



Toekomstperspectief en locatiestudie warenmarkt Velp

Maart 2021

Inhoud

Hoofdstuk 1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	4
1.2 Werkwijze en leeswijzer	5
Hoofdstuk 2. De huidige situatie	6
2.1 De huidige warenmarkt in Velp	7
2.2 SWOT-huidige locatie	9
Hoofdstuk 3. Toekomstige mogelijkheden	10
3.1 Mogelijke locaties	11
3.2 Beoordelingscriteria locaties	12
3.3 Beoordeling A-Criteria nieuwe locaties	14
3.4 Beoordeling B-Criteria nieuwe locaties	15
3.5 Beoordeling huidige locatie Den Heuvel	16
Hoofdstuk 4. Conclusies en aanbevelingen	17
Bijlage 1: Enquêteresultaten bezoekers	24
Bijlage 2: Trends & Referentiemarkten	32

Inleiding

01



1.1 Aanleiding

Voor u ligt het onderzoek naar het toekomstperspectief voor de warenmarkt in Velp. Inbegrepen is een locatiestudie conform de wens van de coalitie. In het coalitieakkoord is de gedachte uitgesproken dat verplaatsing van de markt profijtelijk is voor ondernemers en inwoners. Om die reden is een onderzoek uitgevoerd met de belanghebbenden.

De markt op donderdagmorgen heeft een primaire verzorgingsfunctie voor de 20.000 inwoners van Velp, inclusief het aangrenzende Rozendaal. Zo'n markt biedt kansen om de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van een dorp te versterken. De omstandigheden voor de warenmarkt op de parkeerplaats Den Heuvel maken deze ambities anno begin 2021 onvoldoende waar.

De gemeente Rheden heeft Seinpost Adviesbureau gevraagd een locatiestudie uit te voeren voor de warenmarkt in Velp. Hierbij zijn diverse locaties in het centrum van Velp onderzocht. Ook de huidige locatie is meegenomen in het onderzoek. De positie van de warenmarkt staat hierbij centraal, maar er is rekening gehouden met andere belangen. Er is een zorgvuldig proces doorlopen met betrokkenen als de marktondernemers, centrumondernemers, bewoners/omwonenden, markt- en centrumbezoekers en de gemeente.

Er is rekening gehouden met de nieuwe werkelijkheid dankzij corona. Inhoud en proces hebben geleid tot een goed afgewogen locatiestudie voor de warenmarkt in Velp.



1.2 Werkwijze en leeswijzer

Om tot voorliggend rapport te komen, zijn enkele onderzoekstappen doorlopen. Het traject is september 2020 gestart met een gesprek met de wethouder als ambtelijke opdrachtgever. Aansluitend heeft een inventariserend gesprek plaatsgevonden met een diverse groep ambtenaren. Vervolgens heeft oktober 2020 een digitaal overleg plaatsgevonden met de marktondernemers. Ook brancheorganisatie CVAH was aanwezig. Op een later moment zijn tijdens een gezamenlijke schouw langs de mogelijke locaties de diverse wensen, kanttekeningen en mogelijkheden besproken en geïnventariseerd.

In de maanden november en december 2020 zijn op de warenmarkt en in het centrum van Velp enquêtes afgenomen onder de markt- en centrumbezoekers. Door de enquête is antwoord verkregen op vragen Als: waarom bezoeken zij de markt (niet), welke wensen en verwachtingen hebben ze voor de toekomst? En zouden ze de markt (vaker) bezoeken op een andere locatie? Aanvullend is een verkorte versie van de enquête uitgedeeld onder bewoners van Den Heuvel.

Naast ambtenaren, marktondernemers en bezoekers, is er in januari 2021 gesproken met 'de burens' van de markt. Centrumondernemers (bestuursleden BIZ) en vertegenwoordigers van bewoners zijn gevraagd naar hun verwachtingen en wensen en hun aandachtspunten per mogelijke locatie.

Op basis van de gesprekken die zijn gevoerd, is een goed afgewogen advies geschreven. Marktondernemers hebben een belangrijke bijdrage en input geleverd. Zij hebben met een positieve grondhouding meegedacht in de locatiestudie. Komend hoofdstuk gaat in op de huidige situatie, evenals de beoogde locaties. Hoofdstuk drie gaat in op de toekomstige mogelijkheden, en hoofdstuk 4 op de conclusies. In de bijlagen geeft de enquêteresultaten onder de bezoekers en omwonenden weer, inclusief de trends en ontwikkelingen in de ambulante handel.



02

De huidige situatie



2.1 De huidige warenmarkt in Velp

De huidige situatie

De warenmarkt van Velp is een wekelijkse toevoeging op het aanbod in het centrum en al jarenlang een begrip in Velp. Hoewel een aantal ondernemers al generaties op de markt staat, staat de positie van de warenmarkt onder druk. Het aantal marktondernemers is de laatste jaren teruggelopen tot slechts zes marktwagens (excl. slager die naar verwachting eind 2020 permanent is gestopt). Wat over is gebleven, zijn sterke en grotere food ondernemers. Non food ondernemers ontbreken op de warenmarkt.

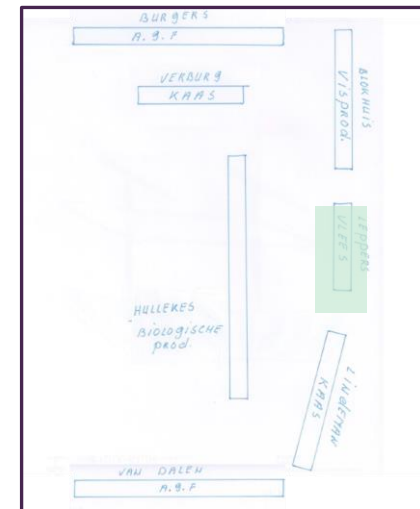
Wanneer gekeken wordt naar de opzet van de markt, dan valt op dat de markt niet meer compleet is. De kramen staan tegenover elkaar (figuur 1), maar een routing ontbreekt. Wat tevens opvalt is dat de wagens en kramen groot zijn (van 6 tot 18 meter) en de meeste een professionele uitstraling hebben. Hoewel de kramen netjes ogen, blijven er ook eigen transportwagens naast de kramen staan. Deze doen afbreuk aan de sfeer en beleving van de markt, zeker als je beseft dat vrachtwagens het uitzicht zijn van een marktondernemer vanuit zijn kraam. Wat ook niet hoort is dat klanten zich langs deze transportwagens moeten begeven om op het marktterrein te komen. De locatie heeft wel voldoende ruimte voor de markt. De ondernemers functioneren goed maar constateren dat de locatie weinig sfeer uitstraalt en de synergie met het centrum ontbreekt. Dit terwijl een markt in staat is een bijdrage te leveren aan de beleving en levendigheid van een centrum.

Trends en ontwikkelingen

Winkelgebieden evolueren van 'place to buy' naar 'place to be'. Consumentengedrag verandert, internet is een serieus aankoopkanaal geworden. We noemen dit de 'altijd alles overal consument' (zie bijlage). Corona versnelt deze trends. Om klanten (in de toekomst) naar het centrum te trekken, worden sfeer, beleving en gastvrijheid belangrijker, zo ook het onderscheidend vermogen. De markt kan hieraan bijdragen.

Weekmarkten hebben de laatste jaren grote ontwikkelingen doorgemaakt. Niet langer bestaat een markt uit enkel kramen waar men wat kan kopen. Veel marktondernemers hebben eigen indrukwekkende wagens die er verzorgd uitzien. Vakmanschap en proeven en beleven spelen een steeds grotere rol voor warenmarkten.

Een andere belangrijke (maatschappelijke) trend is de groeiende vraag naar lokale, verse producten. Korte ketens spelen hierbij een belangrijke rol, zo ook het pure ondernemerschap en het besef waar een product vandaan komt. De warenmarkt kan als geen ander op deze behoeften inspelen. De vraag naar verantwoorde, biologische en duurzame producten stijgt.



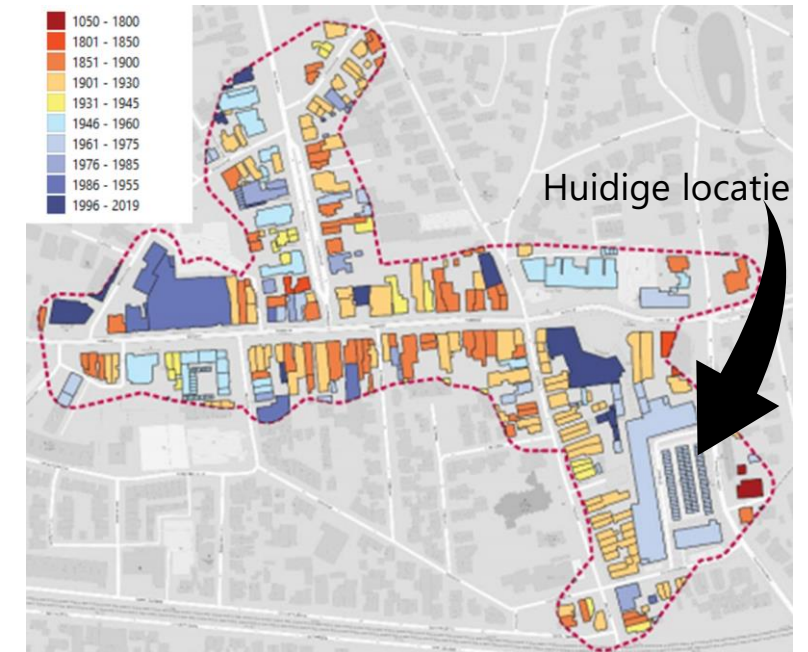
Figuur 1: Huidige opstelling Den heuvel. De slager lijkt echter eind 2020 gestopt.

De markt nog niet als onderdeel van het centrum

Zoals eerder al aangegeven, ligt de markt op dit moment solitair aan de rand van het centrumgebied van Velp, zie figuur 2. Enkel een aantal grote filiaalketens is in de nabijheid van de warenmarkt gevestigd (o.a. Scapino en Action).

Al voor de coronacrisis stonden centrumgebieden landelijk onder druk. Sinds corona is dat verergerd in met name de centrumgebieden waarin het 'niet-essentiële' winkelaanbod domineert of die sterk afhankelijk zijn van (grensoverschrijdend) kooptoeisme. Lokaal kopen is in opkomst. De concurrentie met het internet en omliggende dorpen/steden blijft groter dan ooit. Voor centrumgebieden is het belangrijk om samen te werken, zodat gezamenlijk gezorgd wordt dat het centrum vitaal blijft. Voor Velp geldt dat het een mooi en statig centrum heeft, met ondernemers van hoge kwaliteit. Eind 2019 hebben de ondernemers van het centrum in Velp een actieplan opgesteld waarin actiepunten staan benoemd die bijdragen aan het structureel verbeteren van het centrum. Samenwerken tussen ondernemers in het centrum gebeurt in de vorm van een Bedrijveninvesteringszone (BIZ). Den Heuvel maakt geen onderdeel uit van de BIZ.

Hoewel de warenmarkt fysiek van het centrum afstaat, ontbreekt ook iedere vorm van samenwerking tussen de warenmarkt en het centrum. Bezoekers van het centrum van Velp worden onvoldoende verleid om naar de warenmarkt te gaan en visa versa.



Figuur 2: Huidige locatie weekmarkt t.o.v. centrum Velp
Bron: Vitaliteitsbenchmark Gelderland 2020

2.2 SWOT-huidige locatie

Sterkten

- Compacte en aaneengesloten opstelling;
- Zichtbaarheid en attentiewaarde langs President Kennedylaan;
- Bereikbaarheid en parkeren: voor klanten én transportwagens van marktondernemers, inclusief bushalte voor klanten per openbaar vervoer;
- Markt hoeft bijna nooit uit te wijken voor een evenement of activiteit;
- Compleet aanbod aan food incl. biologisch;
- Sterke ondernemers met goed verzorgde kramen;
- Basisvoorzieningen voor de markt (elektriciteit, anker (sanitair bij Bristol));
- Warenmarkt biedt foodvoorzieningen aan (oudere) inwoners die in de nabijheid van de markt wonen, als tegenhanger van Albert Heijn / Versgaard aan de westzijde van het centrum.

Kansen

- Inspelen op nieuwe wensen van consument, zoals lokale producten;
- Branchering variëren en mixen: nieuw ondernemerschap, meer creativiteit, verbreding en meer diversiteit in het aanbod;
- Betere samenwerking marktondernemers en centrumondernemers en evenementen (gezamenlijke acties etc.).

Zwakten

- Afzijdige ligging van het centrum, synergie ontbreekt;
- Stalling van (grote) transportwagens op de parkeerplaats naast het marktterrein;
- Groot parkeerknelpunt, te weinig fietsparkeren;
- Verblijfswaarde van de parkeerplaats laat sterk te wensen over, achterstallig onderhoud, weinig groen, ontbreken terras voor verblijf;
- Branchering is monofunctioneel: ontbreken van snoep, olijven-delicatessen, streekproducten, bloemen / planten en frequent benodigde non-food;
- Doublures in kaas en groente-fruit;
- Beperkt aanbod omringende centrumfuncties en daardoor minder 'spontane' bezoekers op de markt (bijv. er wordt niets gedaan met de watermolen);
- Weinig combinatiebezoek met het centrum.

Bedreigingen

- De kritische massa is zo beperkt dat de markt kwetsbaar is, waardoor in de toekomst meer ondernemers kunnen stoppen;
- Concurrentie van andere markten en detailhandel die markthandel opkopen, de opkomst van themamarkten e.d.;
- De openingstijden veranderen te weinig mee met consumenten voorkeuren (bijv. een dagmarkt of 10-15 uur).

03

Toekomstige
mogelijkheden

3.1 Mogelijke locaties

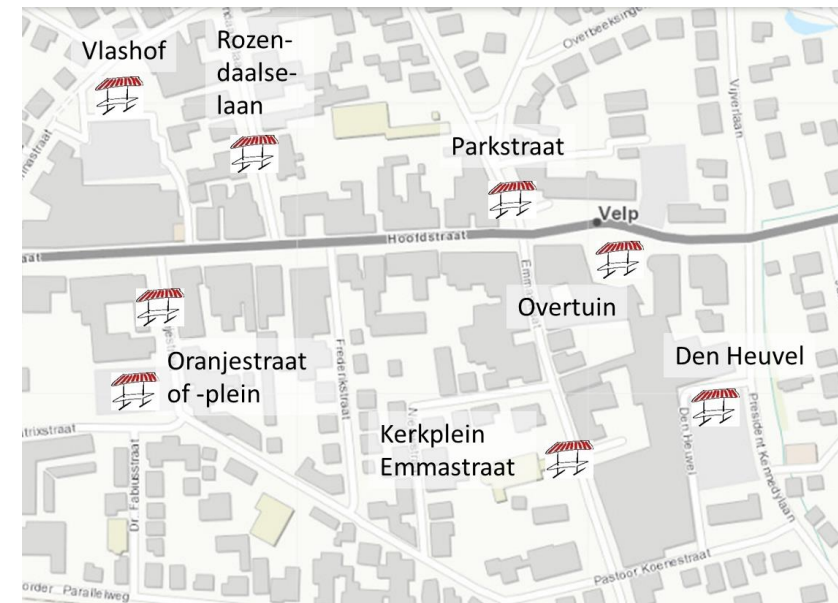
Het centrum van Velp bestaat uit meerdere straten en kenmerkt zich door een kernwinkelgebied en een secundair winkelgebied. Het kernwinkelgebied bestaat uit de Hoofdstraat en het aangrenzende gebied, vanaf het oude Postkantoor/De Overtuin tot de kruising met de Wilhelminastraat/Ommershofselaan, en de Emmastraat vanaf de Hoofdstraat tot aan de kerk. Het secundaire winkelgebied in het centrum van Velp bestaat uit het verlengde van de Emmastraat (vanaf de kerk tot de kruising met de Noorder Parallelweg), omgeving Den Heuvel, het noordelijke deel van de Oranjestraat en het middendeel van de Rozendaalselaan en de kruisende Wilhelminastraat.

Hoewel een echt ontmoetingsplein ontbreekt, zijn er wel (parkeer)pleinen in het centrum van Velp aanwezig. Achter de Albert Heijn (**locatie Vlashof**) ligt een grote parkeerplaats verscholen. Dit plein biedt jaarlijks onderdak aan de kermis. Het **Oranjeplein** is het evenementenplein van Velp. Bij de aanleg van het plein zijn diverse voorzieningen aangelegd. In praktijk wordt er vooral geparkeerd op het plein, het plein ligt uit het zicht van de Hoofdstraat en er liggen nauwelijks publieksfuncties omheen. Indien de markt naar het Oranjeplein verhuist, zal een deel van de kramen aan de **Oranjestraat** moeten komen te staan.

De **Rozendaalselaan** is wellicht wel de trots van veel Velpenaren en wordt gekenmerkt door veel groen en twee losse rijbanen. Het eerste deel van de

laan wordt gekenmerkt door dienstverleners en weinig winkels in de detailhandel. Het zuidelijke deel van de Rozendaalselaan wordt meegenomen in dit onderzoek.

De **Parkstraat** is een kleine parkeerplaats en straatruimte tegenover **Overtuin**. Beide locaties aan de oostkant van het centrum worden **apart**, maar ook **gezamenlijk** meegenomen. Tot slot wordt, naast de huidige locatie, de **Emmastraat** rondom de kerk meegenomen als mogelijke locatie voor de warenmarkt. De genoemde locaties staan in figuur 3.



Figuur 3: Mogelijke locaties weekmarkt Velp

3.2 Beoordelingscriteria locaties

De verschillende locaties in het centrum van Velp, worden afgewogen door middel van een trechtermodel met belangrijke criteria (figuur 4). A-criteria zijn voor de nieuwe locaties vereist om een alternatief te kunnen zijn voor de huidige locatie (*fysieke inpasbaarheid* en *synergie met het centrum*). Locaties die voldoen aan voorgenoemde criteria, worden daarna geanalyseerd op basis van de B criteria. In paragraaf 3.2 en 3.3 worden allereerst de nieuwe locaties beoordeeld. Paragraaf 3.4 gaat in op de huidige locatie Den Heuvel.

A-criteria:

Synergie met het centrum versterken

Levendige plinten met detailhandel, horeca/terras, aangevuld met diensten, cultuur en leisure én activiteiten/ evenementen waaronder de warenmarkt, dragen bij aan de beleving van het centrum. Dit stimuleert combinatiebezoek. Daarnaast begeleidt de warenmarkt op een weekdag passantenstromen door het centrum en biedt het de bezoeker een aanvullend bezoekmotief om het centrum te bezoeken en langer te verblijven. Voor de weekmarkt in Velp is het van groot belang dat de nieuwe locatie de synergie met het centrum vergroot. Dan wordt haar klantenbereik vergroot en kan de marktomzet omhoog, zeker nu de enquête heeft opgeleverd dat 56% van de centrumbezoekers de markt zelden of nooit bezoekt (bijlage 1). Dit vraagt een locatie goed in het zicht voor het winkelend publiek en in de directe nabijheid van winkels en horeca.

Fysieke inpasbaarheid

Voor de huidige marktkramen c.q. wagens en voetgangersruimte is een marktterrein nodig van circa 600 m²: 40*15 meter voor twee marktrijen tegenover elkaar, de transportwagens parkeren elders. Tijdelijk kan dat iets groter zijn vanwege de volksgezondheid (coronavirus). Zo mogelijk wordt in de toekomst rekening gehouden met een groter marktterrein als de nieuwe locatie een succes wordt en nieuwe marktondernemers zich aansluiten, of voor evenementenkramen e.d. Tenslotte geeft tweederde van de klanten aan producten te missen. Locaties die niet voldoen aan het benoemde metrage vallen in principe af voor verder onderzoek.



Figuur 4: Trechtermodel met locatie-criteria

B Criteria:

Bereikbaarheid voor inwoners

De markt is eenvoudig te bereiken met de fiets, te voet, auto en openbaar vervoer en daarnaast zijn voldoende parkeermogelijkheden voor de fiets en auto, op korte afstand van de markt.

Basis op orde

De basisvoorzieningen zijn op orde. Denk aan expeditie (aan en afvoer), vlakke en reinigbare bestrating, weinig obstakels, ankers, elektra voorzieningen (eventueel water), goten voor kabels en afvoer / riolering e.d. Ook de inrichting van de openbare ruimte, een prettig verblijfsklimaat met groen en rustelementen is hierbij belangrijk. Concreet vallen de volgende sub criteria onder dit onderdeel: *expeditie, basisvoorzieningen* (stroom, water etc.) en *verblijfsomgeving*.

Veiligheid

De veiligheid voor de warenmarkt en omgeving is gewaarborgd. Er is voldoende ruimte voor verkeer en ontsluiting voor hulpdiensten. Marktondernemers kunnen veilig hun wagens en kramen opbouwen en afruimen. Bezoekers kunnen veilig en op gepaste afstand van langsrijdend en parkerend verkeer hun inkopen doen.

Opstelling markt

Trekkers liggen verspreid over het marktterrein voor een goede klantcirculatie. Dezelfde branches hoeven niet altijd bij elkaar te staan. Gescheiden maken soortgelijke ondernemers hun eigen kracht beter waar. De kramen sluiten op elkaar aan, weloverwogen afgewisseld met winkelentrees, horeca / terras (jaarrondbestendig) ten behoeve van een goede synergie (weinig beletsels voor centrumondernemers ter plekke), en met straatmeubilair, openbaar groen en evenementenplekken.

Beschikbaarheid tijdens evenementen

Tijdens evenementen in het centrum van Velp kan de markt op zijn eigen locatie blijven staan en/of maakt de markt onderdeel uit van het evenement. Als het echt niet anders kan is er een gelijkwaardige uitwijklocatie voor maximaal een tot drie keren per jaar.

Versterken leefbaarheid: voorzieningenniveau inwoners versterken

Inwoners kunnen op gepaste afstand van hun woning hun eerste levensbehoefte kopen. Op dit moment is de markt de enige locatie aan de oostkant van het centrum waar inwoners dagelijkse producten kunnen kopen. Vooral voor oudere inwoners is het belangrijk dat het voorzieningenniveau behouden blijft.

3.3 Beoordeling A-Criteria nieuwe locaties

Synergie met het centrum versterken

Het is belangrijk dat een locatie bijdraagt aan de synergie tussen de warenmarkt en het centrum. De locatie Oranjeplein/straat ligt net buiten het hoofdwinkelgebied. Vooral Oranjeplein (waar merendeel van de wagens zullen staan) ligt geïsoleerd en is slecht zichtbaar vanaf de Hoofdstraat: het ontbreekt aan interactie tussen beide. Centrum en marktondernemers geven aan dat de synergie met het centrum niet zal versterken.

Ook Vlashof ligt verscholen achter winkelpanden. Deze fysieke barrière maakt het lastig de markt vanaf de Hoofdstraat te zien of te 'voelen'. In de basis biedt deze locatie potentie om de synergie met winkels toe te laten nemen. Immers enkele ondernemers zijn gevestigd aan de parkeerplaats.

Toch zal de praktijk anders uitwijzen en wordt verwacht dat een averechts effect ontstaat. Het detailhandelsaanbod in de omgeving Vlashof is vergelijkbaar met het aanbod op de weekmarkt. In plaats van elkaar te versterken, zullen de warenmarkt en de supermarkt en Versgaard concurreren, met beiden hun parkeerdruk. Dit verdient niet de voorkeur. Zowel inwoners, centrum als marktondernemers zien onvoldoende toekomst op deze locatie.

Ook het Kerkplein bij de Emmastraat is een aandachtspunt als het gaat om synergie met het centrum. Gezegd moet worden dat de Emmastraat onderdeel uitmaakt van het hoofdwinkelgebied en daarnaast goed gevonden wordt door bezoekers. Vanaf de Hoofdstraat is de markt echter beperkt zichtbaar. Kerkplein Emmastraat wordt meegenomen in de volgende beoordelingsfase, maar zichtbaarheid en synergie blijft voor deze locatie een aandachtspunt.

Locaties, excl. huidige locatie	Synergie met het centrum	Inpasbaarheid	Door naar B-criteria
Parkeerplaats Vlashof			
Oranjestraat/-plein			
Rozendaalselaan			
Parkstraat			
Overtuin			
Parkstraat & Overtuin			
Kerkplein Emmastraat			

Tabel 1: Beoordeling nieuwe locaties o.b.v. A-criteria

Inpasbaarheid

Eerder werd aangegeven dat de nieuwe locatie over een bepaald metrage moet beschikken om de markt in te passen. Om die reden vallen ook de locaties Parkstraat en Overtuin af. Hoewel het Overtuinplein zelf al zeer beperkte ruimte biedt aan marktkramen, zijn het ook de faciliteiten (bankjes, kunstwerk, etc.) die het onmogelijk maken marktwagens kwijt te kunnen. Een combinatie van Parkstraat & Overtuin is wellicht wel mogelijk en wordt verder onderzocht. De locatie Kerkplein / Emmastraat zal net kunnen passen maar expansiemogelijkheden zijn beperkt.

3.4 Beoordeling B-Criteria nieuwe locaties

De Rozendaalselaan, combinatie Parkstraat & Overtuin en Kerkplein Emmastraat voldoen ieder aan de A-criteria. De drie mogelijke locaties verschillen echter behoorlijk in opzet van elkaar en vragen daarom om een nadere analyse. Tabel 2. geeft per locatie de scores van de B-criteria weer.

Rozendaalselaan

Hoewel de Rozendaalselaan doorgaans een belangrijke toegangsweg is voor het centrum van Velp, zijn er (beperkte) mogelijkheden om op marktdagen het verkeer om te leiden. Op die manier ontstaat een afgeschermd gebied waar de markt aan weerszijde van de straat kan staan. Veiligheid is voor deze locatie een aandachtspunt ten hoogte van de T splitsing met de Hoofdstraat, vooral omdat automobilisten gewend zijn om hier af te slaan. Op gepaste afstand van de beoogde locatie is een aansluitpunt voor stroom. De openbare ruimte straalt voldoende sfeer en beleving uit. Dit zal de markt in zijn geheel ten goede komen. Belangrijke kanttekening bij deze locatie is echter wel dat uit de enquête blijkt dat markt-/centrumbezoekers minder positief zijn over deze locatie (bijlage). Dit staat haaks op de verdiepende gesprekken die zijn gevoerd in het kader van dit traject met marktondernemers en de 'buren'.

Parkstraat & Overtuin

Een combinatie van beide locaties voldoet aan de A-criteria. Echter, een combinatie van beide locaties is voor de warenmarkt zelf niet wenselijk. De markt wordt in dit geval gesplitst door de drukke Hoofdstraat, wat voor onveilige situaties kan zorgen. Daarnaast is de kracht van een markt dat kramen samen één geheel vormen. Dit is bij twee deellocaties niet het geval. Ook de beoogde voorzieningen zijn op deze locatie niet aanwezig. Dit vraagt om een forse investering. Indien de Hoofdstraat in zijn geheel wordt opgeknapt, ontstaan wellicht nieuwe mogelijkheden om beide plekken structureel met elkaar te verbinden.

Kerkplein Emmastraat

Hoewel qua uitstraling deze locatie perfect zou zijn, ontbreken basisfaciliteiten als stroom. Daarnaast is het de vraag of marktkramen in een compacte opstelling geplaatst kunnen worden, zonder dat dit ten koste gaat van de hulpdienstendoorgang en toegankelijkheid van omliggende panden. Met de kerk moeten afspraken worden gemaakt over diensten tijdens de weekmarkt. Autoparkeren kan op Den Heuvel, in fietsparkeren moet voorzien worden.

Locaties B-criteria, excl. huidige locatie	Bereikbaarheid voor inwoners	Basis op orde	Veiligheid	Opstelling markt	Beschikbaarheid tijdens evenementen	Voorzieningenniveau inwoners versterken
Rozendaalselaan						
Parkstraat & Overtuin						
Kerkplein Emmastraat						

Tabel 2: Beoordeling nieuwe locaties o.b.v. B-criteria

3.5 Beoordeling huidige locatie Den Heuvel

Al vele jaren is de weekmarkt in Velp gevestigd op Den Heuvel. Het verplaatsen van een weekmarkt klinkt in theorie vaak makkelijker dan het in praktijk is. De randvoorwaarden voor een nieuwe locatie zijn niet gering en daarnaast moet het uitgangspunt te allen tijde blijven dat de consument beter bediend wordt en de verplaatsing een positief effect heeft op het economisch functioneren van de weekmarkt én het centrum. Vertegenwoordigers van beide ondernemersgroepen moeten achter een verplaatsing staan.

Wanneer we de huidige locatie door de criteria trechter halen, valt op dat de synergie met het centrum slecht scoort evenals de basis op orde en autoparkeren (bereikbaarheid). Laatstgenoemde scoort vooral slecht op het punt *verblijfsomgeving*. Voor de rest van de punten geldt in theorie dat de huidige locatie volstaat. Uiteraard met de verbeterpunten uit de SWOT-analyse in het achterhoofd: beperkte kritische massa, beleving openbare ruimte, geparkeerde transportwagens, de hoge parkeerdruk. Daardoor komen de meeste huidige klanten nu op de fiets of te voet en zijn er relatief weinig autoklanten.

Uit de enquête onder markt- en centrumbezoekers blijkt dat de marktbezoekers de huidige locatie als meest wenselijk beschouwen. Zij geven daarbij als belangrijkste aandachtspunten de sfeer en uitstraling van Den Heuvel. Daarnaast blijkt ook uit de enquête dat het aanbod beperkt is en uitbreiding wenselijk is om een kritische massa te behouden. Uitbreiding op de huidige locatie is mogelijk.

Huidige locatie	Synergie met het centrum	Inpasbaarheid	Bereikbaarheid voor inwoners	Basis op orde	Veiligheid	Opstelling markt	Beschikbaarheid tijdens evenementen	Voorzieningenniveau inwoners versterken
Den Heuvel								

Tabel 3: Beoordeling huidige locatie

Conclusie

04



4.1 Conclusie

In het kader van deze locatiestudie zijn meerdere gesprekken gevoerd met marktondernemers, centrum ondernemers, inwoners en bewonersverenigingen. Hierdoor is een helder beeld ontstaan van de huidige situatie, de mogelijkheden, wensen en aandachtspunten op zowel de huidige als mogelijke andere locaties. Uitgangspunt bij de te maken keuzes is ten alle tijden dat een eventuele verplaatsing de consument ten goede komt, maar ook een positief effect heeft op de weekmarkt en op het centrum van Velp.

Van de onderzochte locaties in Velp, komt slechts een paar locaties in aanmerking voor een verplaatsing. Een verplaatsing naar de volgende locaties is niet haalbaar: Oranjeplein/ straat, Parkeerplaats Vlashof, Parkstraat, Overtuin en combinatie Overtuin en Parkstraat. Verplaatsing naar voorgenoemde locaties hebben negatieve gevolgen voor de weekmarkt en/of dragen daarnaast niet bij aan een hogere synergie met het centrum. Ook de consument zal uiteindelijk op deze locaties geen meerwaarde ervaren.

Afgaande op de gesprekken die zijn gevoerd, de interviews die zijn gehouden en de expertise van Seinpost, kan geconcludeerd worden dat een paar opties overblijft. De verschillende opties hebben ieder hun eigen kenmerken, maar ook een ander ambitieniveau:

1. Versterken huidige locatie.
2. Verplaatsing weekmarkt richting Kerkplein Emmastraat of Rozendaalselaan.
3. Herinrichting Hoofdstraat en creëren aaneengesloten plein Overtuin en Parkstraat, op later moment verplaatsing weekmarkt.



1. Versterken huidige locatie.

De meest veilige keuze is de weekmarkt te behouden op Den Heuvel. Om de weekmarkt op deze locatie toekomstperspectief te bieden, is het belangrijk dat een aantal zaken wordt opgeknapt. Allereerst moet gekeken worden naar de mogelijkheden de openbare ruimte met primair het parkeerdek aan te pakken. Vanuit de VvE Den Heuvel is aangegeven dat zij graag hierin meedenken en de gevels meer sfeer willen geven. Samen met ondernemersvereniging, marktondernemers en aangrenzende winkels Den Heuvel, zal gekeken moeten worden of en hoe de versiering in het rest van het centrum doorgetrokken wordt naar Den Heuvel. Investeren in de openbare ruimte van Den Heuvel en haar verbinding naar Overtuin en Emmastraat komt niet enkel de markt ten goede, maar draagt ook bij aan een prettige leefomgeving en een sfeervoller centrum. Tussen marktondernemers en ondernemersvereniging is frequent contact belangrijk zodat ieder op de hoogte is van elkaars acties, evenementen, etc.

Uit de enquête onder inwoners blijkt dat naast parkeren voor auto's, ook parkeren voor fietsen lastig is. Bij een eventuele aanpassing in de openbare ruimte is het belangrijk om hier rekening mee te houden.

Op de huidige locatie is voldoende ruimte om de weekmarkt uit te breiden. Hier is echter een goede basis belangrijk voor. Er moet

perspectief geboden worden aan toekomstige ondernemers en daarnaast zal actief ingezet moeten worden op het aantrekken van nieuw aanbod.

2. Verplaatsing naar Kerkplein Emmastraat of Rozendaalselaan

Om definitieve duidelijkheid te krijgen of de synergie met het centrum een impuls kan krijgen worden twee locaties uitgewerkt voor de korte termijn. Kerkplein Emmastraat biedt potentie voor de weekmarkt. Hulpdiensten kunnen veilig langs de markt, de expeditie vraagt een creatieve oplossing. Ook wanneer de weekmarkt verplaatst naar de Emmastraat, blijft parkeren op Den Heuvel mogelijk. Onderzocht moet nog worden welke proefopstelling haalbaar is op deze locatie. Rond de kerk staan bloembakken die niet verplaatst kunnen worden. Uitgangspunt blijft een tweezijdige en compacte opstelling.

De Rozendaalselaan heeft qua locatie alles in zich om de markt op een aantrekkelijke plek te huisvesten en om meer omzet voor de markt en het centrum te genereren: een centrale ligging en autoparkeren nabij. Deze laan heeft recent een kwaliteitsimpuls gekregen met een groenstrook in het midden. Voor de transportwagens van de markt zal de groenstrook om een logistieke uitwerking vragen. Ook hier biedt een proefstelling soelaas.

Een aandachtspunt voor de Rozendaalselaan is dat de weg van 's ochtends vroeg tot in de loop van de middag is afgesloten. Naast dat dit geregeld moet worden, vraagt het duidelijke bewegwijzering in het centrum: op donderdag andere ontsluiting dan op andere dagen.

3. Herinrichting Hoofdstraat en creëren aaneengesloten plein Overtuin en Parkstraat, op later moment verplaatsing weekmarkt.

De gemeente Rheden heeft de ambitie om in de toekomst de Hoofdstraat her in te richten. Zo wordt een veiligere verblijfsomgeving gecreëerd voor haar centrumbezoekers en bewoners. Exacte plannen zijn op dit moment nog niet bekend of uitgewerkt.

In de diverse gesprekken die zijn gevoerd, blijkt dat men behoefte heeft aan een echt ontmoetingsplein in Velp. Overtuin is aangelegd met dit motief, maar blijkt in praktijk te klein van omvang en ligt voornamelijk in de schaduw.

Afhankelijk van het ambitieniveau van de gemeente Rheden, kan gekeken worden naar de mogelijkheden om de Hoofdstraat aan te passen zodat Parkstraat en Overtuin aan elkaar verbonden worden. Zo ontstaat een aantrekkelijke locatie om te verblijven, met meer ruimte voor voetgangers en wellicht auto's en bussen te gast. In dit geval is het nieuwe plein een perfecte locatie voor de weekmarkt. Echter, dit is een erg ambitieus en kostbaar alternatief. In eerste instantie is het dan ook niet de meest voor de hand liggende keuze. Daarnaast zal dit plan sowieso een plan van de lange adem zijn.



4.2 Aanbevelingen

Op basis van de conclusies die in de vorige paragraaf zijn getrokken, raden wij aan een aantal parallelle stappen te nemen.

- 1. Inventarisatie mogelijkheden huidige locatie.** Belangrijk om hier als gemeente samen met marktondernemers en omwonenden te kijken naar de mogelijkheden om Den Heuvel op te knappen. Hiervoor geldt dat gekeken moet worden naar wat wel kan. Met (kleine) ingrepen moet de openbare ruimte te upgraden zijn. In de toekomst moet gekeken worden naar structurelere budgetten. Het kan niet zo zijn dat de belanghebbenden daarbij denken dat de gemeente de kar en portemonnee gaat trekken, zeker niet vanwege de onderliggende parkeerkelder die particulier eigendom is. Alleen een initiatief vanuit de markt kan het vertrekpunt zijn om Den Heuvel een impuls te geven.
- 2. Uitvoeren haalbaarheidsstudie Emmastraat en Rozendaalselaan.** Voor beide locaties moet onderzocht worden of dit daadwerkelijk haalbaar is en onder welke voorwaarden en kosten. Proefopstellingen zullen de haalbaarheid ondersteunen, ook om te bekijken of de markt verder vergroot zou kunnen worden, met name bij de Rozendaalselaan.
- 3. Houdt de energie vast die is ontstaan in dit project.** Centrumondernemers, omwonenden, marktondernemers en bewonerscollectieven hebben met enthousiasme meegewerkt aan dit traject. Men geeft aan ook in de toekomst samen dingen op te willen pakken. Houdt dit vast door jaarlijks/paar keer per jaar een overleg te organiseren. Vooral gezamenlijke promotie van centrum en weekmarkt lijkt relevant.

An aerial photograph of a town at dusk or dawn. A large, dark church spire with a cross on top is prominent on the left. The town below has various buildings with red and dark roofs. A green, semi-transparent overlay with a wavy right edge covers the left and center of the image. The word 'Bijlagen' is written in white on this overlay.

Bijlagen

Enquête- resultaten bezoekers



4.1 Algemeen

Respons

In totaal zijn 286 interviews afgenomen op drie verschillende plekken in het centrum (Den Heuvel, Overtuin, Hoofdstraat ten hoogte van Kruidvat). De enquêtes zijn afgenomen in de weken 48 en 50 eind 2020: 186 op twee donderdagen, en 100 op een vrijdag of zaterdag.

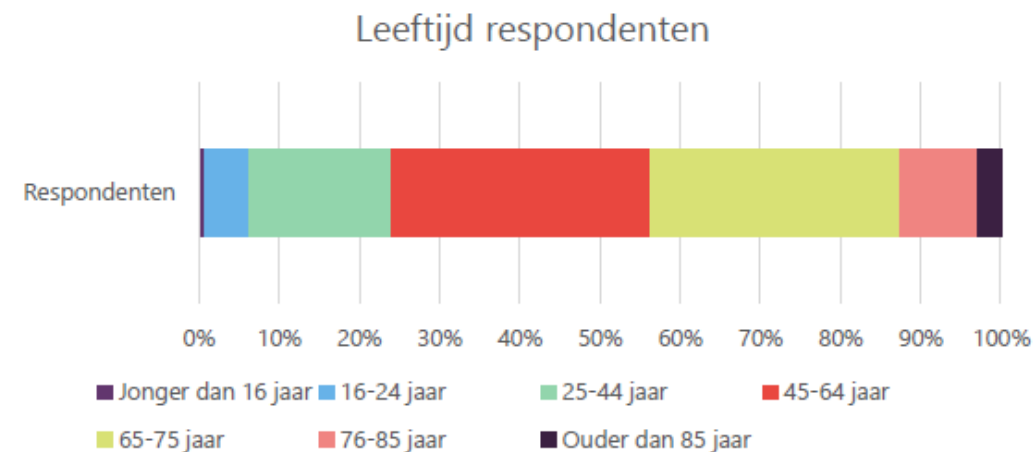
De meeste respondenten hadden een leeftijd tussen de 45 en 75 jaar. Over het algemeen geldt dat een diverse groep markt- en centrumbezoekers is geïnterviewd. Dit geeft een representatief beeld van de uitkomsten.

Hoe vaak

Van de respondenten geeft 42% aan nooit de weekmarkt te bezoeken, en nog eens 14% maar enkele keren per jaar: samen 56%. Daar tegenover staat dat 25% van de geïnterviewde wekelijks naar de markt gaat. Nog eens 19% bezoekt de weekmarkt minstens 1 keer per maand.

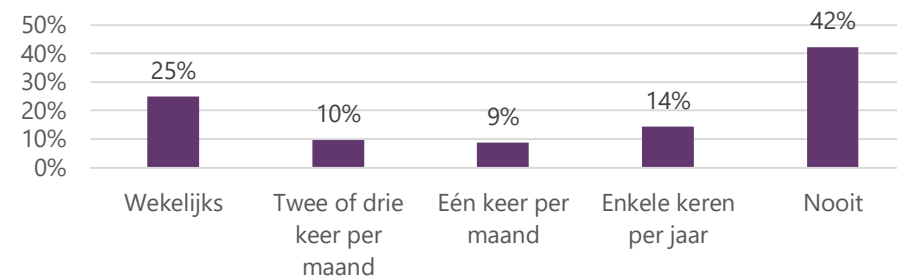
Vervoermiddel

Respondenten komen over het algemeen met de fiets of lopend naar de markt. 23 % van de marktbezoekers geeft aan met de auto te komen en slechts 1% van de respondenten gebruikt het openbaar vervoer.



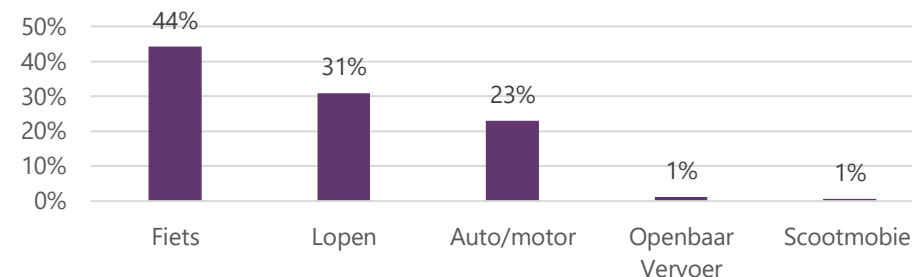
Hoe vaak bezoekt u de weekmarkt in Velp?

N=286



Hoe gaat u meestal naar deze markt?

N=165



4.2 Bezoekmotief

Aankopen

De markt in Velp is beperkt in zijn aanbod en dat is terug te zien in de vraag 'voor welke boodschappen komt u naar de markt'. Hoewel respondenten aangeven voornamelijk aardappelen, groente en fruit te kopen op de markt, scoren ook kaas, vlees, vis en noten goed.

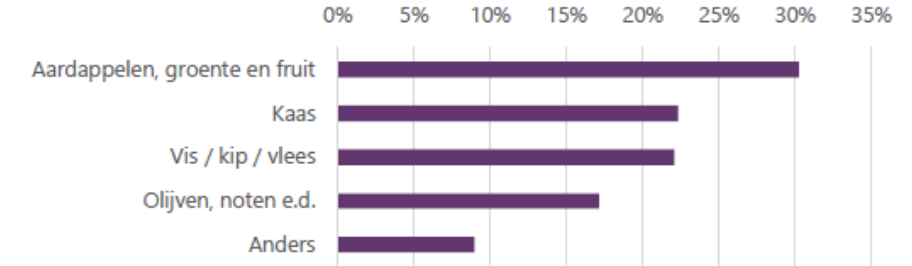
Reden om niet naar de markt te gaan

Respondenten die aangeven nooit naar de markt te gaan, geven als voornaamste reden aan dat ze daar geen tijd voor hebben. Ook het geringe aanbod wordt veelvuldig genoemd. Veelgenoemde redenen bij 'anders' zijn dat respondenten aangeven niet in Velp te wonen of te werken op het moment van de markt. Er wordt echter ook aangegeven dat men niet op de hoogte is van het bestaan van de weekmarkt. Dit laatste is een belangrijk aandachtspunt.

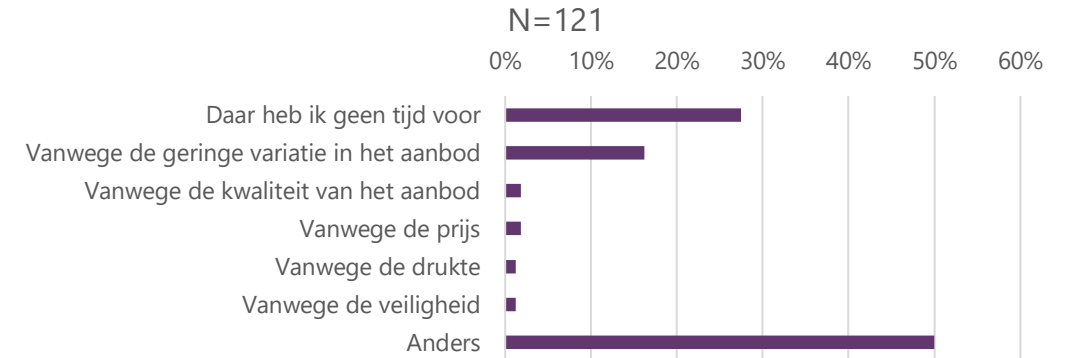
Bezoekersmotieven

Bezoekers van de warenmarkt bezoeken de markt voornamelijk vanwege de kwaliteit van het aanbod en het bijzondere aanbod van producten. De nabijheid wordt eveneens door circa 15% van de respondenten aangegeven als belangrijkste reden om naar de markt te gaan. Prijs scoort overwegend laag als belangrijkste bezoekersmotief.

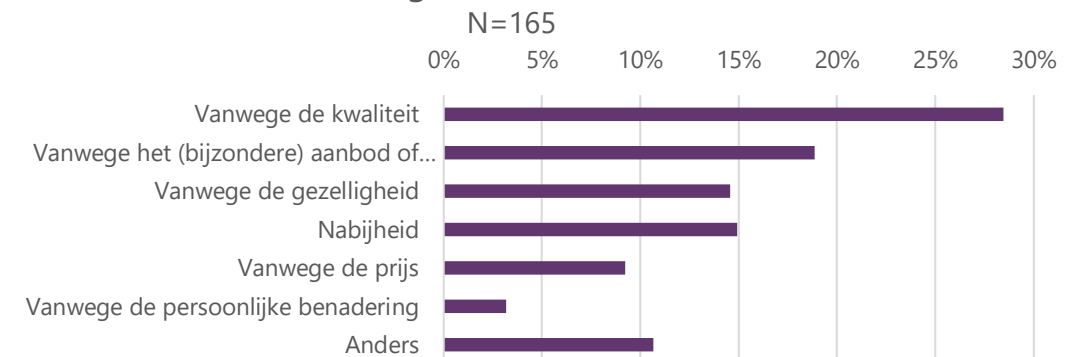
Voor welke boodschappen komt u naar de markt?
N=165



Om welke reden(en) bezoekt u de markt niet?
N=121



Waarom gaat u naar de markt?
N=165



Ontbrekend aanbod

Respondenten geven aan het aanbod van de warenmarkt niet compleet te vinden. Bijna 2/3 van de respondenten geven aan iets te missen.

Veelgenoemde antwoorden op de vraag wat wordt gemist zijn; Slager, Brood en Banket, Bloemen en Planten, Stoffen, Kleding en Furniture.

Overvloed aan aanbod

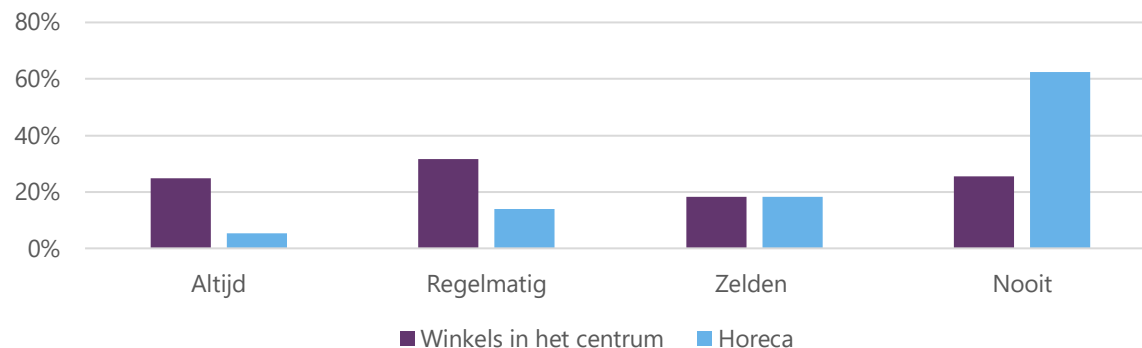
Op de weekmarkt in Velp staan op dit moment twee kaaskramen en eveneens twee groente en fruitkramen. Door 11% van de respondenten wordt dit als te veel van hetzelfde ervaren. 89 % ervaart dit niet als een probleem.

Combinatiebezoek horeca en centrum

Slechts een zeer beperkt deel van de respondenten geeft aan een bezoek aan de weekmarkt te combineren met een bezoek aan horeca. De helft van de respondenten geeft aan een bezoek aan de weekmarkt regelmatig of altijd te combineren met een bezoek aan het centrum.

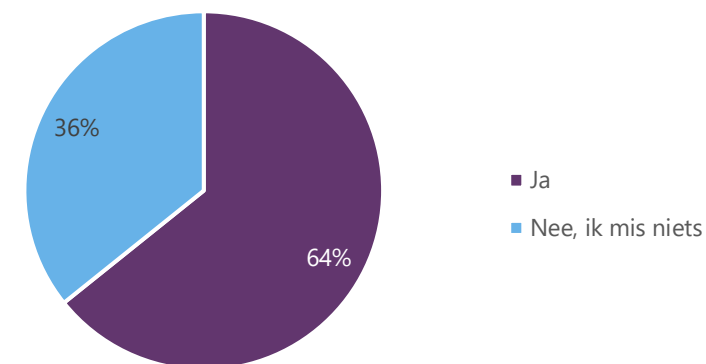
Combinatiebezoek mensen die de weekmarkt bezoeken

N=165



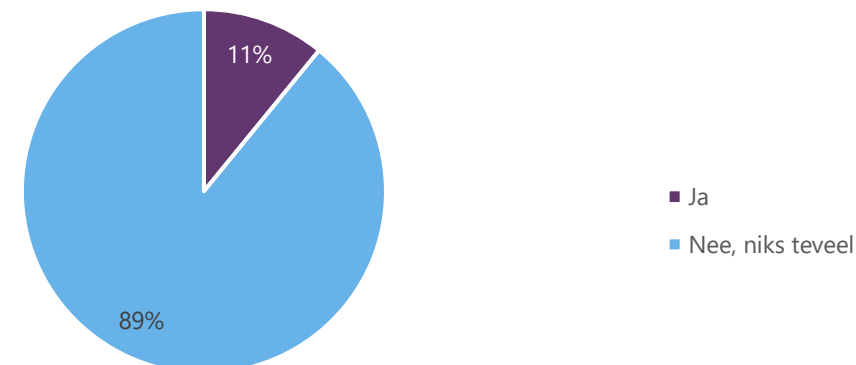
Zijn er producten die u mist/graag ook op de markt zou willen kopen?

N=165



Zijn er producten waarvan u vindt dat er teveel kramen staan?

N=165



4.3 Waardering

Waardering markt

Respondenten die de weekmarkt in Velp bezoeken zijn (zeer) tevreden over de markt. Ruim de helft van de respondenten zegt tevreden te zijn, 23% geeft aan zelfs zeer tevreden te zijn. Nog eens 12% heeft een neutrale mening, terwijl slechts 8% van de respondenten (zeer) ontevreden is over de huidige Weekmarkt.

Waardering aspecten markt

Wanneer gekeken wordt naar de waardering van diverse aspecten, dan valt op dat netheid van de markt, *tijdsduur*, *veiligheid*, *kwaliteit van het aanbod* en *bereikbaarheid* voornamelijk worden beoordeeld met uitstekend of goed. Respondenten zijn dus ontzettend tevreden over voorgenoemde onderwerpen.

Ook op *sfeer en gezelligheid* scoort de weekmarkt een ruime voldoende. Dit geldt in beperkte mate voor *variatie in het aanbod*. *Parkeerplaatsen voor auto's* en *in mindere mate stallingplaatsen* voor fietsen scoren matig tot slecht en zijn een belangrijk aandachtspunt voor vervolg.

Hoe tevreden bent u over de markt?

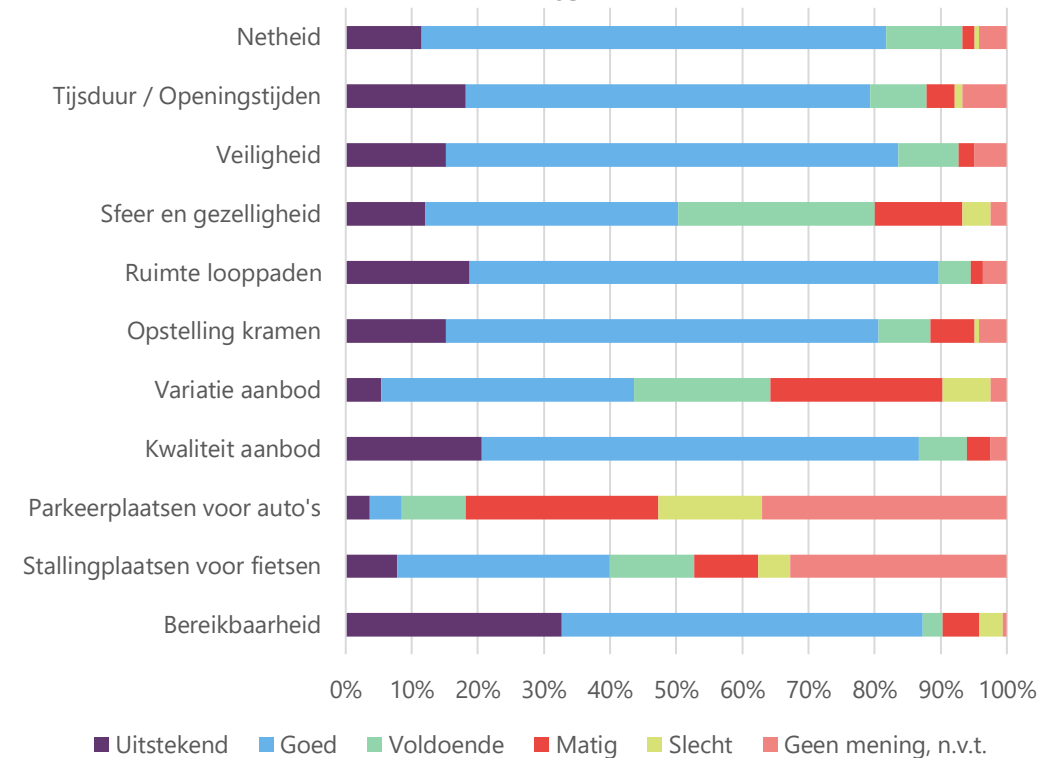
(bezoeker)

N=165



Hoe waardeert u de volgende aspecten van de weekmarkt?

N=165



Sfeer en contact met marktkoopliden

Respondenten zijn erg enthousiast over de marktkoopliden. 44% van de respondenten geeft aan het contact met de marktkoopliden uitstekend te vinden, nog eens 47% beantwoordt dit met goed.

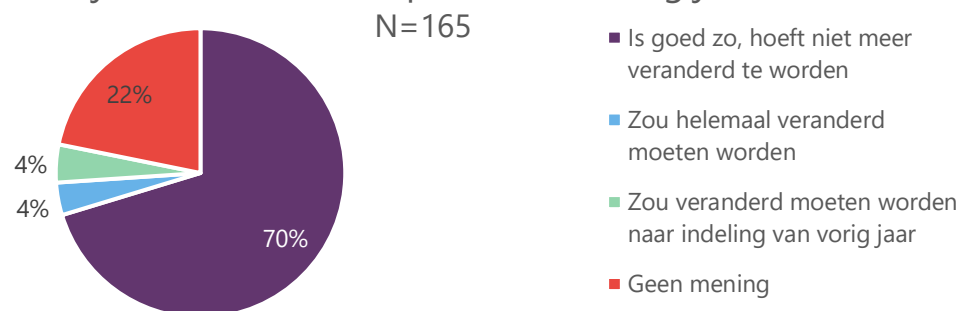
Gastvrijheid markt- en marktondernemers

Ook op het gebied van gastvrijheid scoort de markt positief. Ruim de helft van de respondenten vindt de gastvrijheid die zij op de markt ervaren goed. Voor 40% van de respondenten was dit aspect zelfs reden om een uitstekend te geven. Niemand ervaart dit aspect als matig of slecht.

Huidige opstelling

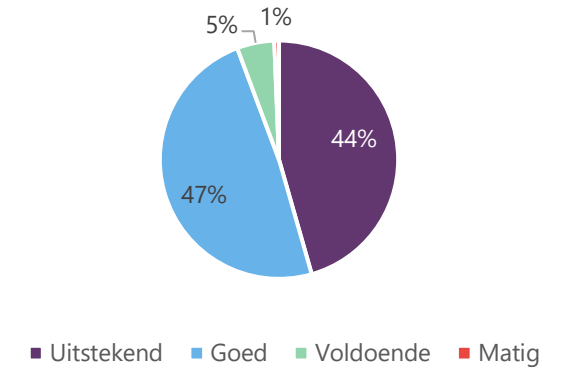
De huidige markt geeft bezoekers voldoende ruimte om veilig hun boodschappen te halen. 70% van de respondenten geeft aan dat de huidige opstelling volstaat en niet aangepast hoeft te worden. Slechts een zeer kleine groep geeft aan een andere indeling te willen.

Wat vindt u van de marktindeling op de huidige locatie tijdens Corona ten opzichte van vorig jaar?



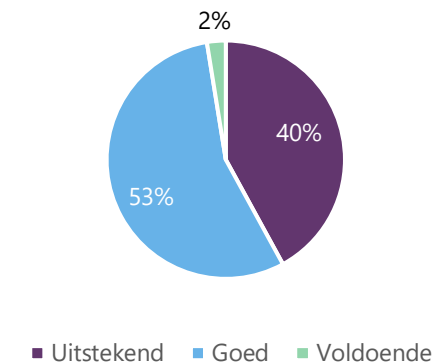
Wat vindt u van de sfeer en het contact met de marktkoopliden?

N=165



Wat vindt u van de gastvrijheid van de markt en de marktondernemers?

N=165



Ontwikkelingen afgelopen jaren

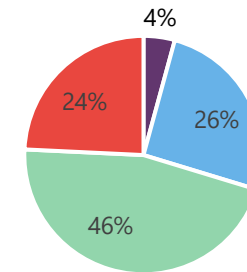
Bijna de helft van de respondenten die de markt momenteel bezoekt, geeft aan dat de markt de afgelopen vijf jaar achteruit is gegaan. Vooral een afname in het aanbod en variatie wordt als negatief ervaren, zo ook de afname van sfeer en beleving.

Belangrijkste aandachtspunten toekomst

Respondenten hopen dat de weekmarkt in de toekomst kan groeien, waardoor een meer divers aanbod ontstaat. Ook sfeer en beleving van de huidige locatie wordt gezien als belangrijkste aandachtspunt. Deze uitkomsten komen overeen met de antwoorden op andere vragen. Zoals eerder benoemd worden onder andere een slager, bloemist en bakker gemist op de huidige weekmarkt.

Hoe heeft de markt zich volgens u in de afgelopen vijf jaar ontwikkeld?

N=165



■ Vooruit gegaan ■ Gelijk gebleven ■ Achteruit gegaan ■ Weet ik niet



4.4 Gewenste locatie

Bezoek weekmarkt op nieuwe locatie

Respondenten die momenteel de weekmarkt bezoeken is gevraagd of zij de weekmarkt ook zouden bezoeken als deze op een andere locatie plaats zou vinden. De uitkomsten geven een goed beeld van de wensen van de consument.

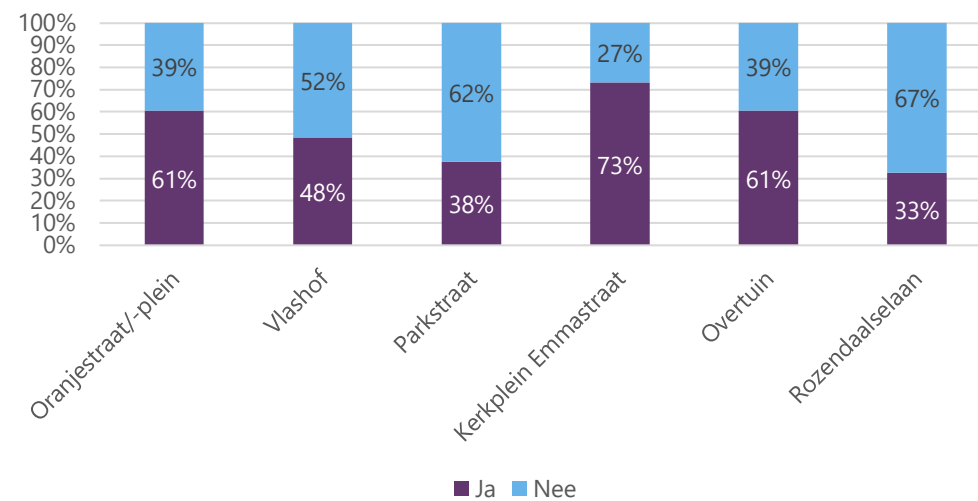
Opvallend is de verscheidenheid aan reacties. Het Kerkplein aan de Emmastraat scoort het hoogst als alternatieve locatie (73%). De ruime meerderheid van de respondenten geeft aan de weekmarkt niet te bezoeken als deze plaatsvindt op parkeerplaats Vlashof, Parkstraat en de Rozendaalselaan.

Oranjeplein (61%) en Overtuin (61%) scoren overwegend goed als alternatieve locatie. Belangrijk om hierbij op te merken is dat in beide gevallen de markt 39% van de respondenten lijkt te verliezen indien gekozen wordt voor een verplaatsing.

Voor respondenten die aangeven de weekmarkt nooit te bezoeken op de huidige locatie zijn de uitkomsten net wat anders. Ook voor deze groep respondenten geldt dat Parkstraat en Rozendaalselaan als minst wenselijk worden gezien. Overtuin scoort daarentegen het best als alternatieve locatie met 57%.

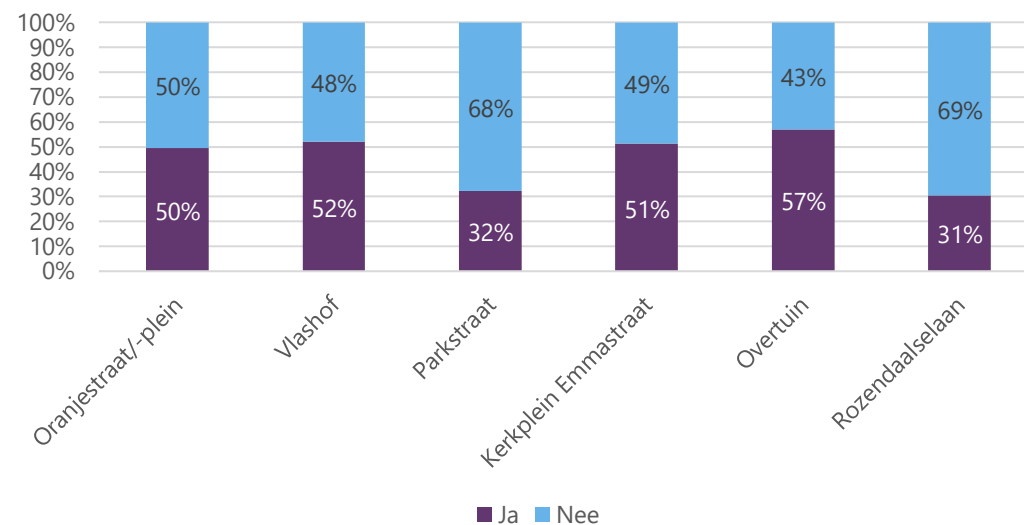
Zou u de markt ook bezoeken als de markt plaats zou vinden op de volgende locaties?

N=165



Zou u de markt wel bezoeken als de markt plaats zou vinden op de volgende locaties?

N=121



Meest geschikte locatie volgens huidige bezoekers

Op de vraag welke locatie het meest geschikt wordt geacht voor de weekmarkt, wordt verschillend geantwoord door de huidige bezoekers van de markt.

Echter, ruim 1/3 van de respondenten geeft aan de huidige locatie het meest geschikt te vinden. Dit is ruim twee keer zo veel als elk van de andere alternatieven. Naast Den Heuvel scoren vooral Overtuin, Oranjestraat/plein, Kerkplein Emmastraat en Parkeerplaats Vlashof goed.

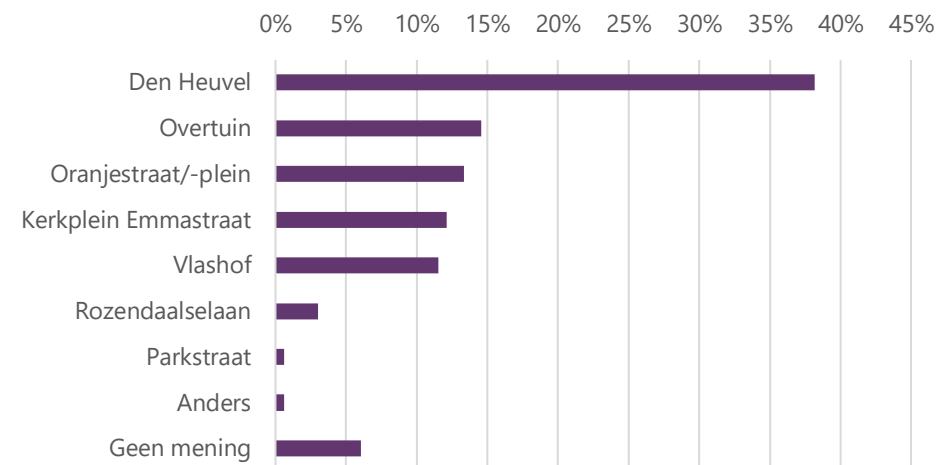
Meest geschikte locatie volgens niet bezoekers weekmarkt

Respondenten die momenteel de weekmarkt nooit bezoeken geven Vlashof en Overtuin op als meest geschikte locatie voor de markt. Ook Kerkplein Emmastraat wordt als mogelijke locatie benoemd. Opvallend voor deze groep is dat de Rozendaalselaan door slechts 1% van de respondenten wordt genoemd.

Gezegd moet worden dat circa 15% van de niet bezoekers heeft aangegeven geen mening te hebben op deze vraag.

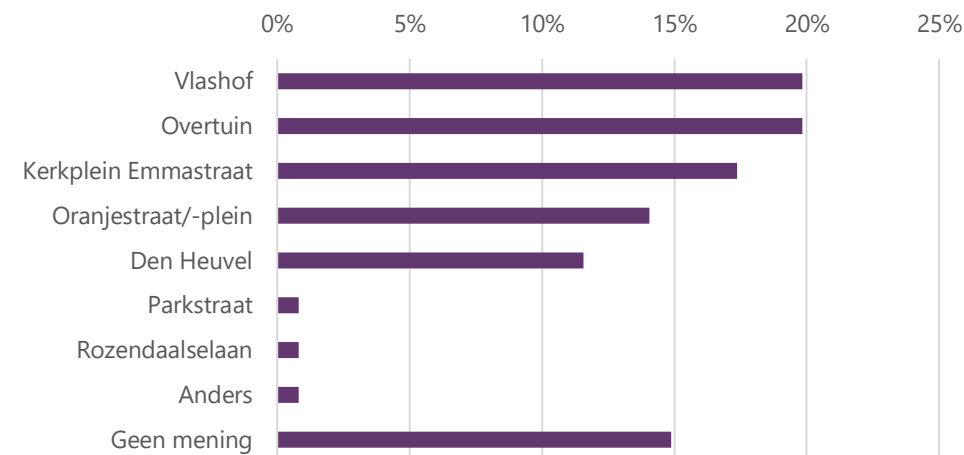
Wat vindt u de meest geschikte locatie voor de markt in Velp?

N=165



Wat vindt u de meest geschikte locatie voor de markt in Velp?

N=121



A close-up photograph of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The person is wearing a light-colored sweater and a gold-toned wristwatch. To the left of the laptop is a black cup with a tea bag. In front of the laptop is an open notebook with a yellow sticky note. A purple semi-transparent box with a torn edge is overlaid on the right side of the image, containing the text 'Trends & Referentie-markten'.

Trends & Referentie- markten

4.7 Landelijke trends & ontwikkelingen

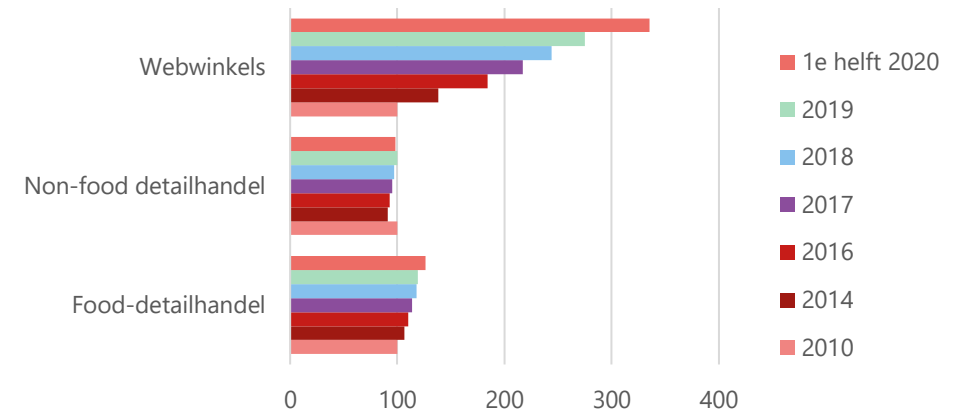
Trends in de vraagzijde

De totale jaaromzet in de sector Ambulante handel is in de periode 2015 tot en met 2019 stabiel gebleven. Het niveau ligt rond de € 2,1 miljard (bron: www.retailinsiders.nl). Binnen de totale detailhandel scoort de ambulante handel een marktaandeel van 2%. Medio het jaar 2000 was de omzet € 2,8 miljard bij een marktaandeel van 4% (bron: Jaarboek detailhandel 2002). Relatief gezien verliest de sector marktaandeel. Door inflatie blijft de omzet licht dalen.

Voor het perspectief van de ambulante handel is het van belang de omzetontwikkelingen in de totale detailhandel te schetsen. De absolute food omzet bleef stijgen in het afgelopen decennium, die in de non food was stabiel. De omzet van webwinkels groeit relatief gezien het snelst. Dat zijn merendeels non food producten. Waarschijnlijk dat daardoor de omzet in de non food detailhandel achterblijft (bron: CBS).

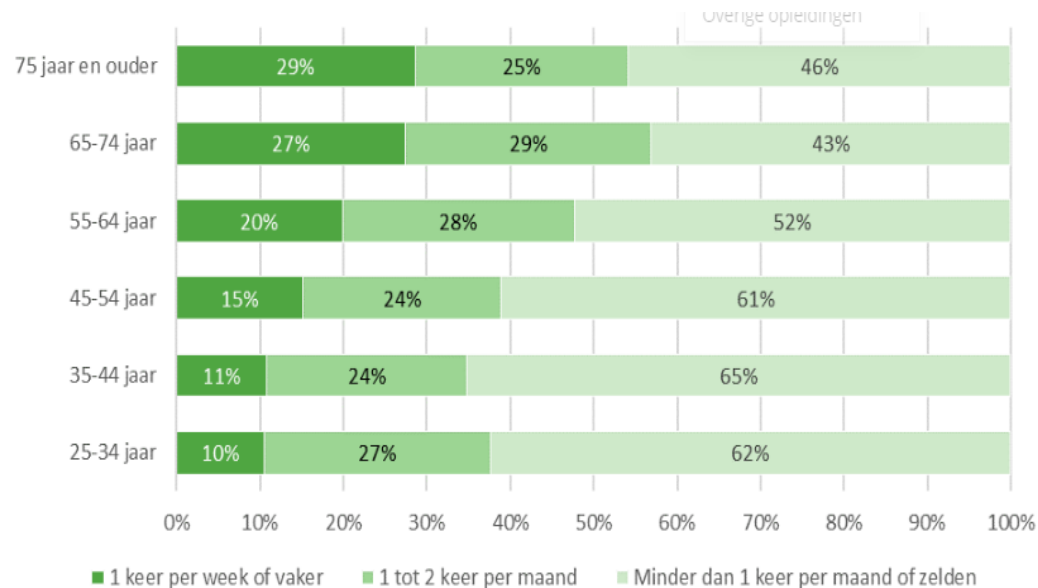
Webwinkels scoren een marktaandeel van circa 20 tot 25% in de totale non food, en circa 3 tot 4% in de food (bron: diverse koopstroom-onderzoeken).

Omzetontwikkeling food, non-food, webwinkels



Een soortgelijke omzetedynamiek zien we terug in de ambulante handel. Volgens de marktondernemers groeit de food omzet sinds 2012, met per jaar een wisselend beeld. De directe consumptie op de markt groeit, met diverse (horeca) concepten. De non food ontwikkelt zich negatief, sinds 2016 is er een stabilisatie. De belangrijkste oorzaken van deze ontwikkeling hebben te maken met het veranderende consumentengedrag:

- 'Altijd alles overal'. De consument kan tegenwoordig overal kopen, wat en wanneer hij maar wil: online met bezorgen of afhalen, onderweg (op stations en elders, to go), tijdens een evenement etc. Winkels kunnen zo'n breed assortiment niet op voorraad houden. Wij anticiperen hierop met langere openingstijden, zoals supermarkten die 100 uur per week open zijn, en met koopzondagen. De consument verandert en doet op een andere manier zijn boodschappen en overige aankopen. Non food branches in de centrumgebieden hebben te lijden van de groei van online bestedingen maar ook van branchevervaging. We zien de opkomst van outletstores, partijenhandel en discounters in diverse branches. Ook de tweede handsmarkt floreert (online).
- Tijd en plaatsgebonden: dit principe geldt bij uitstek voor de ambulante handel
- het tijdstip van het marktbezoek verandert: in centrumgebieden verschuift het bezoekmoment naar later op de dag. Op werkdagen en in de (vroeg) ochtend is er een relatieve afname van marktbezoek. De meeste markten worden gehouden van woensdag tot en met zaterdag. Er zijn steeds meer (thema)markten op zondag, als ondersteuning van een evenement of een koopzondag;
- Het bezoekmotief verandert: van 'place to buy' (op basis van aanbod en prijs), naar 'place to be' (iets bijzonders bieden) of gemak (snelle boodschap). Naast de verkoopfunctie worden service-, gemak- en beleavingsfuncties steeds belangrijker: het moet gezellig zijn op de markt voor een verblijf, er moet iets te beleven zijn, klanten moeten zich er prettig voelen of verrast worden, of juist terecht kunnen voor een snelle aankoop en weer door;
- Weekmarkten zijn sterk afhankelijk van vaste klanten. Oudere leeftijdsgroepen maken het meest gebruik van de markt. Jongere huishoudens kennen een lagere oriëntatie op de markt (bron: CVAH). Dat laatste geldt ook voor hogere inkomensgroepen;



Bron: CVAH.

- Loyaliteit staat onder druk, ofwel de trouw aan een kraam of een ondernemer. Impulsaankopen en 'beleving' worden steeds belangrijker. Vanzelfsprekend gaan marktondernemers met hun tijd mee. Zij zijn online actief, niet alleen om de eigen onderneming of om weekmarkt te promoten. Je kunt er ook online bestellen en afhalen. Datzelfde geldt voor (gezamenlijke) bezorging of catering (als voorbeeld: www.dedigitalemarkt.nl).

Trends in de aanbodzijde

Landelijk loopt het aantal weekmarkten terug. Dat zijn met name wijk en dorpsmarkten en markten in het begin van de week. Van die ontwikkelingen kunnen overgebleven weekmarkten profiteren zoals in de centrumgebieden. Door hun ligging zijn afhankelijk van de totale trekkracht van het centrumgebied. Sommige centrumgebieden hebben het lastig door teruglopend bezoek en dat heeft zijn weerslag op het marktbezoek. Standplaatsen nemen in de detailhandelsmarkt een bijzondere positie in. Zij zijn met name afhankelijk van hun eigen trekkracht en onderscheidend vermogen, en van de specifieke locatie: nabij een winkelcentrum profiteren ze van elkaars bezoekersstromen

De ambulante handel ondervindt concurrentie van de detailhandel en van het webwinkelen. Concurrentie is ook van verwante verkoopkanalen met min of meer dezelfde doelgroepen. Dat zijn themamarkten op pleinen, bedrijventerreinen of in beurs en sporthallen: met stoffen/kleding, bloemen plantjes, biologische producten, curiosa/verzamelaars, ambacht/hobby, kerst, kofferbakverkoop etc. De tweede handmarkt floreert op internet, met tot gevolg een sterke krimp van het fysieke kanaal.

Het aantal kramen in de food groeide in de periode 2007 2017. Daarbinnen bleef groente en fruit stabiel (bron: Proeven en ontmoeten 2018, in opdracht van CVAH). In de textiel en kleding daalt het aantal kramen, bij bloemen en planten was dat stabiel. Bij de overige non food is het beeld wisselend. Na 2017 is het totale aantal ondernemingen ongeveer gelijk gebleven (bron: Retailinsiders);

Ambulante handel is weerafhankelijk. Mooi en droog weer van voor tot najaar zijn top. Bij slecht, koud of tropisch weer blijft een deel van de klanten weg: volgens de jaaromzetcijfers scoren januari en februari het laagst en december het hoogst (bron: Retailinsiders). Vanwege de weerafhankelijkheid zijn er diverse initiatieven met markt en foodhallen, met wisselend succes.

In de ambulante handel zijn veel familiebedrijven vaak al decennia actief. Hierbij zien we ook vergrijzing, er is niet altijd opvolging. Dit leidt tot terugloop van het aanbod. Anderzijds is er schaalvergroting met (eigen) kramen en mobiele wagens (met name in food). Ondernemers met een huurkraam lopen terug. We zien professionalisering van ondernemerschap, met investeringen in technologie / koeling / airco, duurzaamheid, moderne kramen en vervoermiddelen, zelfbedienings -- /inloopkramen. De markt is ook actief in de sociale media en overige online (loyalty / App's etc.). Kramen vervullen tegenwoordig veel meer dan alleen een verkoopfunctie. Ook consumptie en verblijf to go, terrasje), service, vermaak en de boodschap achter het product (lokaal, uit streek, gezond / duurzaam) worden steeds belangrijker. Dit uit zich in de presentatie. Op de markt zijn landelijke franchise concepten actief die soms op honderden markten door het land staan. Kramen kunnen onderdeel zijn van een detailhandels bedrijf. Andere ondernemers bestrijken de hele keten: van productie, inkoop, handel tot consument. Aan ondernemerszijde is instroom van ondernemers met een migratie achtergrond en marktondernemerschap als neven inkomst (hobby, gepensioneerd e.d.). Die ondernemers staan vaak niet iedere dag op een markt. Het is hard werken op de markt en veel uren maken. Veel ondernemers hebben liefde voor hun vak, voor de dynamiek op de markt en de specifieke omgang met de klant.

Trends: referenties in andere gemeenten

De overheid onderkent vaak de toegevoegde waarde van de ambulante handel. Ze spant zich in om met marktondernemers mee te denken en hun situatie te verbeteren. Hier is wel sprake van marktwerking. Wie is dan verantwoordelijk als landelijk de ambulante handel net als de detailhandel onder druk staat. De tijd van uitbreiden van het aanbod is grotendeels voorbij, het gaat nu voornamelijk om een goede organisatie van de krimp.

Het belangrijkste daarbij zijn de locatie van de markt en de organisatie. Gemeenten hebben, net als de ambulante handel zelf, te maken met diverse functies die gebruik maken van de openbare ruimte. Dat geldt op de marktdag zelf en op de andere weekdagen. De belangrijkste functies zijn terrassen, entrees van winkels en horeca, evenementen en (meer) groen. De gemeente moet zorgdragen voor een veilig marktterrein inclusief directe omgeving.

De locatie

We zien diverse ontwikkelingen op de locaties die in gebruik zijn bij de ambulante handel. Ze zijn op de niet-marktdagen in gebruik als voetgangersgebied, voor verkeer of parkeren, of voor andere tijdelijke

functies als terras of evenementen. In de openbare ruimte moeten dit soort functies in toenemende mate rekening houden met elkaar. Vrij beschikbare ruimte in stedelijk gebied wordt schaarser, het gebruik wordt intensiever. De locaties moeten altijd aantrekkelijk zijn, met aandacht voor groen, blauw en klimaatbestendigheid (hittestress en hoosbuien). Ook worden de relaties met de omgeving intensiever. Dat geldt voor de leefbaarheid voor omwonenden en voor langzaam verkeer (schoon heel veilig), de toegankelijkheid van de omgeving en panden (hulpdiensten, mindervaliden / ouderen), ondergronds parkeren en zo meer. Dankzij corona komt daar het gezondheidsaspect bij, met toenemend ruimtebeslag tot gevolg.

Met name in perioden dat de openbare ruimte aangepakt wordt liggen er kansen. Dan kan geanticipeerd worden op de eisen en wensen van de ambulante handel: op de bestaande of een nieuwe locatie. Zo'n locatie hoort aantrekkelijk te zijn op de marktdag én op de niet marktdagen. Als er nieuwbouw gepleegd wordt met een toekomstige plein of straatlocatie dat is het makkelijker om rekening te houden met een weekmarkt. In diverse plaatsen zijn locaties aangepakt. De meest recente ervaringen hiermee kunnen afwijken van de persberichten (bron: CVAH / De Koopman, Seinpost).

4.8 Referenties

- Duiven: de kleine weekmarkt is verplaatst van de Regimiusplein naar de parkeerplaats van Albert Heijn aan de Thuvinestraat. Hier is meer parkeren voor de marktklant. De locatie is beter bereikbaar voor marktwagens. De cirkelopstelling van de kramen is behouden, en de markt ligt minder verstopt;
- Arnhem: verplaatsing van het Kerkplein naar de Markt: omdat de Markt iets minder centraal in het centrum ligt was er veel discussie over de nieuwe locatie. Sommige ondernemers zijn er wel op vooruit gegaan;
- Ede: aanpak van het Marktplaatsplein: vergroening en speelplekken op het plein, nieuwe bestrating die op maat is voor de markt;



- Eindhoven Woenselse Markt: bestrating is aangepakt waarbij rekening is gehouden met de inpassing van de grote zaterdagmarkt;

- Waalwijk: verplaatsing van parkeerterrein De Els naar de hoofdwinkelstraat Stationsstraat is een succes. Dat geldt niet alleen voor de marktondernemers maar ook voor horeca en winkeliers. Er is rekening gehouden met terrassen en toegang tot winkels door ruimte te creëren tussen de kramen. Er is een wachtlijst ontstaan voor nieuwe marktondernemers.

Op bestaande marktlocaties moet regelmatig gekeken worden naar de marktindeling. In de loop der tijd worden kramen groter of kleiner, ontstaan er gaten of zijn er aanpassingen in de directe omgeving. De marktondernemers moeten dan in overleg met de marktmeester of marktcommissie om tot een herschikking te komen.

De organisatie en aansturing van de markt

Landelijk speelt de kwestie van de schaarse vergunningen. In verband met de Europese Dienstenrichtlijn mogen markt- en standplaatsvergunningen niet meer voor onbepaalde tijd worden afgegeven. De CVAH is in overleg met het ministerie wat de consequenties zijn voor de ambulante handel. Er zal rekening gehouden moeten worden met haar specifieke belangen en de investeringstermijnen. Gemeenten moeten handelen naar deze Dienstenrichtlijn;

Qua organisatie vindt een geleidelijke verschuiving plaats naar verzelfstandiging van de markt. Waar het normaal een kerntaak was van gemeenten pakken de ondernemers de organisatie van de markt zelf op. Dan is er meer ruimte voor ondernemerschap en vernieuwing vanuit het algemene belang, en voor meer flexibiliteit en efficiency. Ondernemers bepalen zelf de inrichting van de markt. De markt wordt gerund door de ondernemers zelf, zij nemen het initiatief om de afstemming te zoeken met omliggende detailhandel en horeca. De gemeente bepaalt de voorwaarden voor het gebruik van het marktterrein. Marktgelden worden anders geïnd en benut. De inzet van sociale media en van marktpromotie en evenementen wordt versterkt, de marktondernemers kunnen veel sneller hun eigen marktinitiatieven organiseren. Voor verzelfstandiging moeten markten groot genoeg zijn;

Zonder verzelfstandiging is vernieuwing van de markt ook mogelijk. Dit vraagt om goede sturing en regie, met draagvlak voor de marktmeester en/of een actieve marktcommissie. Rechten en regels kunnen bijv. tijdelijk worden losgelaten. Voorbeelden zijn aanpassing en evaluatie van nieuwe looproutes en de ligging van de trekkers, of inpassing van een food pleintje met terras. De marketing en promotie kan door enkele marktondernemers worden opgepakt. Daarvan moet dan zelf

het belang ingezien worden omdat bij een gemeentemarkt het initiatief hiervoor niet bij de gemeente ligt.

De Corona-actualiteit: creatieve oplossing of voldongen feit

Vanaf begin 2020 heeft corona een invloed op de ambulante handel. Zeker nu met een lock down tot begin 2021 voor de niet essentiële non food branches. Marktmeesters, marktcommissies, CVAH en overheid hebben hun handen vol aan overleg met Veiligheidsregio's. De landelijke overheid helpt de marktondernemers met diverse steunmaatregelen. Gemeenten schelden marktgelden (deels) kwijt, er wordt niet meer gelet op het aantal vierkante meters in gebruik. Bijna overal is een grotere ruimteclaim nodig. Lokaal zijn er grote verschillen. Meerdere markten waren of zijn gecancelled of gedwongen te verplaatsen naar een andere locatie. Soms zijn ze nog steeds gesplitst over meerdere deelgebieden (centrum Leiden en Maastricht) of verspreid (Woenselse markt Eindhoven). Markten die op de huidige locatie in een ruimere opstelling konden voorzien hebben die ruimte ook (tijdelijk) gekregen. Na de eerste golf moest een oplossing gezocht worden voor ruimere horecaterrassen. Voorbeelden zijn de centrummarkten in Deventer, Oss, Wijchen en Helmond. Van belang is dat de diverse sectoren in harmonie tot een goede oplossing komen: niet met de rug naar elkaar maar streven naar open verbindingen, zichtlijnen, horeca ondernemers met kraampjes aan het terras etc.

Door een andere opstelling kan de ruimtelijk functionele opzet veranderen. Vaak is non food afgesplitst om food meer ruimte te geven. Vanaf de nieuwe lock down is non food niet meer welkom. Standwerkers worden bijna overal uitgesloten omdat die veel klanten trekken rond hun kraam. Sommige markten begeven zich binnen hekken om bezoekers gedoceerd binnen te laten met vervolgens een vaste routing. Van belang is dat de markt laat zien dat klanten veilig boodschappen kunnen doen. Zo hoeven de markten niet te sluiten.

In de praktijk komt het erop neer dat marktondernemers in de food profiteren van de groei van de bestedingen: 'veilig boodschappen doen in de buitenlucht' is het motto. Non food branches vertonen een wisselend beeld. Als klanten minder naar de stad komen om te shoppen dan kopen ze deze artikelen ook minder op de markt. Tenslotte is dehoreca ook (tijdelijk) dicht.

Sinds het coronavirus ligt de markt voor jaarmarkten, seizoenmarkten en braderieën stil. Evenementenvergunningen worden niet meer verstrekt. Ook evenementenhallen worden niet meer gebruikt. Dat betekent dat voor een deel van de marktondernemers een belangrijke inkomstenbron wegvalt. Dat geldt niet alleen voor de evenementen markt zelf. Ook de weekmarkten kunnen niet profiteren van de combinatie met evenementen die extra klanten naar de markt trekken.

Ieder nadeel heeft zijn voordeel. Weekmarkten hoeven minder vaak uit te wijken. Evenementen als een ijsbaan of kerstmarkt gaan niet door. Grensmarkten zien hun toestroom van Belgische en Duitse klanten sterk teruglopen. Hoe dit zich herstelt is afwachten. De lock down tot begin 2021 maakt de toekomst heel onzeker. Marktondernemers in de food profiteren van de trekkracht van de non food en andersom. Je moet het tenslotte samen doen.

SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.

Brugstraat 1A

5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 00

info@seinpost.com

www.seinpost.com

Sanne Westerink

Rien Romijn

