

Beleidsnotitie

## Een Klantgerichte Warenmarkt in Leeuwarden





## *Inhoudsopgave*

<i>Samenvatting</i>	<i>pagina</i>	<i>5</i>
<i>Inleiding</i>		<i>7</i>
<i>Hoofdstuk 1 Markten in Leeuwarden</i>		<i>9</i>
1.1 <i>Huidige situatie markten</i>		<i>9</i>
1.2 <i>Landelijke ontwikkelingen</i>		<i>10</i>
<i>Hoofdstuk 2 De functie van de warenmarkt in de binnenstad</i>		<i>13</i>
<i>Hoofdstuk 3 Toekomst van de warenmarkt</i>		<i>15</i>
3.1 <i>Succesfactoren</i>		<i>15</i>
3.2 <i>Sterke en zwakteanalyse</i>		<i>17</i>
3.3 <i>Onderzoek marktbezoekers</i>		<i>19</i>
<i>Hoofdstuk 4 Gewenste ontwikkelingen warenmarkt op vrijdag</i>		<i>20</i>
4.1 <i>De warenmarkt anno 2012</i>		<i>20</i>
4.2 <i>Omvang en assortiment</i>		<i>20</i>
4.3 <i>Uitwisseling met de binnenstad</i>		<i>21</i>
4.4 <i>Uitstraling en verblijfsklimaat</i>		<i>23</i>
4.5 <i>Promotie</i>		<i>24</i>
<i>Hoofdstuk 5 Uitwerking marktbeleid diverse markten</i>		<i>25</i>
5.1 <i>Vrijdagmarkt</i>		<i>25</i>
5.2 <i>Voorstellen overige markten</i>		<i>27</i>
<i>Hoofdstuk 6 Beleid en Beheer</i>		<i>30</i>
6.1 <i>Consequenties en keuzes</i>		<i>30</i>
6.2 <i>Organisatie van het commercieel beheer</i>		<i>32</i>
6.2 <i>Keuzes voor een klantgerichte markt</i>		<i>32</i>
<i>Hoofdstuk 7 Overige Marktzaken</i>		<i>34</i>
<i>Bijlage 1 Overzicht aanbevelingen</i>		<i>36</i>
2 <i>Reactienota zienswijzen</i>		<i>37</i>



## Samenvatting

In april 2003 is het marktbeleid van Leeuwarden aangepast en geactualiseerd. Door de herinrichting van het Wilhelminaplein is de warenmarkt (maandag, vrijdag en zaterdag) in 2009 tijdelijk verplaatst naar de Nieuwestad en de Wirdumerdijk. Dit geldt ook voor de vlooiemarkt in de zomer. In het najaar van 2012 zal de vrijdagmarkt weer terugkeren naar het vernieuwde en heringerichte Wilhelminaplein.

In verband met de terugkeer van de vrijdagmarkt naar het Wilhelminaplein, en landelijke ontwikkelingen is het noodzakelijk het marktbeleid weer te actualiseren .

In deze beleidsnotitie wordt gesproken over drie soorten markten: *Algemene warenmarkten*; *Wijkmarkten* en *Incidentele markten*.

Kernpunten uit deze beleidsnotitie zijn:

- Het tot stand brengen van een klantgerichte warenmarkt waarbij alle partijen zoals de marktkoopliden, de reguliere detailhandel, horeca en de gemeente betrokken zijn.
- De (vrijdag)markt is belangrijk voor de binnenstad. Het is van belang om de positie van de warenmarkt te versterken en de recreatieve aantrekkelijkheid te vergroten. De ambitie is om binnen enkele jaren weer bij de top 3 van Nederland te horen.
- Meer ruimte bieden voor innovatieve ondernemers en ruimte op de markt vrijhouden voor acties/nieuwigheden van de lokale detailhandel.
- Het versterken van de samenhang met de omliggende binnenstad die zowel de ambulante als de reguliere detailhandel, alsmede de horeca ten goede komt.
- Het uitbesteden van het commercieel beheer van de markt aan deskundigen.



## Inleiding

In april 2003 is het marktbeleid van Leeuwarden aangepast, verbeterd en geactualiseerd. Er is toentertijd een nieuwe marktverordening en een uitvoeringsbesluit vastgesteld. Door de herinrichting van het Wilhelminaplein is de warenmarkt (maandag, vrijdag en zaterdag) in 2009 tijdelijk verplaatst naar de Nieuwestad en de Wirdumerdijk. Dit geldt ook voor de vlooiemarkt in de zomer die verplaatst is naar het Oldehoofsterkerkhof. Er wordt vanuit gegaan dat de warenmarkt op vrijdag in het najaar van 2012 weer terug kan keren naar het vernieuwde en heringerichte Wilhelminaplein. E.e.a. onder voorbehoud dat de bouwwerkzaamheden geen vertragingen zullen veroorzaken. Het is daarom het juiste moment voor de warenmarkt op vrijdag de kwaliteit van deze markt te verbeteren en de centrumfunctie te benadrukken.

Deze notitie geeft een toekomstbeeld van een klantgerichte warenmarkt, waarbij de klant centraal staat. Alle partijen zoals de marktkoopliden, de reguliere detailhandel, horeca en de gemeente Leeuwarden hebben als doel de economische functie van de binnenstad te versterken. Een aantrekkelijke warenmarkt draagt hier aan bij. De beleidsnotitie heeft ter inzage gelegen en heeft geleid tot 5 reacties die zijn verwerkt in de bijgevoegde reactienota. De beleidsnotitie is vertaald in een beleidskader en een marktverordening. De marktverordening wordt voor vaststelling voorgelegd aan de Raad.

De notitie is tot stand gekomen in een positieve en constructieve samenwerking met de Centrale Vereniging voor Ambulante Handel afdeling Leeuwarden (CVAH), het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en de gemeente Leeuwarden. In deze notitie wordt breed ingegaan op de openingstijden van de warenmarkt, de opstelling en uitstraling van de kramen op het vernieuwde plein, kwaliteit en assortiment, het commercieel beheer, het ondernemerschap, promotie en reclamegeld, activiteiten en samenwerking met de winkeliers(verenigingen).



Foto uit 2003





## Hoofdstuk 1 Markten in Leeuwarden

### 1.1 Huidige situatie markten

In Leeuwarden worden drie algemene warenmarkten in het centrum gehouden, enkele wijkmarkten en verder enkele incidentele markten, te weten:

- **Maandagmarkt** (westzijde Waagplein). Deze markt is vanwege de herinrichting van het Nieuw Zaailand in 2009 tijdelijk verplaatst naar het Waagplein. Op dit moment bestaat de markt nog uit twee kramen.
- **Vrijdagmarkt** op de tijdelijke locatie Nieuwestad en Wirdumerdijk. Deze markt is vanwege de herinrichting van het Nieuw Zaailand in 2009 verplaatst. De vrijdagmarkt, oorspronkelijk 100 en nu 65 kramen, is een belangrijke markt voor de binnenstad en voegt voor de consument specifiek aanbod toe aan dat van de reguliere detailhandel. De consument stelt groot belang in de aanwezigheid van deze warenmarkt in de binnenstad.
- **Zaterdagmarkt** op het Waagplein. Deze markt (10 kramen) is eveneens verplaatst door de herinrichting van het Nieuw Zaailand en nieuwbouw van het pleinafsluitend gebouw. Deze warenmarkt vervult op kleine schaal een aanvullende functie voor het reguliere aanbod van de detailhandel.
- Op **woensdagmorgen** is er een wijkmarkt op het Willem Alexanderplein in de wijk Nijlân. De markt bestaat uit drie kramen met food.
- Op **woensdagmiddag** en op **zaterdag** is er een markt in de wijk Bilgaard. De woensdagmiddagmarkt bestaat uit 4 kramen. De **zaterdagmarkt** in Bilgaard, ingesteld vanwege de brand in het winkelcentrum, bestaat nog uit 1 kraam.
- In de zomer wordt, donderdags gedurende de periode juni t/m augustus, op het Oldehoofsterkerkhof, een **vlooienmarkt** gehouden.
- Op Koninginnedag wordt op de Groeneweg een commerciële markt gehouden. Afhankelijk van het weer en het aanbod bestaat de markt tussen de 45 en 70 kramen.

- Op Hemelvaartsdag wordt de jaarlijkse **Bloemenmarkt** gehouden in de Langemarktstraat/Tesselschadestraat. De bloemenmarkt bestaat uit 180 kramen en wordt bezocht door tienduizenden bezoekers .
- Op de laatste zondag in september wordt een **jaarmarkt** georganiseerd in de binnenstad. De markt is een aanvulling op het aanbod van de reguliere detailhandel en is de afgelopen jaren druk bezocht.
- **Kerstbomenmarkt** op de Lange Pijp, deze bestaat nog uit één standplaats.

## 1.2 Landelijke ontwikkelingen

Enkele jaren terug hebben het HBD en het CVAH al geconstateerd dat de warenmarkt het moeilijk heeft. De markt speelt onvoldoende in op de veranderende consument, die op de markt te weinig variatie vindt en daarom vaker wegblijft. Wil de markt overleven dan zullen “tradities” overboord moeten. Alleen voor een markt die functioneert als een klantgericht onderneming lijkt een toekomst weggelegd.

Landelijk zijn er inmiddels diverse initiatieven ontwikkeld voor een “andere” markt. Dit zijn markten die deels door een (commerciële) organisatie worden aangestuurd. De organisatie zorgt voor promotie en indeling van de markt. Zij zorgt voor activiteiten op de markt die bij het publiek goed aanslaan. Een goed voorbeeld daarvan is de zaterdagmarkt in de gemeente Helmond die voor zijn inspanningen werd uitgekozen als “de beste markt van 2011”. Het presenteren van de markt als een concept met de instemming en samenwerking van de marktkoopliden, de reguliere detailhandel en de gemeente is een formule die de consument aanspreekt. De stad zegt baat te hebben gehad van de uitverkiezing door de enorme positieve uitstraling voor de hele stad. Een ander voorbeeld hiervan is de woensdagmarkt in Etten-Leur die voor 2012 is uitverkozen tot “beste markt van 2012”. Door acties, flyers, advertenties en toevoeging van branches, die elders zijn verdwenen, is deze markt tot de beste markt voor 2012 gekozen.

Vanwege de terugkeer van de vrijdagmarkt, najaar 2012, naar de locatie Wilhelminaplein, is dit een goed moment om deze warenmarkt beter af te stemmen op de huidige wensen van de consument. Verandering of verbetering op de markt is een proces dat geleidelijk aan moet plaatsvinden. Zoals ze in Rotterdam zeggen: Gezond (economisch), Goed (georganiseerd en veilig) en Gezellig (men doet er graag boodschappen).

In het reguliere overleg tussen de gemeente en de vertegenwoordigers van de georganiseerde ambulante handelaren (CVAH) en de niet georganiseerde vertegenwoordigers is afgesproken dat het HBD een beoordeling zou gaan maken over de rol van de markt voor de binnenstad. In het verlengde daarvan is gezamenlijk de conclusie getrokken om samen te gaan werken aan het versterken van de positie en aantrekkelijkheid van de markt. Het HBD heeft hierbij aanbevelingen gedaan over een andere vorm van (commercieel) beheer.



## 2. De functie van de warenmarkt in de binnenstad

De warenmarkt is een belangrijk onderdeel van de binnenstad. De consument stelt groot belang in de aanwezigheid van de markt vanwege het specifieke aanbod. Zeker in de foodbranches vis, kaas en aardappelen-groenten-fruit (AGF) voegt de markt aanbod toe aan dat van de reguliere detailhandel. Dit geldt in het bijzonder voor de binnenstad van Leeuwarden dat een zeer beperkt dagelijks winkelaanbod aan food kent. Behalve een volledig aanbod waardeert de consument ook de sfeer die de warenmarkt kan bieden.

Niet alleen vanuit de directe behoeften van de consument, maar ook vanuit het totale functioneren van de binnenstad is de warenmarkt van belang. Het specifieke aanbod en de sfeer van de markt trekken extra bezoekers naar de binnenstad, die ook weer bestedingen doen in de reguliere detailhandel en de horeca.

De binnenstad van Leeuwarden staat daarbij voor een bijzondere opgave. Net als in andere steden moet rekening gehouden worden met een forse terugloop van het winkelvloeroppervlak als gevolg van de economische situatie, vergrijzing van het winkeliersbestand (bedrijfsbeëindiging zonder opvolging) en (mobiel) internet ([www.retail2020.nl](http://www.retail2020.nl)). Vooral de aanloopstraten zullen hiervan te lijden hebben. Voor Leeuwarden in het bijzonder betekent de concurrentie van omliggende steden in de A7 zone dat het (nu) niet de rol kan spelen van retailhoofdstad van Friesland. In antwoord hierop zal Leeuwarden alles op alles moeten zetten om de kwaliteit van de binnenstad te optimaliseren. De warenmarkt kan hierin een rol spelen, zeker wanneer het aanbod en de sfeer verbetert. (bron HBD)

Warenmarkten kunnen ook een positieve rol spelen bij de integratie van allochtone bevolkingsgroepen. Allochtone consumenten zijn meer dan gemiddeld georiënteerd op dit aankoopkanaal.

Tegenover deze positieve betekenis van de warenmarkt staan ook een aantal randvoorwaarden die soms vanzelfsprekend horen bij het functioneren van de stad, maar ook een afweging van belangen betekenen. Zo moet er ruimte voor beschikbaar gesteld worden. Het vernieuwde en heringerichte Wilhelminaplein is hier geschikt voor en beschikbaar vanaf het najaar van 2012. Uiteraard onder het voorbehoud dat de bouw geen

vertraging veroorzaakt. De bestaande afspraak dat de vrijdagmarkt maximaal driemaal per jaar mag worden verplaatst en slechts zeer incidenteel wordt afgelast moet worden gehandhaafd. Dit kan voorkomen bij extreme weersomstandigheden, het houden van een kermis of een evenement van bovenregionaal belang. Dan kan worden uitgeweken naar de Nieuwestad/Wirdumerdijk en/of het Oldehoofsterkerkhof. Verder zijn de belangen van de warenmarkt en de reguliere detailhandel niet altijd dezelfde. Het gaat dan vooral om conflicten met betrekking tot gebruik van de ruimte (zichtlijnen en parkeerruimte). Op de locatie Wilhelminaplein zijn dit soort tegenstellingen echter niet of nauwelijks aan de orde.

Alles afwegende is een actieve positieve benadering van de warenmarkt gerechtvaardigd vanuit het belang van de stad. Het is daarbij wel van belang om de positie van de warenmarkt te versterken en met name de recreatieve aantrekkelijkheid te vergroten.

De Vismarkt (omstreeks 1800)



### **3. Toekomst van de warenmarkt** (bron: Hoofdbedrijfschap

Detailhandel – HBD -)

#### **3.1 Succesfactoren**

Ondanks het hier voor genoemde belang staat de warenmarkt landelijk onder druk. Bedrijfsbeëindiging, een beperkt aantal nieuwe ondernemers, versnipperd individueel ondernemerschap, op gemak gericht gedrag van met name jongere generaties consumenten, concurrentie van de reguliere detailhandel waardoor bijvoorbeeld het traditionele prijsvoordeel van de warenmarkt weggesmolten is en beheers constructies die vernieuwing in de weg staan; het zijn alle factoren die de ambulante handel nopen tot actie.

Vanwege het belang van een aantrekkelijke warenmarkt, die ook in het belang is van de gevestigde detailhandel in de binnenstad van Leeuwarden, is deze notitie over de toekomst van de markt toegespitst op de warenmarkt op vrijdag. Bovendien wordt de vrijdag, de een na drukste winkeldag steeds belangrijker en kan de vrijdagmarkt hiervan profiteren.

Het toekomstbeeld van “de markt van morgen” is dat van een op de klant gericht aanbod, dat zich dus zo nodig vernieuwt. Een markt die functioneert als één winkelcentrum met een uitgekende branchemix en die zich actief presenteert via moderne media.

Langzamerhand is het inzicht doorgebroken dat een goede locatie en een perfecte opstelling noodzakelijk maar niet voldoende zijn om ook in de toekomst nog te kunnen spreken van goed functionerende warenmarkten.

Een klantgerichte markt wordt ontwikkeld als een winkelcentrum. Niet de zittende aanbieder staat centraal maar de markt: de consument, zittende EN potentiële aanbieders en de concurrentie. Binnen de mogelijkheden die de omgeving biedt wordt een optimaal en toekomstbestendig concept ontwikkeld en beheerd.

In grote lijnen bepalen de volgende bewegingen voor de warenmarkt op vrijdag het succes:

Primair:

- omvang en assortiment van de markt. Meer ruimte bieden voor innovatieve ondernemers en ruimte op de markt vrijhouden voor acties en/of ontwikkelingen;
- Ruimte bieden voor ondernemerschap en innovatie (dit betekent aanpassing van de regelgeving).

Secundair:

- de warenmarkt staat in de nabijheid van het (winkel)centrum
- de markt is goed bereikbaar voor bezoekers.

Succesversterkende factoren:

- Uniforme en klantgerichte openingstijden;
- Een overzichtelijke opzet van de markt, waarbij ook een logische routing kan worden gemaakt met ruime paden (bv een clustering van de foodafdeling, textiel, enz.);
- Een schone, veilige en comfortabele markt (een strakke handhaving van de marktmeesters op belangrijke aspecten die ook in het belang zijn van de overige ambulante handelaren);
- verbetering uitstraling, aankleding van de kramen en meer uniformiteit ;
- Reclamegeld inzetten voor acties op de markt en maken van een marktfolder;
- Om het rommelig beeld van de markt te beperken mogen alleen auto's op de marktdag worden toegelaten die noodzakelijk zijn voor de verkoop, zoals koelauto's e.d.

Alvorens in te gaan op de vraag hoe dit in Leeuwarden uit te werken wordt in dit hoofdstuk een sterkte-zwakte analyse gedaan vanuit de "huidige" situatie. Dat wil zeggen: het huidige aanbod verplaatst naar de heringerichte locatie Wilhelminaplein. Omdat de invulling van het plein nog niet gerealiseerd is en ook nog enige onzekerheden bevat is dit uiteraard een voorlopige analyse. Vervolgens worden de programmatische aandachtspunten geformuleerd voor de opstelling en de organisatie. aanpassing van het beheer. Daarnaast kunnen deze kwaliteitsaanpassingen ook worden gebruikt voor de zaterdagmarkt. Voor de wijkmarkten zou nog moeten worden bekeken of zo'n kwaliteitsslag noodzakelijk is. In een later stadium kunnen ook de overige markten worden meegenomen.



### 3.2 Sterkte-zwakte analyse vrijdagmarkt op Het Zaailand

#### STERK

- Groot bevolkingsdraagvlak (90.000 inwoners plus omliggende dorpen)
  - o Een belangrijke basis om klanten en daarmee kwalitatief interessante kooplieden aan te trekken
- Locatie direct grenzend aan A1 gebied (in ontwikkeling: Ruiterskwartier)
  - o De markt kan profiteren van de flinke passantenstroom in het Ruiterskwartier. Door de nieuwe winkelformules kan de intensiteit toenemen.
- Ruime moderne parkeergarage onder het plein
  - o Een vrij unieke situatie. Klanten kunnen hun aankopen telkens naar hun auto brengen en weer verder winkelen. Dit was altijd al het geval, maar de markt profiteert van de hoogwaardige uitstraling na de vernieuwing.
- Bereikbaarheid per bus
  - o De bushalte voor het Paleis van Justitie kan zorgen voor een perfecte aan- en afvoer van openbaar vervoer bezoekers vanuit de stad en de regio. Er komt een nieuwe uitstaphalte op het Zaailand en een nieuwe instaphalte op het Mata Haripleintje. Dit is 200 meter en 2,5 minuut lopen naar het Zaailand.
- De aanwezigheid van het Museum
  - o Hoewel de doelgroepen van het Museum en van de warenmarkt elkaar niet geheel overlappen biedt het Museum wel voordelen: de uitstraling van het gebouw en de mogelijkheid van de openbare doorgangen voor straatactiviteiten. De markt kan zo ook de aansluiting vinden op anderen dan het traditionele marktpubliek.

#### ZWAK

- Aantrekkingskracht van het aanbod niet optimaal (niet specifiek voor Leeuwarden)
  - o Het food aanbod is goed, maar vooral het non-food aanbod is niet onderscheidend. Vooral jongere consumenten worden er niet door aangetrokken.
- Beperkte ruimte
  - o Doordat het plein kleiner is geworden wordt de omvang van de markt beperkt.
- Winkelstraten en warenmarkt gaan niet in elkaar over

- Het museum en de nieuwbouw langs het Wilhelminaplein onttrekken de markt grotendeels aan het zicht van de passanten.

#### **BEDREIGINGEN**

- Bevolkingskrimp in omgeving Leeuwarden
  - Leeuwarden wordt weliswaar niet kleiner, maar de (koopkrachtige) bevolking in voor de stad belangrijke streken als Het Bildt en Noordoost Friesland loopt enigszins terug. Dit heeft negatieve gevolgen voor het potentieel voor de warenmarkt.
- Positie binnensteden onder druk (van vergrijzing en internet)
  - Verwacht wordt dat de komende 10 jaar winkelvloeroppervlak in binnensteden afneemt. De toeloop naar binnensteden en dus naar de markt zal hierdoor afnemen.
- Bedrijfsbeëindiging/steeds minder kooplieden
  - Nog iets sterker dan de reguliere detailhandel wordt de ambulante handel geconfronteerd met een pensioneringsgolf, terwijl er weinig jonge ondernemers deze bedrijven overnemen. Dat betekent minder aanbod, maar ook minder mogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige invulling van vrijkomende plaatsen.
- Jongere generaties zijn minder markt georiënteerd
  - Jongere consumenten zijn veel meer op gemak gericht. De warenmarkt staat wat dit betreft aan de verkeerde kant van het spectrum.
- Internetshoppen steeds meer ingeburgerd (food, non food en recreatieve branches)
  - De handicaps van de sterkst op gemak gerichte aankoopkanalen (zoals internet) worden in snel tempo overwonnen.

#### **KANSEN**

- Nieuwe toetreders
  - Ondernemerschap wordt populairder onder jongeren. Ook reeds op de warenmarkt actieve ondernemers willen nieuwe formules aanbieden. Allochtoon ondernemerschap kan ook voor een extra impuls zorgen. Voorwaarde om via deze weg de warenmarkt te versterken is dat deze vernieuwers een (goede) plek wordt toegewezen.

- Nieuwe locatie (investeringen door overheid en ondernemers)
  - o De verhuizing naar de nieuwe locatie op het Wilhelminaplein kan zowel de gemeente als de ondernemers prikkelen om een zo goed mogelijke presentatie te realiseren.
- Vrijdag steeds belangrijker winkeldag
  - o Zaterdag trekken de meeste bezoekers naar de binnenstad. Maar de op één na drukste winkeldag, de vrijdag, wordt belangrijker. De vrijdagmarkt kan hiervan profiteren.
- Leeuwarden timmert aan de weg met het project Binnenstad Boppe dat al is gestart en het Ondernemersfonds)
  - o De stad Leeuwarden is zich bewust van de noodzaak te investeren in de binnenstad.
- Internet, social media
  - o Ook de warenmarkt kan inspelen op de nieuwe media. Individuele kooplieden kunnen actief communiceren met hun (vaste) klanten. Ook de collectieve communicatie kan via internet verbeteren. Het HBD project “Het Nieuwe Winkelen” wordt in Leeuwarden (als eerste stad in Noord Nederland) opgestart.

### **3.3 Onderzoek marktbezoekers**

In 2007 heeft de Christelijke Hogeschool Nederland (CHN) een onderzoek gehouden onder de marktbezoekers en standplaatshouders. Dit onderzoek bevestigt in grote lijnen, wat in deze nota ook al staat beschreven, de reden van het marktbezoek, producten die kunnen worden toegevoegd, kwaliteit en wat er naar de mening van de standplaatshouders kan worden verbeterd.

## **4. Gewenste ontwikkelingen warenmarkt op vrijdag**

### **4.1 De warenmarkt anno 2012**

De consument verwacht meer van een warenmarkt dan een jaar of tien geleden. Dit maakt het noodzakelijk om de warenmarkt beter aan te laten sluiten op de wensen van consumenten, om de consument te verleiden om naar de warenmarkt te gaan. Uniformere aankleding van de kramen, acties, reclame, een indeling die de consument meer aanspreekt en inspelen op de nieuwe media. Bij de indeling moet rekening worden gehouden met een foodcourt waar het gezellig toevoegen is en waar men een drankje kan nuttigen of een hapje kan eten. Voor de markt liggen er genoeg kansen. Landelijke ontwikkelingen op de markt laten zien dat de consument hier gevoelig voor is. De commerciële inbreng zorgt er voor dat men op de markt niet achterloopt bij de reguliere detailhandel.

### **4.2 Omvang en assortiment**

Omvang en assortiment zijn primaire succesfactoren voor de markt. Van een grote markt verwacht de consument dat er veel keuze is, dat daardoor de prijsconcurrentie groot is en dat hij minder gebruikelijk aanbod kan aantreffen. Een grotere markt trekt ook meer bezoekers, wat op zich weer mensen beweegt om ook een kijkje te nemen. Maar het is niet automatisch hoe groter hoe beter. Wordt eenmaal aan de verwachting van de bezoeker voldaan dan kan en moet de aandacht zich verplaatsen naar andere zaken. Zo kan het toelaten van minder gekwalificeerde kooplieden, omdat het aanbod niet voldoet aan de vraag, juist tot een minder aantrekkelijke markt en dus tot minder toeloop leiden. Ook kan het betrekken van minder in de loop liggende plekken of zelfs solitair gelegen standplaatsen het beeld van een goed gevulde markt teniet doen.

Het relatief grote bevolkingsdraagvlak van Leeuwarden maakt een groot aanbod mogelijk. De ruimte op het Wilhelminaplein wordt door de kooplieden ervaren als een beperkende factor. Zolang de keuzemogelijkheid voor de consument groot genoeg is wordt echter geadviseerd om de markt te beperken tot de ruimte op het plein en uit te waaieren naar het Ruiterskwartier en Lombardplein. De op het plein beschikbare ruimte moet vervolgens kwalitatief optimaal ingevuld worden.

De basis van het assortiment bestaat uit : aardappelen, groente en fruit (AGF), kaas, vis en bloemen. Dit moet in ruim voldoende mate aanwezig zijn. Daarnaast is in deze branches ruimte voor bijzonder aanbod zoals biologische en buitenlandse producten. De bezoeker van de Leeuwarder warenmarkt (met name in de middelbare leeftijdsgroepen) verwacht en mist dit soort bijzonder aanbod op de markt.

Net als bij de reguliere detailhandel wil de klant rekenen op het standaard aanbod in food en non-food, maar wil men ook verrast worden en artikelen tegenkomen die niet eerder op de markt waren aan te treffen of ongebruikelijke aanbiedingen. Overigens wordt hier opgemerkt dat de consument niet altijd afneemt wat het zegt te missen of wenst aan te treffen. Bovendien is juist op de markt, waar het contact tussen klant en koopman een essentiële rol speelt, de branchering niet alles bepalend. Dat vraagt dus om een flexibele benadering.

Juist nieuwe aanbieders , die kunnen zorgen voor het ongebruikelijke aanbod, hebben moeite om toegang te krijgen vanwege het vergunningensysteem waarin anciënniteit een belangrijke rol speelt. Ook dit vraagt om een flexibeler regelgeving met betrekking tot het toelaten van kooplieden. Aan de andere kant heeft het marktbeheer ook te maken met kooplieden, die enige stabiliteit en vertrouwen nodig hebben om hun plek te vinden en hun formule te laten groeien.

In het eenmalig en gezamenlijk overleg in september 2011 tussen de gemeente en de ambulante handelaren is het voorstel om de anciënniteit te laten vervallen, als gevolg van deze beleidsvoorstellen, unaniem aangenomen.

*Aanbeveling 1:*

- *Vanuit het beheer van de markt zorgen voor voldoende flexibiliteit in de vergunningverlening, betere afstemming op vraag en aanbod, met behoud van voldoende waarborgen voor de kooplieden om zich goed te kunnen ontwikkelen.*
- *Doel is de klant centraal te stellen.*
- *Toewijzen plaatsen via anciënniteit laten vervallen.*
- *Locatie voor de vrijdagmarkt is het Wilhelminaplein*

### **4.3 Uitwisseling met de binnenstad**

Het versterken van de samenhang met de omliggende binnenstad kan zowel de ambulante als de reguliere detailhandel, alsmede de horeca en

het museum ten goede komen. Dit heeft betrekking op de ruimtelijke verweving (hardware) en de onderlinge samenwerking (software).

Wat betreft de ruimtelijke verweving is eerder aangegeven dat de markt niet direct aan de drukste passantenstroom gelegen is. Men moet via drie doorsteken en via de passerelle door het Museum de vrijdagmarkt zien te bereiken. Aan de invulling rondom de vier entrees moeten daarom hoge eisen gesteld worden. De kramen moeten de bezoeker aantrekken en verwelkomen en doorverwijzen naar de achterliggende markt.

Ook de aansluiting met de noordelijke pleinwand vraagt om grote zorgvuldigheid. Enerzijds is er de kans te beschikken over vaste terrassen op de markt zelf, die de verblijfsduur kunnen verlengen. Aan de andere kant is de markt al beperkt in zijn omvang en moet de terrasoppervlakte op vrijdag beperkt blijven en fysiek gemarkeerd worden.

Tenslotte kan de verbinding met de overdekte buitenruimte van het museum unieke situaties opleveren. Juist voor standplaatsbezitters die op het raakvlak van de ambulante handel en de samenleving opereren kan dit een interessante plek bieden om hun boodschap uit te venten, zoals standwerkers, straatmuzikanten en kunstmakers.

Wat betreft de onderlinge samenwerking zijn er veel onbenutte mogelijkheden. Een belangrijk aspect van samenhangende beleving van de reguliere en ambulante detailhandel is gelegen in de sluitingstijd. Ook voor normale winkels is het wel eens moeilijk om zich aan de afgesproken tijd te houden, wanneer de drukte terugloopt of er zelfs niemand meer binnenkomt. Toch is het nodig om te voorkomen dat de klant steeds eerder de binnenstad verlaat met alle gevolgen voor de totale omzet. Als de warenmarkt zich geïsoleerd opstelt van de rest van de binnenstad zou een afstemming van de eindtijd onnodig zijn, maar die opstelling is niet langer houdbaar. Richtlijn is dat niet eerder dan 17.00 uur wordt opgeruimd en afgebroken.

Leeuwarden heeft een Raad van Advies voor Binnenstadmanagement dat onder meer activiteiten afstemt. Een vertegenwoordiger namens de ambulante handelaren gaat hierin participeren, overigens zonder trekkingsrechten van het Binnenstadfonds. Ambulante handelaren vormen hun eigen fonds via de reclamegelden.

Aanbeveling 2:

- *Ontwerpen van een marktopstelling die inspeelt op de vraag van de consument, logische routing, en optimaal gebruik makend van het nieuwe heringerichte plein.*
- *Opruimen en afbreken mag vanaf 17.00 uur.*
- *De vertegenwoordigers van de warenmarkt laten participeren in de Raad voor het Binnenstadmanagement.*

#### **4.4 Uitstraling en verblijfsklimaat**

Winkelstraten ontwikkelen (als het goed is) een aantrekkelijke uitstraling: panden, puien, uitstallingen en de bestrating en het straatmeubilair zorgen voor een beleving die bezoekers aantrekt, vasthoudt en terug laat komen. Dat kan ook op de markt, en dat moet ook als de markt meer recreatieve bezoekers wil bereiken.

Hoewel een beetje rommel bij de markt hoort en ook bijdraagt aan de sfeer is een verzorgde uitstraling wenselijk. Wanneer vernieuwing of uitbreiding van het door de kramenzetter verhuurde materiaal aan de orde is, is de vernieuwing van het Zailand hiervoor het uitgelezen moment. Er kan ook gedacht worden aan uniforme afschermingen die functioneel, maar minder fraai eigen materiaal aan het oog kan onttrekken. Een onderscheidend ontwerp, passend bij de inrichting van de openbare ruimte, kan de markt van Leeuwarden iets extra's geven.

Bij het formuleren van eisen die de toelating tot de markt bepalen kan ook de kwaliteit van de uitstraling betrokken worden.

Om de markt niet alleen een goed functionerende aankoopplaats te laten zijn maar ook tot een toeristische trekpleister te ontwikkelen is het nodig ruimte te reserveren voor bijzondere activiteiten en attracties en deze te organiseren. Te denken valt aan proeverijen en demonstraties. Daarnaast kan een foodcourt in het midden van de markt een aantrekkelijke verblijfsruimte zijn voor een hapje en een drankje.

Aanbeveling 3:

- *In overleg met vertegenwoordigers van de ambulante handelaren en de kramenzetter huurmateriaal verder ontwikkelen.*
- *Foodcourt in het centrum van de markt.*
- *Vanuit het beheer eisen formuleren t.a.v. uiterlijke presentatie*
- *Activiteiten organiseren.*

#### 4.5 Promotie

Elke winkel doet aan promotie via folders, advertenties en websites. De ambulante handel is dit nu aan het ontdekken. De vrijdagmarkt van Leeuwarden kan de collectieve promotie oppakken, zodat de consument op het bestaan geattendeerd wordt en geïnformeerd over het actuele aanbod.

Alleen al het noemen in de promotie van Leeuwarden herinnert de bezoeker van de binnenstad eraan dat er ook een grote warenmarkt is. Uiteraard moeten de kooplieden hier dan wel financieel in bijdragen. Uiteindelijk kunnen kooplieden individueel of collectief participeren aan de modernste manieren om de klant te bereiken, mede in het kader van het project "Binnenstad Boppe". Dit project beoogt o.a. de aanloopstraten van en naar het kernwinkelgebied en wonen boven de winkels aantrekkelijker maken. Dit wordt mogelijk gemaakt door subsidie hiervoor te verstrekken. De aantrekkelijkheid van de binnenstad te vergroten sluit nauw aan bij deze beleidsnotitie. De reguliere detailhandel staat aan het prille begin van het gebruik van mobiel internet en sociale media om de klant te bereiken: Het Nieuwe Winkelen. Ook de ambulante handel kan hierin meegroeien.

Aanbeveling 4:

- *Participeren in de stadspromotie*
- *Participeren in het pilotproject Het Nieuw Winkelen*
- *Eigen promotie en verhogen marktgeden t.b.v. reclame*





## **5. Uitwerking marktbeleid diverse markten**

Een belangrijke rol voor een klantgerichte aanpak is de keuze voor een andere invulling van het commercieel beheer en de instelling van een Marktadviescommissie (huidige marktoverleg). Hiervoor wordt verwezen naar hoofdstuk 6.

In dit hoofdstuk wordt uitgewerkt wat het vernieuwde marktbeleid betekent voor de diverse markten. Speciale aandacht gaat hierbij uit naar de vrijdagmarkt, waar sprake is van grote veranderingen.

### **5.1 Vrijdagmarkt**

De vrijdagmarkt op het vernieuwde en heringerichte Wilhelminaplein zal in het najaar van 2012 weer terugkeren naar de oorspronkelijke locatie. Gezien het belang van deze markt voor de binnenstad is het een kans om deze markt te vernieuwen. In overleg met vertegenwoordigers van de ambulante handelaren zijn er inmiddels stappen gezet om daar vorm en inhoud aan te geven. Ook de ambulante handelaren zelf vinden dat een vernieuwing van het “marktconcept” op zijn plaats is. Ondanks dat het aantal marktkramen kleiner is dan het oorspronkelijke aantal, van 100 naar ca 65, moet de uitstraling, de sfeer, uniforme aankleding, acties en reclame een reden zijn om de markt te bezoeken.

#### **Openingstijden**

De openingstijden vast te laten stellen van 08.00 uur tot 17.00 uur. Er wordt door de marktkoopliden niet voor de eindtijd opgeruimd.

#### **Opstelling van de markt**

De nieuwe en heringerichte locatie op het Wilhelminaplein biedt plaats aan ca. 65 kramen. Dit is mede afhankelijk van de grootte van de ingenomen standplaatsen. Uitbreiding mogelijk van ca zes kramen op het Ruiterskwartier en het Lombardplein.

Loslaten van het anciënniteitsbeginsel. Daar waar wenselijk enige clustering van kramen met dezelfde branche en een logische routing. Opstelling van een foodcourt op de markt, dit vanuit de gedachte “wat wil de klant”.

### **Uitstraling van de kramen**

Er kunnen eisen gesteld worden aan de aankleding van de kramen. Bijvoorbeeld uniforme achter- en/of onderkleden. E.e.a. in overleg met de kramenzetter. De verkoopunits moeten een goede uitstraling vertonen. De uitwerking is afhankelijk van de kraam of verkoopwagen. De Marktadviescommissie kan hierin adviseren of hem/haar verplichten dat eventueel een derde de kraam beoordeelt. Het is niet een individueel belang maar een belang voor de gehele markt. Auto's zijn niet toegestaan op de markt tenzij het noodzakelijk is voor koeling e.d.

### **Kwaliteit en optimalisatie van het aanbod**

Het bepalen van een visie op hoofdlijnen m.b.t. de kwaliteit en branchering op de markt. Dit is een taak voor de nog op te richten Marktadviescommissie. Toewijzen van plaatsen en beoordeling kwaliteit door advisering van de Marktadviescommissie. Het invullen van de marktopstelling moet met enige flexibiliteit worden georganiseerd. Acquisitie is een primaire taak van het Commercieel Beheer om het gewenste aanbod en kwaliteit op de markt te krijgen.

### **Organiseren activiteiten**

Het instellen van een activiteitencommissie ter stimulering van de markt. Deze taak is een onderdeel van het Commercieel Beheer. Daarnaast is het gewenst om samenwerking te zoeken met het Fries Museum over activiteiten in de openbare ruimte waardoor voor beide bezoekers worden gegenereerd. Het actief benaderen van standwerkers is een gezamenlijke taak voor de marktmeesters en het Commercieel Beheer.

### **Gebruik maken van internet voor promotie**

Opstellen van een marktpagina op internet.

### **Uitbreiding marktterrein**

Voor de nog te verplaatsen markt het Lombardplein, Ruiterskwartier -Auck Petershuis en achterzijde bij V&D reserveren voor een beperkte uitbreiding van ca. zes kramen.

### **Samenwerking met de winkeliers(verenigingen)**

Overleg organiseren met de winkeliersverenigingen. Dit is een taak voor het Commercieel Beheer. Dit geldt ook voor de winkeliers en horeca die aansluiten aan het marktterrein. Deelname van de Marktadviescommissie aan het overleg van de Raad van Advies van het Binnenstadsmanagement (zonder

trekkingsrechten op het Binnenstadfonds). Doel moet zijn om in optimale synergie te opereren.

#### **Overleg Marktadviescommissie, Commercieel Beheer en gemeente**

Het voorstel is om met de marktadviescommissie (huidig marktoverleg) twee keer per jaar met de gemeente een overleg te voeren. Dat was vier keer per jaar. De marktadviescommissie zal o.a. adviseren over de vergunningen. Met het commercieel beheer en de gemeente wordt eens in de drie maanden een overleg gepland met de gemeente. Het commercieel beheer doet o.a. de acquisitie voor standplaatsen en legt dit voor aan de marktadviescommissie die vervolgens de gemeente adviseert in verband met de vergunningverlening. Het commercieel beheer is ook deelnemer aan het marktoverleg tussen de gemeente en de marktadviescommissie. Tussen de marktadviescommissie en het commercieel beheer kunnen per marktdag praktische zaken op de markt worden besproken.

#### **Toezicht en handhaving**

Sturing en handhaving door marktmeesters op kwaliteit en voldoen aan richtlijnen/afspraken. Vanuit de marktkooplieden wordt verwacht dat zij medewerking verlenen aan het verbeteren van de kwaliteit en de uitstraling van de markt.

### **5.2 Voorstellen overige markten**

Er zijn diverse markten en op basis van de huidige situatie, ontwikkelingen en visie worden per markt keuzes gemaakt. Andere markten zijn succesvol of vragen kleine aanpassingen. Voor enkele markten bestaat nauwelijks nog belangstelling. Deze markten bestaan uit één of twee kramen. Deze markten kunnen worden opgeheven of via een uitsterfbeleid worden afgebouwd. Het bestaansrecht voor deze markten ontbreekt.

#### Warenmarkten centrum

- De **maandagmarkt** bestaat nog uit 2 kramen. Vanwege de geringe belangstelling voor deze markt wordt een uitsterfbeleid gehanteerd. Over 3 jaar (2014) beoordelen of deze markt definitief kan worden opgeheven.
- De **zaterdagmarkt** Waagplein (10 kramen beide zijden) staat op een tijdelijke locatie die nu als definitieve locatie kan worden aangemerkt. De twee opties: huidige locatie Waagplein (oost en west) en een opstelling op de Nieuwestad van de Hema tot aan V&D zijn in de

inspraak geweest. De winkeliers zijn tegen het plaatsen van de zaterdagmarkt op de locatie Hema - V&D.

#### Wijkmarkten

- De **(woensdagmorgen) wijkmarkt** in Nylân, 3 kramen, vervult al jaren op kleine schaal een aanvullende functie op het aanbod van de bestaande detailhandel. De **woensdagmiddagmarkt**, nu 3 kramen, in Bilgaard is door de brand in het winkelcentrum, op verzoek van de winkeliersvereniging en het wijkpanel, uitgebreid. Het winkelcentrum is inmiddels heropend en op dit moment moet worden geconstateerd dat er weinig belangstelling is voor deze markt. De **zaterdagse markt** Bilgaard, 1 kraam, kan worden opgeheven per 1 juli 2012.

#### Overige markten

- De traditionele jaarlijkse **bloemenmarkt** – Lange Marktstraat/ Tesselschadestraat- heeft een bovenregionale functie en is al jaren een succes. Het is de grootste bloemenmarkt van het Noorden, met ongeveer 200 kramen, waar enkele tienduizenden bezoekers op afkomen
- De **jaarmarkt** op de laatste zondag in september, sinds 2008 op de Nieuwestad/Wirdumerdijk, wordt altijd goed bezocht. Voor de gevestigde detailhandel reden om meer winkels tijdens deze markt open te stellen. Voorstel om de huidige locatie Nieuwestad/Wirdumerdijk met uitbreiding op het Wilhelminaplein aan te houden. Ook wordt onderzocht of de bloemenmarkt op Hemelvaartsdag kan worden uitgebreid met een jaarmarkt. Uitbreiding met een derde jaarmarkt is gewenst om structuur te geven aan de jaarmarkten. Met betrokken partijen zal hiervoor nog een dag worden gekozen.
- **(Commerciële) Markt tijdens Koninginnedag** op de Groeneweg bestaat uit 45 tot 70 kramen. Afhankelijk van het aanbod en de weersomstandigheden.
- De bezetting van de **kerstbomenmarkt** bestaat nog uit een plaats. Deze markt kan worden opgeheven en omgezet naar een standplaats.
- De bezetting van de **vlooienmarkt**, Oldehoofsterkerkhof, is afhankelijk van de weersinvloeden. De afgelopen jaren is gebleken dat bij “mooi” weer er veel handelaren komen. Het grote aanbod leidt weer tot meer

bezoekers aan de markt en de binnenstad. De locatie is inmiddels bekend bij het publiek en de handelaren kunnen er ook hun auto kwijt. De locatie voor de vlooiemarkt aanhouden.

Aanbeveling 5

- *Definitieve Locatie zaterdagmarkt is het Waagplein;*
- *De maandagmarkt op termijn op te heffen;*
- *De zaterdagmarkt in Bilgaard op te heffen;*
- *De kerstbomenmarkt op te heffen;*
- *Vlooiemarkt continueren op de locatie Oldehoofsterkerkhof*
- *Mogelijkheid wordt onderzocht om tijdens de Bloemenmarkt een jaarmarkt te organiseren.*
- *Het instellen van een derde jaarmarktdag*
- *Twee keer per jaar een overleg te voeren met de marktadviescommissie waarbij het commercieel beheer ook deelnemer aan is*

## **6 Beleid en beheer**

### **6.1 Consequenties en keuzes**

In Hoofdstuk 3 is aangegeven dat vanuit het beheer van de markt een grotere flexibiliteit moet worden doorgevoerd bij het invullen van de markt. Het realiseren van deze doelstelling kan gepaard gaan met tegenstand van de gevestigde orde en mogelijk juridische consequenties. Daarnaast moeten transparante procedures worden gehanteerd. Het vergt durf en het is uitdaging aan alle partijen om een marktconcept te ontwikkelen voor Leeuwarden die voor alle partijen tot een succes leidt. Dit marktconcept voor Leeuwarden moet dusdanig flexibel zijn dat kan worden ingesprongen op nieuwe ontwikkelingen. Het kopiëren van successen van andere markten is geen optie, aangezien er geen succes marktconcept bestaat. Het duurt veelal enige jaren om een succesvolle markt te ontwikkelen. Vanuit de marktkoopliden is sprake van groot draagvlak om samen met de gemeente verbeteringen door te voeren in het beleid en beheer van de markt. Ook moet de samenwerking tussen de gevestigde detailhandel en de ambulante handelaren worden verbeterd. Immers, een succesvolle markt biedt voordeel voor andere ondernemers in de (binnen)stad.

In de besturing en het beheer van warenmarkten kunnen drie niveaus worden onderscheiden (Van de Bunt):

- formuleren van beleid;
- commercieel beheer;
- praktisch beheer.

De verschillende niveaus kunnen als volgt nader worden uitgewerkt.

#### ***A. Formuleren van beleid***

Hieronder valt onder meer:

- Instellen van een markt;
- locatie + tijd;
- vergunningverlening.

Dit is altijd een gemeentelijke taak.

### ***B. Commercieel beheer van de markt***

- ontwikkelen formule;
- (voorstellen voor) branchering;
- inrichting markt;
- advisering t.a.v. formele taken
- merchandising, reclame, PR.

De commercieel beheer taken kunnen worden uitbesteed.

### ***C. Praktisch beheer van de markt***

- innen marktgeden;
- opruimen;
- toezicht houden;
- verlenen vergunningen;

Het algemeen beleid is een specifieke taak van de gemeente. Overige taken kunnen uitbesteed worden. Succesfactoren voor een klantgerichte markt liggen in het commercieel beheer.

Er kunnen meerdere organisatorische opties voor de warenmarkt worden onderscheiden. De verschillende niveaus van besturing en beheer van warenmarkten kennen verschillende bevoegdheden, verantwoordelijkheden en taken. Deze kunnen allemaal in de hand van een partij worden gelegd. Bijvoorbeeld in die van de gemeente, zoals dat op dit moment bij de meeste markten het geval is. Wat ook kan is deze in de handen van verschillende partijen leggen. Bij de keuze spelen de volgende overwegingen een rol:

- Deskundigheid
  - o Verschillende beleids- en beheerstaken vereisen specifieke deskundigheid. De precaire situatie van de warenmarkt maakt het noodzakelijk deskundigheid te laten prevaleren.
- Geen belangenverstremgeling
  - o Bevoegdheden mogen niet gelegd worden bij partijen die persoonlijk belang hebben bij de beslissingen.
- Slagvaardigheid
  - o Bevoegdheden of zeggenschap verleggen naar (of handhaven bij) partijen vanuit oogpunt van deskundigheid of belangenverstremgeling mag niet ( te veel) tot vertraging leiden.

- Kosten
  - o Een verbeterde markt kan extra kosten nodig maken. De kost gaat voor de baat uit. Het is wel noodzakelijk deze inzichtelijk te maken, zo mogelijk door ervaring elders.

## 6.2 Organisatie van het commercieel beheer

### Voordelen

Vanuit het aspect van *deskundigheid* is het wenselijk de kooplieden sterker te betrekken en zo mogelijk geheel verantwoordelijk te maken voor het commercieel beheer. De kooplieden kennen de wensen van de klant het best. Ook kan van de gemeente niet verwacht worden dat deze zich ontwikkelt tot een commerciële partij. Uiteraard is het wel wenselijk de gemeente te blijven betrekken bij het commercieel beheer. Dit kan ertoe bijdragen dat de specifiek gemeentelijke taken uitgeoefend worden in de geest van de uitstraling die de markt beoogt.

Vanuit het aspect van *slagvaardigheid* kan de vraag gesteld worden of de gemeente geëquipeerd is om bij de vergunningverlening de nodige dynamiek toe te passen. De starheid van het anciënniteitsprincipe moet doorbroken worden om ingeruild te worden tegen een marktgericht standplaatsenbeleid.

### Nadelen

Het Commercieel Beheer zal zich zeker in het begin de plaats moeten verwerven als deskundig orgaan voor de ambulante handelaren.

## 6.3 Keuzes voor een klantgerichte markt

Een keuze voor Commercieel Beheer betekent de taken onder B uit te besteden. Er zijn korte lijnen met de ambulante handelaren en andere marktpartijen, commerciële deskundigheid en een slagvaardige besluitvorming. Dit voorkomt allerlei vertragende procedures. Er kan direct worden ingespeeld op vragen en wensen vanuit de marktpartijen. Het instellen van een marktadviescommissie is noodzakelijk om o.a. slagvaardig en deskundig te adviseren over de vergunningverlening.

Het specifiek marktbeleid moet altijd door de gemeente worden uitgevoerd. Het belang van de kooplieden is in de huidige situatie gediend door het verlenen van vergunningen bij de gemeente te laten. Er is daardoor rechtszekerheid voor ambulante handelaren waar zij sterk aan hechten. Het uitbesteden van vergunningen kan leiden tot commerciële keuzes die niet in



het belang van de markt en de kooplieden zijn. Instellen van markt met de tijden is een gemeentelijke aangelegenheid. De grote lijnen worden op vastgestelde data met de gemeente overlegd. Uit het voorgaande vloeit voort dat ook het praktisch beheer bij de gemeente blijft. Er is een goed werkend gemeentelijk administratief systeem. Over het opruimen van het afval worden al jaren goede afspraken gemaakt en nageleefd door Omrin. De marktmeesters, de juridisch aangewezen toezichthouders voor de markt, blijven op deze manier aanspreekpunt voor de ambulante handelaren. Bovendien kunnen zij door hun deskundigheid en rol bemiddelen in onenigheid tussen ambulante handelaren en het Commercieel Beheer.

### **Conclusie**

Het formuleren van beleid is en blijft bij de gemeente. Het commercieel beheer van de markt wordt uitbesteed aan deskundigen. Om praktische redenen kan het praktisch beheer bij de gemeente worden gelaten. Dat is bijvoorbeeld het geval bij handhaving en het opruimen van afval.

### **Aanbeveling 6**

- *Algemeen beleid en praktisch beheer door de gemeente uit te voeren;*
- *Het Commercieel beheer uit te besteden voor een proefperiode van 3 jaar;*
- *Evaluatie na twee jaar, op basis hiervan besluitend e markt eventueel geheel uit te besteden.*

## 7. Overige marktzaken

### Marktverordening en Marktreglement

Tenslotte moet worden opgemerkt dat de marktverordening en het Uitvoeringsbesluit zijn verouderd en dienen te worden aangepast op basis van het vast te stellen marktbeleid. De gewijzigde marktverordening wordt ter besluitvorming voorgelegd aan de Raad van de gemeente. De sanctiestrategie markten kan worden ingetrokken.

### Marktoverleg

Op dit moment wordt zo'n 4 keer per jaar een marktoverleg gehouden met de vertegenwoordigers van de ambulante handelaren. Dit kan worden teruggebracht naar 2 maal per jaar. Bij dringende zaken, zoals verplaatsingen e.d., worden extra overleggen gepland.

### Evaluatie

Het instellen van het Commercieel Beheer is aangegaan voor een periode van 3 jaar. Het experiment dat na 2 jaar wordt geëvalueerd. Beoordeling eventuele uitbesteding of continuering bestaande situatie met een kostendekkende exploitatie.

### Planning

1. B&W
  - 3 april 2012 vaststelling definitief beleidsvoorstel in B&W
  - Reactienota is verwerkt in de beleidsnota en vaststellen raadsbrief
  - 11 april 2012 publicatie definitief beleidsvoorstel
  - Ontwerpmarktverordening na B&W voor de inspraak (tot 23-5-2012)
  - Na 23-5 vaststellen concept marktreglement
  - Indieners zienswijzen informeren
  
2. B&W 12 juni 2012
  - Vaststellen concept Marktreglement na de inspraak Marktverordening
  - Vaststellen ontwerp Marktverordening na de inspraak
  - Sanctiestrategie intrekken
  
- Raad
3. Raadscommissie SO 2 juli 2012
  - Beleidsvoorstel en marktreglement ter info
  - Vaststelling Marktverordening eind juni of 16-7
  - Raadsbrief



## Bijlage 1

### Lijst van aanbevelingen

- *Vanuit het beheer van de markt zorgen voor voldoende flexibiliteit in de vergunningverlening, betere afstemming op vraag en aanbod, met behoud van voldoende waarborgen voor de kooplieden om zich goed te kunnen ontwikkelen;*
- *Doel is de klant centraal te stellen;*
- *Toewijzen plaatsen via anciënniteit laten vervallen;*
- *Locatie voor de vrijdagmarkt is het Wilhelminaplein;*
  
- *Ontwerpen van een marktopstelling die inspeelt op de vraag van de consument, logische routing, en optimaal gebruik makend van het nieuwe heringerichte plein;*
- *Opruimen en afbreken vanaf 17.00 uur;*
- *De vertegenwoordigers van de warenmarkt laten participeren in de Raad voor het Binnenstadmanagement;*
  
- *In overleg met vertegenwoordigers van de ambulante handelaren en de kramenzetter huurmateriaal verder ontwikkelen;*
- *Foodcourt in het centrum van de markt;*
- *Vanuit het beheer eisen formuleren t.a.v. uiterlijke presentatie;*
- *Activiteiten organiseren;*
  
- *Participeren in de stadspromotie;*
- *Participeren in het pilotproject Het Nieuw Winkelen;*
- *Eigen promotie en verhogen marktgeden t.b.v. reclame;*
  
- *Definitieve locatie zaterdagmarkt Waagplein;*
- *De maandagmarkt op termijn op te heffen;*
- *De zaterdagmarkt in Bilgaard op te heffen per 1-7-2012;*
- *De kerstbomenmarkt op te heffen;*
- *Vlooiënmarkt op de locatie Oldehoofsterkerkhof;*
- *Uitbreiding bloemenmarkt met een jaarmarkt onderzoeken;*
- *Onderzoek naar uitbreiding derde jaarmarktdag;*
- *Voor de vergunningverlening een adviescommissie in te stellen;*
  
- *Algemeen beleid en praktisch beheer door de gemeente uit te voeren;*
- *Het Commercieel beheer uit te besteden voor een proefperiode van 3 jaar, met de intentie dit structureel te maken en evaluatie na 2 jaar.*

## Reactienota inspraak beleidsnotitie

### ‘Naar een marktgerichte warenmarkt in Leeuwarden’

De beleidsnotitie “Naar een marktgerichte warenmarkt in Leeuwarden” heeft van 23 november 2011 tot 4 januari 2012 ter inzage gelegen. Hier zijn 2 reacties op gekomen. Op 9 januari 2012 is er een inloopavond gehouden van 18.15 uur tot 20.15 uur op het Stadhuis voor winkeliers, horeca en omwonenden. Tijdens de inloopavond was het mogelijk om nog een zienswijze in te dienen. Hiervan hebben 2 belanghebbenden gebruik gemaakt. De reacties zijn bij deze reactienota gevoegd. Later is nog een email ontvangen van de heer H. Galama, namens het Binnenstadmanagement, die namens de voorzitter van de winkeliersvereniging “De Binnenstad”, de heer A.H. Doornbosch, tegen het voorstel is om de zaterdagmarkt te verplaatsen op de stoep -Nieuwestad- in de buurt van de Hema.

Reacties tijdens termijn voor zienswijze:

1. De heer P. Plat namens de Stichting Marktbeheer, de Kletten 10 te Drachten;
2. Telefonische reactie mw vd Burg, Nieuwestad 95 te Leeuwarden

Reacties tijdens de inloopavond:

1. De heer W. Woudstra, namens Woudstra schoenmode, Nieuwestad 125 te Leeuwarden
2. De heer en mevrouw van Os, Nieuwestad 105 te Leeuwarden
3. De heer H. Galama namens de winkeliers

*Ingekomen brief van de heer P. Plat namens de St. Marktbeheer:*

- Voorstel voor een wijziging - In het nieuw vast te stellen beleid is er naar schatting een nadelig exploitatiesaldo mogelijk van € 75.000,-. Dit beperkt de ontwikkeling van de markten. Verzoek is om onderzoek te doen naar een exploitatievoorstel, dat recht doet aan het huidige voorstel van het marktbeleid, met als streven om te komen tot een kostendekkende exploitatie.

**Beantwoording:** Er is onderzoek gedaan naar de mogelijkheid om te komen tot een kostendekkende exploitatie. Dit onderzoek heeft geleid naar het streven om de tekorten binnen drie jaar gefaseerd terug te brengen naar een kostendekkende exploitatie van de markten.

*Telefonische zienswijze van mw vd Burg, Nieuwestad 95:*

- Mevrouw v.d. Burg, woont al meer dan 50 jaar op de Nieuwestad en wil dat de zaterdagmarkt op huidige locatie van het Waagplein blijft en niet, zoals wordt voorgesteld door de ambulante handelaren, verhuizen naar de locatie Nieuwestad op de stoep t.o. de Hema vestiging. De man van mevrouw v.d. Burg is slecht ter been en de auto moet in de Bagijnestraat worden opgehaald. Tijdens de huidige

vrijdagmarkt op de Nieuwestad moet mevrouw v.d. Burg met de auto langs de terrassen op de (noordzijde) Nieuwestad. Dat wil mevrouw v.d. Burg niet ook nog eens op de zaterdag.

**Beantwoording:** Ook de gemeente is van oordeel dat de huidige locatie van de zaterdagmarkt, Waagplein, beter voldoet. Verplaatsing van de markt op de drukste winkeldag van de week, de zaterdag, betekent extra belemmeringen voor winkeliers en omwonenden en het winkelend publiek.

*Reacties tijdens de inloopavond:*

- De heer Woudstra namens Schoenmode Woudstra, Nieuwestad 125: Verzoek voor het verplaatsen van de huidige locatie van de zaterdagmarkt, Waagplein, naar een andere locatie, bijvoorbeeld Wilhelminaplein of Oldehoofsterkerkhof. Reden hiervoor is dat de winkeliers aan de “stille kant” (zonzijde) van de Nieuwestad nu afgesloten worden van het winkelend publiek dat vanaf de Wirdumerdijk richting V&D gaat.

**Beantwoording:** Wilhelminaplein of Oldehoofsterkerkhof zijn pleinen die intensief worden gebruikt voor evenementen. Een andere locatie voor de zaterdagmarkt zou betekenen dat deze markt regelmatig naar een andere locatie moet verhuizen. Dat is voor de zaterdagmarkt niet reëel. Bovendien ligt het Oldehoofsterkerkhof te ver van het echte centrum om publiek te trekken. Op de huidige locatie Waagplein zal met de vertegenwoordigers van de ambulante handelaren opnieuw gekeken worden naar een opstelling die mogelijk meer zicht biedt op deze winkels vanaf de richting Wirdumerdijk/Nieuwestad.

- De heer en mevrouw van Os namens Car Jeans: Men heeft ernstige bezwaren tegen het plaatsen van de zaterdagmarkt op de stoep van de Nieuwestad v.a. de Hema. Men is überhaupt tegen het plaatsen van de zaterdagmarkt op de Nieuwestad. Hiermee is de toegang naar een groot deel van de Nieuwestad noordzijde slecht te zien en dit geldt ook voor de bereikbaarheid. De zaterdag is een belangrijke dag en dan is het van belang dat door de markt de toegang en het zicht niet wordt belemmerd. Ook qua beeld vinden zij het erg rommelig. Men is blij dat de vrijdagmarkt weer teruggaat naar het Wilhelminaplein en heeft waardering voor het feit dat de gemeente haar toezeggingen aan de winkeliers hierover nakomt.

**Beantwoording:** Ook de gemeente is van mening dat de huidige locatie van de zaterdagmarkt beter voldoet. Wel dient op de huidige locatie Waagplein gekeken te worden naar een opstelling die ook voor de winkeliers aan de noordzijde Nieuwestad van de markt beter is dan de huidige situatie.

*Reactie van de heer H. Galama Binnenstadsmanagement, namens de heer Doornbosch van winkeliersvereniging de Binnenstad, te Leeuwarden*

- De heer Haijo Galama, vertegenwoordiger namens de winkeliers en horeca in de binnenstad, heeft in een email aangegeven dat de voorzitter van de winkeliersvereniging "De Binnenstad", de heer A.H. Doornbosch, van mening is "dat de zaterdagmarkt niet op de stoep voor de winkels moet komen. Dat is loopgebied en de plek waar de fietsen van klanten staan. Een markt daar beperkt ook het zicht op de winkels. Op de drukke zaterdag is het volle wandelgebied van de stoep nodig voor het winkelend publiek. Op die plek loopt inderdaad het meeste publiek. Dat is de verdienste van de bedrijven die er gevestigd zijn. Mijns inziens moet je daar geen belemmeringen aanbrengen. De zaterdagmarkt staat nu op het Waagplein en dat is een echte A1 locatie."

**Beantwoording:** Ook de gemeente is van oordeel dat de huidige locatie van de zaterdagmarkt, het Waagplein, beter voldoet. Het is niet gewenst om op de drukste winkeldag van de week, de zaterdag, er zo weinig mogelijk belemmeringen zijn voor winkeliers en omwonenden.

**Vervolg**

De reacties zullen, na vaststelling in het college, schriftelijk worden beantwoord. De reactienota wordt als bijlage bij de beleidsnotitie gevoegd en na vaststelling in het college ter info aan de raad gezonden.

**Locatie Zaterdagmarkt**

De reacties en/of zienswijzen geven geen aanleiding om de beleidsnotitie aan te passen en de zaterdagmarkt te verplaatsen naar de stoep Nieuwestad t.o. de Hema. Wel kan worden toegezegd aan Schoenmode Woudstra, noordzijde Nieuwestad, dat er onderzoek zal worden gedaan naar een opstelling van de huidige zaterdagmarkt, locatie Waagplein, die mogelijk meer zicht biedt op deze winkels vanaf de richting Wirdumerdijk/Nieuwestad. De tijdelijke locatie Waagplein voor de zaterdagmarkt aan te wijzen als locatie voor de zaterdagmarkt.