

Bijlagenrapport Marktvisie Helmond 2018

's-Hertogenbosch, september 2018

Bijlagenrapport Marktvisie Helmond 2018

Uitgebracht aan:

Gemeente Helmond

Seinpost Adviesbureau BV

Johan Bardoel

Rien Romijn

Projectnummer: 38031

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

's-Hertogenbosch, september 2018

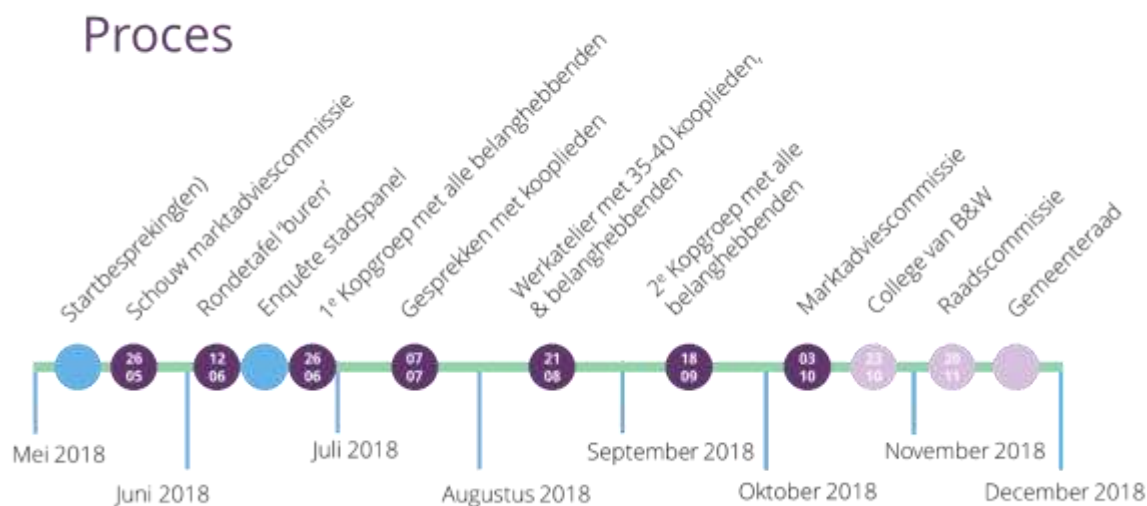
Inhoudsopgave

1. Proces	3
2. Huidige situatie	4
3. Markttrends	9
4. Resultaten enquête stadspanel	12
5. Verslag schouw zaterdagmarkt 26-5-2018	18
6. Verslag veiligheidsschouw 26-5-2018	21
7. Verslag kopgroep 26-6-2018	29
8. Sheets werkatelier 21-8-2018	31



1. Proces

Om tot de nieuwe marktvisie te komen heeft het volgende overleg plaatsgevonden:



- Startbespreking met de gemeente, afstemming met programmamanagement, stedenbouw en hulpdiensten (mei-juni 2018)
- Schouw met de marktcommissie op 26-5-2018
- Rondetafel met horeca, detaillisten, centrummanagement, kermis en wijkraad 12-6-2018
- Gesprekken met kooplieden 7-7-2018
- Enquête stadspanel juni / juli 2018
- Kopgroep 26-6-2018: met een afvaardiging namens de kooplieden, horecaondernemers, retail, centrummanagement, evenementenorganisatie, inwoners, gemeente en Seinpost Adviesbureau
- Brede werkatelier 21-8-2018
- Kopgroep 18-9-2018
- Marktadviescommissie 3-10-2018

Door de medewerkers van Seinpost Adviesbureau is de weekmarkt meerdere malen bezocht om een goed beeld te krijgen van de verschillende situaties:

- bij een vaste opstelling, en tijdens het opzetten en opruimen van de kramen;
- tijdens de zomerkermis en de verschillende uitwijklocaties van de weekmarkt;
- op een niet-koopzondag om te zien hoe de beleving dan is op de Markt, Ameidewal, Koninginnewal
- in de zomervakantie met wekelijks wisselende opstellingen (kooplieden met vakantie)
- soms was het erg mooi weer, soms heel slecht weer / hoosbui
- ervaringen uitwisselen met kooplieden, marktmeester, horecaondernemers e.d.
- met de marktmeester was veelvuldig tussentijds contact. Bijna wekelijks deelde hij de ervaringen via Messenger.

2. Huidige situatie

2.1 De huidige situatie, gebaseerd op de indeling uit 2006/2007

De zaterdagmarkt staat op drie locaties: de Markt, Ameidewal en langs de Noord-Koninginnewal-Noord. De opstelling is gebaseerd op de indeling uit 2006/2007. Destijds is de Markt heringericht met een nieuwe indeling en zijn terrassen ingepast. De ochtendmarkt op zaterdag (tot 12.30 uur) is destijds een dagmarkt geworden (tot 16 uur). Eind 2012 zijn het heringerichte Ameideplein en de Marktstraat geopend.

Ondanks de nieuwe indeling is de zaterdagmarkt sterk in omvang gekrompen: van 140 kooplieden vóór de herinrichting van 2006-2007 naar circa 70 tot 75 kooplieden nu. De woensdagmarkt is grotendeels verdwenen (voorheen 33 kooplieden). Voor de terugloop zijn enkele oorzaken te noemen, alhoewel het altijd lastig is om daarvoor bewijzen te leveren. Tenslotte verschilt de situatie enorm voor de ene branche ten opzichte van de andere:

Ambulante handel:

- Meerdere kooplieden moesten een keuze maken omdat ze elders op een middagmarkt stonden, met name de Woenselse Markt in Eindhoven. Die is destijds ook een dagmarkt geworden;
- De woensdagmarkt had een doordeweekse functie voor de klanten die op zaterdag de markt bezochten. Nu dat niet meer het geval is zal de zaterdagmarkt een deel van de vaste klanten hebben verloren, die kunnen doordeweeks namelijk niet meer terecht;
- Landelijk staat het bezoek aan de weekmarkten onder druk, maar niet dusdanig dat daarmee de daling van het aantal kramen in het centrum van Helmond verklaard kan worden;
- In de praktijk zien we de opkomst van thema- en evenementenmarkten, met veel bezoekers en creatief ondernemerschap: markten tijdens koopzondagen, in evenementenhallen, biologische of stoffenmarkten, kerstmarkten etc.

Detailhandel:

- De economische crisis in de periode 2008-2014, met impact op de bestedingen in de detailhandel. Met name in de non-food is de omzet met 20% teruggelopen en na 2014 nauwelijks meer gestegen;
- Het bezoek aan middelgrote centrumgebieden zoals Helmond staat landelijk onder druk dankzij:
 - de concurrentie met grote centrumgebieden (ruimer aanbod aan recreatief winkelen en andere functies, iedere zondag open e.d.);
 - de sterke positie van supermarkten en de wijk- en dorpscentra: snel en makkelijk boodschappen doen, parkeren voor de deur, in de buurt e.d.
 - de markthandel via de detailhandel die goedkope partijen verkopen
 - de groei van de online-aankopen;

De locatie:

- De Markt en de Ameidewal zijn heringericht maar de voorziene uitbreiding aan de noordzijde van het centrum is de afgelopen decennia achtergebleven. Het gebied Speelhuisplein / Havenpark / Watermolenwal is slechts ten dele gerealiseerd met de verplaatsing van de bibliotheek. Het theater is in deze hoek van het centrum verloren gegaan. Het Speelhuisplein en het Havenpark zijn nu tijdelijk ingericht maar zijn alleen tijdens evenementen een levendig gebied. Het gebied is dus nog niet af, hier moet nog veel gebeuren.

De huidige zaterdagmarkt beoordelen we ruimtelijk, functioneel en organisatorisch. Hierbij is gebruik gemaakt van onze kennis vanuit het proces zoals de schouw, het stadspanel, de kopgroep en het werkatelier.

2.1.a Ruimtelijke inrichting

De huidige ruimtelijke structuur van de zaterdagmarkt is op zich helder: de Markt en de Ameidewal vormen het hart met als uitloper de Noord-Koninginnewal. Een volledig circuit met een bypass aan de zuidzijde (Ameidestraat) is het niet. Het gebied heeft duidelijk herkenbare entrees zoals de Veestraat in het winkelgebied, de Watermolenwal vanaf de westzijde, en de Traverse / Zuidende met de aantakkingen Zuid-Koninginnewal, Molenstraat / Marktstraat aan de noord-, oost- en zuidzijde. In de directe omgeving liggen ook de belangrijkste bronpunten in de vorm van parkeergarages en parkeerterreinen, fietsenstallingen en openbaar vervoer (trein, bus).

Markt

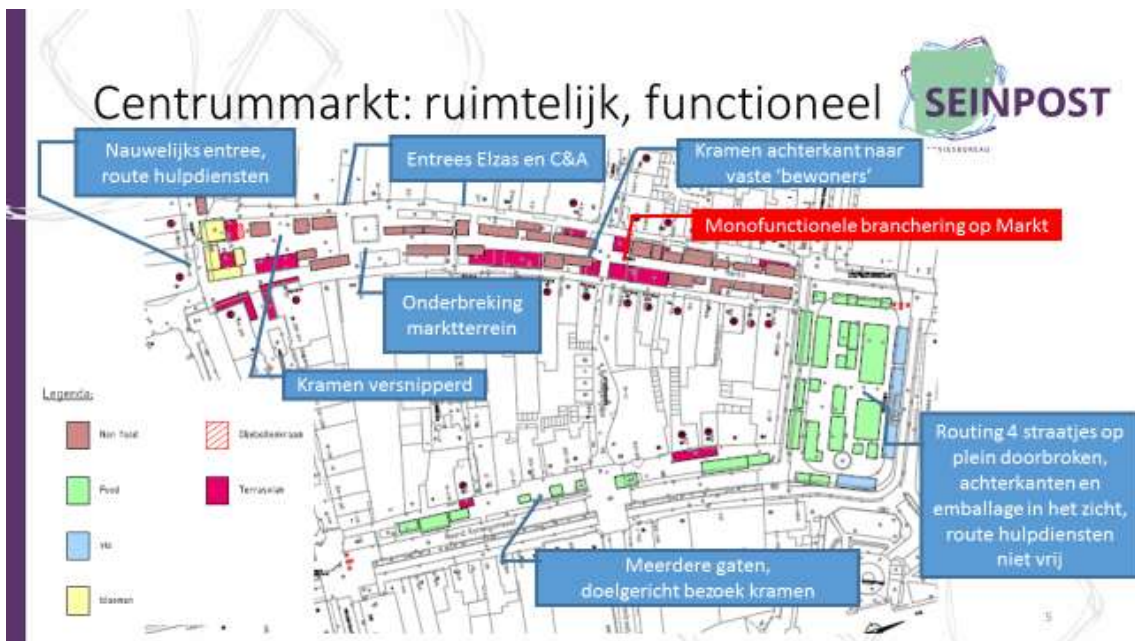
- Op de Markt is nog maar één straatje met marktkramen over: de buitenrijen met het gezicht naar de detailhandel en horeca zijn verdwenen. Voor een weekmarkt is het erg belangrijk om over een tweezijdige kraamopstelling te beschikken. De meeste kramen staan nu met hun achterkant naar de 'buren'. Dat is zeker een aandachtspunt bij enkele langere marktwagens, of als de achterkant direct grenst aan een terras. Het aantal terrassen is gegroeid hetgeen tot conflictsituaties leidt. Op andere plekken wordt de opstelling van de kramen doorbroken door terrassen: dat is niet erg als die terrassen in gebruik zijn, en zeker niet als die terrassen vol zitten bij mooi weer. Bij koud weer en bij gesloten terrassen van de avondhoreca is dat een groot probleem voor de markt;
- De kramen sluiten door de tussenliggende kiosk en de route voor de hulpdiensten niet meer op elkaar aan. De entrees van de Elzaspassage en bijv. C&A en Van Haren liggen verstopt. Aan de overzijde bij H&M en The Sting is de winkelentree wel goed zichtbaar;
- De toegang tot het marktterrein vanaf de Veestraat wordt belemmerd door de opstelling van de kramen en de extra ruimte die wordt ingenomen door parasols. De route voor de hulpdiensten is niet vrij;

Ameidewal

- Ook hier is sprake van een onduidelijk circuit. Van oudsher waren er vier west-oost marktstraatjes over het plein. De twee zuidelijke straatjes zijn te breed, de twee noordelijke straatjes zijn eigenlijk te smal. Het tweede straatje vanaf het zuiden wordt inmiddels gedomineerd door achterkanten en emballage / opslag. Ook centraal op het plein staan de kramen onlogisch opgesteld, hier ontbreekt een heldere verbinding tussen noord en zuid over het plein. De route voor de hulpdiensten is langs de noordzijde van het plein niet vrij vanwege met name de koelwagens voor de vis en soms transportwagens;
- De markt neemt zoveel ruimte in dat de kramen en (koel)wagens bijna tegen de noord- en zuidwand van de Ameidewal staan. Er is slecht toegang tot de beperkte functies die hier nog zitten, met leegstand tot gevolg;

Noord-Koninginnewal

- Langs deze lange straat staan de marktwagens sterk versnipperd en worden onderbroken door voetpad, fietsenstallingen e.d.
- De kramen staan wel allemaal met het gezicht naar de winkels en horeca en de achterkant naar de straat, dat is gunstig;

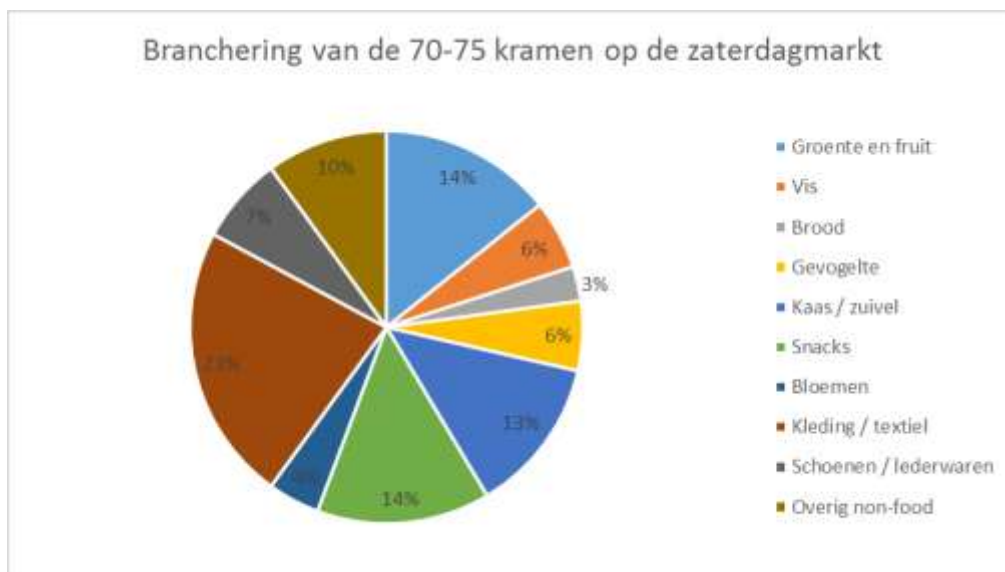


In ruimtelijke zin komt het erop neer dat de ruimtelijke samenhang in de opstelling van de kramen grotendeels verloren is gegaan. De circuitvorming over het marktterrein klopt niet meer, met grote verschillen in standkwaliteit: goed scoren de Veestraat en Ameidewal, de Markt en Noord-Koninginnewal moeten het doen met lagere bezoekersaantallen.

2.1b Functionele structuur, functioneren en belevingswaarde

De zaterdagmarkt kent een sterk gescheiden brancheverdeling: met food op de Ameidewal en langs de Noord-Koninginnewal, non-food op de Markt en bloemen ter hoogte van de Veestraat / Kerkstraat / Ameidestraat. Een dergelijke brancheverdeling is helder voor de consument maar het maakt de markt wel saaier en minder verrassend of dynamisch. De non-food kramen op de Markt trekken duidelijk minder bezoekers en die profiteren nauwelijks van de trekkracht van de food of de bloemen. De synergie met de horeca en de retail is er alleen als de terrassen in gebruik zijn. De kooplieden langs de Noord-Koninginnewal moeten het met name hebben van hun eigen trekkracht en doelgericht bezoek door een vaste klantenkring.

De ruimtelijke opzet van de markt leidt ertoe dat er grote verschillen zijn in het functioneren van de kramen. Sommige kramen zijn enorm groot, met wel 10-15 man personeel, tot eenmanskramen die af en toe een klant bedienen. De food scoort duidelijk beter dan de non-food. Dat geldt zeker niet in alle gevallen, met goed draaiende non-food kooplieden of door overaanbod in bepaalde foodbranches. In de grootste branches Kleding / textiel, Groente / fruit en kaas / zuivel bestaan zeker mogelijkheden voor specialisatie en onderscheidend vermogen, nu zullen niet alle kooplieden een goede boterham verdienen. De achtergrond van de marktondernemers varieert van formules met soms een landelijke dekking tot eenmanszaken. Ook de uitstraling van de kramen loopt uiteen van uitstekend tot matig. Wat opvalt is dat er relatief weinig instroom is van jonge ondernemers die nieuwe doelgroepen kunnen aanboren. Het aanbod verandert te weinig mee met de veranderende consumentenvoorkeuren.



Doordat er gaten zijn in de kraamopstelling ontstaan leegtes. Met name aan de westzijde van de Markt met haar langgerekte gevels en leegstand doen die plekken ongezellig aan. De verblijfswaarde blijft daardoor achter, dat geldt ook voor de stenige Ameidewal, in mindere mate voor de Noord-Koninginnewal. Dit terwijl gezelligheid na prijs het belangrijkste bezoekmotief is voor de consument zo blijkt uit het stadspanel. Prijs en gezelligheid worden gevolgd door de bezoekers die toch al in het centrum zijn en dan even langs de markt gaan. De verkeersveiligheid is ook een aandachtspunt, met name aan de westzijde van de Ameidewal / Marktstraat. En de veiligheid voor de voetgangers. De nieuwe bestrating van de Ameidewal medio 2012 bleek al snel niet aan de eisen van de markt te kunnen voldoen. Losse tegels, trottoirbanden en onafgedekte stroomdraden leiden regelmatig tot problemen, bijvoorbeeld voor mindervaliden, ouderen of bij kinderwagens.

2.1c Organisatorisch

Via de gebruikelijke verordeningen bepaalt het college de opstelling en indeling van de markt. Het marktterrein moet vroeg in de ochtend vrijgemaakt worden van bijvoorbeeld geparkeerde auto's. Iedere week leveren de kooplieden met de marktmeester een prestatie om de kramen zo goed mogelijk te plaatsen en weer te verwijderen. Wekelijks kunnen zich nieuwe kooplieden melden voor dagplaatsen maar hun aantal is relatief beperkt. De kramen staan niet meer opgesteld op basis van de tekening in de verordening, ook niet op basis van de ankers zo bleek uit de schouw. Dat de tekening niet meer actueel is geldt ook voor de terrassen. Die zijn soms vervallen, nieuw toegevoegd of er zijn zelfs kramen voor verplaatst. De algemene regel is dat een terrashouder in de warenmarktzone tussen 3.00 uur en 19.00 uur geen terras mag voeren, tenzij beperkt gebruik mogelijk is, op aanwijzing van de marktmeester. Regelmatig worden 'smorgens terrassen aangetroffen die eigenlijk verwijderd hadden moeten worden.

Enkele kooplieden nemen meer ruimte in dan op basis van de vergunning is toegestaan, de vrije doorgangen worden belemmerd. Die regels gelden ook voor de horeca waarop de terrassen worden gecontroleerd. Soms leidt de opstelling van kramen in de praktijk tot visuele beperkingen voor naastgelegen kramen. Andere kooplieden pakken niet volledig uit of gebruiken vrije ruimtes voor emballage. Andere koopmannen en klanten worden dan geconfronteerd met achterkanten en opslag op het marktterrein. Kooplieden houden zich ook regelmatig niet aan de regel om de standplaats in te nemen tot de sluitingstijd van 16 uur: dat zie je met name op de Markt en soms op de Ameidewal. Als de klandizie terugloopt beginnen kooplieden met opruimen van de opstal en het voorrijden van transportwagens. Overige kooplieden vertellen dat zij daarvan hinder ondervinden. Ook bevinden zich regelmatig transport- en koelwagens op en rond het marktterrein terwijl dat niet is toegestaan. Kooplieden klagen ook dat sommige marktondernemers te makkelijk wegblijven en zich met ziekte

afmelden, bijvoorbeeld bij slecht weer of bij een verplaatste markt. Waarschuwingen worden er wel uitgedeeld maar de handhaving schiet op een aantal punten tekort. Het is voor de kooplieden niet duidelijk hoe het geld besteed wordt dat zij betalen voor promotiedoeleinden: slechts af en toe wordt er iets georganiseerd.

2.2 Synergie met de omgeving

De levendige zaterdagmarkt heeft een belangrijke sociale functie voor het centrum. Haar ligging staat garant voor interactie met het kernwinkelgebied, met horecabezoek en verblijf. De kramenmarkt in de Elzaspassage is een paar keer per jaar een mooi voorbeeld van de uitbouw van de marktsfeer in de rest van het centrum, voor de rest wordt er nauwelijks samengewerkt met de horeca of de retail. Ook voor de zaterdagmarkt is het van belang dat de omringende panden in gebruik zijn en er zo weinig mogelijk leegstand is. Nu sluit de routing van de weekmarkt niet aan op de winkelrouting. De doorgangen zijn te smal en zijn niet vrij, hetgeen de leegstand ook kan versterken.

Dat geldt ook voor een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Het moet niet zo zijn dat er na vertrek een kaal en doods marktterrein wordt achtergelaten. De Ameidewal is de rest van de week een belangrijk parkeerterrein voor de centrumbezoekers. Er ligt een duidelijke wens om op dit plein en op de Markt het woon- en verblijfsklimaat te verbeteren.

De laatste jaren is duidelijk te zien dat de leegstand in beweging komt en de retail en horeca met terras zijn gegroeid op de Markt. Zelfs de Noord-Koninginnewal is nu goed gevuld. Ook evenementen als de kermis zijn cruciaal voor de beleving van de Markt en haar omgeving. De zaterdagmarkt werkt hiermee samen, zoals met de vrijkaarten die te winnen zijn tijdens de verzette markt. Direct tegen elkaar gelegen kunnen ze elkaar versterken. De horeca organiseert ook vaak eigen evenementen buiten de markttijden. Combinatie met de winkeltijden op zaterdag is dan niet mogelijk. Een initiatief als de ijsbaan is erg belangrijk voor een stad als Helmond om iets extra's te bieden tijdens de winkelvakantie en om de jeugd aan te trekken.

2.3 De verplaatste markt

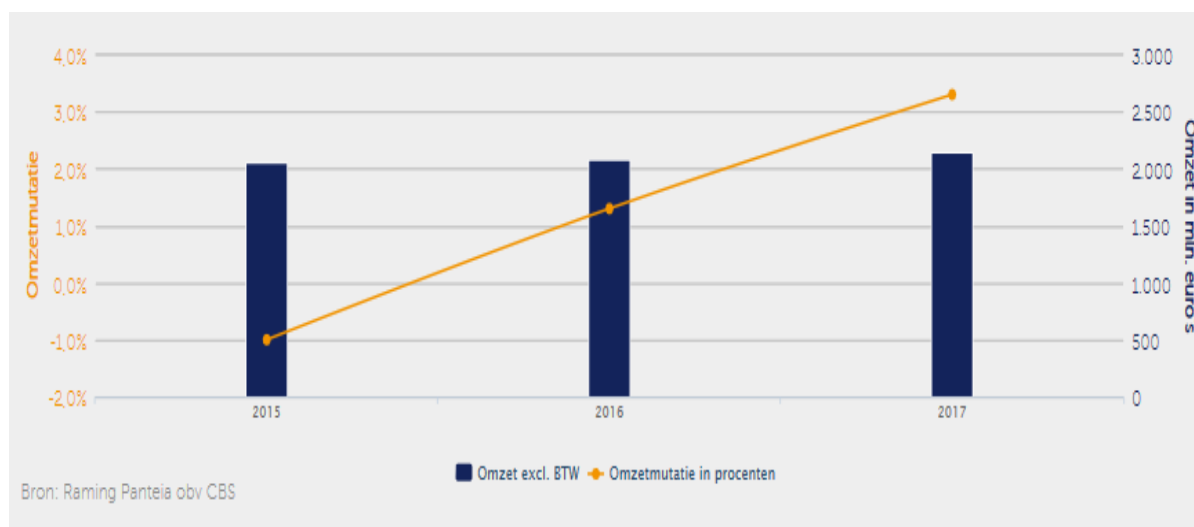
De zaterdagmarkt wijkt van oudsher twee keer per jaar uit voor de kermis. De laatste jaren zijn dat drie zaterdagen geworden omdat de voorjaarskermis over twee weekenden verdeeld wordt. In 2017 kwam daar de ijsbaan bij. In beide gevallen moet de zaterdagmarkt verplaatsen. De bloemenkramen verhuizen dan doorgaans naar de naastgelegen Kerkstraat, de rest verhuist naar de Koninginnewallen / Marktstraat en / of Watermolenwal. Als een deel van de kramen op de Ameidewal kan blijven staan zoals tijdens de zomerkermis dan scheelt dat voor de markt al heel veel. De ruimte voor de verplaatste markt was destijds voldoende omdat een 20-tal kooplieden zich had afgemeld, dan is er minder ruimte nodig. In het verleden werd er gekozen voor de Kanaaldijk in verschillende varianten (meestal N.O., N.W. is ook een optie) omdat dan de gehele markt verplaatst kon worden: N.O. kan niet meer vanwege de bereikbaarheid van Keyserinnedaal. N.W. kan nog wel maar ligt aan de andere kant van het kanaal en daarmee verder buiten het centrum. Iedere verplaatsing kost de kooplieden omzet. Eigenlijk is er nog steeds geen duidelijkheid over een definitieve en compacte plek voor een verplaatsing van (een deel van) de zaterdagmarkt. Dat komt ook omdat de kermis iedere keer weer anders ingepast moet worden. Later volgen er weer andere centrumplannen of verkeersmaatregelen die ertoe leiden dat ambulante functies moeten uitwijken.

Van belang is dat de kooplieden tijdig weten waar ze aan toe zijn of wat ze kunnen verwachten. De kooplieden moeten betrokken worden bij het nadenken over de mogelijk beste oplossingen voor het centrum en de weekmarkt.

3. Markttrends

De trends waarmee de markt te maken heeft hebben betrekking op zowel de vraagzijde als het aanbod. En het zijn algemene trends en lokale trends.

De totale omzet ligt rond de € 2,1 miljard in 2017 (bron: www.detailhandel.info). De omzet ontwikkelde zich sinds 2014 licht negatief, met dalingen van -0,1%, -1% en -0,8% per jaar tot en met 2016. In 2016 was sprake van een trendbreuk met een groei van 1,3% in 2016 en 3,3% in 2017 (bron: CBS / Panteia, aug. 2018). Binnen de totale detailhandel scoort de ambulante handel een marktaandeel van ruim 2%. Bij een omzet van € 2,8 miljard medio het jaar 2000 was dat nog 4% (bron: Jaarboek detailhandel 2002).



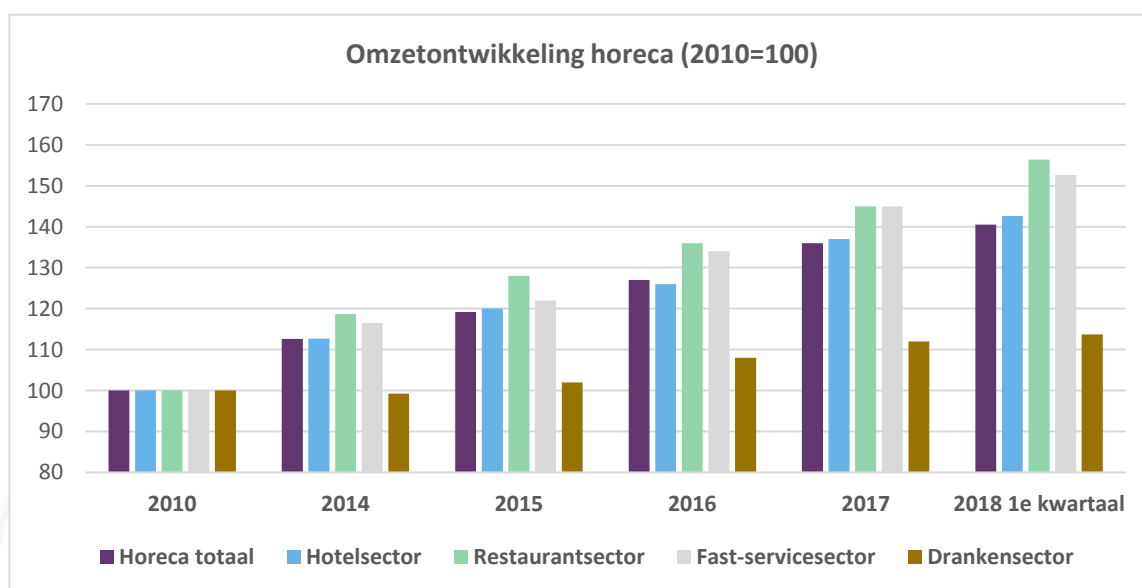
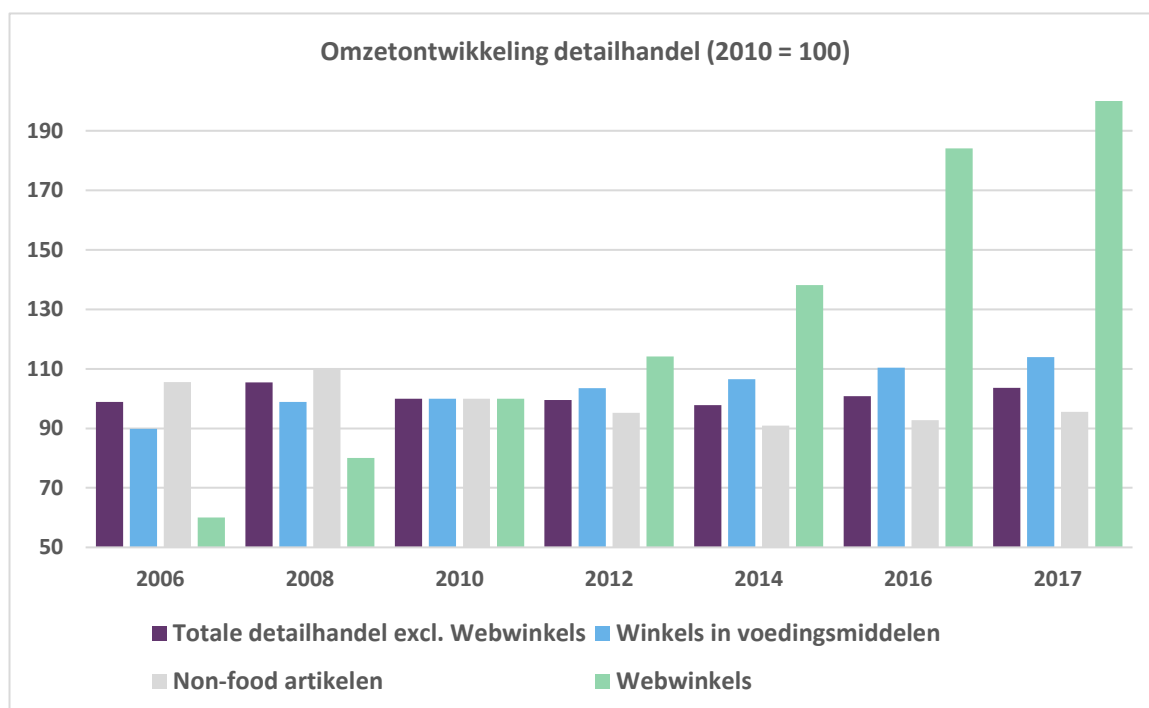
Er zijn ook andere bronnen zoals de verschillende koopstroomonderzoeken die aangeven dat het bestedingsaandeel van de warenmarkten stabiel is. Toch is zichtbaar dat landelijk een deel van de markten onder druk staat. Dat zijn bijvoorbeeld de wijk- en dorpsmarkten en de markten op de doordeweekse dagen. Dat geldt minder of niet voor de centrummarkten in de grote steden. Er kan geconcludeerd worden dat de ambulante handel op landelijk niveau bestedingsaandeel verliest. De belangrijkste veranderingen vinden plaats aan de consumentenzijde.

- 'Altijd-alles-overal' consument. De consument kan tegenwoordig kopen waar, wanneer en wat hij wil: online met afhalen of bezorgen, op een station, in een kantine, supermarkten met lange openingstijden waaronder op zondag etc. De consument verandert daardoor en doet op een andere manier zijn boodschappen of andere aankopen. Het uithuizige eetgedrag neemt sterk toe in plaats van de drie vaste maaltijden per dag. De non-food branches hebben sterk te lijden van online bestedingen, discounters als Action, Kruidvat, Lidl en Primark, outletwinkels, winkels met partijenhandel en tweedehandsproducten, marktplaatsen waar consumenten hun eigen producten verhandelen etc.
- Het marktbezoek is wat sterker gericht op de 50-plussers, de lagere inkomens, inwoners met een migratieachtergrond en de centrumbewoners; alleenstaanden bezoeken de markt het minst;
- de markt is tijd- en plaatsgebonden;
 - het tijdstip van bezoek verandert: de bezoektijd verschuift naar later op de dag, en minder bezoek op werkdagen;

- Het bezoekmotief verandert: van moeten op basis van aanbod en prijs, naar willen (iets bijzonders); de koopfunctie van de markt verschuift naar een belevingsfunctie;
- De markten zijn sterk afhankelijk van loyale klanten. Loyaliteit staat onder druk. Impulsaankopen en 'beleving' worden steeds belangrijker.

Trends in de aanbodzijde

- Voor het perspectief van de ambulante handel is het van belang om de omzetonwikkelingen in de detailhandel en de horeca te schetsen;
- De omzet in de food en de consumptieve horeca groeit, de non-food markt krimpt. De omzet van de webwinkels, met name in de non-food groeit het hardst (bron: CBS):

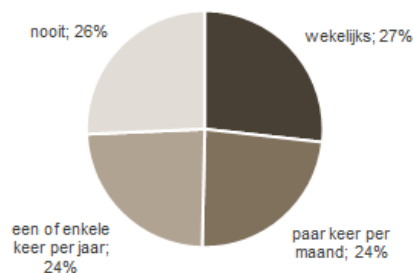


- Soortgelijke ontwikkelingen zijn zichtbaar binnen de markthandel. Volgens de kooplieden zelf groeit de omzet in de food sinds 2012 maar wel met een wisselend beeld per jaar. De non-food ontwikkelt zich negatief, met sinds 2016 een stabilisering;
- er is concurrentie: die is er met name van de verkoopkanalen die verwant zijn aan de weekmarkten en die zich op dezelfde doelgroepen richten. Dat zijn de themamarkten op pleinen of in beurs- en sporthallen e.d.: met stoffen/kleding, bloemen-plantjes, biologisch, curiosa/ verzamelaars, ambacht/hobby, kerst etc.), marktpartijenhandel in winkels, online/marktplaats etc. Relatief nieuw is de evenementenmarkt op de koopzondag;
- Het aantal kramen in de food groeide in de periode 2007-2017, groente en fruit bleef daarbinnen stabiel. In de textiel en kleding daalde het aantal kramen, bij bloemen en planten was dat stabiel, en bij de overige non-food wisselend.
- De markt is sterk weerafhankelijk. Mooi weer in het voorjaar en de zomer is top. Bij slecht, koud of tropisch weer blijven klanten weg. Daartegenover staat de opkomst van markt- en foodhallen;
- Over de kooplieden: vergrijzing, schaalvergroting met grotere kramen/mobiele wagens, professionalisering van ondernemerschap, franchising, ondernemers onder de nieuwe Nederlanders, opkomst van hobby-kooplieden (doen het erbij, soms hoger opgeleid);
- Een kraam heeft tegenwoordig meer dan een verkoopfunctie. Ook horeca, service, verblijf, vermaak en de boodschap achter het product wordt steeds belangrijker. Steeds belangrijker worden de herkomst (ook lokaal/uit de streek), de wijze van productie, gezond/duurzaam. Dit past bij een bewuste levensstijl.

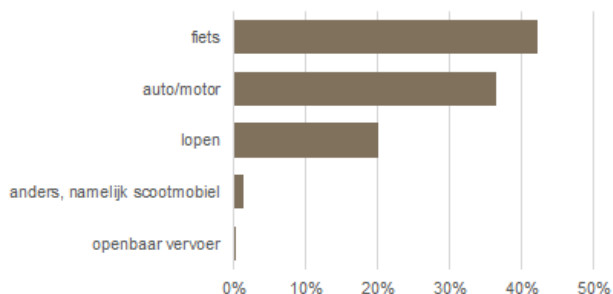
4. Resultaten enquête stadspanel

Bezoek aan de markt

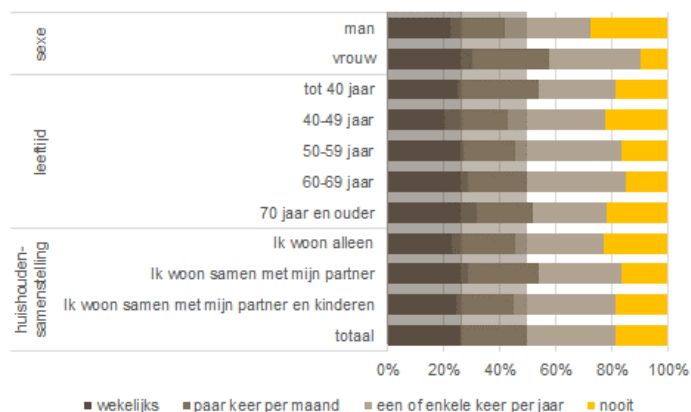
Helft van de mensen brengt minimaal 1x per maand bezoek aan de markt



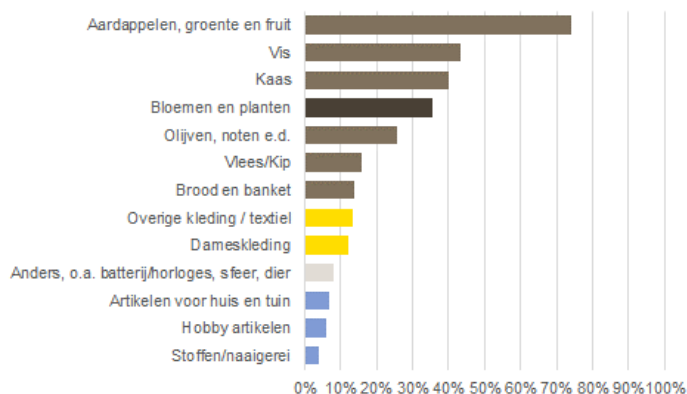
De fiets wordt het vaakst gebruikt om op de markt te komen



Jong en oud, vrouw en (echt)paren gaan wat vaker frequent naar de markt



Groente en fruit, maar ook andere food-producten het vaakst op de markt gekocht
meerdere antwoorden mogelijk

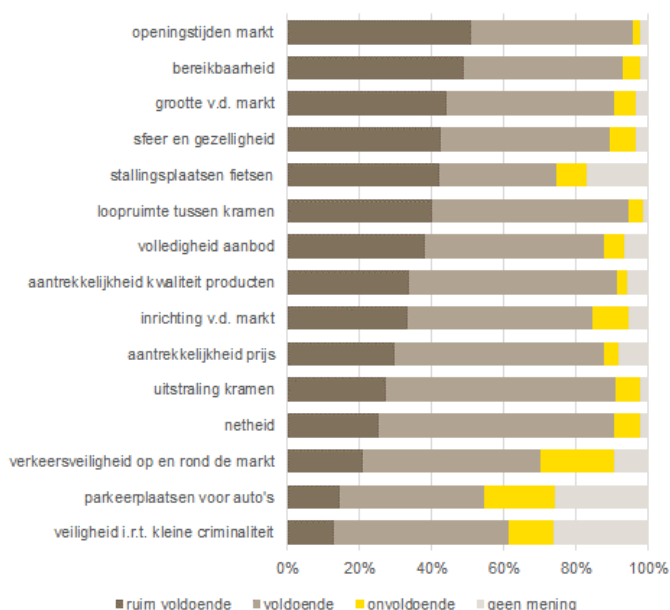


Prijs en gezelligheid meest genoemde redenen om naar de markt te gaan
meerdere antwoorden mogelijk

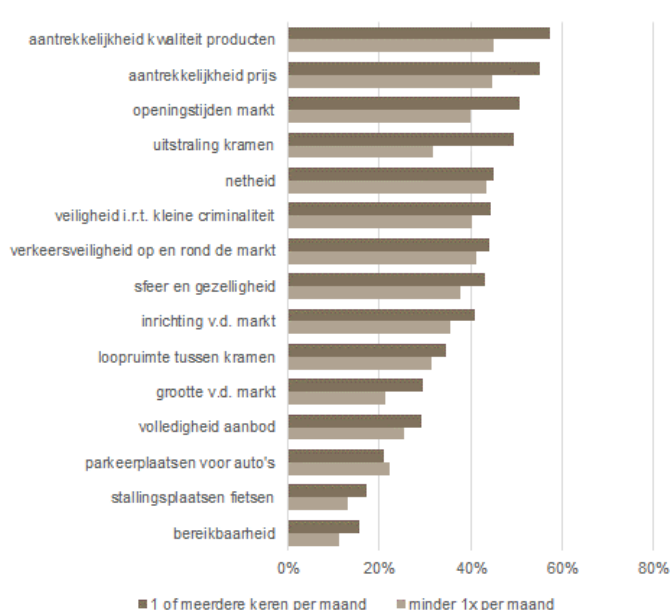


Beoordeling van de markt

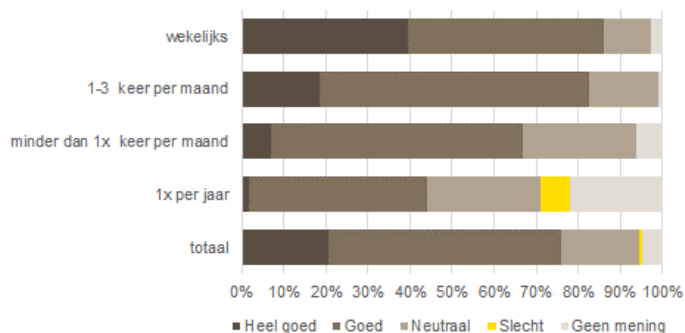
Veel aspecten van de markt krijgen score (ruim) voldoende, scores verkeersveiligheid, parkeerplaatsen en veiligheid blijven wat achter



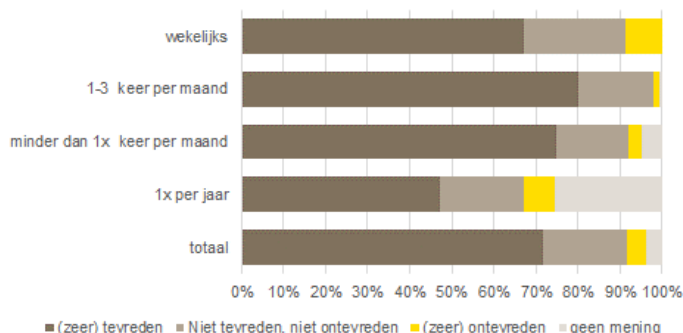
Frequent bezoekers geven vaker een ruim voldoende voor uiteenlopende aspecten van de markt



**Frequent bezoekers vaker meer tevreden
over contact met en service door marktkooplieden**



Bezoekers die frequent maar niet wekelijks op de markt komen zijn het vaakst (zeer) tevreden over de markt



Wat mist men op de markt?

Wanneer markt bezoekers vaker naar de markt? – 15% noemt iets, top 5:

Gerelateerd aan markt:

- Meer variatie (32x)
- Meer sfeer, muziek (20x)
- Parkeren goedkoper/dichterbij (15x)

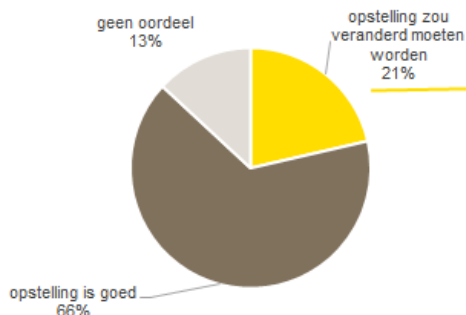
Gerelateerd aan persoon:

- Als ik meer tijd had (32x)
- Dichterbij huis (5x)



(Gewenste) ontwikkelingen op de zaterdagmarkt

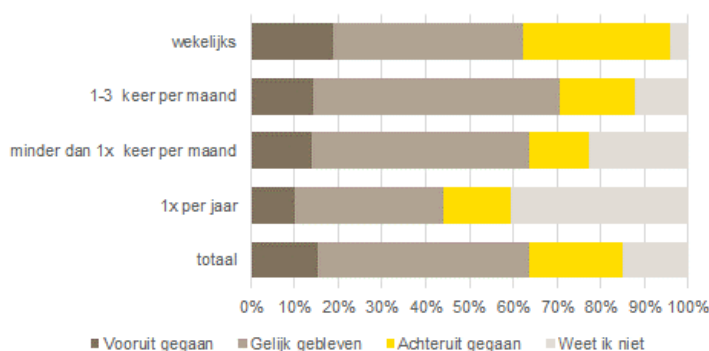
Meerderheid vindt dat de opstelling niet veranderd hoeft te worden



tips en voorstellen voor de opstelling hebben vaakst betrekking op:

- alternatieve locaties, zoals Piet Blomplein en Havenplein/park (20x)
- iets doen aan de open plekken (20x)
- ruimte voor de horeca (16x)
- alternatieve looproutes/opstelling (11x)
- branchering (9x)
- altijd opstelling zoals bij kermis (7x)
- toegankelijkheid en bereikbaarheid (7x)
- specifiek ameiდეplein/Noord-Koninginnewal (6x)
- oude opstelling terug (6x)

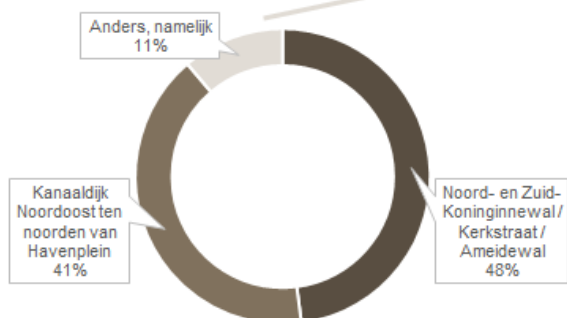
Frequent bezoekers vinden vaker dat de markt achteruit is gegaan



Wat is veranderd/mag veranderen?

- minder kramen/open plekken (42x)
- bestrating/begaanbaarheid (scootmobiel) (35x)
- openingstijden markt te lang (21x)
- meer diversiteit in producten/te veel van hetzelfde (8x)
- stalling fiets/parkeermogelijkheden nabij markt (7x)
- parkeer(tarieven) (7x)
- mag vernieuwender/flitsender (7x)
- rommelig/sfeer (6x)
- opstelling (4x)
- kwaliteit (4x)
- overall pinmogelijkheden (3x)

Kanaaldijk en Koninginnewal allebei even vaak beste locatie bij verplaatsing



Welke alternatieve locatie?

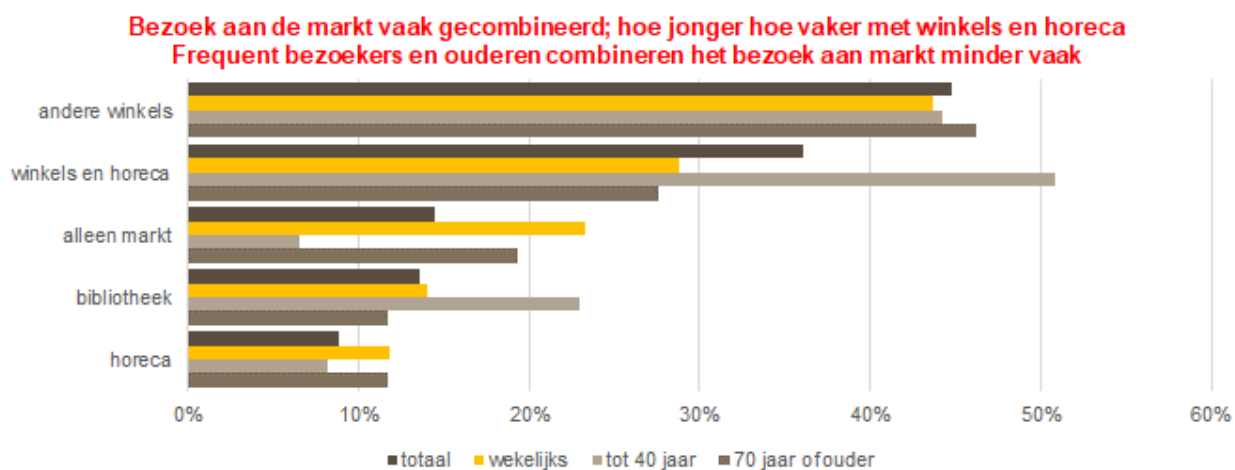
- in ieder geval alles bij elkaar houden (3x)
- beiden akkoord (2x)
- Boscotondo + Steenweg
- Kasteeltuin (3x)
- langs kanaal (2x)
- Havenpark (4x)
- Havenpark en -plein havenpark
- Piet Blomplein
- Piet Blomplein Watermolenwal
- Piet Blomplein Suytkade
- Havenplein Havenplein + kanaal Heistraat
- koninginnewal + marktstraat
- Markthallen van Gend en Loos
- Molenstraat
- Cacaofabriek
- geen markt
- Kermis verplaatsen (13x)
- dan ga ik niet naar markt (7x)

Belangrijkste verbeterpunten volgens de bezoeker [(aantal x genoemd), wat springt er uit]

Meer diversiteit/variatie (99x)	Specifieke producten benoemd
	meer kwaliteit
	"gewoon" meer kramen
Indeling/opstelling (84x)	Ruggen naar elkaar op de markt
	Bloemen op andere plek
	Compacter/minder lege plekken
Bestrating (78x)	Stenen Ameideplein en markt
	Trottoirbanden
	Kabels lastig voor rollator, scootmobiel
Openingstijden (46x)	Tot 16 uur is wel erg lang, mag korter
	Langer open, avondmarkt
Locatie (34x)	Moderniseren
	Overdekte foodhal
	Tijdens kermis niet weg/bij elkaar houden
	Andere specifieke locaties
Verkeerveiligheid (32x)	rondom Ameideplein
Looprichting/doorstroming (28x)	Bredere paden
	Rollator-toegankelijkheid
Meer acties/verrassing (27x)	Meer gezelligheid
	Meer muziek, activiteiten
	Meer sfeer
Horeca (21x)	Meer terrasjes/foodtrucs tussen de kramen
	Minder terrasjes tussen de kramen
Parkeren (20x)	Goedkoper/niet betaald
	Meer parkeerplaatsen dicht bij markt
Fietsenstalling (10x)	Meer fietsenstallingen nabij markt
Milieu/duurzaamheid/hygiëne (8x)	Minder plastic
	Meer afvalbakken

	Schoon
€'s (7x)	Goedkoper
	Prijs-kwaliteitverhouding
	Overall pinnen
Bereikbaarheid met OV (4x)	
Veiligheid(sgevoel) (4x)	

Bezoek aan de markt in combinatie met...



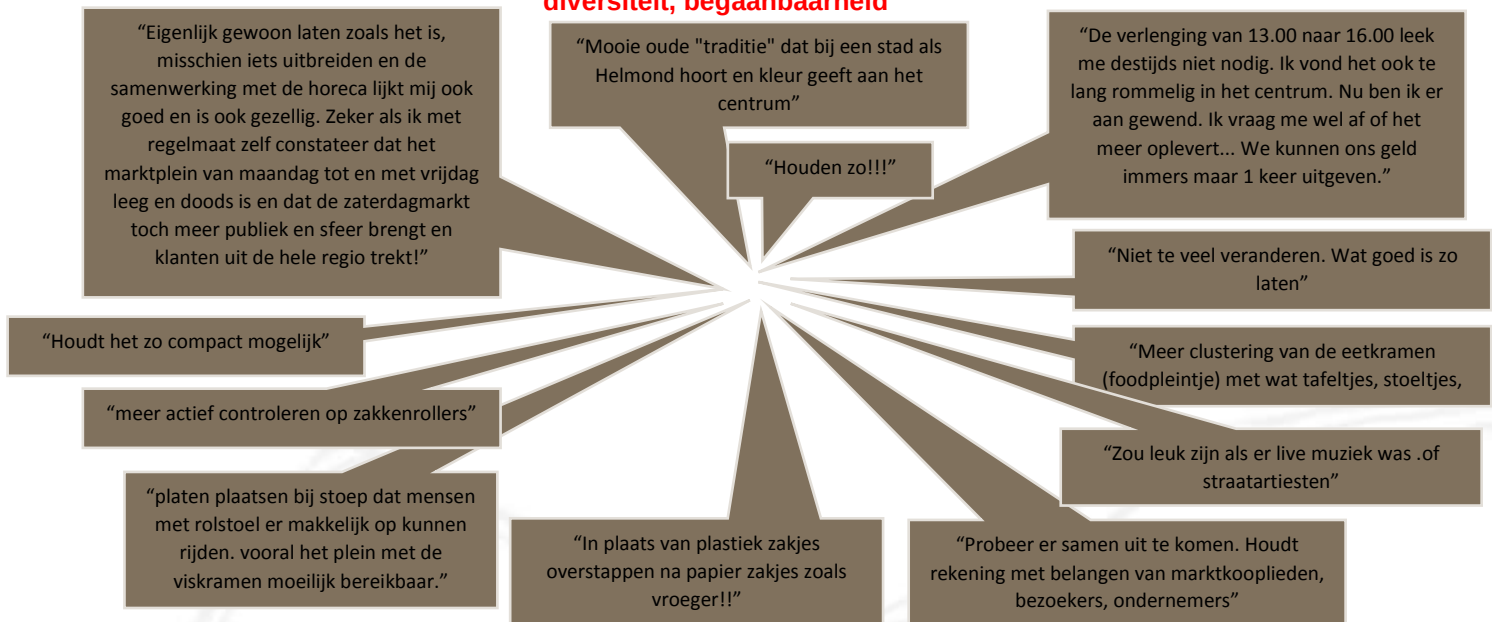
Waarom geen bezoek aan de markt?

Geen interesse en geen tijd belangrijkste redenen om niet naar de markt te gaan
meerdere antwoorden mogelijk



Welke tips hebben de inwoners nog voor de zaterdagmarkt?

De meeste tips zijn hierboven per thema benoemd en hebben betrekken op de locatie, tijdstip, diversiteit, begaanbaarheid



ACHTERGROND

De gemeente Helmond werkt aan een nieuwe visie voor de zaterdagmarkt. Het oordeel van de inwoners is een van de aspecten die daarin wordt meegenomen. Om het oordeel in beeld te brengen is in juni 2018 een enquête zowel in het Stadspanel als ook via social media (zoals Facebook Helmond pagina) en de gemeentepagina's in de wijk-aan-wijkbladen de Loop en Traverse uitgezet. In de enquête waren vragen opgenomen over hoe men over de huidige markt oordeelt en wat voor veranderingen zij zouden wensen.

Van de 1.672 leden van het Stadspanel hebben 698 (42%) aan het onderzoek meegedaan. Daarnaast zijn 223 enquêtes via de algemene oproep ingevuld. Uit een aantal antwoorden is af te leiden dat in de algemene oproep ook een aantal mensen van buiten Helmond hebben meegedaan. Bezoekers aan de markt lijken oververtegenwoordigd, wat geen probleem is omdat we met name geïnteresseerd zijn in het oordeel over de markt.

5. Verslag schouw zaterdagmarkt 26-5-2018

Aanwezig:

S. van Goor (CVAH), J. van der Putten, B. Heldens (marktadviescommissie), A. Willems (regisseur evenementen gemeente), H. van Lieshout (Veiligheidsregio), L. Haverkamp (centrummanagement) G. van den Broek (Accommodaties & Exploitaties gemeente). B. van Andel, D. van den Hombergh (projectleiding gemeente), Rien Romijn en John Bardoel (Seinpost).

Opmerkingen algemeen

- Al jaren vraagt men om een nieuwe marktvisie. Er is grote behoefte aan duidelijkheid, voor alle betrokkenen.
- Marktvisie wordt opgesteld in het kader en uitwerking van Centrumperspectief Helmond 2030
- De markt staat in de marktvisie voorop, al zal nadrukkelijk rekening gehouden moeten worden met andere belangen (horeca/terrassen, kermis, evenementen, winkels, inwoners).
- Communicatie met de marktondernemers is een aandachtspunt. Toegezegd wordt om regelmatig via het marktjournaal informatie te verstrekken, met als eerste uitgave op 2 juni 2018. In de eerste editie wordt het doel, proces en momenten voor meepraten aangegeven.
- Relatie met de kermisvisie is van belang. Het dubbele weekend van de voorjaarskermis en de naar aanleiding daarvan verplaatste markt in de huidige vorm, kost de markt nu (te) veel omzet.
- Als ruimtelijk kader geldt het Centrumperspectief 2030. Ook vergroening van het centrum, waaronder Markt en Ameidewal is hierin meegenomen.
- Veiligheid is een belangrijk aspect. Vanuit het perspectief van Veiligheid komt er een advies over de huidige opstelling en hoe hiermee in de toekomst om te gaan. Benadrukt wordt dat het college daarvan kan afwijken, zij het onderbouwd.
- Seinpost vraagt nadrukkelijk aan iedereen om ambassadeur te zijn: informatie te delen en het traject dat nu gelopen wordt positief uit te dragen. Iedereen wordt bovendien uitgedaagd constructief en actief mee te blijven denken, vanuit het belang om het centrum van Helmond als geheel aantrekkelijker te maken.

Constateringen schouw

De opstelling van de zaterdagmarkt wijkt sterk af van de inrichtingskaart uit 2007:

Algemeen

- De kramen staan niet opgesteld op basis van de honderden ankers in de vloer;
- Veiligheid: deze eisen worden apart aangeleverd door de Veiligheidsregio;
- Het aantal kooplieden is sterk teruggelopen, van 140 naar circa 80. Ook tijdens de schouw is er een koopman die aangeeft over enkele weken te stoppen.

Markt (non-food):

- Zuidelijke deel bij de bloemen en terrassen is het druk, ook met winkelpassanten. Centraal op de Markt zijn minder passanten;
- Er staan veel minder kramen op de Markt, ze staan alleen nog tegenover elkaar en niet meer in meerdere rijen. Er zijn nu geen kramen meer die met het gezicht naar de winkels staan. Dat was voorheen wel, met name het gedeelte tussen de Veestraat en het Piet Blomplein. Op de Markt is de interactie met de winkels en met de horeca die geen terras kan voeren minimaal. De interactie met de horeca is optimaal als die wel hun

terras kunnen gebruiken. Van sommige horecazaken gaan de terrassen pas in de loop van de dag open. Gesloten terrassen hebben een negatieve invloed op de zaterdagmarkt;

- Sommige kramen zijn verplaatst waarvoor horecaterras in de plaats is gekomen. Het gevolg van deze uitzondering is dat andere horecazaken die nog wel plaats moeten maken met hun terras zich hierin niet kunnen vinden;
- Op de tekening staan terrassen die niet (meer) in gebruik zijn. Er komt steeds meer horeca (met terras) bij op de Markt, de bestaande horeca muteert ook;
- Sommige leegstaande panden aan de Markt staan langdurig leeg (bibliotheek, hoek Veestraat / Markt, enkele panden aan de oostwand, en aan de noordoostzijde van de Markt. De verhuurbaarheid van die panden wordt beïnvloed door de zaterdagmarkt als er geen goede interactie is;
- De kiosk belemmert de doorstroom van de passanten op de zaterdagmarkt tussen de bloemenkramen en de overige non-food omdat op de hoogte van de kiosk ook geen vaste kramen staan. Soms staan hier wel seizoenplaatsen of standwerkers, de entrees tot de winkels is ter plekke goed. Door de plaatsing van de kiosk is er maar een beperkte doorloopp ruimte naar de Elzapassage (in het oostelijke deel van de Elzapassage staan momenteel veel panden leeg);
- Parasols worden (bij mooi weer) gebruikt om de kraam te vergroten en de producten breder uit te stallen. Bij de bloemen beïnvloedt dat de routing van het winkelen van de Veestraat naar de Ameidestraat en de Markt en terug;
- Doordat horecaondernemers op vrijdagavond hun terrasmeubelen vastbinden belemmert dat de opstelling van de kramen op zaterdagmorgen. Bij het Piet Blomplein gebruikt een horeca niet het voor haar gereserveerde terras aan de Piet Blomplein maar de terrasruimte op de Markt;
- Draaiorgel staat in de Veestraat ter hoogte van de Markt: op deze zaterdag de hele dag op dezelfde plek;

Ameidewal (food):

- Het food-plein wordt druk bezocht, ook smorgens vroeg al (mooi weer), nog voordat de zaterdagmarkt officieel opengaat (de kramen op de zaterdagmarkt moeten dan nog uitgesteld worden);
- Tijdens de schouw wordt geopperd de non-food en food meer te mengen, zodat men kan profiteren van elkaars klantenkring en aantrekkingskracht
- In plaats van de vier gangen die over het plein lopen zijn er nu nog drie over;
- Het groen met de ronde zitbank midden op het plein staat niet op de tekening;
- Er is geen relatie met de omliggende panden, de achterzijden van de kramen of de marktwagens staan soms bovenop de gevels. De panden aan de zuidzijde van de Ameidewal staan bijna allemaal leeg;
- Sommige kooplieden gebruiken dichte zeilen waardoor de zichtbaarheid van andere kooplieden wordt belemmerd. Ook vindt hier opslag van emballage plaats hetgeen eigenlijk afgevoerd moet worden;
- Bij een carré-opstelling wordt soms één zijde niet gebruikt voor de productpresentatie met een kale kraam als gevolg;
- De bestrating ligt er slecht bij;
- Er liggen losse kabels over het plein. Een stroomkastvoorziening op een centrale plek op het plein kan dat sterk verminderen;
- Koelwagens en transportauto's belemmeren de doorgang voor de hulpdiensten.

Noord-Koninginnewal (food):

- Hier lopen relatief weinig marktbezoekers. Er is nauwelijks sprake van een circuit Markt – Ameidewal-Noord-Koninginnewal alhoewel dat wel mogelijk is;
- Hier zijn meerdere kramen verdwenen waardoor de kramen los van elkaar zijn komen te staan. Sommige plekken zijn al definitief vervangen door bijvoorbeeld fietsenstallingen;

- Toch staan bepaalde kramen nog precies voor de deur van een winkel zoals direct ten noorden van het Ketsegangske;
- Een tweetal panden staat leeg langs de Noord-Koninginnewal

Verplaatsing van de zaterdagmarkt bij kermis of schaatsbaan:

- Als smorgens blijkt dat sommige kooplieden niet verschijnen dan sluiten de al opgestelde kramen niet meer op elkaar aan;
- Decembermaand is een belangrijke omzetmaand, met name in de non-food die dan moet uitwijken vanaf de Markt;
- Voorjaars- en zomerkermis zouden voor de zaterdagmarkt geen verschil mogen maken in de locaties waar de weekmarkt tijdelijk staat opgesteld.

John Bardoel / Rien Romijn

6. Verslag veiligheidsschouw 26-5-2018

Veiligheid weekmarkt

Algemene opmerkingen n.a.v. schouw 26 mei 2018

- Uitgangspunt is om een brede doorgang te houden over de Markt waar de hulpdiensten, zonder obstakels doorheen kunnen rijden. De doorgang moet daarvoor minimaal 4 mtr zijn.
- Mogelijkheid om meer ruimte te scheppen op de Markt is het verschuiven van de marktkramen richting de gevels; al kan dat mogelijk discussies opleveren met de aanwezige horeca en winkels. In ieder geval lijkt er voldoende ruimte om het ruimtegebruik te optimaliseren vanuit veiligheidsperspectief.
- Aandachtspunt is dat verschillende marktkramen meer ruimte in beslag nemen dan op tekening aangegeven. Dit door bijv. verankering of gebruik van parasols e.d. Wens vanuit veiligheid is om dit ook op kaart aan te geven. Dit staat los van het feit of er dan ook extra voor betaald zou moeten worden. Dat zal maatwerk moeten zijn.
- De primaire aanrijroutes voor de hulpdiensten zijn vanuit de Koninginnewal, Molenstraat, Marktstraat, Watermolenwal. Vanuit daar moeten alle objecten goed benaderbaar zijn, minimaal tot 40 meter.
- Brandkranen moeten vrijgehouden worden voor gebruik. Waar mogelijk rekening mee houden bij de nieuwe indeling van de weekmarkt.
- Parkeren van vrachtwagens, bestelbussen en koelwagens is een aandachtspunt en belet op sommige punten de doorgang. Hierop moet meer toegezien worden: handhaving dus.
- Kabels moeten d.m.v. matten goed weggewerkt worden zodat de voetganger hierover niet kan struikelen. Ook voor voertuigen van hulpdiensten kan dat mogelijk voor problemen zorgen.
- Zowel op Ameidewal als Koninginnewal lijkt er nog voldoende ruimte om de situatie te optimaliseren vanuit het perspectief van veiligheid. Door het wegvallen van kramen kan de opstelling van de Ameidewal ingedikt worden, op de Koninginnewal is zelfs ruimte om een dubbele rij te maken en het fietspad als calamiteitenroute te behouden.
- Omdat de Markt vanuit veiligheid het grootste knelpunt is en het hoogste risico kent, is het wellicht een mogelijkheid de Koninginnewal meer te benutten voor de weekmarkt. Er is voldoende ruimte om een aanvaardbare opstelling te creëren. Voor de bereikbaarheid van de parkeergarage Doorneind is het dan wel wenselijk om de kruising met de Molenstraat en Ameidestraat vrij te houden. In dat geval kan de Koninginnewal tot aan de kiosk (ijssalon) dienen als markt.

Foto's veiligheid weekmarkt.

Foto 1:

Tot de c & a is de doorgang vrij daarna loopt het vast.



Foto middenbaan zou vrij moeten zijn want aan de achterkant is te weinig plek.



Foto



Foto



Foto op Ameidewal veel meters over maar aan de achterkanten te weinig ruimte. Meters liggen in het midden.

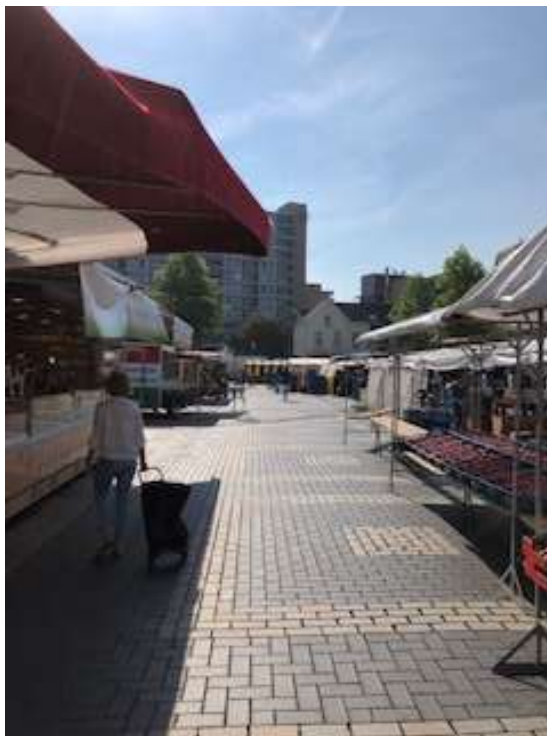


Foto zowel voor als achter de viskramen te weinig ruimte.



Foto binnen 60 seconden moet de weg vrij gemaakt worden. De meters van de kraam scoren meenemen.



Foto



A photograph of a busy outdoor market street. In the foreground, a person is seated in a motorized wheelchair, facing away from the camera. The street is paved with cobblestones and is lined with market stalls, some with green awnings. Other people are walking along the street, and a red and white striped sign is visible on the right. The sky is clear and blue.



A white delivery van with 'Kadit' branding is parked on a cobblestone street. The van features a large graphic of a red rose on the side, along with the 'Kadit' logo and contact information. The background shows a row of residential buildings and a tree.



Foto calamiteiten route vrij houden dmv handhaven



Foto kabels afdekken met matten.



Foto



7. Verslag kopgroep 26-6-2018

Aanwezig: Peter van den Heuvel (Horeca), Linda Haverkamp (Centrum), Giel van den Broek (Gemeente), Stef van Goor (Markt), Jimmy van der Putten (Markt, vervangt Hans de Goey), Piet Ebisch (Gemeente), Berry van den Elsen (bewoners), Geert Blenckers (Evenementen), Hein Gruijters (Horeca), Rien Romijn (Seinpost), John Bardoel (Seinpost), Ben van Andel (gemeente);

Afwezig: Ruud van den Heuvel (Horeca), Mark van Helmond (Horeca), Peter de Krom (Retail), Carla van den Broek (Bewoners), Berry van den Elsen (Bewoners), Dirk van den Hombergh (Gemeente);

1. Opening en welkom

- Ben van Andel heet de aanwezigen welkom.
- Gestart wordt met een korte kennismakingsronde.

2. Toelichting aanpak

Stappen die gezet zijn

John Bardoel van Seinpost neemt de aanwezigen mee in de aanpak, de stappen die reeds gezet zijn en de vervolgstappen. Via een startoverleg, de schouw met de marktcommissie op zaterdag 26 mei, gesprekken met de gemeente/hulpdiensten en een rondtafel met detaillisten, horecaondernemers en bewoners (de 'buren') is al de nodige input opgehaald. Daartoe dient ook dit overleg.

Vervolgstappen

Na deze bijeenkomst zal via een enquête onder bewoners van Helmond via het stadspanel de mening van de (niet)bezoekers van de markt in beeld worden gebracht. Op 7 juli vinden gesprekken plaats met enkele marktondernemers. Na de vakantie organiseren we een breed werkatelier. Na dit werkatelier werken we met deze kopgroep een voorkeursscenario uit. Deze maakt ook onderdeel uit van de adviesrapportage waarover door de gemeente besluitvorming plaatsvindt.

3. Rol kopgroep

Verzoek aan de kopgroep is om niet alleen tijdens deze sessies te komen met input voor de nieuwe marktvisie, maar ook om buiten deze sessies op te treden als ambassadeur voor de marktvisie. Neem je achterban mee in het proces en haal input op om mee te nemen naar deze sessies. (aankondiging:

<https://www.helmond.nl/1/jouwcentrum/Visie-op-de-weekmarkt>)

4. SWOT centrummarkt

Het A4-tje van Seinpost wordt uitgedeeld en toegelicht. Onderstaande punten komen in het gesprek naar voren:

- Aanwezigen spreken zich uit over het belang van de centrummarkt. Het benutten van de potentie van de centrummarkt, vraagt om het zoeken van synergie met de overige functies en activiteiten op het gebied.
- De prijs / kwaliteit (vers) van de centrummarkt is een belangrijke onderscheidende factor.
- Ook is indirecte economische waarde van de centrummarkt toe te voegen aan de sterke punten.
- De foodsector maakt landelijk een sterke groei door (mensen blijven eten, aandacht via kookprogramma's etc.).
- Voor de non-food sector is specialisatie nodig om de levensvatbaarheid van de bedrijven te behouden. De samenwerking met de kermis is ook een kans voor de centrummarkt.
- Handhaving vanuit de gemeente is wenselijk om de juiste kwaliteit van de centrummarkt te waarborgen. Er worden verordeningen gemaakt maar de handhaving blijft steeds een aandachtspunt. Het is van belang om

duidelijke afspraken te maken die voor alle partijen gelden. Dit mede om ervoor te zorgen dat alle ondernemers komen opdagen (bijvoorbeeld door aanpassing van de verordening op minimale aanwezigheid per kwartaal).

- Duidelijke communicatie rondom evenementen op de Markt en de regie vanuit de gemeente ontbreken (een voorbeeld was de ijsbaan in 2017 waarvan de communicatie naar de marktondernemers te wensen overliet).

5. Uitgangspunten en scenario's

- Er is een herpositionering van de centrummarkt nodig. Op dit moment vallen er te veel gaten in de opstelling.
- Food-/ horecakraampjes (met bijzondere producten en hogere prijs) die nu op de Ameidewal worden geplaatst, zouden verplaatst kunnen worden naar de Markt. Die combineren beter met de non-food en recreatief bezoek (nadruk op middagbezoek) dan met het boodschappenkarakter van de Ameidewal (nadruk op ochtendbezoek / lagere prijs).
- Uitgangspunt is dat de centrummarkt compact blijft. Versnippering van de centrummarkt leidt tot verlies van trekkracht, verzwakking van de routing en daarmee inkomsten.
- Het is belangrijk om te focussen op het creëren van een goede routing, iets dat nu ontbreekt op bijvoorbeeld de Koninginnewal. Nieuwe marktondernemers proberen hier iets maar zijn na één of een paar keer al weer vertrokken. Een goede routing komt neer op een dusdanige opstelling van de kramen dat de klant steeds verleid wordt voor een verder bezoek, en dus ook niet met de rug naar de winkels of horeca staan.
- De randen van het gebied moeten geraakt worden door de kramen, met doorsteekjes e.d. Er moet overal iets te doen zijn. Om de opstelling van de markt te optimaliseren moet het podium weg.
- Houdt rekening met de fysieke inrichting in het centrum voor de opstelling van de markt.
- Voor de synergie is het van belang dat er een professionele samenwerking komt tussen de marktondernemers onderling (70 ondernemers, 70 koninkrijkjes) en van de marktondernemers met de horeca / retail. Het is misschien zelfs mogelijk voor horecaondernemers om kramen te openen op de Markt waarin ze koken met de producten van de kramen.
- Het is ook van belang om na te denken over de situatie als de terrassen niet in gebruik zijn (bij slecht weer en kou). Als er genoeg handel en traffic is dan gaan de terrassen vanzelf open.
- Naast de kramen, kan het programma op de centrummarkt ook bestaan uit evenementen, experimenteerruimte e.d. Belangrijk is dat de samenhang en synergie met aanpalende functies en aansluiten/gebruikmaken van de routing bewaakt wordt.

Scenario's die tijdens de bijeenkomst naar voren kwamen, zijn:

- Uitbreiden naar Ameidestraat (afronden circuit, een ambitieus scenario);
- Uitbreiden / verschuiving richting Havenpark / Piet Blom plein;
- Inschuiven van de kramen op de Markt en Ameidewal en zo de huidige opstelling optimaliseren;
- Verplaatste markt onder / nabij de traverse;
- Vaste plek als uitwijklocatie, zo dicht mogelijk bij de vaste locatie.

6. Ons vervolg

De volgende sessie zal een werkatelier zijn na de vakantieperiode. Om een goede datum daarvoor te vinden zal er een datumprikker gebruikt worden.

Bijlagen:

Vragenlijst enquête stadspanel

8. Sheets werkatelier 21-8-2018

Centrummarkt Helmond



Werkatelier

John Bardoel / Rien Romijn

Agenda



19.00 uur: Welkom wethouder

19.05 uur: Uitgangspunten voor sfeergebieden

19.30 uur: In groepen in gesprek over sfeergebieden

20.30 uur: Samenvatten opbrengst

Uitgangspunten voor sfeergebieden



- Karakteristieken centrummarkt
- Wat is er gebeurd laatste 10 jaar
- Huidige dynamiek
- Betekenis voor marktvisie

Karakteristieken Centrummarkt



Algemeen

- Zaterdag: 8.30-16.00 uur, tot 2008 ochtendmarkt. Woensdagmarkt bijna verdwenen
- 2010: Beste markt Nederland. Foodplein geprezen (bloemen ook trekker)
- Past bij Helmonds marktpubliek en regio.
- Nu vaker verplaatsing door kermis, ijsbaan:
 - Nu 49 zaterdagen (kermis extra za.)
 - deel centrummarkt 46 zaterdagen (feestmaand cruciaal voor ambulante omzet)
- Interviews en kopgroep: alle partijen willen de markt op de Markt houden

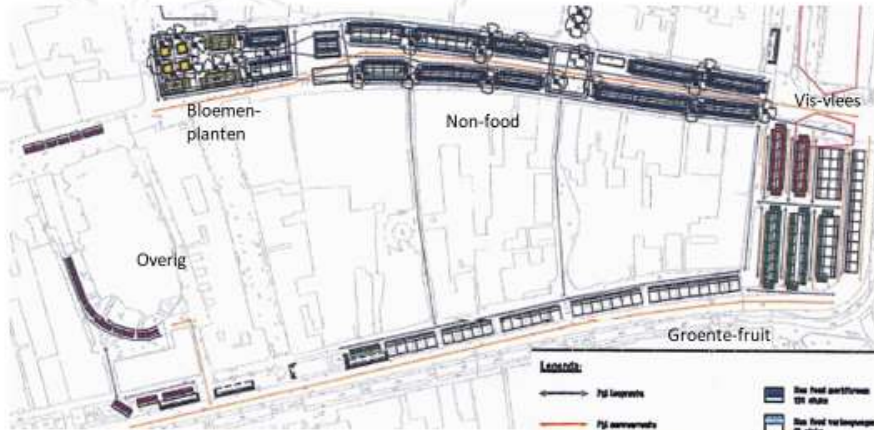
Centrummarkt: ruimtelijk, functioneel



Legenda:

- | | |
|--|---|
|  Non food |  Oliebollenkraak |
|  Food |  Terrasvlak |
|  Vlo. | |
|  bloemen | |





Legenda:

→ HJ laagprijs

→ HJ aanwinst

□ Standaard marktstand 4 x 3 meter

□ Standaard marktstand 4 x 5 meter

□ Standaard marktstand 4 x 6 meter

□ Standaardmarktstand 2 x 3 meter

□ Standaardmarktstand 2 x 5 meter

■ HJ food marktstand

■ HJ food marktstand

■ Standaard marktstand

■ Standaard marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

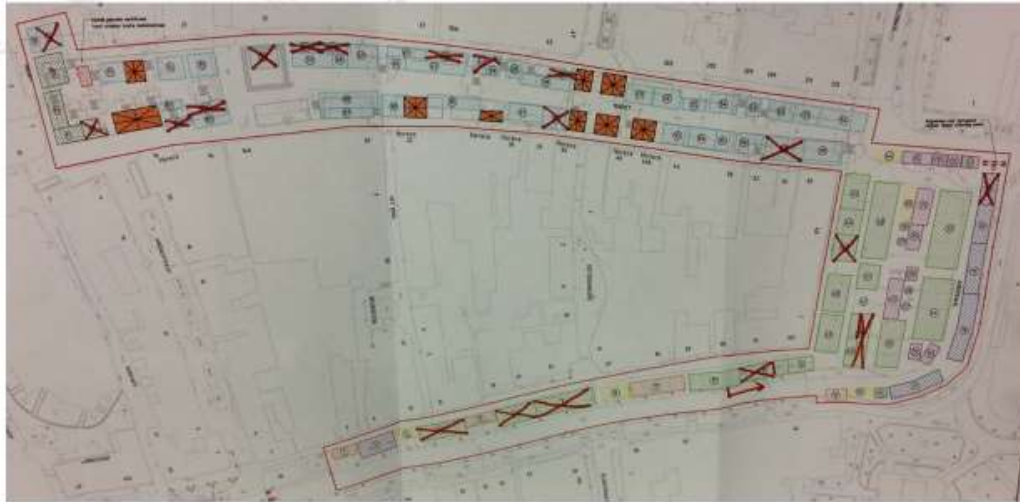
■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand

■ Food- en, vlees, vis en landbouw marktstand







IJssbaan Helmond trekt 15.000 bezoekers en wil op herhaling | ..



Tijdens voorjaarskermis



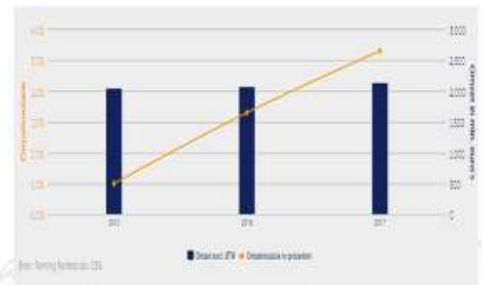
Tijdens zomerkermis



Landelijke trends ambulante handel

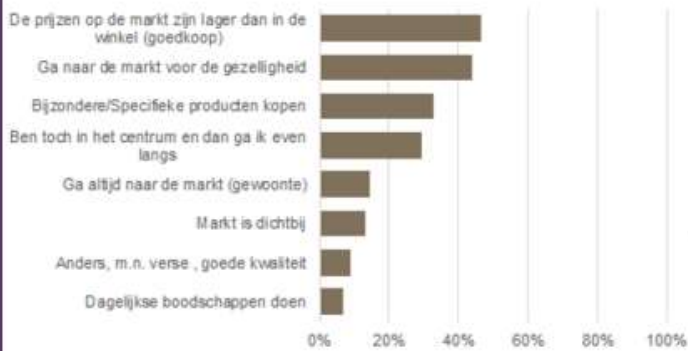


- Marktaandeel: 4% in 2000, 2% in 2017
- Kleine en doordeweekse markten onder druk, groei themamarkten
- Grote zaterdagmarkten: beste uitgangspositie
- Professionalisering en schaalvergroting kramen en verkoopwagens
- Vergrijzing, minder opvolging en weinig aangroei. Groei met name ondernemers met migratie-achtergrond
- Omzet volgens kooplieden sinds 2012: groei in de food, wel wisselend beeld. Non-food negatief, sinds 2016 weer stabiel. Totale sector over 2017 een groei van 3,3%
- 2007-2017: aantal kramen in food groeit (groente-fruit stabiel), textiel en kleding daalt, bloemen-planten stabiel, overige goederen wisselend
- Opgave: van koopfunctie naar ambacht, vers & proeven, specialisatie, beleving en ontmoeting
- Professionalisering als opgave (samenwerking / promotie)

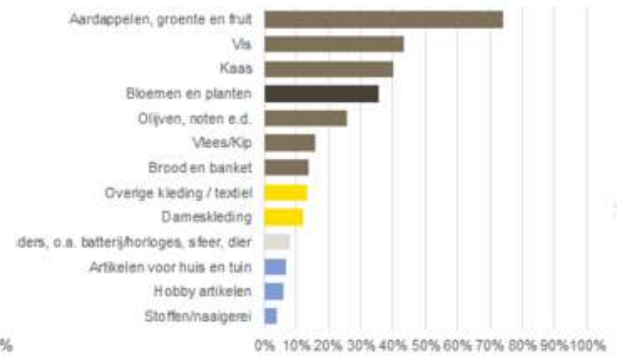


Bron: CBS / Panteia aug. 2018)

Prijs en gezelligheid meest genoemde redenen om naar de markt te gaan
meerdere antwoorden mogelijk



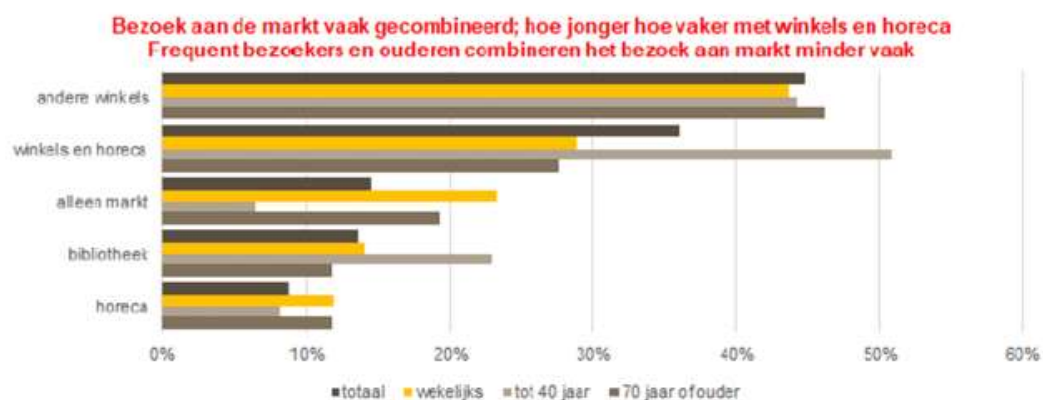
Groente en fruit, maar ook andere food-producten het vaakst op de markt gekocht
meerdere antwoorden mogelijk





Meer diversiteit/variatie (99x)	Specifieke producten benoemd meer kwaliteit "gewoon" meer kramen
Indeling/opstelling (84x)	Ruggen naar elkaar op de markt Bloemen op andere plek Compacte/minder lege plekken Stenen Ameideplein en markt Trottoirbanden
Bestrating (78x)	Kabele lastig voor rolator, scootmobiel
Openingstijden (46x)	Tot 16 uur is wel erg lang, mag korter Langer open, avondmarkt Moderniseren
Locatie (34x)	Overdekte foodhal Tijdens kerms niet weg bij elkaar houden Andere specifieke locaties
Verkeerveiligheid (32x)	rondom Ameideplein
Looprichting/doorstroming (28x)	Bredere paden Rolator-toegankelijkheid
Meer acties/verrassing (27x)	Meer gezelligheid Meer muziek, activiteiten Meer sfeer
Horeca (21x)	Meer terrassen/foodtrucks tussen de kramen Minder terrassen tussen de kramen
Parkeren (20x)	Goedkope/niet betaald Meer parkeerplaatsen dichtbij markt
Fietsenstalling (10x)	Meer fietsenstallingen nabij markt
Milieu/duurzaamheid/hygiëne (8x)	Minder plastic Meer afvalbakken Schoon Goedkope Prijs-kwaliteitsverhouding Overal pinnen
€'s (7x)	
Bereikbaarheid met OV (4x)	
Veiligheid(soevoel) (4x)	

Bezoek aan de markt in combinatie met...



15

Welke tips hebben de inwoners nog voor de zaterdagmarkt?

De meeste tips zijn hierboven per thema benoemd en hebben betrekken op de locatie, tijdstip, diversiteit, begaanbaarheid





Bloemen standhouder en
biogaswinkel tegenover elkaar



Ede: herindeling



18

Centrum blijft veranderen



- Accent van kopen naar beleven, altijd iets te doen
- Kwaliteitsimpuls / Centrumperspectief belangrijk uitgangspunt. Na bibliotheek nu vervolg Speelhuisboulevard / Havenpark (impact op kermislocatie) en wens meer verblijfskwaliteit, vergroening, spelen-vertier e.d.
- Verdere expansie horeca / terras op de Markt, wonen (postkantoor), nieuwe winkels? Verkeer en parkeren
- Met centrummarkt die verandert (krimp en soms meer ruimte opeist), terrassen, kiosk, kermis, ijsbaan en evenementen loopt spanning op: keuzes en duidelijkheid zijn noodzakelijk

19

Samenvattend



- Centrumperspectief: onderkent belang centrummarkt als parel
- Centrummarkt rekening houden met vaste 'bewoners' van de Markt
- Gezamenlijk belang van het centrum staat centraal
- Huidige plek van de centrummarkt is enige scenario
- Nu gaat centrummarkt achteruit, er moet iets veranderen: wat en hoe
- Opgave: noodzaak integratie met winkelcircuit, horeca, evenementen. Ook aantrekkelijk op niet-marktdagen (groen / meubilair e.d.)
- Eisen van de markt: expeditie met op- en afbouw, elektriciteit / water, route hulpdiensten etc.
- Vaste uitwijklocatie, duidelijkheid aantal keer per jaar (alles / deel)

20

Uw reactie en vragen



21

Sfeergebieden: complementaire delen



★ Trekker
(stepping stone)

Legenda:

Man food

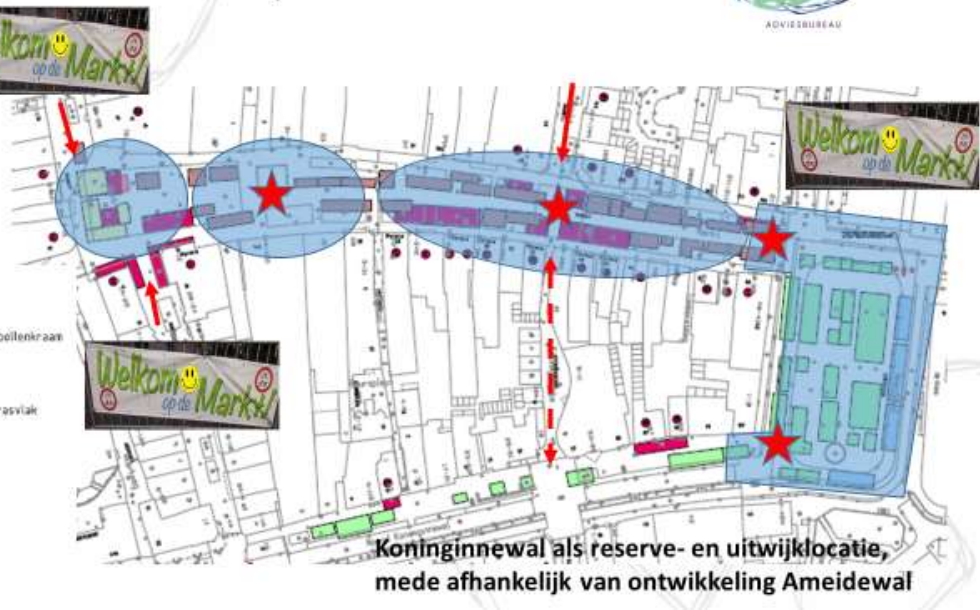
Globeleikenkraan

Food

Terrasvlak

vis

bloemen



Koninginnewal als reserve- en uitwijklocatie,
mede afhankelijk van ontwikkeling Ameidewal

In gesprek met elkaar



Per sfeergebied:

- Hoe ziet gewenste branchering eruit, en de rol van terrassen?
- Creëer een aantrekkelijke doorloop of circuit met trekkers
- Met een lint / marktstraatje of dubbelzijdige carrés / inloopkramen, en inpassing van verkoopwagens (let op de achterkanten)
- Hoe de samenwerking en promotie te verbeteren, in welke organisatievorm

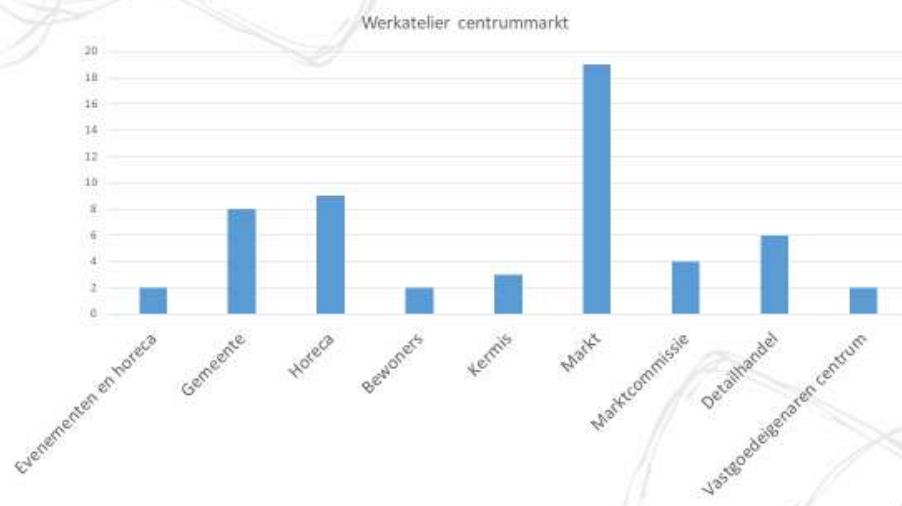


Algemeen:

- Beste uitwijklocatie: wat zijn de voorwaarden?



23



Groepen



John	Naam
1	Alex van de Werf
1	Atze Lubach
1	Ben Heldens
1	Carla van de Broek
1	Dominique de Wit
1	Erik de Vries
1	Frans-Jozef de Bruijn
1	J.A.A.R.Kester
1	Karin Hoedemakers
1	Linda Haverkamp
1	Loes Theunisz
1	Marcel Bisschops
1	Marie-Claire Coenen
1	Mary van Os
1	Peter van den Heuvel
1	Peter van Deursen
1	Piet Ebisch
1	Stef van Goor
1	Yolanda Klomp

Rien	Naam
2	ALH Verberne
2	Anita Boogmans
2	Arie Willems
2	Berry van den Elsen
2	Bram Stockx
2	Brian van den Broek
2	David Grasveld
2	Dirk van den Hombergh
2	Geert Blenckers
2	Hans van Tol
2	Harrie Swinkels
2	Hein Gruijters
2	Hugo Molleman
2	Jimmy van der Putten
2	Johan Bisschops
2	Mark van Helmond
2	Mark van Lieshout
2	Yassin Aljattari 1

Dirk	Naam
3	Adil Marra
3	Aloys Putmans
3	Davey Geerlings
3	Dennis van Stiphout
3	Edward Buitelaar
3	Giel van den Broek
3	Hans de Goey
3	Jan Boots
3	Jeanette Hendriks
3	Leo van de Werf
3	Leon Gevers
3	Marc Roosen
3	Paolo Podda
3	Peter de Krom
3	Rini vd Ven
3	Ruud van den Heuvel
3	Tom van Keijzerswaard
3	Yassin Aljattari 2