Is de weekmarkt van Duiven levensvatbaar?

Drs. E.F. Plate, adviseur CLOK

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

Inhoudsopgave

1. Voorwoord ..... - 2 -
2. Verzoek: Is de weekmarkt van Duiven levensvatbaar? ..... - 3 -
3. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen ..... - 4 -
   3.1 Samenvatting ..... - 4 -
   3.2 Conclusies ..... - 5 -
   3.3 Aanbevelingen ..... - 5 -
4. Beeld van de bevolking van Duiven ..... - 6 -
5. De markt, enkele trends ..... - 8 -
6. Uitkomsten gesprekken met de markt ondernemers ..... - 12 -
7. Uitkomsten gesprekken centrum ondernemers ..... - 16 -
8. Beeld locatie en tijdstip ..... - 17 -

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

1. Voorwoord

Stichting CLOK is een onafhankelijke organisatie met een uniek en sterk kennisnetwerk met betrokken deelnemers. CLOK is van mening dat een vitale en op duurzaamheid gerichte lokale economie van essentieel belang is voor de ontwikkeling en leefbaarheid van een stad, dorp en of regio. Kenmerken van CLOK zijn samen te vatten als praktisch, gericht op een duurzaam functionerende en toekomstbestendige lokale economie met een goed functionerend centrum. Verbinding met ondernemers, oog voor de lokale DNA en effectieve publiek private samenwerking zijn daarbij vanzelfsprekend. Het doel is altijd het realiseren van resultaat, continuïteit en samenwerking met meer dan gemiddeld werkplezier.

Eduard Plate studeerde economische geografie met een marketing specialisatie, werkte bij MKB Nederland, Wehkamp, introduceerde MOSAIC postcode segmentatie, was manager bij Sanoma en directeur AKO boekenwinkels, inclusief AKO.nl, Schiphol en NS stations. Nu werkzaam als consultant ruimte, economie en vestigingsplaatsen, centrummanager en is adviseur bij CLOK.

In dit bondige onderzoek is gesproken met de markt ondernemers, de organisatie van marktondernemers (CVAH), met centrum ondernemers (SPCD, OCD), en er is contact geweest met de markten in Nijkerk en Hoevelaken.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

2. Verzoek: Is de weekmarkt van Duiven levensvatbaar?

Tijdens de gemeenteraad op 18 december 2018 is een motie aangenomen t.b.v. de weekmarkt in Duiven. De motie zegt dat onderzocht moet worden of de markt levensvatbaar is en zo ja, of op basis van een plan van aanpak promotie van de markt kan worden opgestart. Bij dit onderzoek moeten ondernemers en de vereniging van marktkooplieden betrokken worden. Het college heeft opdracht om voor de voorjaarsnota van 2019 te onderzoeken wat de levensvatbaarheid is van de markt in Duiven, waarbij de geschiktheid van plek en dag ook onderzocht moeten worden, en daar ondernemers en vereniging van marktkooplieden bij te betrekken.

De gemeente Duiven telt circa 25.400 inwoners en is als groeigemeente de afgelopen jaren snel gegroeid. Gelegen tussen de stad Arnhem en Zevenaar wordt in gesprekken aangegeven dat de directe verzorgende functie van de plaats Duiven beperkt tot Duiven zelf en enkele direct omliggende plaatsen binnen de gemeente Duiven.

Daarnaast trekt Duiven veel bezoekers naar haar zeer succesvolle bedrijventerreinen rond de A12, met vestigingen als IKEA, Mediamarkt en Intratuin. Bezoekers realiseren zich niet of onvoldoende dat ze vlakbij het centrum van Duiven zijn. Althans, er is op dit moment onvoldoende prikkel om naar het centrum te gaan.

De markt is voor een plaats met 25.000 inwoners vrij klein. Met circa zeven kramen draaien een aantal kooplieden een redelijke omzet, maar de trekkracht is beperkt en bovendien is de markt sterk in omvang afgenomen.

In de afgelopen jaren heeft de gemeente Duiven veel actie ondernomen om meer activiteit en dynamiek op de markt te krijgen. Uit de motie van de gemeenteraad mag worden geconcludeerd dat de wens aanwezig is om de weekmarkt van Duiven weer succesvol te krijgen.

In eerste instantie zullen we kijken of er perspectief is voor de weekmarkt, wat de opties zijn en hoe de samenhang is met (het functioneren van) het centrum.

We kijken daarbij naar de trends in de markt, naar enkele voorbeeld markten, de positie van Duiven, de bevindingen uit de gesprekken met de markt- en centrum ondernemers en de opties voor de nabije toekomst.

Dit onderzoek is een eerste beantwoording van de vraag naar de levensvatbaarheid van de weekmarkt in Duiven.

Als blijkt dat de markt levensvatbaar is dan dient na dit start onderzoek 1) een plan van aanpak te worden gemaakt met benodigde maatregelen, acties en begroting en 2) zal de uitvoering gerealiseerd moeten worden in combinatie met het centrummanagement als geheel.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

3. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

3.1 Samenvatting

Het verzoek is om vast te stellen of de weekmarkt van Duiven levensvatbaar is en zo ja of er een plan van aanpak kan worden opgestart. Bij dit bondige onderzoek conform het verzoek ondernemers en de vereniging van kooplieden betrokken.

Duiven is een ondernemende plaats met ongeveer 25.400 inwoners, die als groei gemeente van 1986 tot en met 1994 een snelle groei heeft gekend. De gemeente heeft met aansprekende bedrijven een sterke economie. In de gemeenschap worden veel activiteiten georganiseerd. Er is geïnvesteerd in het centrum, en men wil inspelen op de retail situatie en (lokale) behoeften anno nu. Doel is een goed functionerend, toekomstbestendig centrum.

Bij een goed functionerend centrum in een gemeente met 25.400 inwoners hoort een aantrekkelijke weekmarkt. Daarom is de vraag gesteld of de markt levensvatbaar is, op basis waarvan een plan aanpak voor promotie van de markt kan worden opgestart.

Net zoals de veranderingen in de toegevoegde waarde van centra en de veranderingen in retail verandert ook de markt. Er is landelijk een verschuiving naar food, vers, service en ready to eat. Met betrekking tot populaire dagen is er een verschuiving naar de woensdag t/m zaterdag, met een opkomst van de zondag. Ook de organisatie van markten verandert, zoals bijvoorbeeld de komst van verzelfstandigde markten die zoveel mogelijk inspelen lokale behoeften. In Duiven zijn er bijvoorbeeld relatief veel gezinnen met kinderen en tweeverdieners. Wat zijn hun behoeften? In de regio is het inspelen op Duitse toeristen (met vers, met streekproducten) in Winterswijk en Zevenaar een voorbeeld.

De huidige weekmarkt is met 7 kramen klein, al wordt de markt als gezellig ervaren en is een basis aanbod van groenten, kaas, vis en brood aanwezig naast fournituren, kleding en bloemen aanwezig. De aantrekkingskracht van de markt is te klein (er blijft veel potentie liggen) en de markt is ook te weinig bekend in de gemeente Duiven. De marktondernemers zijn over het algemeen tevreden maar ervaren toch ook te weinig perspectief. Over de huidige locatie Remigiusplein is men matig tevreden. Vanwege de aanwezigheid van bezoekers en parkeerplaatsen vindt men de AH locatie en wellicht de parkeerlocatie naast het gemeentehuis ook een optie. De locatie zelf is door de aanwezigheid van het podium lastig compact te maken, men vindt de zichtbaarheid onvoldoende, en klanten geven aan er speciaal naartoe te moeten komen. De aanwezigheid van horeca en terrassen wordt als een plus gezien. Hier speelt dus zowel locatie keuze als optimaliseren van de huidige locatie.

De centrum ondernemers vinden dat de toekomst van de markt in samenhang met het goed functioneren van het centrum moet worden ingevuld. Dat vraagt samenwerking, een gezamenlijke visie en een gedeelde werk agenda voor het centrum. Men wil daarbij graag de schouders onder samenwerking, inclusief promotie activiteiten, met de markt zetten, zoals men ook meer wil samenwerken met andere initiatieven in Duiven m.b.t. het centrum.

Er komen drie mogelijk locaties voor de markt naar voren (huidige, Remigiusplein, AH locatie en Liemersplein), waarbij de huidige locatie optimalisatie mogelijkheden biedt. De locaties moeten bezien worden in de visie op het centrum en hoe het centrum optimaal functioneert. Gezien de behoeften van de bevolking en trends in het markt bezoek is het zinvol om naar mogelijkheden van de woensdag t/m vrijdag en wellicht de zaterdag te kijken.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

3.2 Conclusies

Bij dit onderzoek zijn als aangegeven centrum ondernemers, marktkooplieden en de vereniging van marktkooplieden betrokken.

De uitkomst is dat de markt levensvatbaar is. Er is wèl perspectief en samenwerking nodig. De vereniging van marktkooplieden (Centrum Voor Ambulante Handel, CVAH) geeft als perspectief aan dat 15-20 kramen haalbaar zou moeten zijn bij een plaats als Duiven. Er is dus perspectief voor groei. De marktkooplieden zijn overwegend positief over de markt, maar geven aan dat er behoefte is aan perspectief om continuïteit en nieuwe groei te borgen.

De centrumondernemers (SPCD, OCD, Stichting HOP) zien mogelijkheden om met meer samenwerking tot een goed toekomst perspectief te komen.

Positief is dat men redelijk tevreden is en dat er in het centrum de wens tot samenwerken tussen markt en centrum ondernemers is. In een vervolgfase, nu de vraag over de levensvatbaarheid positief is beantwoord, kunnen we kijken hoe die samenwerking het beste kan worden georganiseerd.

Allen geven aan dat dit vraagt om samenhangende aanpak, met een visie op het centrum waarbij de markt haar rol optimaal kan invullen.

3.3 Aanbevelingen

Ja, de markt in Duiven is levensvatbaar. Maar het vraagt om perspectief en er is actie met samenwerken aan een centrum agenda nodig. Positief is dat daar is een positieve houding van betrokkenen aanwezig is.

Uit onderzoek en gesprekken blijkt dat er levensvatbaarheid voor de weekmarkt is, maar dat er een gezamenlijk actieplan nodig is om de positie verbetering voor de markt te realiseren. Daarbij kan de wil tot samenwerken bij ondernemers, markt en gemeente worden aangesproken.

In dat actieplan dient samenhang en samenwerking met het centrum en centrum ondernemers opgenomen te zijn, vanuit een gezamenlijke, actuele visie op het centrum. Samenwerking aan één centrum agenda, inclusief een plan voor de markt, tussen gemeente, ondernemers, markt, vastgoed en andere betrokkenen is nodig. Dit is ook de lijn die het Centrum Voor Ambulante Handel (CVAH) aangeeft.

Behalve inzetten op samenwerking en samenhang met een visie op het centrum adviseren we de opties voor locaties en dag en tijdstip verder uit te werken.

Aanbevelingen:

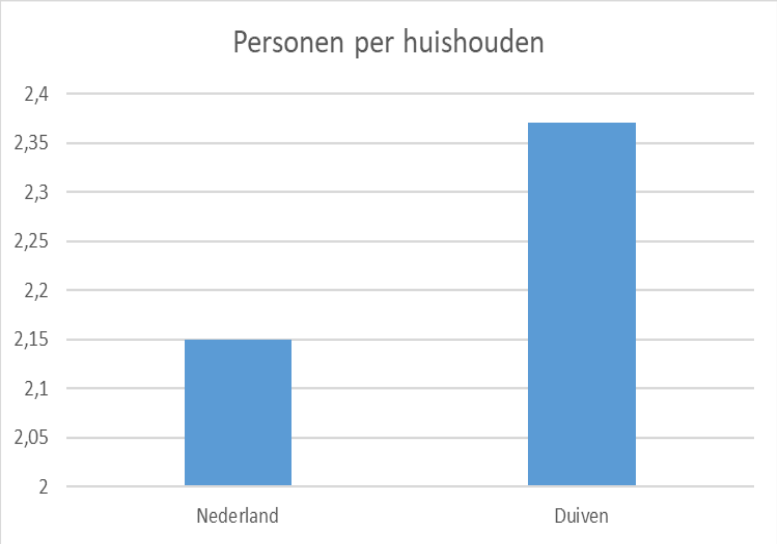
- Opstellen plan van aanpak voor een optimaal functionerende weekmarkt, met uitzicht op groei naar 15-20 kramen, met hierin gefaseerd de acties die nodig zijn. Ingrediënten zijn optimaal inspelen op de lokale behoeften, inclusief samenwerking markt, centrum ondernemers en gemeente.
- Inzetten op procesbegeleiding bij de uitvoering van het plan van aanpak in combinatie met een gezamenlijke centrum agenda met gericht centrummanagement en samenwerking, met als doel binding van de consumenten aan de markt te vergroten.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

4. Beeld van de bevolking van Duiven

Hoe beter een weekmarkt (en een centrum) inspeelt op de behoeften van de bevolking, hoe groter de succeskans. Wat zijn enkele kenmerken van de bevolking van Duiven?

De gemiddelde grootte per huishouden is met 2,36 bovengemiddeld, de automobiliteit is vrij groot waardoor de bevolking bijvoorbeeld vrij makkelijk voor markten (en winkelen, boodschappen doen) in andere centra kan kiezen, er zijn relatief veel huishoudens met kinderen en 2 persoonshuishoudens zonder kinderen, het percentage gehuwden is vrij hoog en we zien dat de leeftijdsgroepen 45-65 jaar en 10-20 jaar zijn over vertegenwoordigd. Dit zijn drukke, mobiele huishoudens, met veel tweeverdieners.

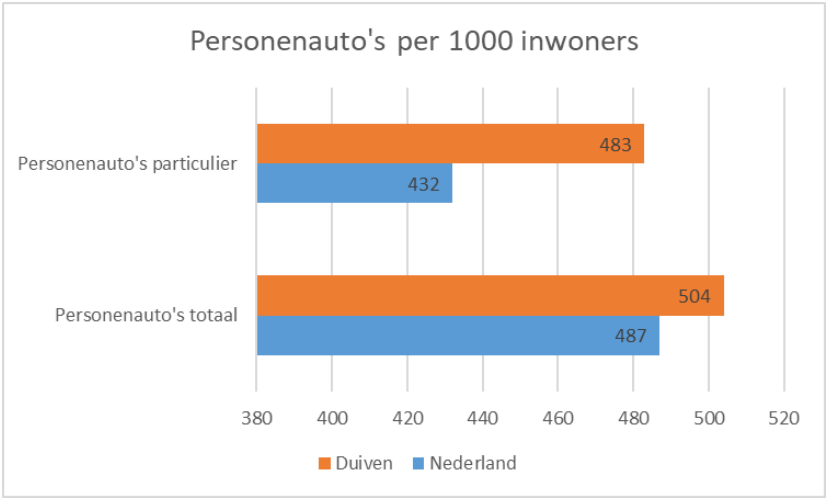


Figuur 1; Vergeleken met Nederland zijn de huishoudens wat groter (bron: CBS)

Wat betekent dit beeld van de bevolking? De traditionele markt wordt bijvoorbeeld het meest bezocht door de groep 55 jaar en ouder. Door meer gezelligheid, meer vers, meer aanbod van service en kant en klare producten, door verschuiving in dag en tijdstip kan bijvoorbeeld beter ingespeeld worden op de behoeften van de bevolking van Duiven.

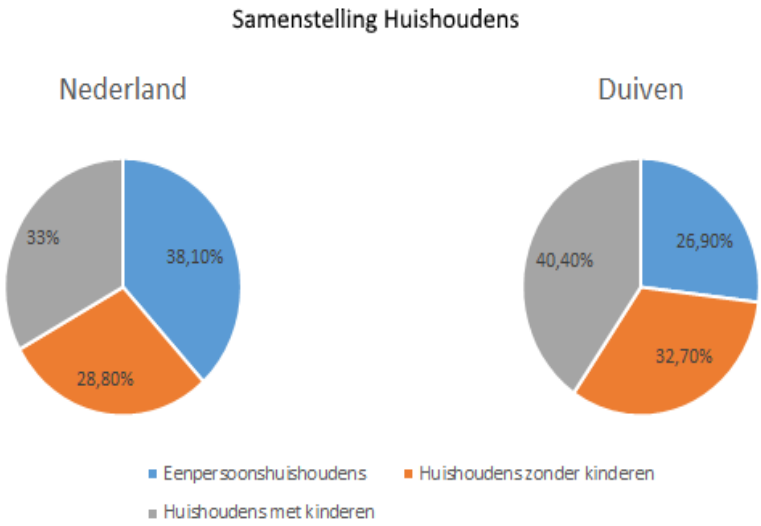
Voor Duiven is het dus belangrijk om met het marktaanbod goed aan te sluiten bij vernieuwingen en veranderingen die we nu in de markt zien en de specifieke behoeften van bevolking van Duiven, waar relatief veel drukke huishoudens met kinderen wonen. Daarnaast blijkt uit de vele activiteiten die worden georganiseerd er veel betrokkenheid van de bevolking bij hun woonplaats Duiven is.

Door de snelle groei die Duiven destijds als groeigemeente heeft gehad kan de streekfunctie minder vanzelfsprekend zijn. Ook dit betekent dat een extra stapje met extra onderscheid en optimaal aansluiten op lokale behoeften (“de lokale DNA”) belangrijk is voor een goed functionerende markt en een goed functionerend centrum, zodat aangesloten wordt op de succesvolle economische groei van de gemeente.

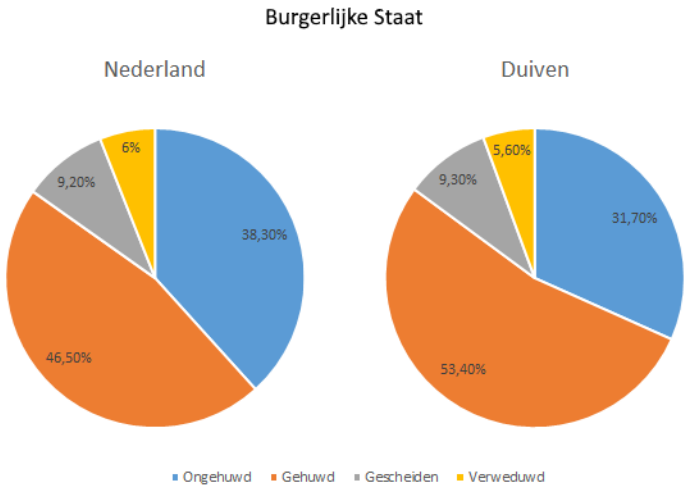


Figuur 2; De automobiliteit is in Duiven groter dan gemiddeld (bron: CBS)

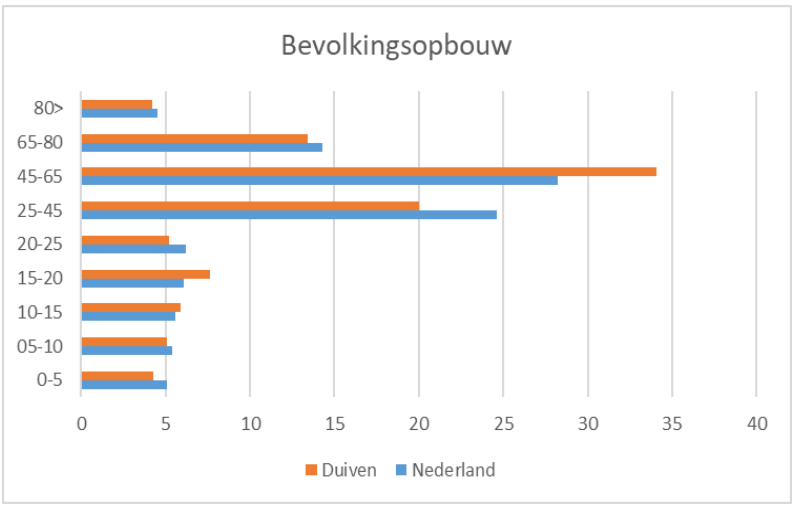
Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144



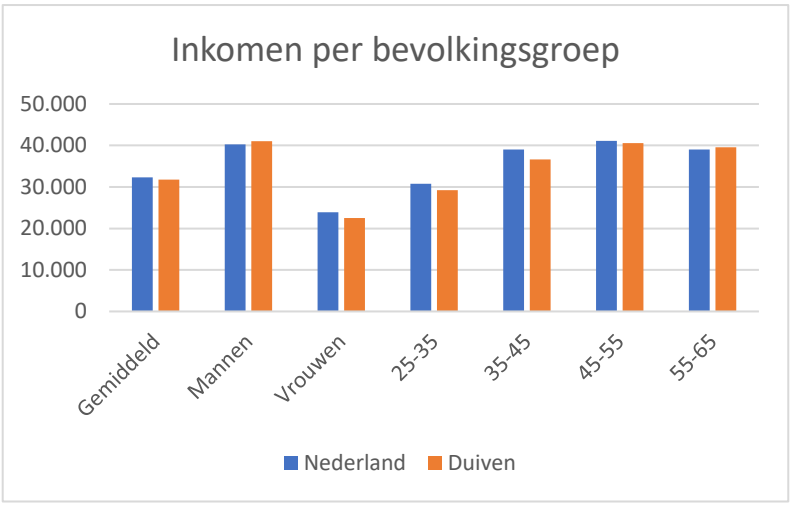
Figuur 3; In Duiven zijn relatief veel huishoudens met kinderen (bron: CBS)



Figuur 4; Het aantal gehuwden is in Duiven hoger dan gemiddeld (bron: CBS)



Figuur 5; Leeftijdsgroepen 45 – 65 jaar en 10 – 20 jaar zijn oververtegenwoordigd (bron: CBS)



Figuur 6; Het in komen in Duiven is ongeveer gemiddeld (bron: CBS)

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

5. De markt, enkele trends

Net als het winkellandschap verandert ook het marktlandschap snel. In de retail zien we de opkomst van kiezende consumenten, met groeiende bestedingen in food, service en horeca. De opkomst van internet zorgt ervoor dat consumenten makkelijk kiezen hoe men zich oriënteert, informeert, kiest en koopt. Consumenten die overigens sterk van elkaar verschil. Het consumentengedrag is in de stad Arnhem anders dan in Duiven.

Daarbij blijkt steeds meer dat er een belangrijke toekomst is weggelegd voor multichannel, de combinatie van online en winkel, met het centrum als favoriete ontmoetingsplaats. Voor een duurzaam succesvol centrum is de samenhang met andere functies als wonen, zorg, cultuur en werken belangrijk voor het succes van winkels en horeca. De markt kan daarbij een positieve rol spelen.

Hoe verandert de markt?

Het aantal marktondernemers is de afgelopen 10 jaar vrij stabiel gebleven. Er zijn nu ongeveer 11.000 bedrijven. Daarbinnen is een flinke verschuiving, waarbij food groeit (met zo'n 100 bedrijven per jaar) en non food afneemt (met zo'n 100 bedrijven per jaar), aldus het CVAH (Centrum Voor Ambulante Handel).

Binnen food zien we vernieuwing, met bijvoorbeeld op doelgroepen gerichte specialisaties en nieuwe ondernemers. Een voorbeeld hiervan is de komst van de foodtrucks. Een andere verschuivingen is een verschuiving naar de woensdag, donderdag, vrijdag en zaterdag. Ook de zondag is in opkomst. In samenhang daarmee zien we het belang van ontmoeten en verblijven groeien, met horeca functies. Diezelfde foodtrucks zijn hiervan een voorbeeld.

Binnen de non food treedt specialisatie op. Een voorbeeld is de stoffenmarkt in Zwolle, die ervoor zorgt dat veel kramen de weekmarkt verlaten.

Interessant te melden is de keuze voor doelgroepen. Een markt in een stedelijke omgeving met veel jongeren en stedelijke professionals ontwikkelt een ander aanbod dan een plattelandsmarkt. Winterwijk is een voorbeeld van een markt die richt op de Duitse toeristen en zich daar dan ook steeds meer op richt.

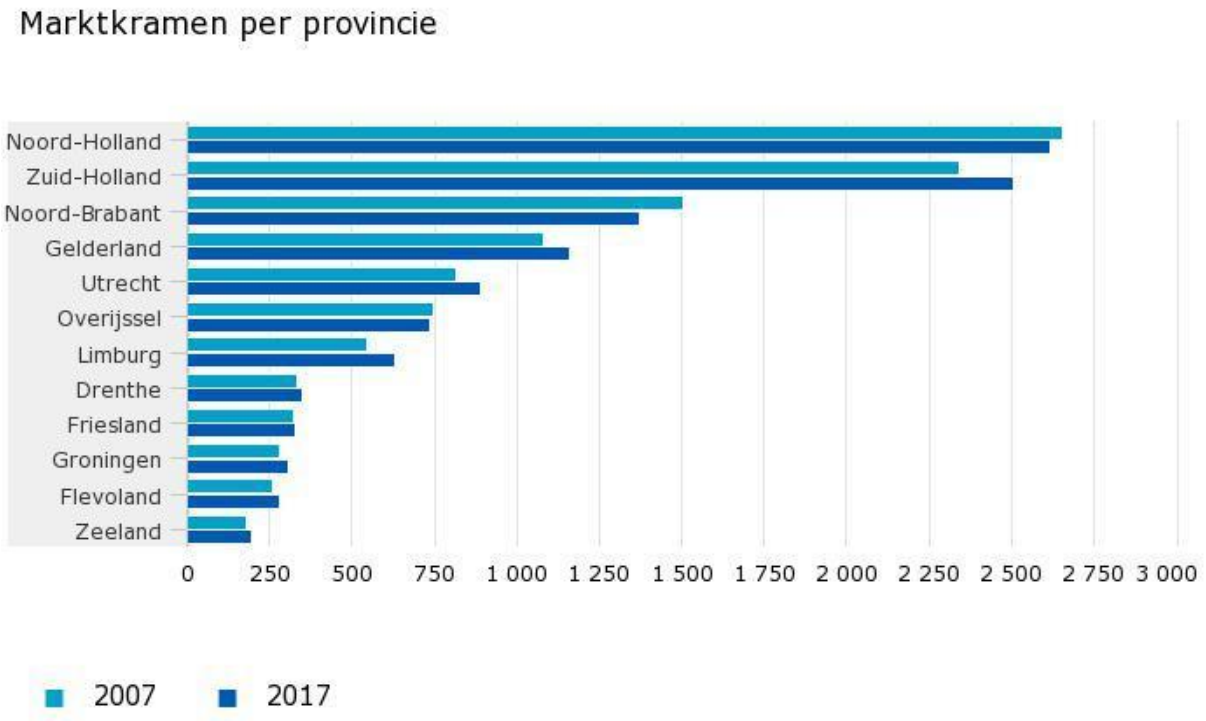
In het algemeen zien we een toenemende nadruk op food (kaas, vis, groenten en fruit, noten), met daaraan gekoppeld extra toegevoegde waarde. Bijvoorbeeld met bijna klaar maaltijden, met kant en klaar en producten gericht op doelgroepen, zoals de genoemde Duitse toeristen (heel veel aandacht voor authentieke, verse producten en seizoen producten), ouderen of jongeren (service, nieuwe ideeën, ready to eat)

Tenslotte zijn er veranderingen in de organisatie. Een belangrijke verandering is bijvoorbeeld de zogenaamde "zelforganisatie", **de verzelfstandiging**, waarbij de gemeente met ondernemers kaders maakt maar de uitvoering gedaan wordt door de marktondernemers. Een fase voorafgaand aan verzelfstandiging is het organiseren van de samenwerking, waarbij men bijvoorbeeld gezamenlijk promotie activiteiten doet. In de marktverordening kan gewerkt wordt met tijdelijke of flexibele standplaatsen, gericht op het optimaal functioneren van de markt als geheel.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

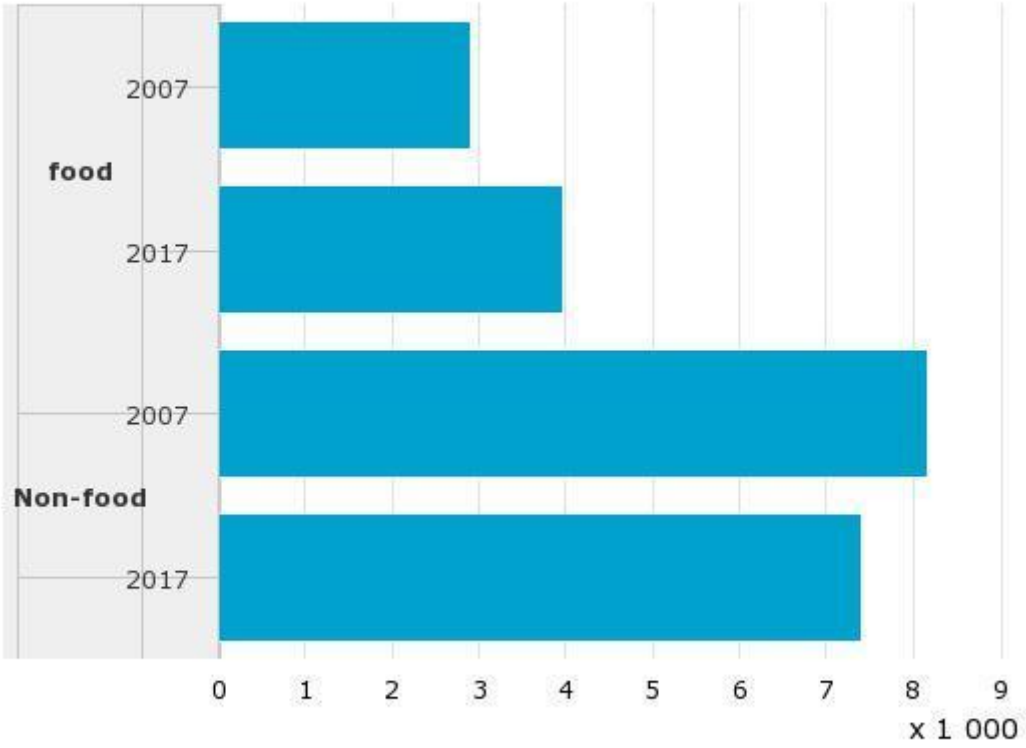
Gekoppeld hieraan is een open houding m.b.t. standplaatsen, branchering (met ruimte voor blurring, dus producten, activiteiten en diensten die niet in de traditionele branchering passen) of looptijden van contracten. Voorbeelden hiervan zijn de markten van Hoevelaken en Nijkerk.

De afspraken worden gemaakt met ondernemers en gemeente, gericht op de gewenste positionering van de markt. Gekoppeld hieraan adviseren we te kijken naar wijzigen of vernieuwen een bestaande markt verordening. “Het collectief moet kloppen”, zegt Henk Achterhuis, voorzitter van CVAH.

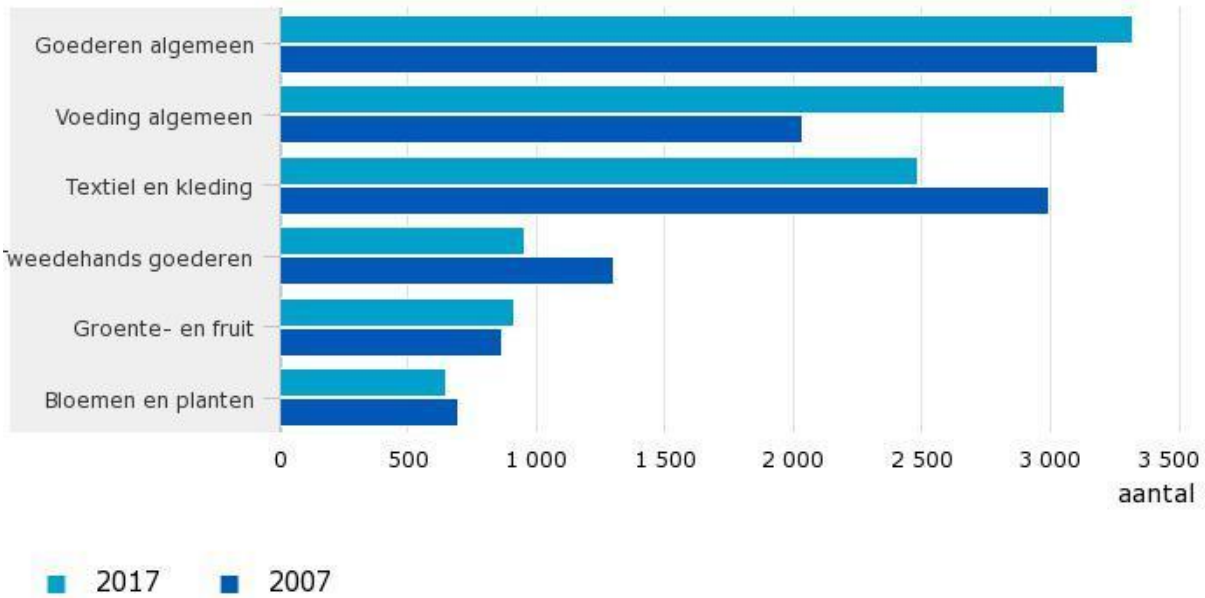


Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

Aantal food- en non-food marktkramen



Aantal marktkramen per sector



Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

------BOX----------De markten van Nijkerk en Hoevelaken----------

De markten van Nijkerk (29.000 inwoners, circa 25 kramen) en Hoevelaken (9.000 inwoners, circa 15 kramen) zijn in 2016 verzelfstandigd en ondergebracht in de Stichting Weekmarkt Nijkerk en Hoevelaken. De beide plaatsen in de gemeente Nijkerk liggen vlakbij Amersfoort. Voor 2015 werden de markten door de gemeente georganiseerd. In 2015 zijn besprekingen begonnen om de markten te verzelfstandigen volgens het principe van de Markt van Morgen.

Dat houdt in dat de ondernemers de markt zelf organiseren en de gemeente hen hierin faciliteert. Er is een actief bestuur van de kooplieden zelf en er is een marktmanager. Het doel is om te komen tot een eigentijdse markt met meer variatie, die meer bezoekers trekt met meer uitgaven per bezoek.

Tussen gemeente en ondernemers zijn afspraken gemaakt, waarbij de organisatie, invulling, en uitvoering, maar ook inning en hoogte van de weekgelden door de ondernemers wordt uitgevoerd en bepaald. Dit vraagt wèl een gezamenlijke kaderstelling en monitoring. Er zijn derhalve goede contacten met de gemeente.

De markten worden druk bezocht en ogen gezellig, met kramen in bijvoorbeeld in beenmode, kaas, bloemen, groenten en fruit, vis, vlees, brood en koeken. Er is een relatie met de centra van Nijkerk en Hoevelaken, zeker ook met de horeca.

Er is samenwerking met de centrum ondernemers en de marktondernemers doen collectieve promotie en marketing, bijvoorbeeld in de social media of met proeverijen, flyers en posters.

Dit draagt er aan bij dat de markt eigentijds overkomt en dat is belangrijk bij de relatief jonge bevolking met veel forensen.

De lange vrijdag opening van 8.30-18.00 sluit aan bij de tijd besteding van de bevolking. In Amersfoort is de centrum markt op vrijdagmorgen.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

6. Uitkomsten gesprekken met de markt ondernemers

Er is met alle marktondernemers gesproken. Veel ondernemers staan al langere tijd in Duiven en geven aan dat de markt kleiner is geworden. Er zit geen groei in de omzet. Na de verhuizing is sprake van enige omzetdaling. Belangrijk is dat perspectief naar groei ontbreekt, hoewel men wel groei mogelijkheden ziet. De weekmarkt van Duiven is levensvatbaar, geeft men aan. Dit betekent dat er -door aanbrengen van perspectief- kansen voor groei zijn, maar dat er op dit moment risico's zijn dat de markt nog kleiner gaat worden.

De leeftijd van de bezoekers lijkt hoger dan gemiddeld, men komt vaak voor een specifieke kraam. Ondernemers zoeken ook kwaliteit bij elkaar. De weekmarkt heeft m.b.t. de food een lang gevestigde visboer en bakker. De groente kraam is recenter gevestigd. Is vrij klein, maar eigentijds, met bijvoorbeeld groenten uit de omgeving.

Kraam/Branche	Beeld
Bakker	Vrij lang gevestigd. Iets buiten de markt.
Visboer	Vrij lang gevestigd. Aantrekkingskracht. Vaker in Duiven.
Kaasboer	Breed aanbod. Draait mee, eigen klantenkring.
Groenten	Frisse kijk. Authentieke producten. Vaste klanten. Ondernemend.
Keding	Laagdrempelig, leuke koopjes. Tevreden. Ruime presentatie.
Bloemen	Beperkt aanbod, compacte presentatie. Tevreden. Regionaal.
Fournituren	Vrij lang gevestigd. Groot aanbod. Betrokken specialist.

Uit de gesprekken blijkt ook dat het belangrijk is om naar het organisatie model te kijken. De gemeente heeft al een aantal impulsen gegeven, maar er is behoefte om de markt organisatie te versterken en de samenwerking te vergroten.

Het Centrum Voor Ambulante Handel (CVAH) geeft aan dat er voor Duiven gemiddeld genomen ruimte is voor zo'n 15 tot 20 kramen. Dit aantal is een horizon, of het gehaald gaat worden is onder andere afhankelijk van organisatie en samenwerking (denk bijvoorbeeld aan een vorm van organisatie van de markt ondernemers of een vorm van verzelfstandiging) , dag, dagdeel, organisatie en wijze van invullen. Veel kleinere markten doen het prima, maar meestal aan het eind van de week. Verandering van dag en tijdstip is vaak lastig, doordat ondernemers bijvoorbeeld afspraken elders hebben. Het betekent in ieder geval dat er potentie is voor meer kramen in Duiven. Een eerste doel zou kunnen zijn om in ieder geval perspectief aan te brengen en een eerste groei te realiseren richting 10 kramen, gekoppeld aan hogere verblijfswaarde.

Er is op de huidige locatie ruimte voor extra kramen. Een eerste stap is echter de afweging van locatie en zo sterk mogelijk opstelling, onder andere t.b.v. gezelligheid, zichtbaarheid en aansluiting bij horeca. Vervolgens kijken naar de optimale dag en tijdstip en de haalbaarheid hiervan. Daarna, bijvoorbeeld mede in samenwerking met CVAH, vaststellen wat de optimale markt organisatie en samenwerking is en vervolgens vaststellen hoe uitbreiding van het aantal kramen gerealiseerd kan worden.

Samengevat is dit het beeld:

1. Samenwerking/Organisatie

Er is geen gezamenlijkheid in ondernemen. Men kan elkaar wèl makkelijk vinden. De samenwerking kan beter, men is voorheen wel eens actiever geweest, maar niet structureel. Men ziet hier ook wel

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

voordelen in. Men is te spreken over de samenwerking met de gemeente, o.a. doordat gemeente nieuwe kramen kansen geeft. Men is positief om samen met gemeente en centrum ondernemers te kijken naar optimalisatie van de markt in samenwerking met centrum ondernemers. Ondernemers geven aan dat kramen elkaar stimuleren. Voorbeeld: Een kwalitatieve groenteboer zoekt een dito kaas- en visboer.

2. Dag

Men realiseert dat de dinsdag ochtend niet de ideale dag en dagdeel is. Voor een plaats van 25.000 inwoners heeft Duiven een kleine markt die bovendien veel groter is geweest. Veel inwoners uit Duiven werken op dinsdag en in de ochtend. Dus zal nadrukkelijk gekeken moete worden naar de optimale dag of het optimale dagdeel. Men realiseert ook dat schuiven lastig is vanwege aanwezigheid elders. Woensdagmiddag, donderdag, wellicht vrijdag (maar dan is er ook markt in Zevenaar) zouden beter zijn. Maar schuiven wordt als lastig gezien omdat men dan bijvoorbeeld elders staat.
Landelijk is er ook groei van de zondag, er zijn al drukke zondagmarkten en ondernemers kijken daar naar. Dit is, gezien is positie van Duiven en het centrum, geen optie voor Duiven.

3. Locatie en zichtbaarheid

M.b.t. de locatie geven een aantal ondernemers aan dat de tijdelijke Albert Heijn locatie drukker en gezelliger was, minder winderig. Men ziet ook de voordelen van de huidige locatie bij de horeca, maar bijvoorbeeld door het podium is de markt niet compact en staan de kramen te ver van elkaar. Dit leidt tot minder communicatie en minder gezelligheid. Klanten geven aan dat men nu ook speciaal naar de markt of “hun” kraam moet komen en daardoor minder vaak komt. In het verlengde hiervan ziet men dat de trekkers in het centrum (Albert Heijn, Jumbo, Lidl) relatief vrij ver van elkaar liggen, er is weinig loop en dat is niet optimaal voor de markt. Er zijn vragen wat er zou gebeuren mochten de panden aan de achterzijde van de Lidl in gebruik worden genomen.

Anderen geven als andere optie de parkeerlocatie (Liemersplein) naast het gemeentehuis. De redenen die genoemd worden zijn de bereikbaarheid, parkeren en zichtbaarheid. Men geeft aan dat de ijsbaan op die locatie ook goed functioneert. Dit zou om een oplossing (zoals tijdelijke andere locatie) vragen voor de periode dat de ijsbaan er is.

4. Levensvatbaarheid

Men is redelijk tevreden over de omzet en de kwaliteit van de kramen. De markt is in die zin levensvatbaar. Er zijn echter risico’s. Van belang is dat er perspectief komt voor verbetering, waarbij men zich realiseert dat meer onderlinge samenwerking en samenwerking met centrum nodig is. Inzet op meer kramen (poelier, vers, kleinvak), meer gezelligheid, optimale locatie, bereikbaarheid, zichtbaarheid.

De markt is niet zichtbaar vanaf de doorgaande wegen of vanuit andere centrumdelen. Dit wordt als een belangrijk nadeel ervaren. De loopafstand richting Albert Heijn en Jumbo wordt als vrij groot ervaren. Men geeft aan dat veel inwoners van Duiven zich niet realiseren dat er een weekmarkt is.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

Kernpunten zijn derhalve zichtbaarheid, parkeergemak en bereikbaarheid, gezelligheid, compact, nabijheid bij centrum bezoekers. M.b.t. dit laatste punt geldt dat een sterkere markt zelf ook weer bezoekers kan trekken. Dat is nu nauwelijks het geval.



Afbeelding 1; inspelen op streekproducten bij groentekraam



Afbeelding 2; Vers gemaakte kant en klare producten

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144



Afbeelding 3; Marktbezoekers in Duiven

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

7. Uitkomsten gesprekken centrum ondernemers

De centrum ondernemers zijn verenigd in de SPCD, de stichting die de inkomsten uit de reclamebelasting beheert. De ondernemers zijn voor het uitvoeren van activiteiten verenigd in de OCD die activiteiten organiseert. De horeca ondernemers zijn verenigd in de Stichting HOP.

Daarnaast kunnen ook andere partijen aanvragen indien voor het ondersteunen van centrum activiteiten, zoals de Buitenbios Duiven, georganiseerd door ZoDiva.

De centrum ondernemers zien het graag meer samenwerking met de markt. Gekoppeld daaraan is de wens tot een wat grotere markt, met vooral meer food en versproducten, die zo ook meer aantrekkingskracht heeft op centrum bezoek. Met het aanbod dus vooral inspelen op de behoeften en trends.

Het idee van samenwerken aan een goed functionerend centrum spreekt aan. Men ziet in dat een goed functionerend centrum en een goed functionerende markt niet los van elkaar kunnen worden gezien. De markt heeft een impuls nodig, er komen enige extra bezoekers, maar vindt het aantal te gering om het een belangrijke impuls voor het centrum te noemen. Dit belang wordt naar verwachting kleiner als er niets verandert.

Kwalitatief gezien wordt de markt wèl leuk en gezellig ervaren door de ondernemers, maar zou groter moeten zijn, met meer aanbod. Hier zijn aanknopingspunten voor een toekomstperspectief. Een andere dag of dagdeel zou daarbij een impuls kunnen geven, kijkend naar behoeften van consumenten in Duiven.

Men wil kijken naar een betere zichtbaarheid van de markt, gezelliger inrichting, met betere aansluiting op horeca en terrassen. Dat zou ondersteund kunnen worden met acties, bijvoorbeeld een bon actie voor een kop koffie. Het vraagt om een structurele samenwerking met continuïteit. Een idee is bijvoorbeeld om een markt ambassadeur te benoemen, die de samenwerking markt, centrum en gemeente trekt.

Aangegeven wordt ook om de kansen voor de markt – die men ziet- mee te nemen in een bredere visie op het centrum, waar men graag in samenwerking de schouders onder wil zetten.

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA Waddinxveen
Tel 035 6954144

8. Beeld locatie en tijdstip

M.b.t. locaties is dit een eerste beeld, dat in de vervolgfase verdere uitwerking vraagt:

Optie 1 Locatie Remigiusplein

Voordeel is de centrale positie in het centrum in combinatie met horeca, de mogelijkheid om deze locatie te “branden” als centrale punt voor centrum activiteiten.
Aandachtspunten zijn o.a.: Vergroten zichtbaarheid, bijvoorbeeld door de markt iets op te schuiven richting Kastanjelaan, verbeteren compactheid en verbinding met horeca, windgevoeligheid, vinden van oplossing voor inpassen podium, gezelliger en groener maken in het algemeen, dus verblijfswaarde vergroten.

Optie 2 Albert Heijn locatie

Voordeel is makkelijk parkeren en relatief veel bezoekers door de nabijheid van bijvoorbeeld trekkers als Albert Heijn.
Aandachtspunten zijn dat het aan de rand van het centrum ligt, de horeca faciliteiten minder zijn en dat het parkeerplaatsen kost.

Optie 3 Parkeerterrein Liemersplein

Voordeel is de optimale zichtbaarheid, goede bereikbaarheid en de zichtbaarheid van het centrum. Het is ook succesvol als de locatie van de populaire ijsbaan.
Aandachtspunten zijn dat de locatie niet in het centrum ligt, het ontbreken van horeca faciliteiten, de periode dat de ijsbaan er is. Ligt, omdat men de weg moet oversteken, ook wat verder af van trekkers.

Dag en tijdstip

In het algemeen is er een verschuiving van bezoekers richting einde van de week. Dan zijn de bestedingen ook hoger. Het lijkt beter aan te sluiten bij het profiel van de bevolking van Duiven, met drukke huishoudens en tweeverdieners, die op dinsdag vaak niet vrij zijn. Aan de andere kant is dit uitdagend gezien de mogelijkheden van de marktondernemers.



Afbeelding 4; Foto Podium en compacte markt

We adviseren we om in overleg met markt ondernemers, de markt organisatie en centrum ondernemers de mogelijkheid van andere dagen en tijdstippen te onderzoeken. Daarbij adviseren we ook nadrukkelijk kijken naar de behoeften van de bevolking in de gemeente Duiven en de haalbaarheid bij bestaande ondernemers en aan te trekken ondernemers.

Opties zijn bijvoorbeeld de dinsdagmiddag, woensdagmiddag, de donderdag, vrijdag of wellicht de zaterdag. De vrijdag wordt minder voor de hand liggend genoemd in verband de vrijdagse markt in Zevenaar.