



\*Fot

o van Dordt Centraal

# MARKTVISIE DORDRECHT

2023-2033

## SAMENVATTING

De marktvisie is een leidraad voor de ontwikkeling en positionering van de centrummarkt in de gemeente Dordrecht, met een nadrukkelijke verbinding met het Toekomstbeeld Binnenstad Dordrecht 'Slijpen aan een diamant'.

Maarten Burggraaf  
Wethouder Binnenstad  
Ambulante Handel

N.A. van Diejen  
Functie

# De centrummarkt als onderdeel van de Binnenstad – een leidraad voor ontwikkelingen op en rondom de markt voor de komende jaren.

---

## Inleiding

Zowel landelijk als plaatselijk verandert er veel voor weekmarkten. In Nederland zijn er zo'n 1.000 weekmarkten. Dordrecht heeft een goede op zichzelf staande markt, waar wij trots op zijn, maar waar ook nog verbeteringen mogelijk zijn. Tegelijkertijd zijn er (maatschappelijke) vraagstukken die om verandering en aanpassing vragen om ook toekomstbestendig te blijven, zoals de groei van de stad, duurzaamheid, circulariteit, zero emissie. Maar er is ook oog nodig voor de huidige rol en de continuïteit van de markt met voldoende kansen op goed ondernemerschap. Dit kan door de markt te beschouwen als een onderdeel van het grotere geheel in de binnenstad. De markt staat op haar sterkst in samenwerking met andere partijen in de binnenstad. Dit alles onder het uitgangspunt "Wat goed is voor het centrumgebied, is goed voor de markt."

Het landelijk beeld is dat de meeste weekmarkten stand houden, maar krimpen. 'De pastageneratie heeft op de markt niks te zoeken' luidt de titel van een artikel op NOS.nl. *De strekking: Nederland vergrijsst en daarmee ook een belangrijke doelgroep die van oudsher de markt bezoekt. Daarnaast blijkt dat nieuwe doelgroepen de markt minder bezoeken omdat het aanbod te eenzijdig is en nieuwe doelgroepen er een ander (online) consumentengedrag op nahouden. Ook de toename van arbeidsparticipatie en concurrentie van goedkope supermarkten worden als oorzaken genoemd. Desalniettemin zijn er ook markten die niet krimpen, maar juist uitbreiden omdat zij zich tijdig aanpassen aan veranderende omstandigheden.* Minder gevarieerde markt zien klanten verdwijnen.

Volgens het rapport 'Proeven & ontmoeten, de kracht van de ambulante handel' uit 2018 zal de ambulante handel zich als sector moeten aanpassen om als aankoopkanaal relevant te blijven voor de consument van vandaag en morgen. *Met de menselijke maat, sociaal contact, vakmanschap en advies onderscheidt de warenmarkt zich van bijvoorbeeld de webshop. De markt kan vanuit deze kernkwaliteiten inspelen op de groeiende behoefte voor proeven, beleven en verblijven als onderdeel van de ontmoetingsfunctie voor de binnenstad. Hoewel juist de ambulante handel zich bij uitstek leent om flexibel in te spelen op veranderingen is deze vaak gevangen in vaste patronen en verouderde regels.*

In het Toekomstbeeld Binnenstad Dordrecht 'Slijpen aan een diamant' (2022) is een nieuwe visie op de toekomst van de warenmarkt in Dordrecht al aangekondigd. Die visie omvat vier thema's:

1. Programmering en Aanbod
2. Gastvrijheid en Beleving
3. Ontmoeting
4. Mobiliteit

In de visie wordt de toekomstige invulling van de warenmarkt, zowel qua aanbod, opstelling als omvang, beschreven. De visie op de warenmarkt vormt de basis voor het onderzoek naar eventueel een nieuwe locatie van de markt. Het gaat dus zowel om de toekomst van de centrummarkt, als naar de samenhang tussen de centrummarkt en de binnenstad in het verdelen van schaarse ruimte en vooral in het verbeteren van de belevingswaarde van de binnenstad volgens de vier thema's. De centrummarkt is een belangrijk onderdeel van het ecosysteem van de binnenstad, net als retail, horeca, cultuur en evenementen.

De Europese Dienstenrichtlijn is voor alle gemeentes in Nederland aanleiding om nogmaals te kijken naar de marktverordening. Ook de gemeente Dordrecht moet met haar verordening voldoen aan Europese regels. Met deze Marktvisie wordt de basis gelegd voor een nieuwe Marktverordening die zowel wet- en regelgeving, als beleidsideologieën, als visievorming in de brede samen grijpt om tot één levendig geheel te komen die de ambulante handel en volksfeesten van Dordrecht in den brede verder moet stuwen om tot één geheel te komen.

De centrale vraag die we beantwoorden in deze visie is: Hoe kan de centrummarkt van Dordrecht op de middellange en lange termijn optimaal blijven functioneren, rekening houdend met landelijke en lokale ontwikkelingen?

## De huidige positie van de markt

---

### **De centrummarkt in Dordrecht**

De centrummarkt van Dordrecht heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot de 13e eeuw. Al eeuwenlang is de markt een bruisende ontmoetingsplaats waar handelaren en kopers samenkomen om hun waren te verhandelen. Het is een plek waar levendigheid, bedrijvigheid en sociale interactie samenkwamen, en het heeft een belangrijke rol gespeeld in de ontwikkeling en identiteit van de stad.

De centrummarkt werd van 1972 tot 2002 gehouden op de Grote Markt, Waag en Scheffersplein. Op het Scheffersplein stonden in de 15<sup>e</sup> eeuw al marktkramen. Na de reconstructie van het Statenplein in 2001 verhuisde de markt naar het Statenplein en de Sisarijs- of Sarisgang. Daar werd de markt drie keer uitgeroepen tot de Beste Markt van Nederland (2002, 2004 en 2017).

De centrummarkt trekt elke vrijdag en zaterdag circa 25.000 unieke bezoekers uit stad en regio naar het Statenplein en de Sisarijs- of Sarisgang, de toegevoegde waarde voor de binnenstad is dus nog groot. Het ruime en gevarieerde aanbod bestaat uit een goede mix tussen food en non-food aanbieders met kramen vol verse groenten, fruit, vis, bloemen, kleding en andere goederen. Het is een plek waar mensen elkaar ontmoeten en samenkomen en waar de stad tot leven komt. Meer dan de helft van de marktbezoekers combineert marktbezoek met winkelen. Tegelijkertijd zien we steeds minder non-food kramen, wat het aanbod op de markt zeer veranderd. De markt kan enerzijds aanbod bieden wat er niet is, bijvoorbeeld tassenverkoop, maar tegelijkertijd extra concurrentie geven voor producten waar maar een kleine markt voor is.

Daaromheen is sprake van een logistieke operatie, die de nodige verkeersbewegingen creëert en een aanspraak doet op de openbare ruimte. Op donderdagavond wordt het marktterrein vrijgemaakt voor het opbouwen van de marktkramen. Vrijdagmorgen vanaf 05:00 uur komen de eerste marktondernemers aan. De Kolfstraat, Nieuwstraat, Vriesestraat en het Bagijnhof zijn voor hen de aanvoerwegen. Op zaterdagavond worden de kramen weer opgeruimd. Dit heeft een paradox in zich, want waar de op- en afbouw afbreuk doet aan de gezelligheid en beleving van de stad, geeft de markt zelf juist veel extra beleving. Het is belangrijk om daar de best mogelijke balans in te brengen. Zodat de belevingswaarde van de bezoeker aan de binnenstad zo optimaal mogelijk is en dus ook op een goede balans heeft op de momenten die relevant zijn voor de andere partij die een belangrijke rol vervullen in het bieden van die beleving en behoefte.

### **Landelijke trends en ontwikkelingen**

Binnensteden veranderen van 'place to buy' naar 'place to be' en 'place to meet'. Beleving komt steeds meer centraal te staan. Consumenten gaan op zoek naar een totaalproduct. De weekmarkt moet binnen deze ontwikkeling ook worden beschouwd als een commercieel concept dat als totaalproduct moet innoveren.

Schaalvergroting van de detailhandel en de opkomst van internet heeft effect op de werking van de weekmarkt. Supermarkten en discountwinkels hebben een steeds completer (boodschappen)aanbod voor aantrekkelijke prijzen. Deze winkels kennen ruime openingstijden en sluiten daarom op sommige vlakken beter aan bij de wensen van de consument. Bovendien is het aanbod van deze winkels ook te verkrijgen via het internet. De markt kan zich blijvend onderscheiden door in te zetten op hoogwaardige producten, persoonlijk contact, advisering en opkomende nieuwe thema's zoals duurzaamheid en biologische producten.

#### *Duurzaamheid*

Steeds meer mensen zijn zich bewust van de impact van hun consumptiegedrag op het milieu en willen graag duurzamer leven. Dit heeft ook invloed op de centrummarkten, waar steeds meer marktkoopliden duurzame producten aanbieden, zoals biologische groenten en fruit, fairtrade koffie en thee en duurzaam geproduceerde kleding en accessoires. Ook zien we dat marktkoopliden zelf steeds duurzamer opereren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het plaatsen van zonnepanelen op hun loodsen.

#### *Groeiende behoefte aan lokale producten en ambachtelijke producten*

Consumenten willen weten waar hun producten vandaan komen en zijn bereid om iets meer te betalen voor producten van hoge kwaliteit. Op de centrummarkt kunnen lokale producenten hun producten direct aan de consument verkopen, zonder tussenkomst van groothandelaars. Dit biedt niet alleen meer transparantie voor de consument, maar biedt ook een kans voor lokale ondernemers om zich te onderscheiden van grote ketens.

We zien door het land dat weekmarkten steeds vaker worden gecombineerd met andere activiteiten, zoals muziekoptredens, kinderactiviteiten en workshops. Dit zorgt voor meer levendigheid en een gezellige sfeer op de markt en kan ook nieuwe doelgroepen aantrekken. Daarnaast wordt er steeds meer gebruik gemaakt van digitale middelen om de weekmarkt te promoten en te organiseren, bijvoorbeeld via sociale media en online platforms. Dordrecht blijft echter nog achter op deze landelijke trend. Hier liggen naar de toekomst toe dus nog grote kansen die voor een vitale toekomst ook cruciaal zijn.

Daarnaast zijn er ook lokale uitdagingen zoals het verdelen van de schaarse openbare ruimte, het wegen van de verschillende belangen, invullen van duurzame mobiliteit, leefbaarheid en levendigheid in de binnenstad. Samenwerking en een gezamenlijke visie op de binnenstad is essentieel om hier de benodigde voortgang in te maken. Dit betekent dat we scherpe keuzes met elkaar moeten maken om te komen tot de beste oplossingen en denkrichtingen.

## De toekomstige positie van de centrummarkt – een nadere uitwerking

---

### **Doelstelling**

Wij streven naar een verdere ontwikkeling van de centrummarkt als een belangrijk onderdeel van de lokale economie en als ontmoetingsplaats voor inwoners en bezoekers van de stad. De centrummarkt zal tevens bijdragen aan het vergroten van de levendigheid en leefbaarheid in de stad en het bevorderen van duurzaamheid en gezondheid. De gemeente Dordrecht zet zich in om de centrummarkt te versterken als een motor van de binnenstedelijke bedrijvigheid. Dit is van groot belang voor de lokale economie en de leefbaarheid van de stad. Het doel is de centrummarkt te positioneren als een centrale ontmoetingsplaats voor inwoners en bezoekers in een context die bijdraagt aan vergroting van de aantrekkingskracht van de stad op marktdagen en andere voor een vitale binnenstad belangrijke dagen.

### **Strategieën**

De strategieën om deze doelen te bereiken zijn gevarieerd en gericht op het vergroten van de aantrekkingskracht van de centrummarkt. Zo wordt er ingezet op het versterken van de samenwerking tussen marktondernemers en de partners in de binnenstad, het stimuleren van duurzaamheid en het vergroten van de bekendheid van de centrummarkt op lokaal en regionaal niveau. Daarnaast wordt er gestreefd naar een verdere ontwikkeling van de centrummarkt als een belangrijk onderdeel van de lokale economie en als centrale ontmoetingsplaats. Dit kan bijvoorbeeld door het bieden van ruimte voor lokale ondernemers en het faciliteren van evenementen op en rondom de centrummarkt. Door de centrummarkt verder te integreren in het lokale beleid, kan de gemeente Dordrecht een sterke en duurzame centrummarkt behouden en doorontwikkelen die bijdraagt aan de economische en sociale ontwikkeling van de stad. Voor een succesvolle centrummarkt zijn een aantal randvoorwaarden, waar zowel de marktondernemer, maar ook de gemeente een belangrijke rol in vervullen. Dit hebben wij gevat in een aantal essentiële pijlers die de marktondernemer de juist randvoorwaarden moet bieden om goed te kunnen ondernemen in de binnenstad van Dordrecht.

### **Flexibiliteit versus zekerheid**

De warenmarkt in Dordrecht wordt geroemd en trekt bezoekers uit de gehele regio. Maar net als de detailhandel zal ook de ambulante handel zich als sector moeten aanpassen om relevant te blijven voor de stad en de consument van morgen. Meer flexibiliteit met aandacht voor de kracht van de markt is hierbij het uitgangspunt.

De warenmarkt kan echter alleen maar functioneren bij een vaste positie en opzet. Vindbaarheid is cruciaal voor de marktondernemer die een groot deel van haar omzet afkomstig haalt van klanten met een wekelijkse routine. Een klant die een marktkoopman of -vrouw niet meteen ziet staan, is geneigd om niet verder te zoeken. De marktkooplieden hameren daarom op continuïteit. Het zouhen veel omzet kosten als zij regelmatig zouden worden verplaatst; 'een goede plek is

geld waard.' Dit betekent dat noodzakelijke veranderingen zoveel mogelijk moeten worden gebundeld, om te waarborgen dat marktondernemers niet ten onder gaan aan constante veranderingen.

Daarnaast is er een druk op marktondernemers door bijvoorbeeld nieuwe milieueisen en/of andere vergunningseisen. Dit leidt vaak tot een hogere investeringsdruk waardoor innovatie in het gevaar kan komen en druk kan zetten op de mogelijkheid tot een flexibele opstelling.

Voor een succesvolle weekmarkt is ook een succesvolle binnenstad nodig. Een binnenstad waar ruimte is voor evenementen, detailhandel en horeca. Dat vraagt om flexibiliteit want tegelijkertijd zien we dat de ruimte voor evenementen en terrassen beperkt is. Een succesvolle markt, ook zeker in de toekomst, vraagt ook afstemming en meer combinatie met evenementen en de andere spelers in de binnenstad.

Flexibiliteit versus zekerheid is dus een belangrijke pijler voor de centrummarkt. De centrummarkt vraagt flexibiliteit maar moet ook zekerheid kunnen bieden aan de marktkoopliden. Flexibiliteit wordt gevraagd indien de stad de schaarse ruimte tijdelijk vrij wil maken voor andere functies, bijvoorbeeld evenementen. Flexibiliteit kan bijvoorbeeld worden geboden door het bieden van ruimte voor nieuwe ideeën en initiatieven, terwijl zekerheid kan worden geboden door duidelijke regels en afspraken. Hierdoor kunnen marktkoopliden met vertrouwen investeren in hun kraam en de centrummarkt als geheel. In het geval van de centrummarkt van Dordrecht, is het belangrijk om te benadrukken dat de gemeente haar marktondernemers veel kansen en zekerheid wil bieden, maar hier ook zaken voor terug vraagt. Door de flexibiliteit en zekerheid die de centrummarkt biedt aan de marktkoopliden, en de unieke locatie in het historische centrum van Dordrecht, blijft de centrummarkt een belangrijke trekpleister voor zowel bewoners als toeristen.

Als gemeente vragen we flexibiliteit van de Dordtse marktondernemer, maar proberen we ook zekerheid te bieden via bijvoorbeeld langlopende vergunningen. Dit toont zich door het creëren van een stabiele en veilige omgeving voor de centrummarkt. We werken nauw samen met de marktondernemers om ervoor te zorgen dat hun wensen en behoeften worden gehoord en dat we hen kunnen ondersteunen waar nodig. Zo organiseren we bijvoorbeeld tweemaal per jaar bijeenkomsten waarin we met afgevaardigde marktkoopliden in gesprek gaan en feedback vragen over de gang van zaken op de markt.

Deze flexibiliteit die wij vragen van de Dordtse marktondernemers staat op zeer gespannen voet met de vaste plaats en de zekerheid die zij ook nodig hebben. Hier ligt een grote uitdaging voor de gemeente om hier met goede oplossingen te komen, die de marktondernemer de kansen en zekerheid biedt die zij verdienen. Tegelijkertijd wil Dordrecht ook een grote evenementenstad blijven, wat betekent dat we scherpe keuzes moeten maken.

Tot slot werken we ook aan de uitstraling van de centrummarkt. Dit doen we bijvoorbeeld door te zorgen voor een goede indeling van de kramen en uniformiteit. Zo creëren we een herkenbare en aantrekkelijke uitstraling die

bijdraagt aan een positieve beleving van de centrummarkt door zowel de marktondernemers als het publiek.

### **Vernieuwend maar toch herkenbaar**

Een andere belangrijke pijler is vernieuwing versus herkenbaarheid. De centrummarkt moet zich vernieuwen om relevant te blijven, maar tegelijkertijd ook herkenbaar blijven. De nieuwe Europese Dienstenrichtlijn en de aanpassing die dit vraagt, zorgt voor een natuurlijk moment om de weekmarkt te evalueren en brengt ook een dynamiek waaruit vernieuwing kan ontstaan. Daarnaast biedt het mogelijkheden om samen met de Marktadviescommissie weer te gaan sturen op kwaliteit en toegevoegde waarde. Een en ander wordt uitgewerkt in de marktverordening.

Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het aanbieden van nieuwe producten en het faciliteren van innovatieve concepten, terwijl de traditionele producten en de sfeer van de markt behouden blijven. Hierbij kan worden gestreefd naar een goede balans tussen vernieuwing en herkenbaarheid.

De vernieuwing van de centrummarkt is belangrijk om ervoor te zorgen dat deze relevant blijft voor het publiek. Door nieuwe producten en innovatieve concepten aan te bieden, kan de markt inspelen op veranderingen in de marktvaart en -behoeften. Dit kan bijvoorbeeld door het faciliteren van nieuwe en opkomende ondernemers die zich richten op duurzame en lokale producten, of door het aanbieden van speciale themamarkten gericht op seizoensgebonden producten zoals een lentemarkt.

Tegelijkertijd is het belangrijk om de herkenbaarheid van de markt te behouden. Het publiek komt vaak naar de markt voor de traditionele producten en de gezellige sfeer. Daarom is het van belang om de authentieke uitstraling van de markt te behouden en de traditionele producten aan te bieden die kenmerkend zijn voor de stad. Hierbij kan misschien wel gedacht worden aan een lokale ondernemer die zelf schapekopjes maakt, om maar iets te noemen.

Een goede balans tussen vernieuwing en herkenbaarheid is essentieel voor de centrummarkt. De vernieuwing houdt de markt fris en relevant, terwijl de herkenbaarheid de authenticiteit en charme van de markt behoudt. Door het bieden van vernieuwing en het behouden van herkenbaarheid kan de centrummarkt een aantrekkelijke bestemming blijven voor zowel de lokale bewoners, regionale bezoekers als toeristen. Een belangrijk aspect van vernieuwing op de centrummarkt is het aanbieden van nieuwe producten en innovatieve concepten. Dit kan bijvoorbeeld door nieuwe en unieke gerechten aan te bieden op de foodmarkt, of door bijzondere handgemaakte producten te verkopen op de ambachtelijke markt of door een lokale ondernemer uit te nodigen om zijn of haar producten te promoten op de markt. Of door een speciaal evenement te organiseren in samenwerking met lokale organisaties of door het aanbieden van bijzondere activiteiten of evenementen, zoals proeverijen, workshops en demonstraties.

Het behouden van herkenbaarheid is echter net zo belangrijk. Traditionele producten, zoals verse groenten, fruit en vis, hebben een vaste plek op de centrummarkt en zijn voor veel mensen de reden om de markt te bezoeken. Bovendien zorgt de sfeer van de markt, met de geur van verse bloemen en de



gezelligheid van de kraampjes, voor een authentieke ervaring die niet snel elders gevonden zal worden.

Een goede balans tussen vernieuwing en herkenbaarheid zorgt ervoor dat de centrummarkt kan blijven evolueren en zich kan aanpassen aan de veranderende behoeften van de consument, terwijl de traditionele en vertrouwde elementen behouden blijven. Dit is niet alleen belangrijk voor het behoud van de markt als aantrekkelijke bestemming, maar ook voor het behoud van de lokale economie en de cultuur van de stad.

## **Een gastvrije en uitnodigende omgeving**

Voor een succesvolle centrummarkt is een gastvrije en uitnodigende omgeving worden cruciaal. Het marktterrein moet dus een plek zijn met meervoudige functies. Naast consumeren moet men er ook beleving kunnen vinden, moet de plek en de omgeving er omheen ook uitnodigen tot (langer) verblijven. De markt biedt de nodige mogelijkheden en functies die stimuleren tot ontmoeting, maar het (omliggende) terrein bevordert deze belangrijke aspecten van de markt niet of nog onvoldoende.

Het gebied (rond) de weekmarkt kan een trekpleister zijn voor de stad als het een aangename groene omgeving, met voldoende zitmogelijkheden en een uitnodigende uitstraling biedt. Als er andere activiteiten zijn die de beleving versterken en zorgen voor afwisseling, zoals bijvoorbeeld evenementen. De markt profiteert ook van deze profilering van de binnenstad. Tegelijkertijd profiteert de binnenstad ook weer van de sfeer van de markt. Deze wisselwerking zorgt ervoor dat er zelfs uit België vaste klanten komen naar de markt, die het aanbod van de markt, maar ook de rest van de stad, waarderen. Het verder profileren van Dordrecht als een gastvrijestad met een groot en breed aanbod, op veel verschillende vlakken, zorgt voor meer omzet en kansen voor alle ondernemers.

### Van Statenplein naar Bagijnhof

Van de gemeente, als eigenaar van de schaarse openbare ruimte, vraagt dat het maken van scherpe afwegingen en het wegen van verschillende belangen. Het betekent dat we de markt als onderdeel van het ecosysteem van de stad moeten benaderen. De gehele binnenstad moet als één ecosysteem vooruitgang boeken alleen dan kan er een toekomstbestendige vitale binnenstad zijn en kunnen alle actoren in de binnenstad, waaronder de markt, een goede toekomst tegemoet blijven gaan. De vele claims op het Statenplein, het autoverkeer op het Bagijnhof dat het loopgebied doorkruist, de wijziging van de vervoersstromen en de duurzame mobiliteit in de binnenstad verplicht ons om ook over de locatie van de markt na te denken. Zowel de route vanaf het station als de potentiële functieverandering van het Bagijnhof bieden mogelijkheden om de warenmarkt sterker nog te verbinden aan Dordrecht, een krachtiger en aantrekkelijker geheel en verblijfsgebied te maken en het Statenplein vrij te spelen voor andere functies, zoals groen, horeca en evenementen. Functies die de aantrekkelijkheid en beleving van het gebied versterkt en daarmee stimuleert tot meer bezoekers en een langer verblijf. Aspecten die ook de weekmarkt ten goede komen. Dat

vraagt tegelijkertijd ook dat de binnenstad voor bezoekers wel goed bereikbaar blijft, ook voor bezoek met de auto.

De staat en bereikbaarheid van het marktterrein is tevens van groot belang. Dat vraagt om goede afstemming bij werkzaamheden door de gemeente, zodat het zo min mogelijk overlast voor de markt veroorzaakt. Ook moet de marktondernemer in de buurt van het marktterrein kunnen parkeren. Deze parkeerfaciliteit moet ook richting de toekomst toegang hebben tot elektrische laadpalen en tevens de nodige veiligheid en zekerheid bieden. Een marktondernemer is aanwezig op de markt en daarmee ligt een groot deel van de verantwoordelijkheid voor een veilige omgeving van de parkeerfaciliteit bij de gemeente. De marktondernemer moet ervan uit kunnen gaan dat zij hun wagen veilig kunnen stallen.

Verder is het aan de gemeente om te zorgen dat natuurlijke bewegingen richting het marktterrein worden gefaciliteerd en dat op en rondom het marktterrein voldoende handhaving is op bijvoorbeeld verkeer, maar ook op een veilig onderkomen voor ondernemer en consument. De gemeente moet een actieve rol pakken op het creëren en faciliteren van de juiste randvoorwaarden, zodat de ondernemer zich kan concentreren op het ondernemen.

## **Samenwerking**

De belangrijkste pijler is samenwerking. Om de markt te laten floreren moet worden samengewerkt met retail, horeca, evenementen en inwoners. Dat kan bij voorkeur binnen de stichting Binnenstadsbedrijf. De gemeente neemt als eigenaar van de openbare ruimte een trekkersrol in, om te zorgen dat alle betrokkenen worden meegenomen en de positieve effecten zien van de centrummarkt. Een positie waarin de partijen tegenover elkaar staan zal niemand ten goede komen. Tegelijkertijd kan goede afstemming en verbeterde samenwerking leiden tot meer belevingswaarde, wat voor alle partijen goed is.

Een levendige binnenstad is essentieel voor de centrummarkt. Door de markt te combineren met andere lokale activiteiten en initiatieven, kan de centrummarkt bijdragen aan het versterken van de lokale economie en het aantrekken van bezoekers naar de stad. Een levendige binnenstad trekt meer bezoekers aan, wat weer bijdraagt aan een levendig en gezellig imago van de stad. Daarnaast kan een levendige binnenstad ook zorgen voor een positieve economische ontwikkeling. Winkels, horecagelegenheden en andere bedrijven in de binnenstad zullen immers meer klanten aantrekken wanneer er meer mensen naar de stad komen.

Een belangrijke kans voor alle partijen is een samenwerking van de centrummarkt met lokale horeca en ondernemers. Door samen te werken met andere lokale ondernemers en initiatieven, kan de centrummarkt bijdragen aan het versterken van de lokale economie en het vergroten van de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het bundelen van krachten om gezamenlijke evenementen en acties te organiseren, of het aanbieden van gezamenlijke kortingsacties. Door een nauwe samenwerking tussen de centrummarkt en andere lokale initiatieven kan de binnenstad als

geheel versterkt worden. Het blijft dan ook het doel dat de marktondernemers zich aansluiten bij de POBD. Bovendien kan de centrummarkt de lokale horeca en ondernemers ondersteunen door het aanbieden van lokale producten die zij kunnen gebruiken in hun eigen bedrijfsvoering. Op deze manier wordt er een win-win situatie gecreëerd waarbij zowel de centrummarkt als de lokale horeca en ondernemers profiteren van de samenwerking.

## Conclusie

---

De centrummarkt van de gemeente Dordrecht kan worden beschouwd als een belangrijke motor van binnenstedelijke bedrijvigheid. De markt trekt elke week duizenden bezoekers uit stad en de regio, die niet alleen komen om inkopen te doen, maar ook om te genieten van de sfeer en gezelligheid van de markt.

De aanwezigheid van de centrummarkt heeft ook een positief effect op de omliggende winkels en horecagelegenheden. Bezoekers die naar de markt komen, zullen vaak ook een bezoek brengen aan de omliggende winkels en restaurants, waardoor deze ondernemingen extra klanten krijgen en hun omzet kunnen verhogen.

Tegelijkertijd heeft een succesvolle centrummarkt ook een succesvolle binnenstad nodig. Hiervoor moeten we een breed actieplan opzetten om ook evenementen, retail en horeca de benodigde ruimte en kansen te geven in de stad. Dit is een gedeelde taak en verantwoordelijkheid. De centrummarkt zal hierin ook haar verantwoordelijkheid moeten pakken.

Al met al kan worden gesteld dat de centrummarkt van de gemeente Dordrecht meer en meer geïntegreerd moet worden in één grote samenwerking van alle verschillende spelers in de binnenstad. Alleen zo kunnen we de markt en de binnenstad levendig houden. De markt is op zichzelf sterk, maar om te waken dat er geen achteruitgang plaatsvindt, moeten we blijven investeren in de toekomst. Dit vraagt scherpe keuzes en beslissingen van eenieder dus ook van de gemeente.

De marktverordening en het inrichtingsplan zijn de instrumenten om de visie nader vorm te geven. Daarnaast willen we een aantal doelen verbinden aan dit stuk, die moeten bijdragen aan verbetering van de positionering van de centrummarkt in de binnenstad;

1. Het verbeteren van de onderlinge samenwerking tussen markten, retail, evenementen en horeca;
2. Het vinden van onderlinge verbindingen, in de benoemde samenwerking, die het verdienpotentieel van zowel markt, retail, evenementen en horeca vergroot en versterkt;
3. Het bijdragen aan het creëren van een place to be, in plaats van enkel een place to buy;
4. Het duurzaam verbinden van de markt aan de stad, waarbij de gevraagde flexibiliteit niet ten koste gaat van voldoende verdienpotentieel voor de marktondernemer. Dit gaat over plaats en product.