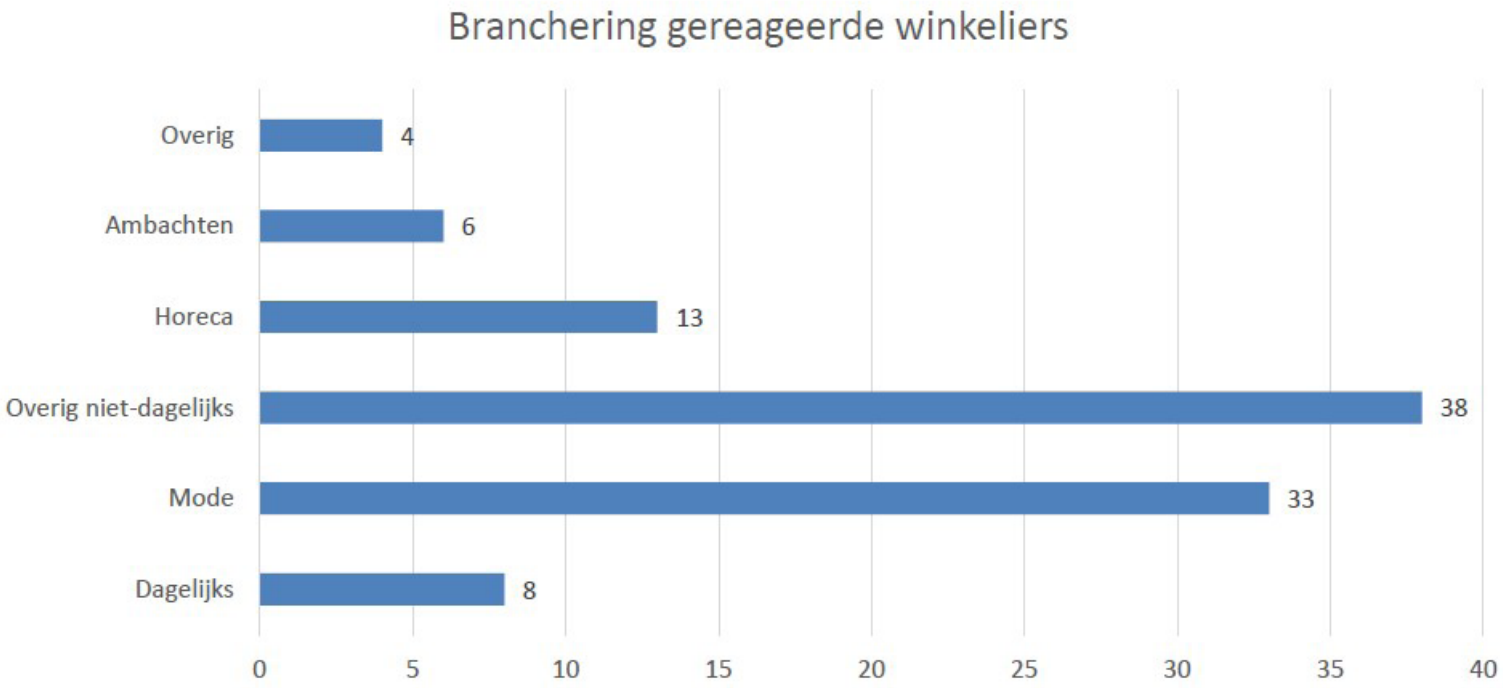


Zaterdag (x16)



7 Figuren resultaten enquête binnenstadsondernemers

Respons



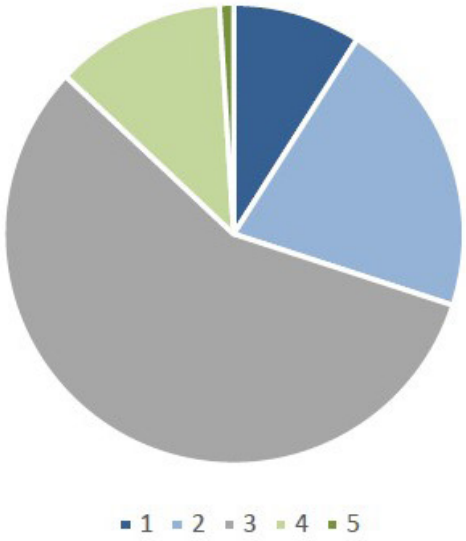
102 responses in totaal

Niet iedereen heeft elke vraag beantwoord

Niet iedereen is aan een marktlocatie gevestigd

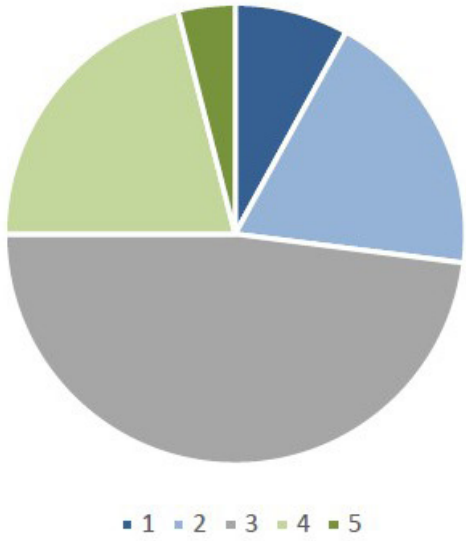
Tevredenheid over… het aantal bezoekers van de markt (‘was beter’)

Dinsdag (x100)



Gemiddelde: *2,8*

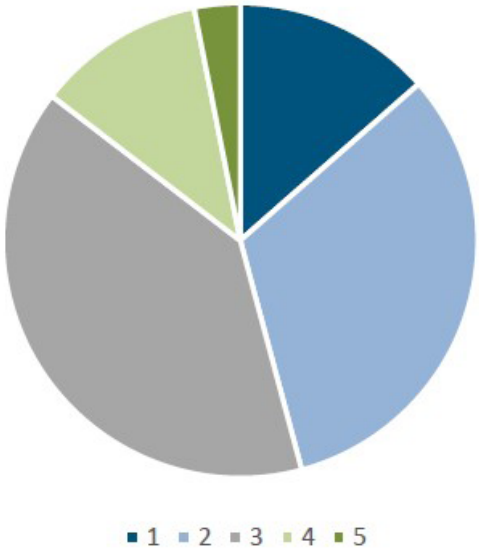
Zaterdag (x100)



Gemiddelde: *2,9*

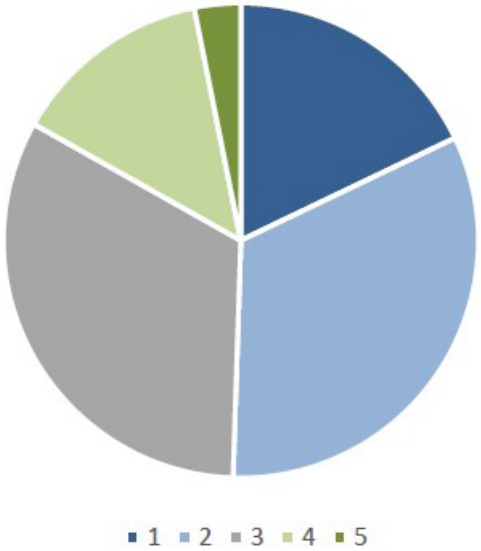
Tevredenheid over… de wisselwerking tussen hun winkel en de markt

Dinsdag (x96)



Gemiddelde: *2,6*

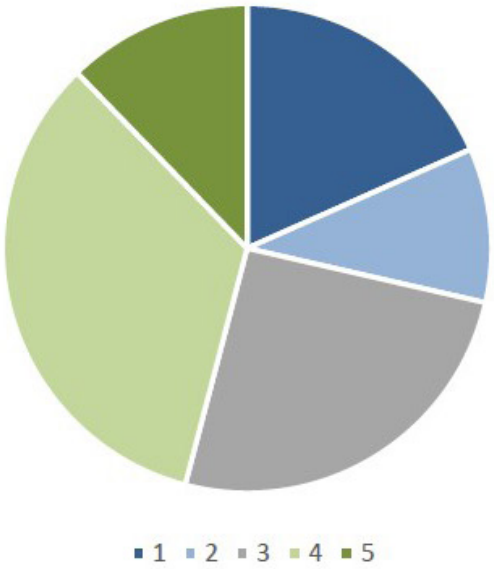
Zaterdag (x95)



Gemiddelde: *2,5*

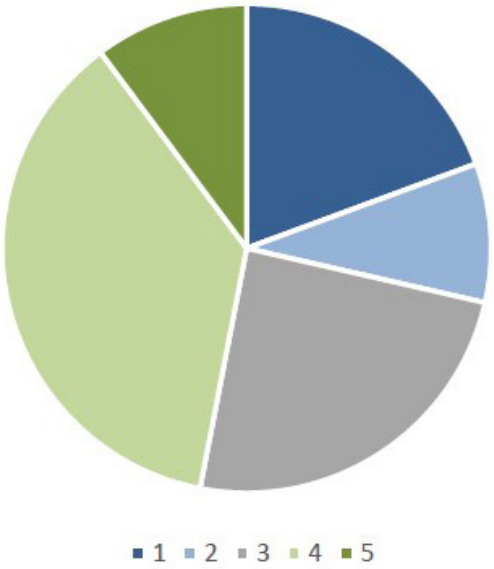
Tevredenheid over… de locatie van de markt

Dinsdag (x98)



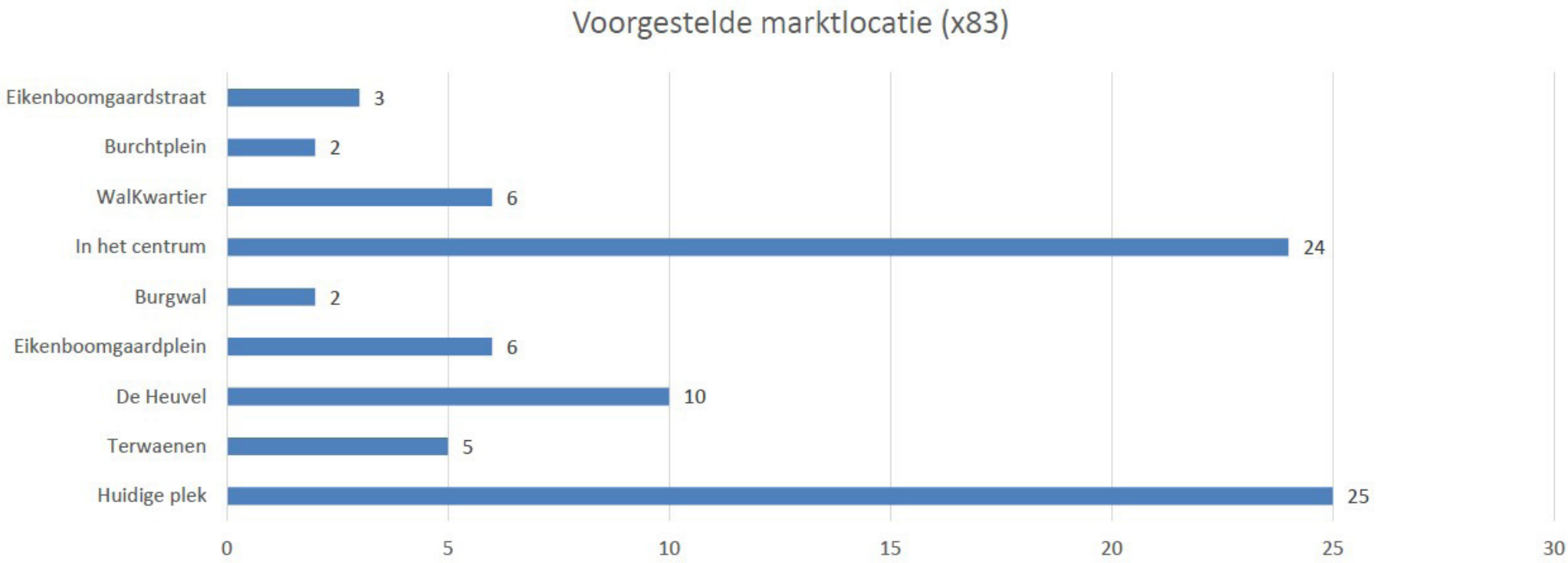
Gemiddelde: 3,1

Zaterdag (x98)

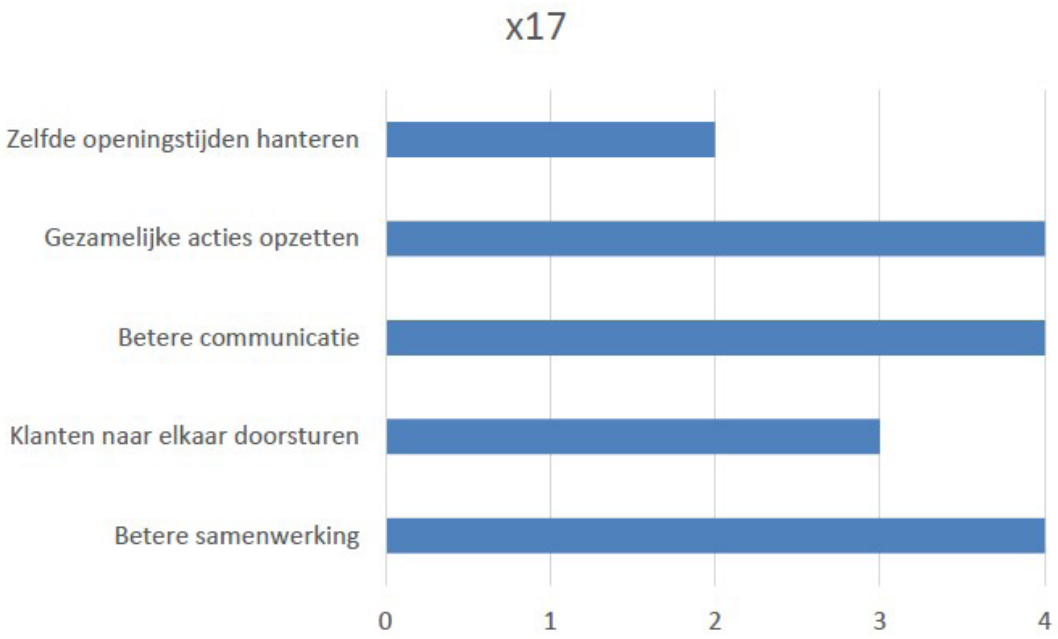


Gemiddelde: 3,1

- Vooral huidige locatie of nog centraler



Wat kunnen markt- en centrumondernemers voor elkaar betekenen?



Kansen en verbeterpunten	
“Grotere opzet van de markt”	x21
“Breder aanbod”	x18
“Meer in het centrum”	x5



Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl

Resultaten onderzoek
evaluatie centrummarkt Oss



Juli 2024

Gemeente Oss

Team Onderzoek & Statistiek

Inleiding

Evaluatie onderzoek burgerpanel (peiling 2024)

Op verzoek van de afdeling Economische Zaken heeft team O&S een evaluatieonderzoek gedaan naar de bevindingen van de centrummarkt binnen de gemeente Oss. Dit onderzoek is gedaan door middel van een online enquête dat is ingevuld door 679 leden van ons burgerpanel. Hieronder beschrijven we de belangrijkste resultaten met behulp van grafieken, tabellen, figuren en zelfs kunstmatige intelligentie (AI-chatbot Copilot).

Aanpak onderzoek 2024

Onderzoeksdoel: Inzicht krijgen in het oordeel van burgers over de dinsdag- en zaterdagmarkt in de gemeente Oss.

Onderzoeksvraag: In hoeverre is het oordeel over de markt verbeterd/verslechterd t.o.v. eerdere peilingen en wat zijn de gewenste interventies om de dinsdag- en zaterdagmarkt in Oss aantrekkelijk te houden of aantrekkelijker te maken.

Onderzoeksgroep: Het digitale burgerpanel van de gemeente Oss. Het burgerpanel is benaderd via een mail met een link naar de vragenlijst.

Responsperiode: Het onderzoek heeft plaatsgevonden in de maand juli 2024. De veldwerkperiode liep van 4 t/m 17 juli. Op 23 juli is de online enquête definitief gesloten. Tot die tijd konden respondenten hun vragenlijst nog aanpassen.

Respons:

De enquête is uitgezet onder 1.200 burgerpanelleden. Zo'n 57% daarvan (N=679) heeft gereageerd. 95% daarvan heeft de vragenlijst helemaal ingevuld en 5% gedeeltelijk.

Vergelijking met eerdere evaluaties (peiling 2019 en 2015)

In 2015 en 2019 is er ook onderzoek gedaan bij het burgerpanel naar de markt in Oss. In 2019 betrof het onderzoek echter alleen de dinsdagmarkt. De resultaten uit 2019 zijn daarmee minder goed te vergelijken met dit onderzoek. We zullen daarom met name de resultaten uit 2015 meenemen in de analyse. Waar relevant worden ook enkele resultaten uit de evaluatie van 2019 meegenomen.

Belangrijkste uitkomsten

- Zeker 60% van de panelleden die aan dit onderzoek hebben deelgenomen, heeft afgelopen maanden de centrummarkt bezocht. Dat is meer dan in de voorgaande jaren (2019: 50% en 2015: 46%).
- Het aantal keer dat de markt bezocht werd is echter wel afgenomen. De meesten (40%) gaan nu 1 á 2 keer per kwartaal. In 2015 was dat nog 1 á 2 keer per maand. Ook het aandeel dat afgelopen jaar wekelijks naar de zaterdagmarkt ging, daalde van 26% in 2015 naar 17% nu.
- Een op de vijf panelleden bezoekt (ook) wel eens een andere markt; de grote meerderheid (80%) dus niet.
- 40% van het panel is afgelopen jaar helemaal niet naar de markt in Oss geweest. Ruim de helft daarvan geeft aan dat ze de markt in het verleden nog wél bezochten.
- De belangrijkste reden om *niet* naar de markt te gaan, is dat men sowieso nooit een markt bezoekt (47%). Verder geven de niet-bezoekers aan dat de dag of tijd hen niet schikt (respectievelijk 15% en 20%).
- De respondenten die wél naar de markt gaan, komen met name voor groente/fruit (65%) en vis (49%). Dat was in voorgaande jaren ook al zo.
- Bezoekers van de markt brengen bijna altijd (44%) of soms (42%) een bezoek aan winkels/horeca elders in de stad. 13% doet dit niet.
- Voor bezoekers is het meest belangrijke aspect voor een centrummarkt dat deze 'netjes en opgeruimd' is (93%). Op de plek 2e en 3e plek komen respectievelijk een 'vast aanbod' (86%) en 'de uitstraling van de marktkramen' (83%). En bijna even grote groep (82%) vindt ook de 'sfeer/gezelligheid van de markt' belangrijk.
- Het belang van een zitgelegenheid op de markt is toegenomen van 33% in 2015 naar 40% in 2024. Door de vergrijzing zullen wellicht vooral ouderen hiervan meer gebruik wensen te maken.
- Als rapportcijfer krijgt de dinsdagmarkt een 5,7. In voorgaande jaren was dat nog een 6. De zaterdagmarkt krijgt een hoger cijfer dan de dinsdagmarkt (6,2; in 2015 nog 6,4).
- Een groot deel van de bezoekers is van mening dat de markt (sterk) is verslechterd. Zo vindt 60% dat de dinsdagmarkt achteruitgegaan is en volgens 44% is de zaterdagmarkt verslechterd. Slechts een klein deel (zo'n 5%) vindt dat de dinsdag- en zaterdagmarkt in het centrum er op vooruit is gegaan.
- De meeste bezoekers zijn ontevreden over het aanbod op de markt, met name van de dinsdagmarkt (48%). Over het aanbod van de zaterdagmarkt is 39% ontevreden.
- Als belangrijkste reden voor de onvrede geeft men aan dat ze bepaalde artikelen missen. Vooral stoffenkramen en kledingkramen worden gemist. Veel andere genoemde redenen zijn: de markt is te klein / te weinig kramen en er is te weinig diversiteit.
- Bijna de helft (46%) geeft aan dat ze vaker naar de markt zullen gaan als er 'meer aanbod' komt. Daarnaast zullen de meesten (waarschijnlijk) ook vaker gaan als het aanbod beter wordt afgestemd op hun wensen. Slechts 3 tot 5% geeft namelijk maar aan hier niet gevoelig voor te zijn.

Resultaten in grafieken en tabellen

Bezoekers en niet-bezoekers centrummarkt Oss

Zo'n 60% van de respondenten heeft afgelopen 12 maanden ten minste één van de twee markten in het centrum van Oss bezocht (grafiek 1). Een kwart ging zowel naar de zaterdag- als naar de dinsdagmarkt. Van de mensen die maar naar één markt gingen, werd de zaterdagmarkt meer bezocht dan de dinsdagmarkt (23% t.o.v. 12% bezoekers).

Grafiek 1 Bezoek centrummarkt Oss (N=661)



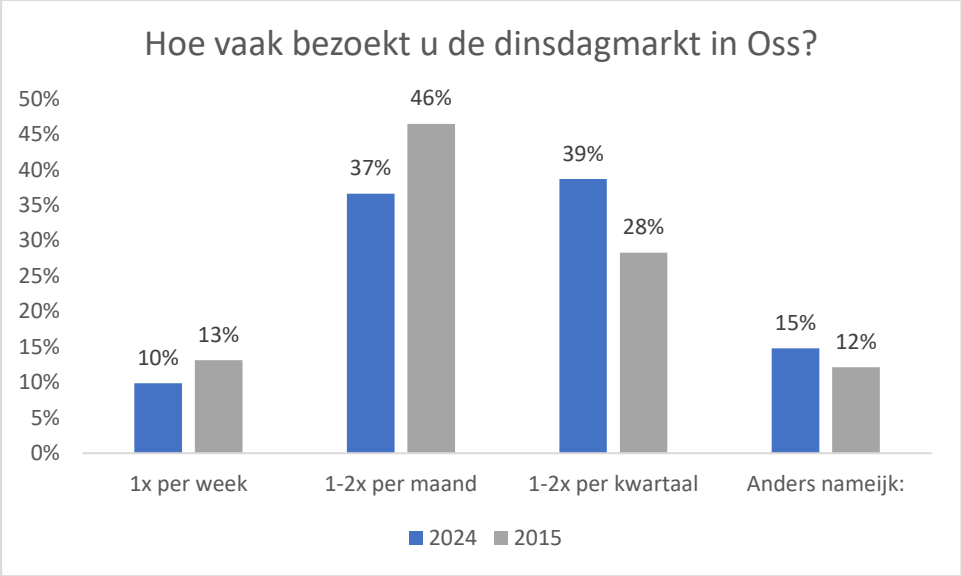
Verloop bezoekersaandeel door de jaren heen (2015-2019-2024)

In voorgaande jaren was het aandeel respondenten dat de markt wel eens bezocht lager (50% in 2019 en 46% in 2015). Met name het aandeel dat de dinsdagmarkt of beiden markten heeft bezocht, is toegenomen van 26% in 2015 naar 37% nu.

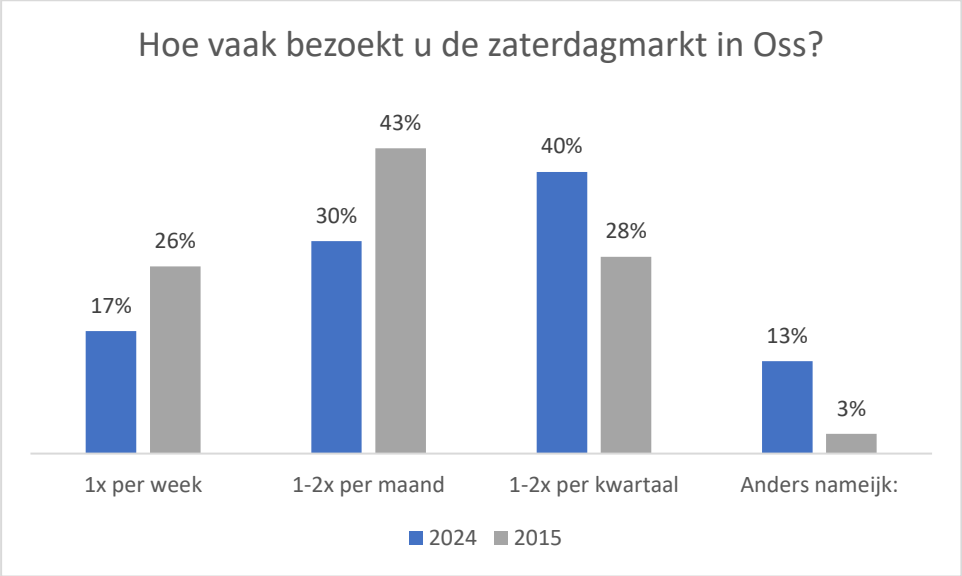
Frequentie bezoek centrummarkten Oss

Het aantal keer dat men de markt bezocht (frequentie) is in de loop van de tijd wel afgenomen (grafieken 2-dinsdag en 3-zaterdag). Zo gingen in 2015 nog de meeste mensen 1 á 2 keer **per maand** naar de Osse markt (46% op dinsdag en 43% op zaterdag). Nu gaan de meesten mensen 1 á 2 keer **per kwartaal** (39% op dinsdag en 40% op zaterdag). Ook het aandeel dat afgelopen jaar wekelijks naar de markt ging, is gehalveerd van 26% in 2015 naar 13% nu.

Grafiek 2 Frequentie bezoek dinsdagmarkt Oss (N=243)



Grafiek 3 Frequentie bezoek zaterdagmarkt Oss (N=314)



Bij 'Anders namelijk' geven respondenten meestal aan dat ze enkele keren per jaar naar de markt gaan. Andere respondenten geven aan dat ze 'zelden', 'incidenteel' of 'bijna nooit' gaan.

Niet-bezoekers van de markt

Vier op de tien respondenten geeft aan afgelopen 12 maanden helemaal niet naar een centrummarkt in Oss te zijn geweest. Respondenten konden zelf aangeven wat de belangrijkste redenen daarvoor waren (meerdere opties mogelijk).

Redenen om centrummarkt niet te bezoeken

Bijna de helft (47%) van de niet-bezoekers geeft als belangrijkste reden dat ze nooit naar een markt gaan (tabel 1), ook niet in het verleden (grafiek 4). Nog eens 1 op de 5 (20%) geeft aan dat de openingstijden hen niet schikt. Verder wordt vaak als reden gegeven dat 'de dagen niet schikken', 'de markt ongezellig is/sfeer mist' en dat 'er te weinig divers productaanbod is' (allen door 15% genoemd). In vergelijking met 2015 is het aandeel niet-bezoekers dat de ongezellige sfeer als reden geeft, gedaald van 22% in naar 15% % in 2024. Daarentegen is het aandeel dat de markt te duur vindt juist gestegen van 1% naar 5%.

Tabel 1 Redenen om centrummarkt Oss NIET te bezoeken (N=267)

Wat zijn de belangrijkste redenen om de centrummarkt in Oss niet te bezoeken?
(maximaal 3 antwoorden mogelijk)

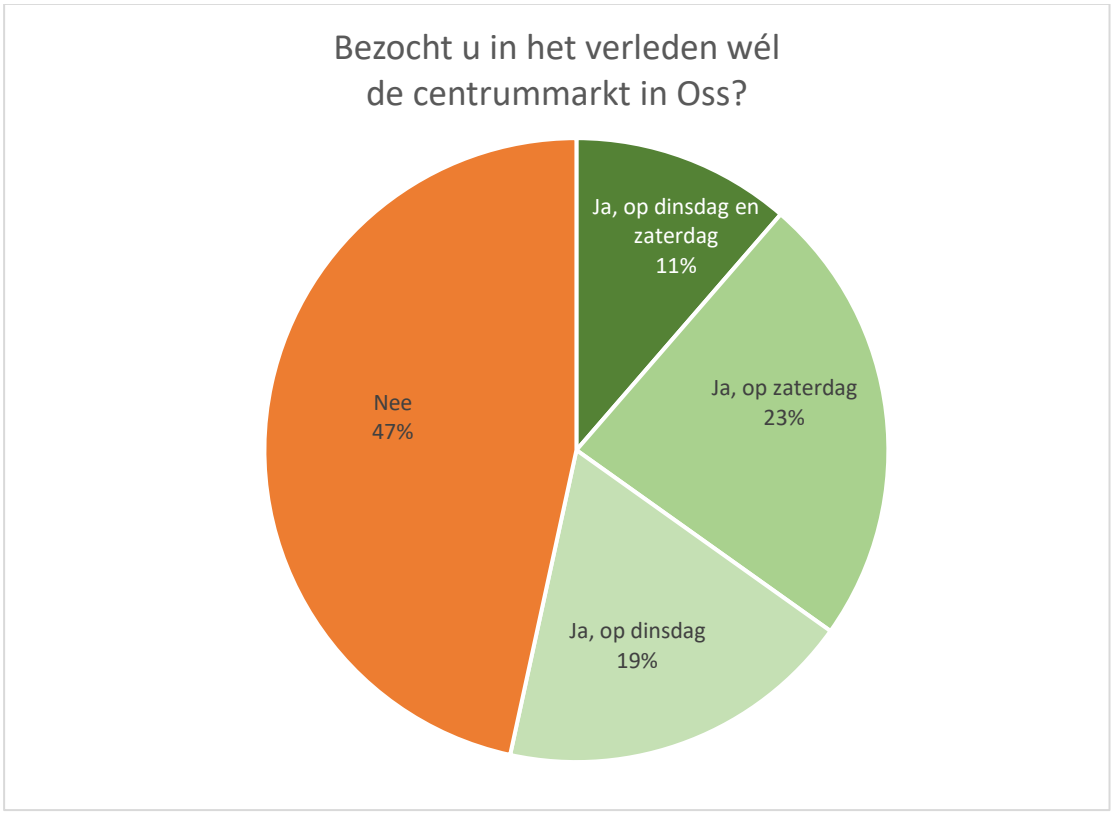
	2024	2015
Ik ga nooit naar een markt	47%	40%
De openingstijd niet geschikt voor mij	20%	19%
Deze dagen schikken mij niet	15%	12%
Het is ongezellig/ weinig sfeer	**15%**	**22%**
Er is te weinig divers productaanbod	15%	16%
Anders namelijk	14%	22%
Het is te ver weg	9%	9%
Weet ik niet	7%	8%
Het is te duur	5%	1%
Het is te druk	3%	5%
de producten zijn van lage kwaliteit	2%	2%
Respons 'niet-bezoekers'	**267**	**207**

N.b. Men kon meer dan één antwoord aankruisen. De percentages tellen dus op tot meer dan 100%.

Bezoek centrummarkt in het verleden door huidige niet-bezoekers

Van degenen die de centrummarkt niet bezoeken heeft 53% dit in het verleden nog wel gedaan. 47% ging ook in het verleden niet. Zo'n 23% ging vroeger nog wel eens op zaterdag en 19% op dinsdag. Zo'n 11% bezocht in het verleden beide markten. In 2015 lagen die percentages niet anders.

Grafiek 4 Bezoek centrummarkt in het verleden niet-bezoekers (N=264)



Bezoek van andere markten in de buurt

1 op de 5 respondenten geeft aan wel eens of ook naar andere markten in de buurt te gaan. De meesten (80%) doen dat dus niet!

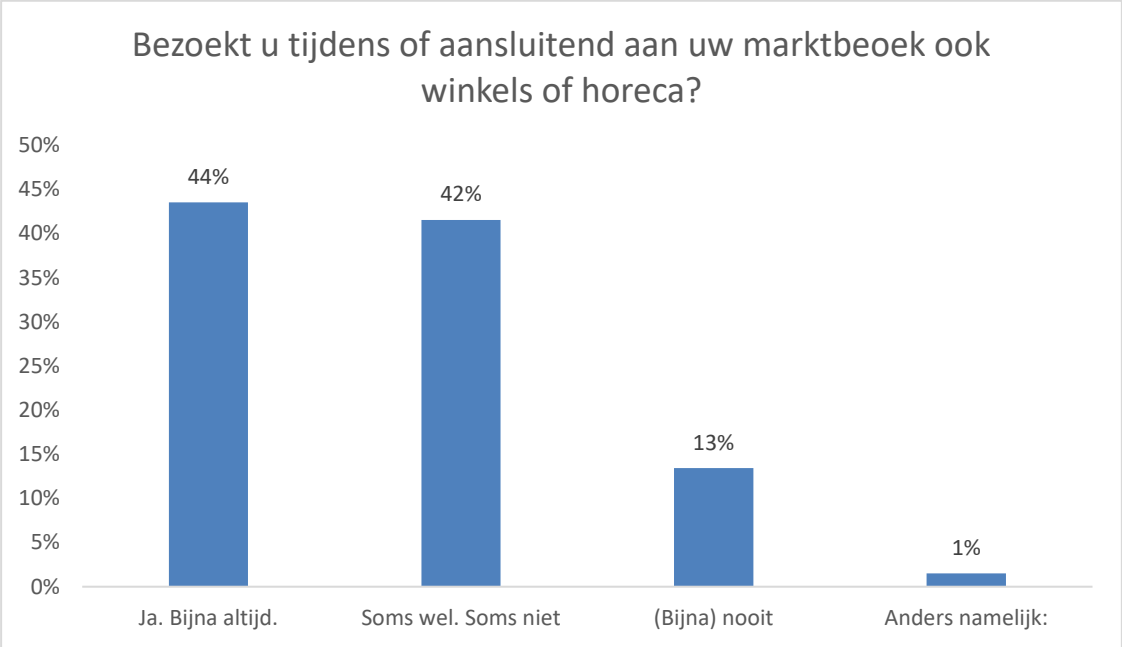
Grafiek 5 Bezoek andere markten in de buurt (N=667)



Bezoek aan winkels/horeca tijdens of aansluitend aan marktbezoek

Circa 44% van de respondenten die wel eens de centrummarkt bezoeken geeft aan dat ze tijdens of aansluitend aan hun marktbezoek ook winkels of horeca in de stad bezoeken. Zo'n 42% zegt dit soms wel/ soms niet te doen. 13% zegt dit (bijna) noot te doen.

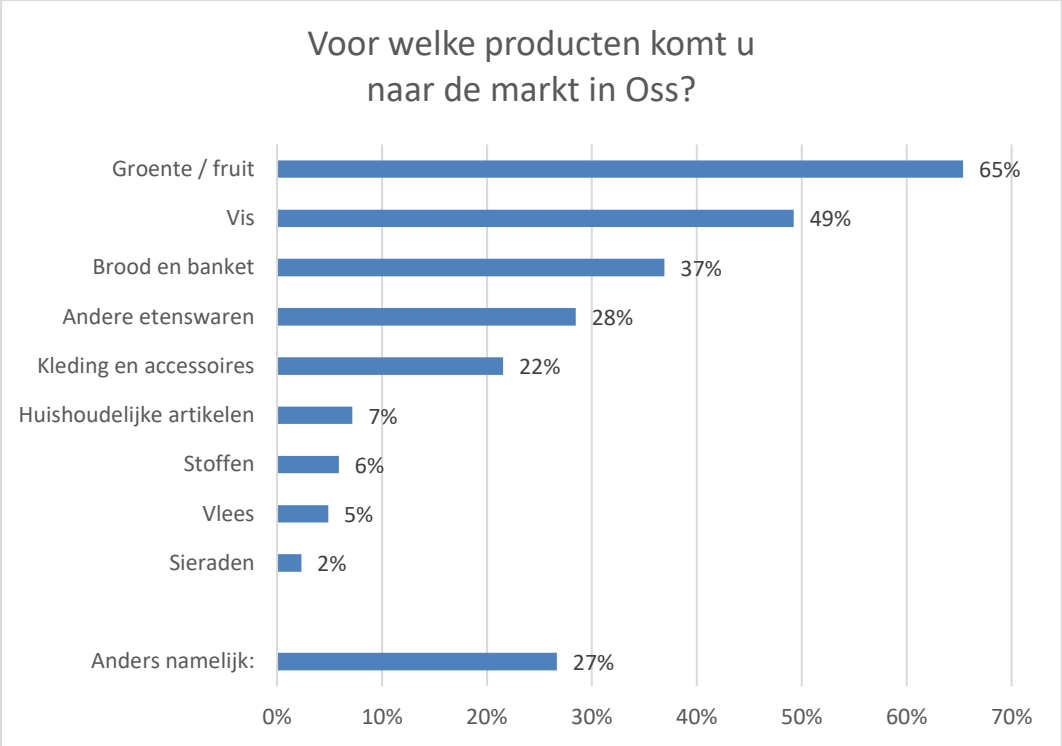
Grafiek 6 Combineren marktbezoek met bezoek winkels/horeca (N=402)



Type producten waarvoor men naar de markt komt

De meeste bezoekers komen voor Groente & Fruit (63%) en Vis (52%) naar de markt. Die stonden in 2015 en 2019 ook al bovenaan. Wel zien we een (lichte) toename van etenswaren en andere eetbare producten en een afname van kleding/stoffen. Dit hangt waarschijnlijk samen met het aanbod (meer marktkramen die etenswaren verkopen en minder marktkramen met non-food, zoals kleding/stoffen).

Grafiek 7 Producten waarvoor men naar de markt komt (N=390)



N.b. Men kon meerdere antwoordcategorieën aankruisen. Gemiddeld kruiste men 2 of 3 categorieën aan. De percentages tellen dus op tot meer dan 100%.

Een relatief grote groep (27%) koos de categorie 'Anders, namelijk'. De helft van hen geeft aan vooral naar de markt te gaan voor bloemen/planten. Daarnaast worden ook dierbenodigdheden en noten/kaas worden relatief vaak genoemd.

Tabel 2 Zelf benoemde producten waarvoor en naar de markt gaat (N=104)

Anders namelijk

Open vraag = antwoord zelf ingevuld	**Aantal x genoemd**
Bloemen/zaden/planten	53x
Dierbenodigdheden	14x
Noten/kaas	13x
Diversen, zoals poelier, wenskaarten, tassen, fournituren, koopjes	10x
Andere opmerking, bijv. 'voor de gezelligheid'	20x
Door: aantal respondenten	**104**

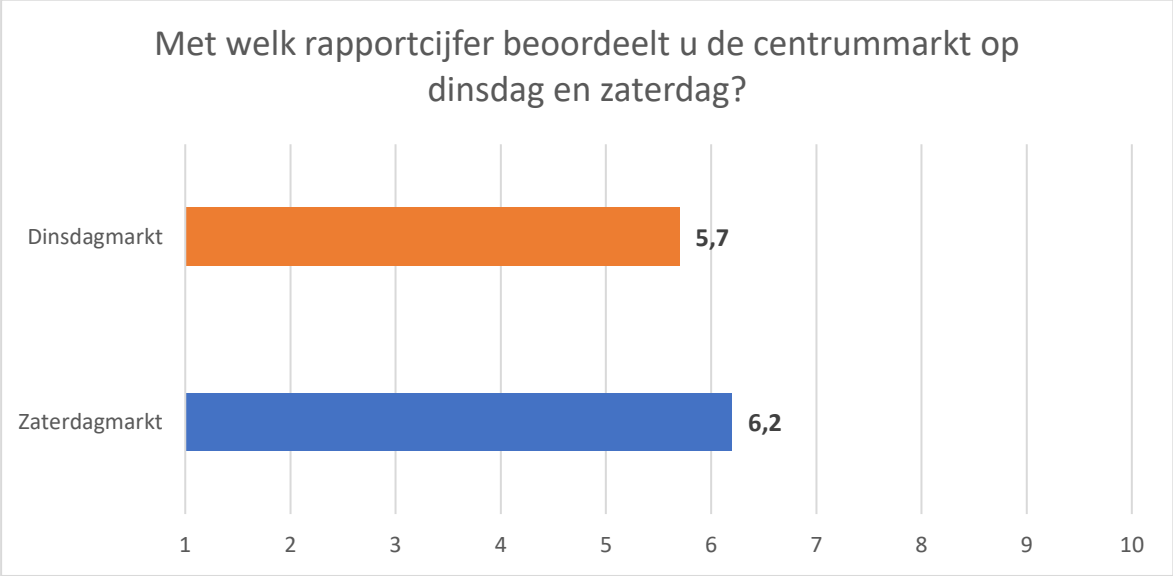
Rapportcijfer dinsdagmarkt

De panelleden konden met een rapportcijfer van 1 tot en met 10 aangeven welke score zij de dinsdag en zaterdagmarkt geven. Het gemiddeld rapportcijfer voor de dinsdagmarkt komt uit op een 5,7. Als laagste cijfer werd een 1 gegeven en als hoogste cijfer een 10.

Rapportcijfer zaterdagmarkt

De zaterdagmarkt scoort gemiddeld met een 6,2 duidelijk hoger. Het laagste cijfer hier was een 2, maar hoger dan het cijfer 9 werd hier niet gegeven.

Grafiek 8 Gemiddeld rapportcijfers centrummarkt (N $_{dinsdag}$: 235; N $_{zaterdag}$: 306)



Rapportcijfers door de jaren heen (2024-2019-2015)

De markten in het centrum van Oss worden door de bezoekers van het burgerpanel steeds lager beoordeeld. Zo kreeg de dinsdagmarkt in 2019 nog een rapportcijfer van een 6 gemiddeld en in 2015 een 5,9. Een significante afname van respectievelijk 0,3 en 0,2 punt! Hoewel de zaterdag gemiddeld beter scoort, zien we ook hier een daling van het rapportcijfer van 0,2 punt t.o.v. 2015 Toen kreeg de zaterdagmarkt nog gemiddeld een 6,4 (in 2019 is de zaterdagmarkt niet onderzocht).

Tabel 3 Gemiddeld rapportcijfers centrummarkten in 2024, 2019 en 2015

Met welk rapportcijfer beoordeelt u de dinsdagmarkt?	2024	2019	2015
Gemiddelde cijfer	5,7	6,0	5,9
Aantal respondenten	*236*	*189*	*96*

Met welk rapportcijfer beoordeelt u de zaterdagmarkt?	2024	2019	2015
Gemiddelde cijfer	6,2	n.v.t.	6,4
Aantal respondenten	*306*	*n.v.t.*	*146*

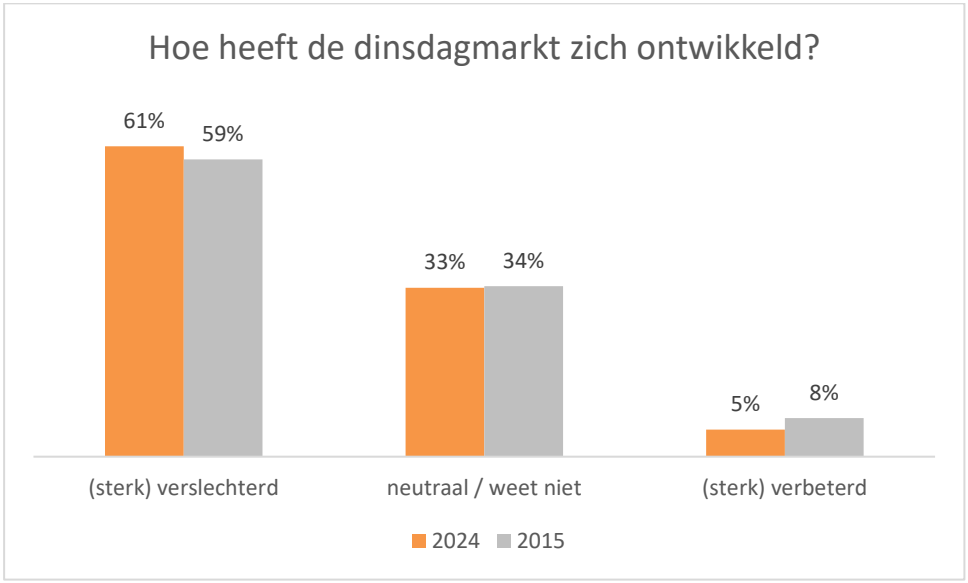
Oordeel ontwikkeling centrummarkt op dinsdag en zaterdag

Van de respondenten die aangaven afgelopen 12 maanden wel eens naar de markt te zijn geweest, vindt een groot deel dat de markt (sterk) is verslechterd.

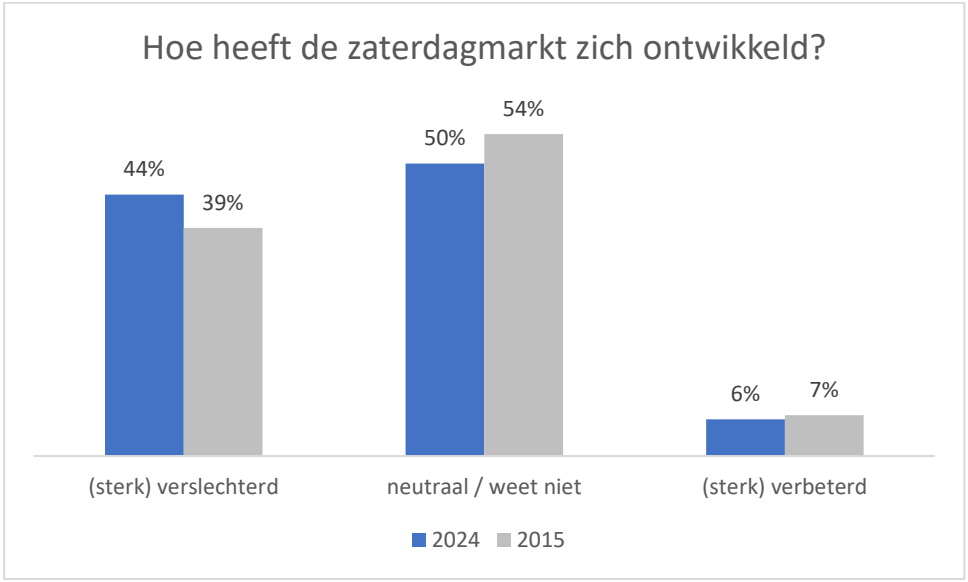
Vooral de ontwikkeling van de dinsdagmarkt wordt slecht beoordeeld (grafiek 9). Zo geeft 61% van de mensen aan dat de dinsdagmarkt afgelopen jaren (sterk) verslechterd is, tegenover 5% van de mensen die vinden dat het (sterk) verbeterd is. Ongeveer een derde is neutraal of weet het niet.

Bij de zaterdagmarkt (grafiek 10) geeft 44% aan dat deze is verslechterd afgelopen jaren, tegenover 6% die een verbetering ziet. Ruim de helft is hier neutraal of weet het niet.

Grafiek 9 Ontwikkeling dinsdagmarkt volgens burgers (N=243)



Grafiek 10 Ontwikkeling zaterdagmarkt volgens burgers (N=314)



In 2015 zag de verdeling er verglijkbaar uit (we zien geen significante verschillen).

Oordeel over het aanbod van artikelen en producten op de dinsdagmarkt

Bijna de helft van de bezoekers is ontevreden over het aanbod op de dinsdagmarkt (48%). Zo vindt 34% het aanbod onvoldoende en nog eens 14% het aanbod slecht. In 2015 was dat nog heel anders; toen vond juist 30% het aanbod voldoende en 11% het aanbod goed.

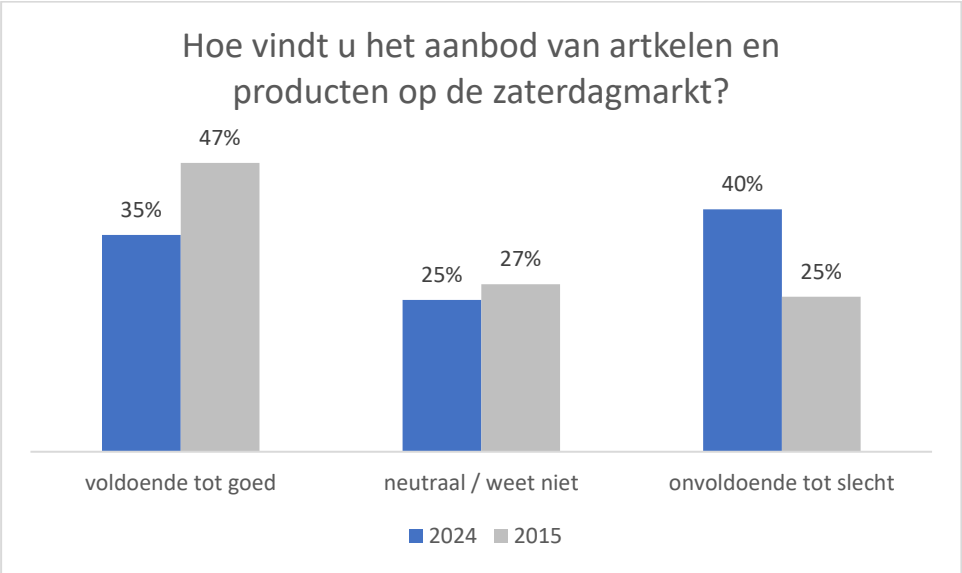
Grafiek 11 Oordeel burgers over aanbod artikelen -dinsdagmarkt (N=241)



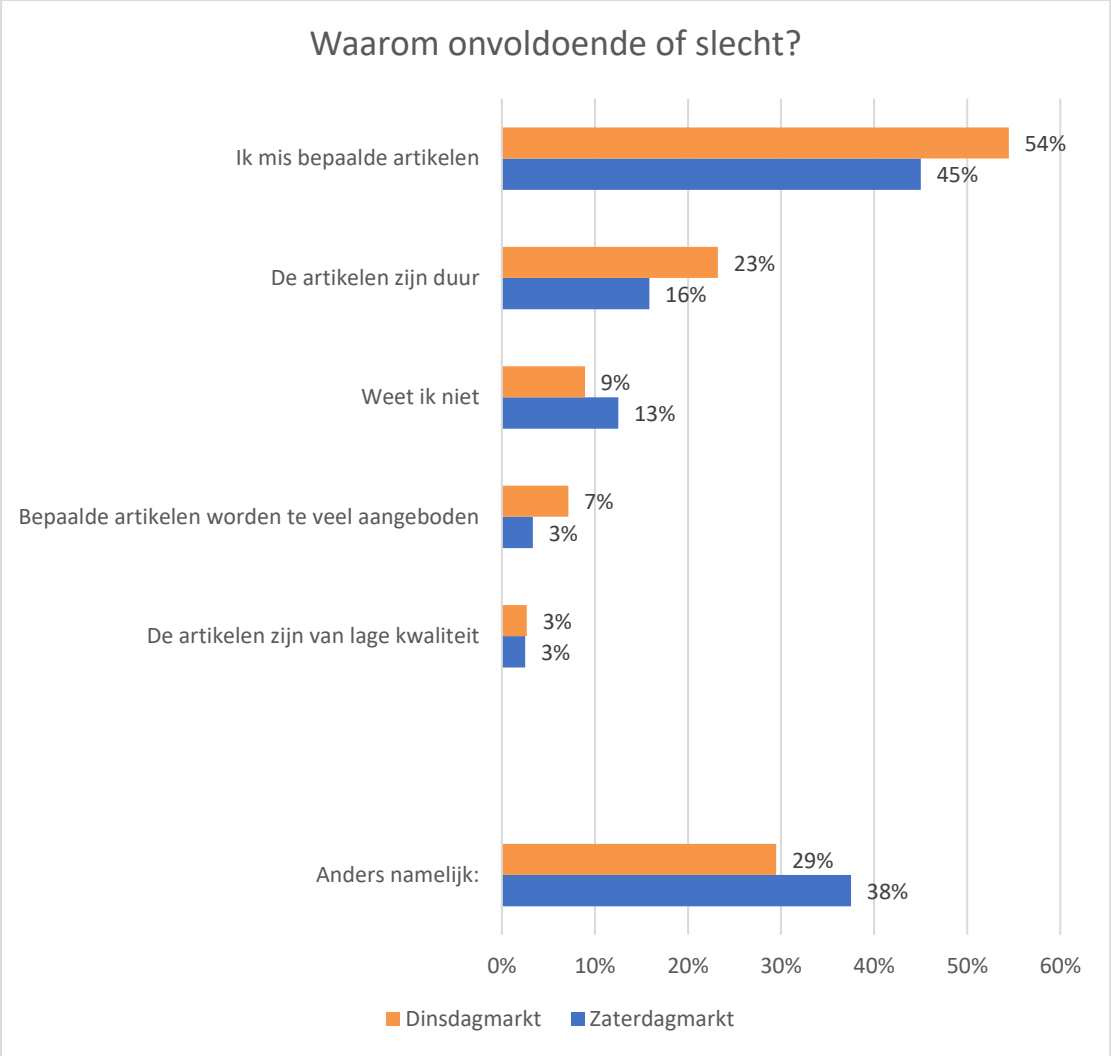
Oordeel over het aanbod van artikelen en producten op de zaterdagmarkt

Over het aanbod op de zaterdagmarkt zijn de bezoekers iets meer tevreden. Zo geeft 35% aan deze een voldoende tot goed (in 2015 nog 47%). Toch oordeelt momenteel ook hier nog 31% het aanbod als onvoldoende en 8% als slecht.

Grafiek 12 Oordeel burgers over aanbod artikelen -zaterdagmarkt (N=313)



Grafiek 13 Redenen ontevredenheid met aanbod (N $_{dinsdag}$: 112; N $_{zaterdag}$: 120)



Belangrijkste reden ontevredenheid over aanbod centrummarkten

Zowel voor de dinsdagmarkt als zaterdagmarkt wordt het gemis van bepaalde artikelen het meest genoemd. Met een open vraag kon dit worden toegelicht. Daaruit blijkt dat vooral artikelen die je haalt in een stoffen- of kledingkraam worden gemist. En ook fournituren worden genoemd. Vervolgens geven mensen aan dat artikelen vaak te duur zijn, vooral de bezoekers van de dinsdagmarkt (23% tegenover 16% op zaterdag).

Overige redenen ontevredenheid over aanbod

In de categorie 'Anders, namelijk' geven respondenten nog andere redenen, zoals: dat de markt te klein is, omdat er te weinig kramen staan. Men wil wel wat meer concurrentie op de markt. Verder is er volgens velen te weinig diversiteit (vooral food, weinig non-food) en het (food)aanbod mag ook meer gericht zijn op lokale, biologische of exotische producten. De meest genoemde quotes zijn samengevat in figuur 1 en 2 op de volgende pagina.

Figuur 1 Producten die gemist worden door bezoekers op dinsdag (N=112)



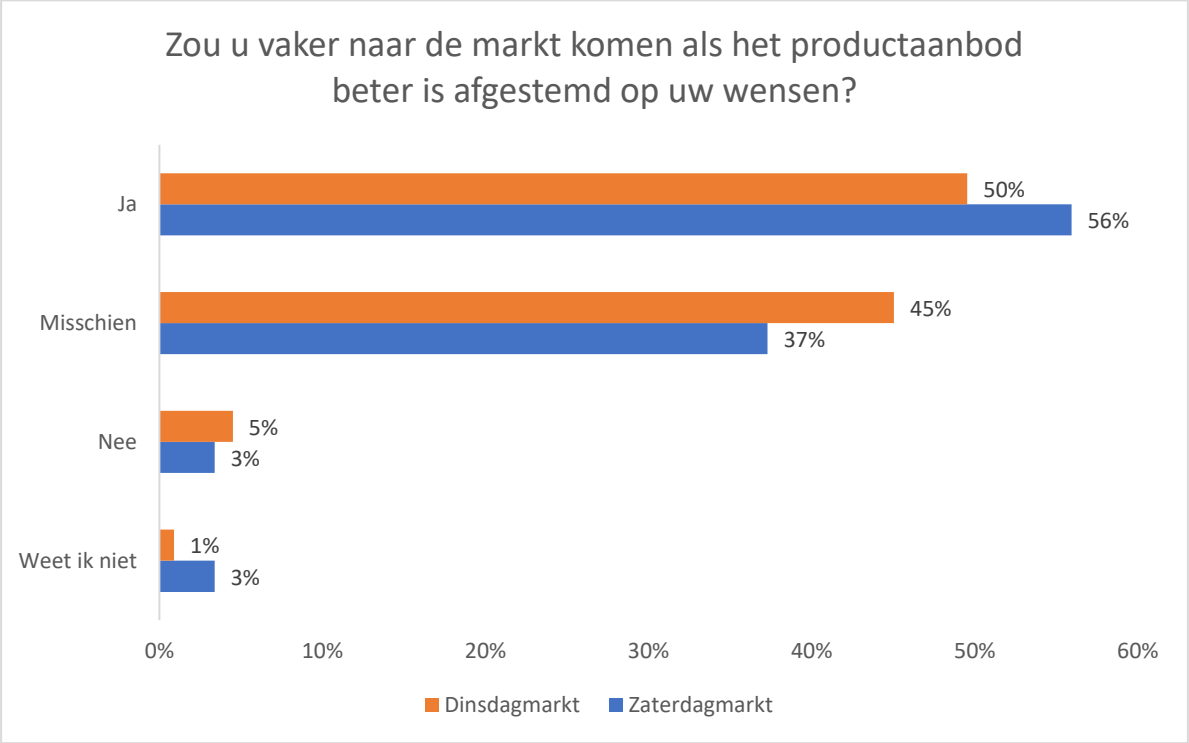
Figuur 2 Producten die gemist worden door bezoekers op zaterdag (N=120)



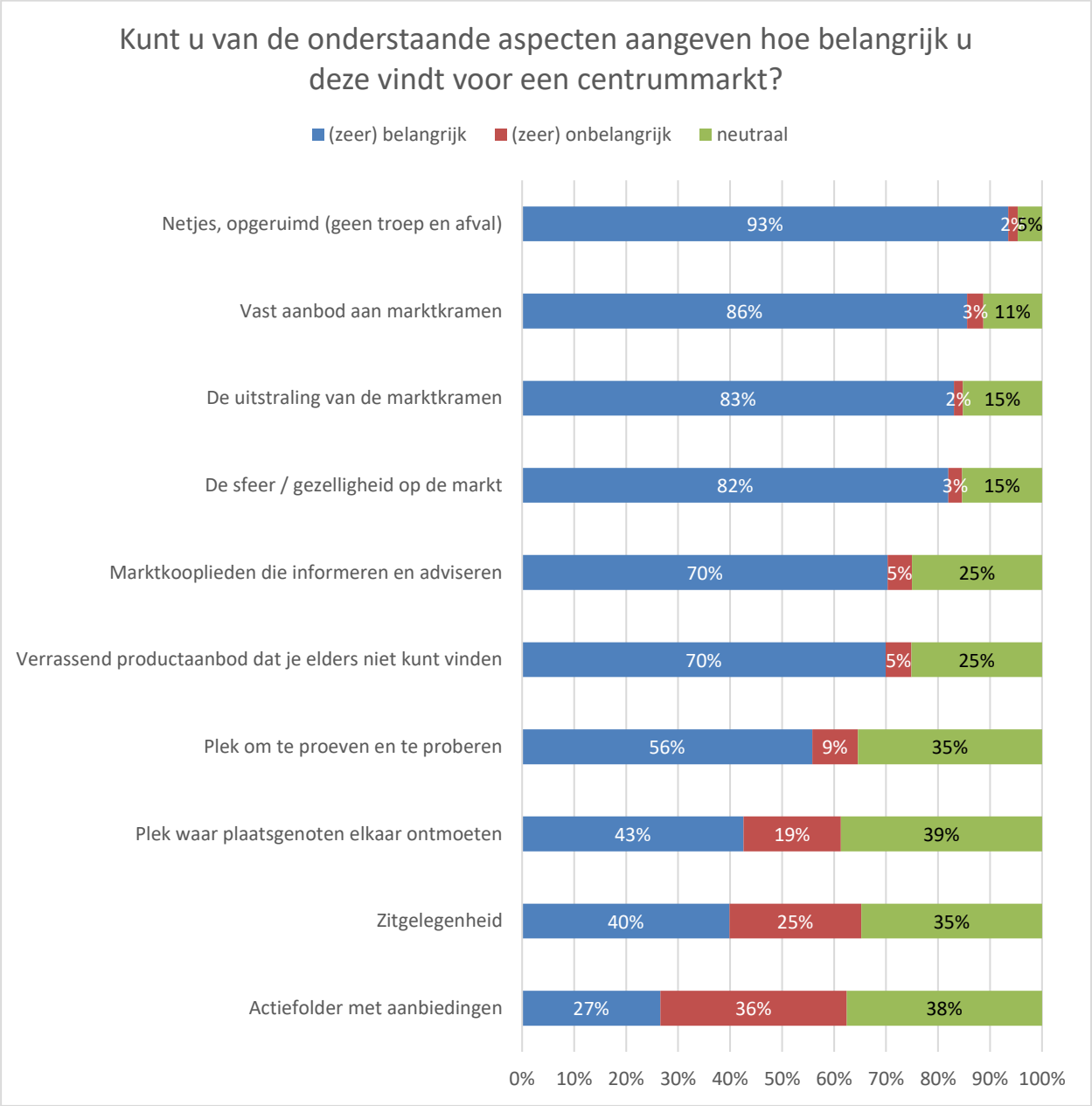
Marktbezoek na aanpassing productaanbod op wensen van klanten

De meeste respondenten zouden wel vaker naar de markt gaan als het aanbod beter wordt afgestemd op hun wensen. '50% van de respondenten geeft aan dan vaker naar de dinsdagmarkt te gaan en 56% gaat dan vaker naar de zaterdagmarkt. 45% geeft aan bij aanpassing 'misschien' vaker naar de dinsdagmarkt te komen. Bij de zaterdagmarkt is dat 37%. Slechts een klein deel geeft aan niet vaker naar de markt te zullen gaan na aanpassing van het productaanbod.

Grafiek 14 Vaker naar markt na aanpassing productaanbod (N $_{dinsdag}$: 111; N $_{zaterdag}$: 118)



Grafiek 15 Mate van belangrijkheid aspecten centrummarkt (N=646)



Belangrijkste aspecten voor centrummarkt volgens burgers

Op de vraag welke aspecten belangrijk zijn voor een centrummarkt antwoord een ruime meerderheid (93%)dat deze netjes en opgeruimd moet zijn. 86% vindt het daarna het meest belangrijk dat er een vast aanbod is van marktkramen. Ook vindt men de uitstraling van de marktkramen (83%) en de sfeer en gezelligheid op de markt heel belangrijk (82%). Actiefolders met aanbiedingen worden als minst belangrijk genoemd (36%). De behoefte aan zitgelegenheid is ook niet groot. Een kwart van de respondenten vindt het zelfs onbelangrijk. Toch is het belang van een zitgelegenheid op de markt wel toegenomen. Zo vond in 2015 nog maar 33% dit (zeer) belangrijk, nu is dat 40%. Waarschijnlijk omdat vooral ouderen hiervan gebruik wensen te maken en de maatschappij verder vergrijst.