

**Cahier Economie**  
**Van alle  
markten thuis**

Mei 2014



**Provincie  
Antwerpen**

## Inhoudstafel

---

Voorwoord	3
1. Inleiding	4
2. Het A-B-C van de openbare markt	5
3. Markten in het vizier: een analyse	9
4. Relatie markt en detailhandel versterken: uitdaging voor de lokale overheid	18
5. Case: De boerenmarkt als nieuwe trend?	25
6. De markt van morgen	28
7. Referentielijst	31
8. Bijlagen	33

## Voorwoord

---

*De markt* is vandaag nog steeds een vertrouwd gezicht van ons dorps- en stadsgebeuren. Je kunt spreken van een eeuwenoud handelsgebeuren dat op grote of kleinere schaal een economische, maar ook veelal een sociale meerwaarde biedt.

Op vlak van ambulante handel zijn *creativiteit* en *eigen initiatief* enorm toegenomen: van de klassieke markten met een aanbod van vooral groenten en fruit en kleding zien we nieuwe concepten ontstaan van rommelmarkten of themamarkten tot zelfs de vele zogenaamde garageverkoppen waar ieder zijn ding kwijt kan.

Voor het eerst zetten we de schijnwerpers op dit marktgebeuren in de provincie Antwerpen. Met deze cahier **'Van alle markten thuis'** willen we jou een overzicht bieden van de markten die aanwezig zijn in de 70 steden en gemeenten en willen we vooral ook de rol van de markt als handelsgebeuren onder de loep nemen. De provincie Antwerpen investeert al meerdere jaren in analyses en beleidsontwikkeling ter bevordering van de detailhandel in onze steden en gemeenten. Tot voor kort werd de rol van de markt daar weinig tot niet mee in opgenomen. Een gemiste kans volgens analisten. Met deze bijdrage vullen we die lacune.

De markt speelt een belangrijke rol in de economische dynamiek van een stad of gemeente. Daarom is het belangrijk om bij het opstellen van een strategisch commercieel beleid ook dit marktgebeuren ten volle mee in rekening te nemen. Met deze cahier hopen we jou als stad of gemeente een handvat aan te reiken om jouw markt nog meer toekomst te geven.

**Ludwig Caluwé**

Gedeputeerde voor economie



## 1. Inleiding

### Zijn de markten in opmars of net voltooid verleden tijd aan het worden?

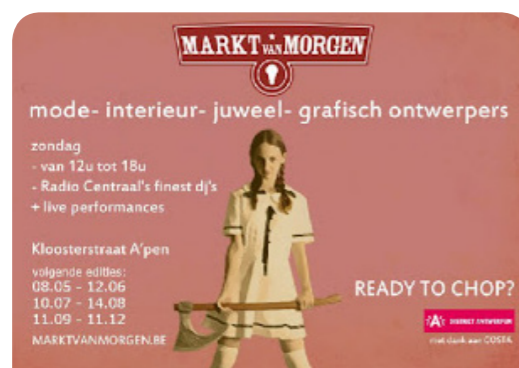
Als je de vele eventwebsites en andere publicatie-acties erop naslaat, kan je elke dag wel een leuke markt meepikken op je wandel- of shoppingtocht. De markt als concept is een speelbal van de 'vrije markt' geworden. Elke organisatie, zoals natuurvrienden, schoolgroepen, sportverenigingen, organiseert wel eens één of ander marktfeest. Het thema krijgt vaak de naam *rommelmarkt*, *streekmarkt*, *speelgoedmarkt*,...

Steeds meer Belgen doen boodschappen op de markt. Dat blijkt ook uit de forse stijging van het aantal marktzoekers: in de voorbije vijf jaar kwam er liefst 40 procent bij. Het Nationaal Syndicaat voor Zelfstandigen (NSZ) berekende dat het aantal beroepsbeoefenaars steeg van 5.473 naar 7.659. Haaks daartegenover staat de tendens van de markt die aan populariteit inboet. Maar hoe ziet de realiteit er nu eigenlijk echt uit?

We deden hiervoor een uitgebreide bevraging bij de 70 Antwerpse steden en gemeenten. De resultaten van deze enquête zijn verwerkt in hoofdstuk 3 van deze cahier. Je zult merken: er gaat in onze provincie geen dag voorbij zonder markt! Dat dit ganse marktgebeuren niet los staat van je detailhandelsbeleid kan je lezen in hoofdstuk 4. We geven je bovendien enkele bruikbare hefboomen mee die de verbinding tussen de markt en je detailhandelsapparaat kunnen versterken.

Hoe oud het fenomeen *markt* ook mag zijn, de veelheid van allerlei themamarkten, zoals een boerenmarkt of een kerstmarkt, geeft aan dat dit handelsgebeuren een inherent onderdeel van ons Vlaams economisch weefsel is. Als lokale overheid moet je alert blijven voor de evoluties en nieuwe trends in het koopgedrag van de consument. In hoofdstuk 5 zetten we één van die trends, de boerenmarkt, in de kijker. Wat maakt zo'n boerenmarkt nu aantrekkelijk?

Tot slot richten we ons in het laatste hoofdstuk van deze cahier even naar de toekomst en nodigen we je uit om op basis van deze opkomende trends een toekomstgerichte aanpak te bepalen. *Mee zijn met de tijd* is hier de boodschap!



Affiche de markt van morgen | ([www.marktvanmorgen.be](http://www.marktvanmorgen.be))

## 2. Het A-B-C van de openbare markt<sup>1</sup>

### De rol van de gemeente

De organisatie van een openbare markt is de taak van de lokale overheid. Ondanks dat er een aantal bepalingen wettelijk geregeld zijn, blijkt de invulling van de concrete wetgeving voor onduidelijkheden te zorgen bij zowel de gemeentebesturen als de ondernemers. De invulling die gemeenten verder geven aan de organisatie van een markt, verschilt dan ook van gemeente tot gemeente. Toch zorgt de organisatie van een openbare markt ook voor heel wat voordelen voor de organiserende gemeente. Buiten de financiële inkomsten via het standgeld van de marktzoekers zijn ook de sociale voordelen minstens even belangrijk: het sociaal contact van de inwoners verhoogt, de horeca heeft een hoogdag en het ganse detailhandelsapparaat van de gemeente wordt versterkt.

### Wat is een openbare markt?

De openbare markt wordt gedefinieerd als de markt die georganiseerd wordt door de gemeente, hetzij door de autoriteit zelf beheerd hetzij door deze in concessie te geven. In de wet van 4 juli 2005 over de uitoefening en de organisatie van openbare markten, wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de openbare en de private markten. In deze cahier behandelen we enkel de openbare markten.

### Wat is ambulante handel?

De organisatie van openbare markten valt onder de wetgeving van ambulante handel en het gemeentelijk reglement. Een openbare markt is een vorm van ambulante handel. Ambulante handel is elke verkoop, te koop aanbidding of uitstalling met het oog op de verkoop van producten en daarmee gerelateerde diensten aan de consument. Deze handelingen worden ofwel

- verricht door de handelaar zelf, maar buiten de vestigingen vermeld in zijn inschrijving in de Kruispuntbank van Ondernemingen (KBO);
- verricht door een persoon die niet over een dergelijke vestiging beschikt.

### Welke machtigingen zijn er?

Iedereen die een ambulante handelsactiviteit uitoefent, moet over een machtiging beschikken. Een machtiging voor ambulante handel is een vergunning voor het verkopen van goederen en diensten buiten de handelsvestiging. Via de wet van 20 juli 2006 zijn de erkende ondernemingsloketten verantwoordelijk voor de uitreiking van de machtigingen voor het uitoefenen van ambulante en kermisactiviteiten. In deze cahier laten we kermisactiviteiten achterwege.

Er zijn 3 soorten machtigingen:

- een machtiging als werkgever (persoonlijk en op naam van de werkgever),
- een machtiging als aangestelde A (op naam van de onderneming en inwisselbaar),
- een machtiging als aangestelde B (persoonlijk op naam).

Het Koninklijk Besluit van 11 maart 2013 tot invoering van een elektronische drager voor de machtigingen voor ambulante activiteiten stelt dat alle geldige machtigingen voor ambulante activiteiten uitgereikt op een papieren drager vóór 1 april 2013 ten laatste op 31 maart 2014 ingeleverd moeten worden bij een ondernemingsloket naar keuze dat ze vervangt door een beveiligde elektronische kaart. De tarieven voor een nieuwe (elektronische) leuraart blijven hetzelfde: 150 euro voor een machtiging als werkgever en 100 euro voor een machtiging als aangestelde A of B. Deze machtiging is maar geldig samen met het identiteitsbewijs en blijft geldig gedurende de uitoefening van de activiteit.

<sup>1</sup> De bijdrage van dit hoofdstuk is voor een groot stuk gebaseerd op de wetteksten en de Handleiding Gemeentelijk economisch beleid van Politeia.

### > WET VAN 25 JUNI 1993:

Wet van 25 juni 1993 betreffende de uitoefening en de organisatie van ambulante en kermisactiviteiten<sup>2</sup> wordt aangevuld met uitvoeringsmaatregelen<sup>3</sup>. Deze bepalingen zijn van kracht sinds 1 oktober 2006. Met deze regelgeving kregen de gemeentebesturen extra verantwoordelijkheden. Zo moeten ze zelf goede afspraken vastleggen in een gemeentelijk reglement en kunnen ze hierin zelf lokale accenten leggen.

## Marktreglementen

De gemeenten zijn sinds 2006 verplicht een marktreglement op te stellen zelfs indien zij geen openbare markt hebben. Dit geeft zowel de steden en gemeenten als de marktkramers enige rechtszekerheid. De federale wetgeving bepaalt een aantal vaste onderdelen, maar daarnaast is elke gemeente vrij om dit naar eigen goeddunken aan te vullen. Om de gemeenten bij te staan en toch zoveel mogelijk op één lijn te krijgen, heeft de Vlaamse Vereniging voor Steden en Gemeenten (VVSG)<sup>4</sup> een standaardreglement uitgewerkt.

Het toewijzen van de standplaatsen voor abonneerders ligt volledig vast in de wet. Hierover bestaat dan ook geen onduidelijkheid. Voor de toewijzing van de losse standplaatsen ligt het echter anders. Hier heeft de gemeente de wettelijke keuze tussen de toewijzing volgens chronologische volgorde van aankomst op de jaar of avondmarkt ofwel toewijzing door loting. We screenen alle bestaande marktreglementen van onze provincie. Hieruit blijkt dat bijna 80% van de Antwerpse steden en gemeenten van dit standaardreglement vertrekt voor de opmaak van hun gemeentelijk marktreglement. Meerdere gemeenten voegen zelf nog specifieke bepalingen aan toe. Een aantal voorbeelden:

1. Algemene bepalingen  
de oprichting, doel en werking marktcommissie, marktleider, reglement van inwendige orde, producten die geen voorwerp kunnen zijn van ambulante handel,...
2. Specifieke kwaliteitsbepalingen  
Informatie rond bedrijfsafval, stroomvoorzieningskasten, openbare veiligheid, voorwaarden op het gebied van milieu en hygiëne,
3. Betalingsmodaliteiten  
Wijze van betaling van het standgeld, retributiemodaliteiten
4. Mobiliteitsinformatie  
Verkeersmaatregelen, informatie rond bromfietsen, motorfietsen en fietsen, toegang door hulpdiensten, gebruik van aanhangwagens, over rondrijdende ambulante handel,
5. Ordehandhaving  
Sancties en opheffingen, verbodsbepalingen, betwistingen, strafbepalingen, politie-reglement, klachten en overtredingen,...

<sup>2</sup> Gewijzigd door de wetten van 4 juli 2005, 20 juli 2006, 22 december 2009 en 21 januari 2013.

<sup>3</sup> Enerzijds het KB van 24 september 2006 betreffende de uitoefening en organisatie van ambulante activiteiten en anderzijds het KB van 24 september 2006 betreffende de uitoefening en organisatie van kermisactiviteiten en ambulante activiteiten in kermisgastronomie.

<sup>4</sup> [www.vvsg.be/economie\\_en\\_werk/economie/Documents/20100517\\_ST\\_Modelreglementambulanteactiviteiten.doc](http://www.vvsg.be/economie_en_werk/economie/Documents/20100517_ST_Modelreglementambulanteactiviteiten.doc)

## Marktcommissie en marktleider

De marktcommissie is een adviesorgaan waarvan de gemeenten de bepalingen zelf kan omschrijven in het marktreglement. De commissie let op de naleving van dit reglement en kijkt toe op het goed functioneren van de wekelijkse markt. De samenstelling van dit orgaan verschilt in elke gemeente. Meestal omvat ze: de marktleider, afgevaardigden van de marktkramers, afgevaardigden van het gemeentebestuur (bv ambtenaar economie, schep en lokale economie of burgemeester). In sommige commissies zetelt eveneens een brandweercommandant of enkele onafhankelijken.

Er is echter geen enkele wettelijke verplichting om een marktcommissie samen te stellen. In een meerderheid van gemeenten van de provincie Antwerpen is er een marktcommissie, vooral in die gemeenten die over enkele tientallen tot meer dan honderd kramen beschikken. Bij de kleinschalige openbare markten zien we dat de oprichting van een marktcommissie vaak achterwege blijft.

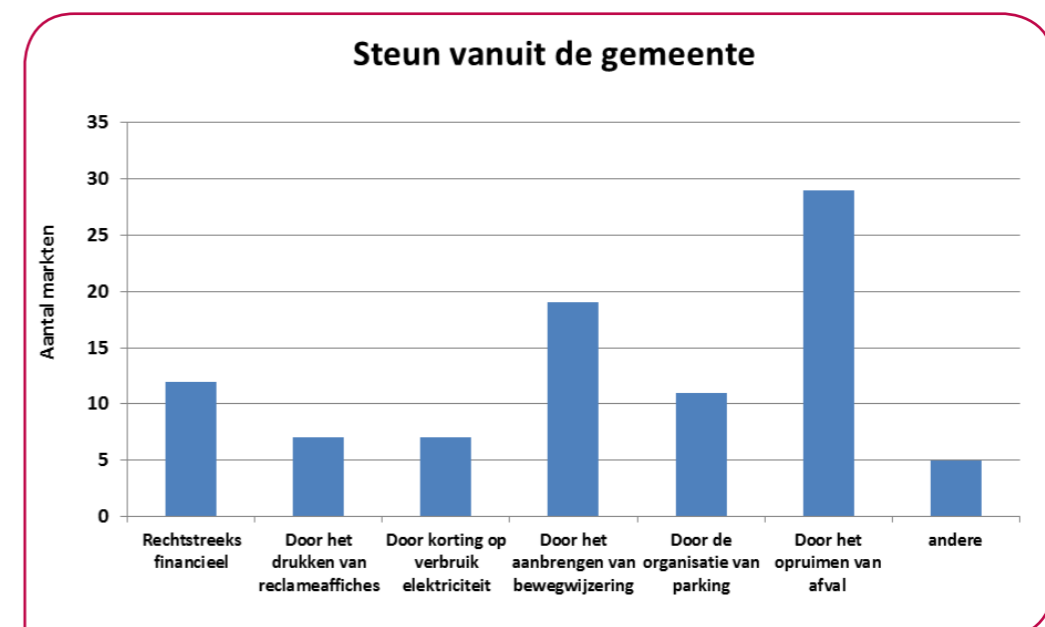
De vergaderfrequentie is zeer uiteenlopend: van één keer per maand tot één keer per jaar, of gewoon ad hoc. We stellen vast dat de marktcommissie meestal om de 6 jaar hernieuwd wordt.

De bevoegdheden van de marktleider liggen echter vast in het KB van 24 september 2006. De marktleider is in feite een tussenpersoon tussen de gemeente en de marktkramers. De marktkramers kunnen bij hem of haar eveneens terecht met allerlei vragen. In de praktijk zien we dat voor een 50-tal markten de taak van marktleider vaak bij de ambtenaar lokale economie of bij een andere dienst, zoals de technische dienst of communicatiedienst, is ondergebracht.

## Ondersteuning door de gemeente

Buiten de wettelijke voorgeschreven taken en verantwoordelijkheden, kan de gemeente meer of minder inzetten op het goed verloop van de markt. Zoals eerder vermeld is vaak de ambtenaar economie degene die de rol van marktleider vaak op zich neemt. Andere vormen van gemeentelijke ondersteuning zijn bijvoorbeeld een korting op het verbruik van elektriciteit, het aanbrennen van bewegwijzering, de organisatie van een parkeerplaats, het opruimen van afval. Sommige gemeenten zorgen ook voor een vorm van promotie naast een financiële incentive.

Sommige markten krijgen geen vermelding op de gemeentelijke websites. Extra folders en/of campagnes komen slechts in een beperkt aantal gemeenten aan bod.





De tijdsinvestering van de gemeente in de organisatie van de markt varieert van 1 werkdag per week tot een voltijdse of zelfs twee voltijdse functies. Dit blijkt uit de enquête onder meer voor de markten in Westerlo, Willebroek, Geel, en Heist-op-den-Berg.

Verder speelt ook het wekelijkse, dan wel maandelijke, karakter van een markt een rol in de tijdsbesteding van de persoon die de marktorganisatie op zich neemt.

### Knelpunten

We merken dat vele gemeenten op problemen stuiten bij de organisatie van hun wekelijkse markt. Het gaat dan vaak om de toewijzing van losse en lege standplaatsen. Maar er wordt ook op andere dilemma's gebotst. Chris Valkenburg, die de administratie van het marktgebeuren in Kapellen voor haar rekening neemt, geeft een woordje uitleg:

“Zowel bij het gemeentebestuur als bij de markthandelaar bestaat er een probleem rond de melding van afwezigheid. Elke gemeente heeft namelijk zijn eigen reglementering hierrond, wat voor de handelaar uiteraard zeer verwarrend is. Eén centraal meldpunt waarop de markthandelaar kan inloggen, zou hiervoor een oplossing kunnen bieden.

Ook het creëren van sfeer en gezelligheid is hoe langer hoe meer een uitdaging voor de gemeenten. Van markthandelaars weten we dat ze meer en meer uit de centrumstraten worden geweerd en op pleinen terecht komen. Wij trachten deze omgeving zo gezellig mogelijk te maken door bijvoorbeeld spaaracties te organiseren.”

## 3. Markten in het vizier: een analyse

### Bevraging bij de 70 Antwerpse steden en gemeenten: methodologie

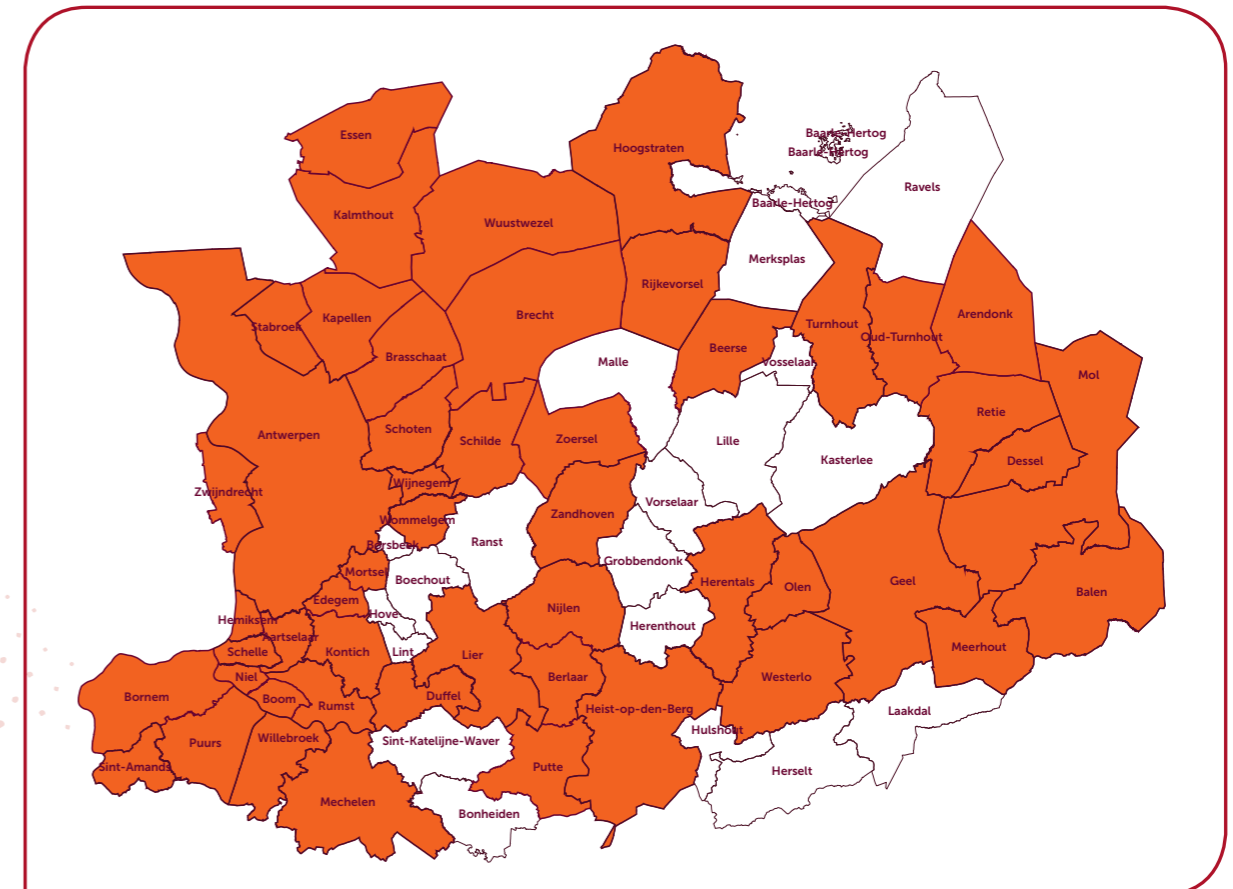
Tussen juni en oktober 2013 bevroeg de provincie Antwerpen haar 70 gemeenten over hun openbare markten. Er waren vragenlijsten over openbare reguliere markten, openbare kerstmarkten, openbare jaarmarkten, openbare rommelmarkten en andere openbare (thema-)markten. De enquêtes konden online of op papier ingevuld worden. Wat volgt is de analyse van de enquête over reguliere openbare markten.

42 gemeenten vulden de enquête volledig in, goed voor 48 openbare reguliere markten<sup>5</sup>. In wat volgt wordt voornamelijk de informatie uit de 48 enquêtes opgenomen. Van 32 andere markten hebben we enkel basisinfo die we, waar mogelijk, vermelden in dit hoofdstuk.

Voor de deelnemers aan de enquête was het niet steeds mogelijk om alle informatie volledig in te vullen. Zo is er niet overal een systematische registratie van de feitelijke situatie. Toch geven de resultaten van de bevraging grosso modo een goed beeld over het marktgebeuren in de provincie Antwerpen.

### Verspreiding

Tussen juni en oktober 2013 telden we 80 openbare reguliere markten in de provincie Antwerpen in 50 verschillende gemeenten.



<sup>5</sup> Daarnaast registreerden we nog 32 andere openbare reguliere markten in 9 verschillende gemeenten. Hiervoor werd geen enquête ingevuld. 22 hiervan vinden plaats in de stad Antwerpen en haar districten. Een overzicht van alle markten en alle deelnemers aan de enquête zit in bijlage.

Onderstaande 20 gemeenten hebben vandaag geen reguliere openbare markt al sluit dat niet de organisatie en aanwezigheid van andere types van markten uit, zoals jaarmarkt, Kerstmarkt enzovoorts.

Arrondissement	Gemeenten	Aantal gemeenten zonder markt ten opzichte van het totaal aantal gemeenten
Antwerpen	Boechout, Borsbeek, Hove, Lint, Malle, Ranst	6 op 30
Mechelen	Bonheiden, St Katelijne-Waver	2 op 13
Turnhout	Baarle-Hertog, Grobbendonk, Herenthout, Herselt, Hulshout, Kasterlee, Laakdal, Lille, Merksplas, Ravels, Vorselaar, Vosselaar	12 op 27

Opvallend is wel dat het arrondissement Antwerpen een grote activiteit of dynamiek vertoont wat de organisatie van markten betreft, evenals het arrondissement Mechelen. Voor arrondissement Turnhout blijven er veel open plekken. Het gaat hier wel duidelijk om een reeks kleinere en veelal landelijke gemeenten. Sommigen van deze gemeenten hebben een aanzienlijk sterke markt in hun buurgemeenten, zoals de markten van Herentals, Turnhout en Mol.

### Locatie van de markt

In de meeste gemeenten tref je de markt in de hoofdgemeente. In de stad Antwerpen vinden 18 van de 22 markten plaats in de districten. In Stabroek (Hoevenen) en Brecht (Sint-Lenaerts en Sint-Job-in't Goor) vinden de markten uitsluitend plaats in deelgemeenten, in Schilde zowel in hoofdgemeente als in deelgemeente 's Gravenwezel en in Zwijndrecht ook zowel in de hoofdgemeente als in deelgemeente Burcht.

De markt kan haar economische, maar vooral ook sociale functie invullen in de mate dat ze in het centrum plaatsvindt. Opvallend is dat 41 van de 48 bevestigde markten in de kern van de gemeenten plaats hebben. 6 van de bevestigde markten worden buiten het centrum georganiseerd, in het bijzonder in Zwijndrecht, Schilde, 3 van de 4 markten uit Mechelen en Kapellen (recent weggehaald uit het centrum). Het gaat telkens over wekelijkse markten, zowel kleine (3 kramen) als grotere markten met tientallen kramen. Ook in Duffel wordt de markt buiten het centrum georganiseerd. In Zoersel vind je de markt dan weer in de aanloopstraat naar het centrum.

### Marktdag

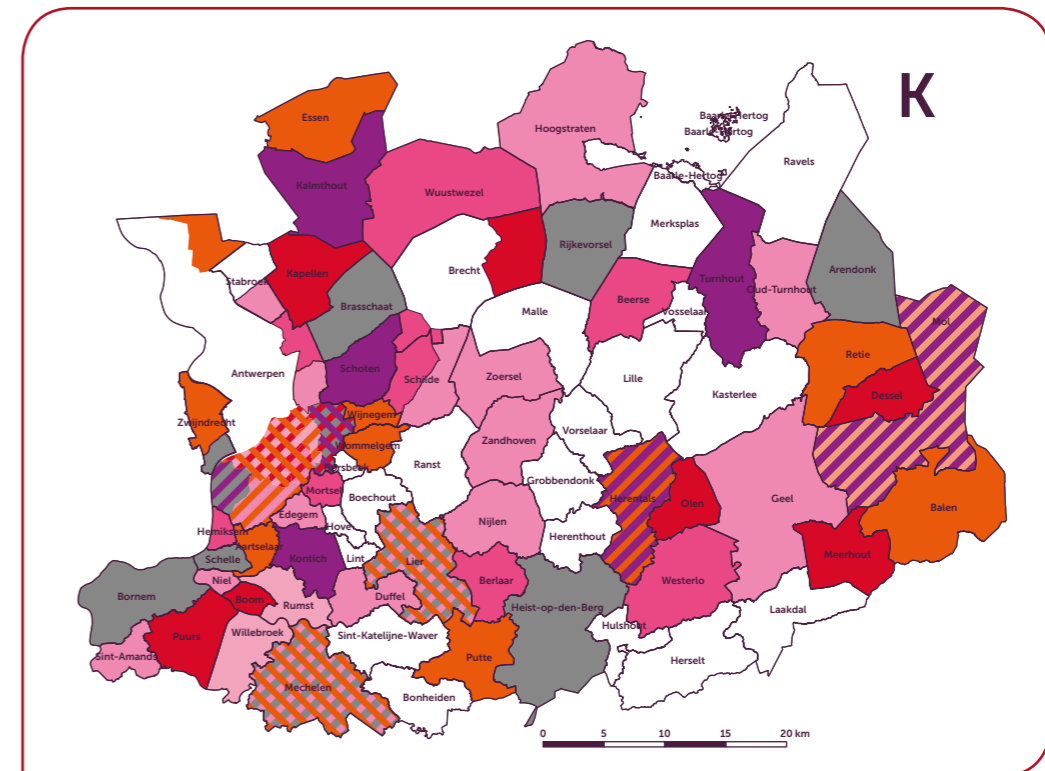
Bijna alle reguliere openbare markten in de provincie Antwerpen vinden plaats op een weekday. Je kunt op alle dagen van de week in de provincie wel op meerdere plaatsen een markt bezoeken. Niet één dag springt eruit als minder of meer populair. Gezien marktkramers toch meerdere markten aandoen

voor een voltijdse werkweek is dit wellicht niet zo vreemd.

Opvallend: slechts 9 van de 80 markten vinden plaats op een zaterdag. Het gaat om de markt in Berchem, Deurne, Hoboken, Kalmthout, Kontich, Lier, Mechelen, Schoten en Turnhout. Daarnaast vinden slechts 2 reguliere openbare markten uit de enquête plaats op zondag: de dieren- en boerenmarkt in Mol, en de wekelijkse markt in Herentals.

Slechts enkele markten (7) kun je bezoeken in de namiddag/vooravond, maar enkel op weekdays. Het valt op dat geen enkele markt in de provincie Antwerpen tot later dan 18 uur duurt.

De meeste markten in onze provincie keren wekelijks terug, behalve de vijf maandelijks markten in Arendonk, Hoogstraten, Nijlen, Zandhoven en Zoersel. In Lier en Mechelen kun je telkens vier keer per week naar de openbare reguliere markt op verschillende locaties. Ook in sommige kleinere gemeenten is meer dan één keer per week een markt maar deze heeft dan telkens in een andere deelgemeente plaats, zoals bijvoorbeeld in Brecht en Zwijndrecht. Voor Antwerpen ligt de spreiding over de verschillende districten evident meermaals per week.



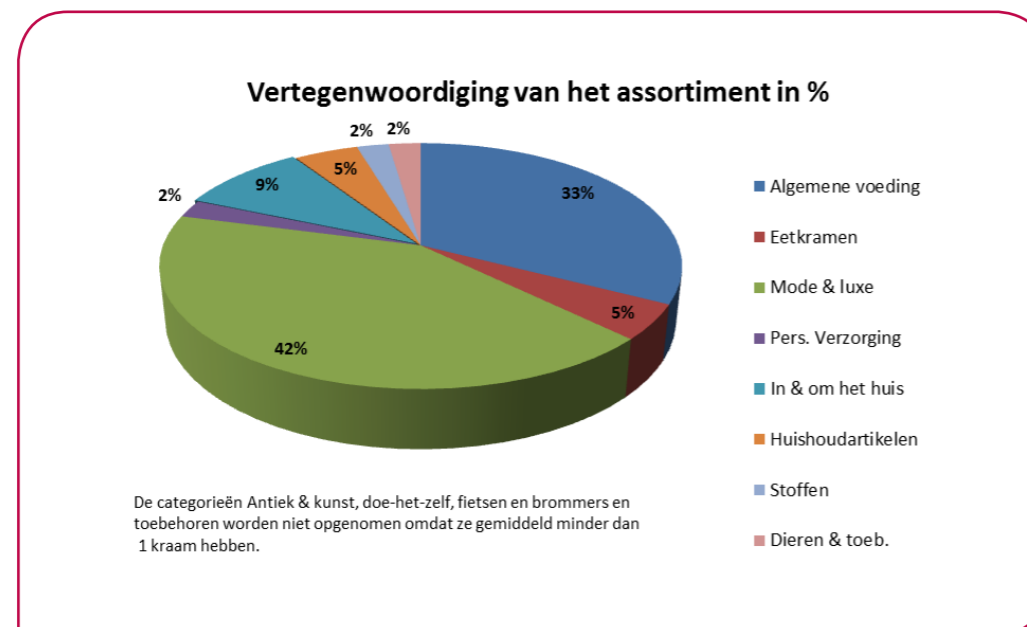
## Aanbod en assortiment

Het totale aanbod in beeld brengen is met de huidige beschikbare gegevens niet mogelijk. Zo hebben we bijvoorbeeld geen zicht op de exacte assortimentsaantallen van grote markten in Antwerpen en Mechelen. Wel kunnen we een aantal tendensen aangeven.

Allereerst bekijken we de grootte (aantal kramen) van de openbare markt. In onderstaande tabel zien we dat er 11 gemeenten zijn waar de markt uit minder dan 10 kramen bestaat. Aan het andere uiterste zien we dat er 5 gemeenten zijn met een markt van meer dan 100 kramen.<sup>6</sup>

Aantal kramen	0-10	11-20	21-50	51-100	>100
Aantal gemeenten	11	6	13	9	5

Vervolgens gaan we dieper in op het assortiment van elke markt. In de onderstaande grafiek zien we op welke manier het assortiment op de verschillende openbare markten vertegenwoordigd is.



<sup>6</sup> van 44 markten kennen we totaal aantal kramen per markt. Respondenten die antwoordden in % of in aantal meters konden hierbij niet worden opgenomen.

Het blijkt duidelijk dat periodieke goederen (mode- & luxe) en dagelijkse goederen (algemene voeding) het best vertegenwoordigd zijn. Op de derde plaats zien we kramen met het assortiment 'in & om het huis', wat tot de uitzonderlijke goederen gerekend wordt.

Het valt uit de bevraging op dat op markten met minder dan tien kramen voornamelijk dagelijkse goederen staan, met name algemene voeding. Eén markt met minder dan 10 kramen vormt een uitzondering hierin: in Hoogstraten zijn er voornamelijk mode- en luxekramen.

Stoffen aan de meter zijn relatief weinig verkrijgbaar op de markt. Sommige gemeenten geven aan dat dit assortiment de afgelopen jaren is verdwenen op hun markt. De relatief hoge score van kramen binnen de categorie "dieren en toebehoren" is gedeeltelijk toe te wijzen aan 26 kramen op de dieren- en boerenmarkt in Mol.

## Evolutie aantal marktkramers

Op de helft van de markten daalde het aantal marktkramers de afgelopen 10 jaar. Sommigen zelfs aanzienlijk: een daling met de helft of meer. Bij de start van de wekelijkse markt in Essen omvatte deze gemiddeld een vijftien à twintig kramen. Nu blijven er slechts een drie à viertal kramen over. Dit kan toegeschreven worden aan de concurrentie van markten uit de omgeving (zie verder in dit hoofdstuk) en de minder goede locatie van de markt.

Volgens de bevroegde gemeenten valt de oorzaak van een daling van het aantal marktkramers soms toe te schrijven aan de verplaatsing van de markt naar een andere locatie binnen de gemeente, waarna de nieuwe locatie niet voldoet aan de vorige voorwaarden (bijvoorbeeld een kleinere marktoppervlakte). Daarnaast blijken marktkramers steeds minder twee markten per dag te combineren, in tegenstelling tot vroeger. Hierdoor gaat het aanbod sowieso naar beneden als het aantal marktkramers niet toeneemt. Bovendien wordt gesteld dat veel marktkramers de pensioengerechtigde leeftijd bereiken en geen opvolgers blijken te hebben.

Maar bijna evenveel andere gemeenten zien de evolutie toch positiever: 19 respondenten spreken van een stabiel aantal marktkramers gedurende de afgelopen 10 jaar. Daarnaast stelden twee gemeenten zelfs een (lichte) stijging van het aantal marktkramers vast: Kapellen en Schoten. Dit zijn markten van gemiddelde grootte (resp. 30- en 20-tal kramen).

**Toch zijn er nog jongeren die veel zin hebben om marktkramer te worden:<sup>7</sup>**

Dochter treedt in voetsporen van ouders als marktkramer. De Antwerpse Thajana zet met haar man de familietraditie als marktkramer verder. "Ik heb ook ooit gezworen nooit op de markt te gaan", lacht Thajana. "Ik ben opgeleid als leerkracht en heb het beroep ook een jaar uitgeoefend, maar ik miste de markt en het contact met de mensen"

<sup>7</sup> Gazet van Antwerpen, 2 april 2014, p. 67 <http://www.davithaja.be/>

**Mevrouw Raeymaeckers** staat al 36 jaar met haar kledingkraam op de markt. Ze doet verschillende markten aan: Kalmthout, Kapellen, Schilde, 's-Gravenwezel. Overall merkt ze dezelfde trend: minder bezoekers en minder verkoop. Vooral 's winters is dit nog eens extra duidelijk. "Mensen verkiezen dan om naar shoppingcenters te gaan. Daar vind je tegenwoordig ook alles terug én je zit warm en droog. Vroeger kwamen de bezoekers juist naar de markt voor zaken die je ergens anders niet vond". Ze ziet de toekomst van de markt niet zo rooskleurig in. "De markt gaat echt achteruit. Ze vergrijsst. De jongeren hebben geen tijd meer om langs de markt te passeren, want iedereen gaat uit werken." Ook een collega-marktkramer die kleding verkoopt beaamt deze trend. Volgens hem is een goede locatie ook van groot belang. "Als de markt dichtbij de lokale handelaars gelegen is, met mogelijkheid tot een drankgelegenheid, dan is dit een win-win situatie voor iedereen".

Het is opvallend dat de kledingsector op de markt de toekomst somber inziet. Wanneer we dezelfde vragen stellen aan een marktkramer die groenten en fruit verkoopt, merken we toch enigszins een verschil op. Ook hij geeft aan dat de huidige openbare markt minder bezoekers aantrekt. Toch merkt hij hier in zijn verkoopcijfers weinig van.

Volgens hem zal de wekelijkse markt zeker blijven bestaan, maar dan in een kleinere vorm. De zaterdagmarkten doen het nog altijd het beste. Mensen hebben dan meer tijd om te komen.

- Wuustwezel (woensdagvoormiddag) geeft aan concurrentie te ondervinden van de markten in Kalmthout (zaterdagvoormiddag) en Brecht (woensdagnamiddagmarkt in deelgemeente Sint-Job-in-'t-Goor en donderdagvoormiddagmarkt in Sint-Lenaarts).
- Essen (vrijdagvoormiddag) geeft aan concurrentie te ondervinden van de markten in Kalmthout (zaterdagvoormiddag), Wuustwezel (woensdagvoormiddag) en Kapellen (donderdagvoormiddag). Ook de markt van Roosendaal op maandag speelt een rol (hiervan hebben we echter geen aanbodgegevens).

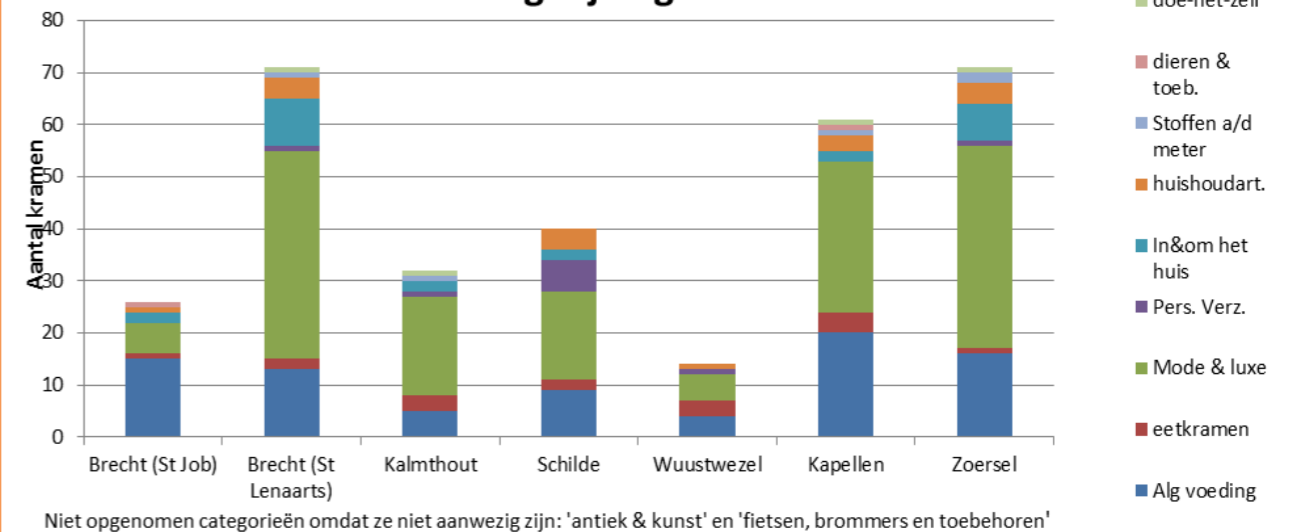
Ik heb een vast cliënteel dat al jaar en dag trouw zijn koopjes doet aan onze kraam. Ze brengen op een dag hun kinderen mee, en ook zij blijven komen.

### Concurrentie?

Is concurrentie een item voor de uitbating van een markt? Een aantal gemeenten geven inderdaad aan dat hun markt concurrentie ondervindt van het aanbod van naburige gemeenten. Enkele voorbeelden:

In hoeverre dat de concurrentie ook in de andere richting werkt is niet aangegeven. Maar wanneer we het aanbod vergelijken is een deel van de verklaring hiervoor gegeven:

### Vergelijking van het aanbod



Wat betreft Schilde die Zoersel (zelfde markt-dag) vermeldt als concurrent: het is duidelijk dat het aanbod bijna twee keer zo groot is in Zoersel. De diversiteit is op beide markten min of meer gelijk, maar er zijn meer kramen in Zoersel.

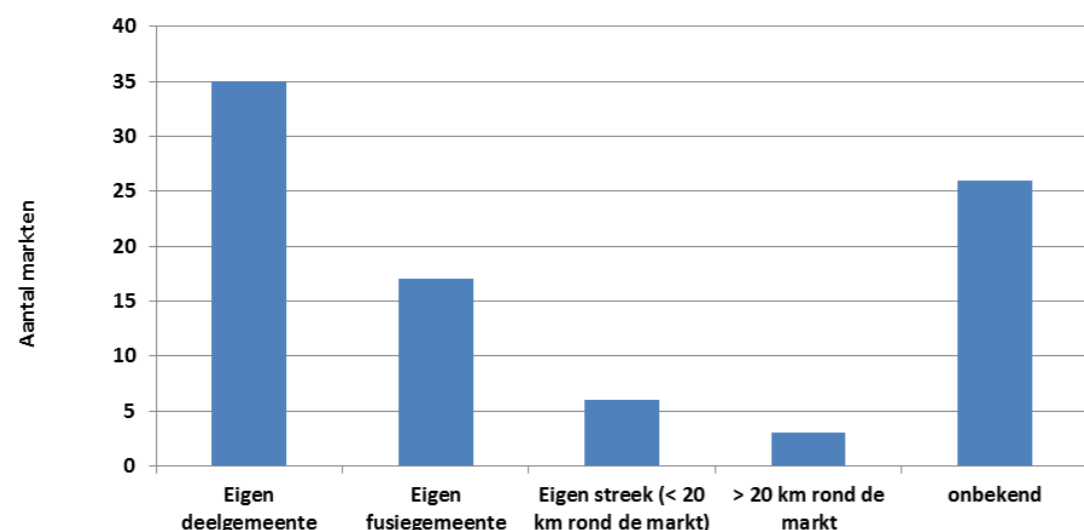
Kalmthout wordt twee keer genoemd als concurrent. Dit is een markt waar een beduidend groot assortiment mode & luxe te vinden is in vergelijking met andere assortimenten op deze markt.

Opvallend is dat de weekendmarkten niet per definitie als concurrentie worden ervaren. De nabijheid lijkt een grotere rol te spelen. Daarnaast worden vooral in de winter of bij slecht weer shoppingcenters en/of supermarkten aangehaald als concurrentie voor de markt. Om de concurrentie correct te kunnen vaststellen is echter ook klantonderzoek aangewezen.

Good practice: In Willebroek was er de voorbije jaren afstemming tussen de omliggende gemeenten over de marktdag



## Waar komen de bezoekers aan de markt vandaan?



### Bezoekers van de markt

We vroegen aan de respondenten om aan te geven waar de bezoekers aan hun reguliere openbare markt voornamelijk vandaan komen. Uit bovenstaande tabel blijkt dat de bezoekers aan de markten in de provincie Antwerpen vooral uit eigen deel- en fusiegemeente komen.

Volgens drie bevraagde gemeenten komen de meeste bezoekers aan de markt van verder dan 20 km. Niet verwonderlijk gaat het hier om gemeenten die tevens een toeristische trekpleister zijn.

Een profielschets:

#### Turnhout:

- De stad Turnhout heeft een wekelijkse markt op zaterdagvoormiddag, die volgens de gemeente naar schatting gemiddeld 3000 bezoekers trekt. Er zijn maximum 128 plaatsen waarvan er bijna nooit één leeg staat. Als er een plaats vrijkomt op de markt, wordt die quasi meteen weer opgevuld. De marktmeester ziet de toekomst rooskleurig: de afgelopen 3 jaar was er immers een verhoging van het aantal bezoekers en de markt-kramers zelf komen ook graag op de Turnhoutse markt staan.
- Volgens de stad hebben zowel de lokale handelaars als de bewoners een positieve houding ten opzichte van de markt.

Vlakbij de markt is een ondergrondse parking (CC De Warande), en de markt is ook vlot bereikbaar met het openbaar vervoer. Met betrekking tot mobiliteit worden er geen knelpunten genoemd.

- De bijzondere pluspunten beschrijft de markt-leider als volgt: "Iedereen wil er zijn, de markt is gelegen in het centrum, rondom de markt zijn terrassen en de winkelstraat is vlakbij".

#### Mol

- De gemeente Mol heeft een wekelijkse dieren- en boerenmarkt, op zondagvoormiddag, in de volksmond ook 'Konijnenmarkt' genoemd. Vroeger was er op deze markt ook een aanbod honden, katten en grootvee, maar dit aanbod is verdwenen (verbod). In de lente en de zomer worden er sier- en vijvervissen aangeboden op de Molse markt. De gemeente geeft aan dat het aantal markt-kramers wel vermindert door de strenge reglementering van het FAVV en de strenge controles. Meerdere markt-kramers stoppen, zonder overname van de plaatsen.
- Opmerkelijk is dat ook particulieren hier overschotten van bijvoorbeeld eigen teelten kunnen verkopen.

- Er kan geen raming gegeven worden van het aantal bezoekers omdat dit erg weersafhankelijk is. Toch spreekt men over een populaire markt, zelfs internationaal. Er komen bezoekers uit heel België, Nederland, Duitsland en Frankrijk.
- Volgens de gemeente hebben zowel de lokale handelaars als de bewoners een positieve houding ten opzichte van deze markt.

#### Kapellen

- Kapellen heeft een wekelijkse markt op donderdagvoormiddag. Deze markt vindt plaats buiten het centrum, en trekt naar schatting 1.500 bezoekers vanuit Brecht, Berendrecht, Essen ... op een zomerse topdag. De markt heeft maximum 87 plaatsen. Op de markt worden regelmatig acties georganiseerd: giveaways aan de klanten, winacties ...
- Volgens de gemeente hebben zowel de lokale handelaars als de bewoners een positieve houding ten opzichte van deze markt.

#### Uit de enquête

### Opmerkelijke knelpunten:

- Overaanbod van kleding
- Meerdere gemeenten geven aan:
  1. Dat er te weinig kramen op de markt zijn om voldoende bezoekers te genereren
  2. Dat de bezoekers en markt-kramers vergrijzen
  3. Dat er sluipverkeer is bij de opbouw en/of afbraak van de markt
- Bij koud en nat weer, in de winter zijn er minder bezoekers: men rijdt dan liever naar een shoppingcenter



© Arie Asona



### Bijzondere pluspunten:

- In geval van een kleine markt wordt gemeld dat dit net de sfeer tussen de markt-kramers bevordert omdat er weinig tot geen concurrentie is. Een compacte markt zorgt voor "gemoedelijkheid". Iedereen kent iedereen. "Klein en gezellig".
- Ligging in het centrum van de gemeente wordt ook vaak als een pluspunt ervaren: centrale ligging, vlotte bereikbaarheid, in de buurt van horeca (terrassen) en winkelstraat
- Hoge kwaliteit van producten, verse producten
- Variëteit van het aanbod
- Gezelligheid en sfeer
- Veel parking

## 4. Relatie markt en detailhandel versterken: uitdaging voor de lokale overheid.<sup>8</sup>

Brengt de markt en heel het marktgebeuren soelaas voor de detailhandel in de stad of gemeente of vormt het eerder een bedreiging? Moet de markt nog wel langer door de gemeente georganiseerd worden of kan dit beter in concessie worden gegeven aan private instanties?

Een stad of gemeente heeft er alle belang bij om haar marktgebeuren te koesteren en als onderdeel van haar globaal detailhandelsbeleid te beschouwen. Via de markt onderscheidt de binnenstad zich ten opzichte van shoppingcenters en retailparken aan de periferie. Dit impliceert echter geen status-quo van de bestaande situatie en aanpak van de markt. De markt als socio-economisch gebeuren zal voor de komende jaren nog sterker moeten inspelen op de verschuivingen in het detailhandelslandschap en op een innovatieve wijze tegemoetkomen aan de verwachtingen van de klant. De trends en uitdagingen waarmee de winkelcentra in de komende jaren rekening mee moeten houden, gelden evenzeer voor de groei en bloei van de markt in de 21ste eeuw.



bron: [www.sint-niklaas.be](http://www.sint-niklaas.be)

### De kracht van beleving staat centraal

Dat de markt een belangrijke economische en sociale rol vervult in de stad moet ook hier in de verf worden gezet. Juist daarom is het belangrijk om de relatie met detailhandel goed af te stemmen. Een belangrijke troef voor het geheel van de handel in de binnenstad is dat de markt een specifieke, sterke aantrekkingskracht heeft. Ze trekt niet enkel mensen van de eigen stad aan, maar ook van (ver) daarbuiten. Beleving is als het ware de belangrijkste voorwaarde geworden om winkelcentra en shoppingcenters attractief te maken. Dit wordt door de markt, dat in

<sup>8</sup> Deze bijdrage is gevoed met de onderzoeken die o.a. gebeurd zijn door de provincie West-Vlaanderen, de provincie Limburg en de Nederlandse analyses uitgevoerd door HBD, aangevuld vanuit gesprekken met de Retail- & vastgoedsector.

essentie één grote beleving is, elke week in realiteit omgezet. De dynamiek van de marktkramer, het vrije spel tussen verkoop en animatie centraal samen op één plein, de toevallige ontmoeting, de babbel tussendoor of juist de vertrouwdheid om nog eens te kunnen buurten zijn in één globaal marktconcept vevat. Het is een uitgebreide mix voor een attractief handelsgebeuren, waar shoppingcenters met aandacht en afgunst naar kijken en zullen afkijken.

### De locatie van de markt

Een goede synergie tussen de markt, de omliggende winkels én de horeca maakt de binnenstad een bijzonder geschikte marktlocatie, waarbij economische meerwaarde gecreëerd wordt. Afhankelijk van de verzorgingsfunctie van een markt zullen ze wel of niet kunnen functioneren zonder een andere vorm van publieke dienstverlening in de directe nabijheid. Een sterke wisselwerking kan ontstaan op een locatie waar een markt, winkels en horeca aanwezig zijn, eventueel ook in combinatie met scholen en/of andere publiekvoorzieningen. Dit vergroot de aantrekkingskracht voor het publiek.

Marktkramer uit Kapellen: "Als de markt dicht bij de lokale handelaar gelegen is, met mogelijkheid tot drankgelegenheid, dan is dat een win-win situatie voor iedereen"

De organisatie van de markt, doorgaans in het centrum, kan wel voor ongemakken zorgen. Voor passerende automobilisten kan de markt namelijk de toegang tot de reguliere handel verhinderen. Uit de bevraging blijkt dat sommige winkeliers dit als een bedreiging zien of zelfs als concurrentie met hun eigen aanbod. De lokale overheid heeft echter een reeks van instrumenten in de hand om tot een zo optimaal mogelijke afstemming te komen, en vooral haar markt als hefboom te hanteren voor de versterking van het handelscentrum in het geheel. Bovendien kan het gemeentebestuur een aantal verkeersmaatregelen opnemen in zijn lokaal marktreglement<sup>9</sup>

Voor de kleinere gemeenten speelt de aantrekkingskracht van buiten de eigen gemeente minder sterk of zelfs helemaal niet. Daar kan de markt een noodzakelijke aanvulling zijn bij het aanbod of tekort aan aanbod van de fysieke winkels. De markt vervult dan eerder de rol van buurtwinkel. Zo heeft bijvoorbeeld het winkelgebied Duffel - Oost nauwelijks nog een aanbod aan dagelijkse voeding, maar kan de wekelijkse markt hier het aanbod aanbieden voor de (oudere) bevolking in dat deel van de gemeente. Toch blijft een goede afstemming met de fysieke winkels essentieel. In gemeenten met een verspreide ligging van de deelgemeenten of gehuchten kan de wisselwerking tussen de hoofdgemeente en de deelgemeente juist versterkt worden door de organisatie van een markt. Is het verzorgingsgebied eerder klein, dan is een tweewekelijks aanbod op zijn minst een interessante uitdaging om de buurten dicht bij elkaar te brengen.

<sup>9</sup> Zie hoofdstuk 2 "ABC van de openbare markt" en hieronder bij de 10 hefboomen (3de hefboom)



## 10 Hefbomen als hulpmiddel

Hieronder formuleren we 10 hefbomen die de verbinding markt en detailhandel kunnen versterken:

1. Verbinding van de markt met horeca en andere functies

Het horeca-aanbod langs de markt is een grote troef voor beiden. Om een extra stimulans aan de horeca te geven, kan het gemeentebestuur de mogelijkheid van terrasuitbouw op de dag van de markt toestaan. Bij permanente terrasaanleg is een goede afstemming met de marktleider van belang.

In kleinere gemeenten, waar het aanbod van horeca niet groot of afwezig is, kan een combinatie met postkantoor/gemeentehuis of andere dienstverlenende functies de aantrekkingskracht versterken. Ook stedelijke functies zoals een ziekenhuis of een school zorgen voor de nodige wisselwerking.

2. Zichtbaarheid van de winkel

Een winkelier ziet niet graag zijn eigen etalage verscholen achter een marktkraam. Om voor beide partijen een win-win situatie te creëren, worden de kramen het beste met het vooranzicht naar de etalageramen geplaatst, uiteraard aan beide kanten van de straat. Zo krijgt de bezoeker een tweezijdig aanbod te zien: de etalage en de kraam.

Op de website van Heist-op-den berg lezen we het volgende:  
De rommelmarkt gaat elke zondagvoormiddag door aan de Eugène Woutersstraat en zijstraten. Wie met de auto is, laat deze best achter op de parkings aan het station. Deze parkings bevinden zich op minder dan 1 kilometer van de markt, waar in de omgeving vaak geen plaatsje meer te bespeuren is. Is deze afstand te ver, dan kan je 4 maal per uur met de lijnbussen tot vlakbij de markt.

3. Zorg voor een aangepast parkeerbeleid

Een flexibele aanpak van parkeerfaciliteiten kan de bezoeker positief stemmen voor een bezoek aan de binnenstad en uitnodigen om langer te blijven, ook na het sluiten van de markt:

- vanuit een verder afgelegen parkeerruimte kan een pendelbus ingelegd worden
- in bepaalde straten kan meer parkeeraanbod voorzien worden
- een goedkoper tarief in betaalparkings tijdens de markturen
- extra fietsenstallingen kunnen de toegang tot de markt vergemakkelijken, eventueel in afspraak met een Fietspunt
- een duidelijk uitgestippelde bewegwijzering en adequate omleiding voor het doorgaand verkeer





#### 4. Locatie van de markt

Het verplaatsen van de markt naar meer perifere gebieden in de gemeente zou niet alleen kunnen leiden tot economisch verlies van de marktkramers, maar evenzeer van de handelaars in de binnenstad. Bovendien kan het ook zorgen dat een aantal vaste bezoekers van de markt afhaken. Voor elke verandering in de marktlocatie is een effectieve en tijdige communicatie met alle betrokkenen van groot belang. Evenementen worden best in goede afstemming met de vaste marktkramers opgezet. Stabiliteit en herkenbaarheid zijn vaste waarden voor marktkramer én bezoeker.

Het aanbod van diverse kramen in de hand houden is een moeilijke oefening. Zoals de winkelstraat een goede mix van diverse branches nodig heeft om het publiek te trekken, is dit ook van toepassing op de markt. Meer nog: de markt kan trekkers binnenhalen, die in de winkelstraat niet meer te vinden zijn. Een viskraam is zo'n klassiek voorbeeld, of een kraam met streekgebonden producten die tevens een toeristische attractie kunnen bieden.

#### 5. Maak je markt zichtbaar, traceerbaar

De markt als onderdeel van het detailhandelsbeleid in je gemeente moet een plek krijgen op je gemeentelijke website. Ook webpagina's die gericht zijn op vrije tijd en toerisme kunnen een interessante toegang bieden naar het marktgebeuren in je gemeente. Uitinvlanderen.be is bijvoorbeeld zo'n website met daarin een specifiek overzicht van markten en braderijen. Via social media kunnen winacties op de markt en online gecombineerd worden.

De marktpagina op de website van de gemeente Mol is de meest bezochte pagina van de gemeentelijke website!

#### 6. Creatief markten

Promotie voor je winkelcentrum koppelen aan je wekelijkse markt is evident. Vooral als deze ook gekoppeld kan worden aan bepaalde evenementen. Het concept van de cadeaucheque voor de handelskern kan je uitbreiden naar de markt. Een mooi voorbeeld vind je in West-Vlaanderen waar een 'Ik lig goed in de markt'-spaar kaart voor het marktbezoek werd ingevoerd. Bij 15 stempels leverde dit de klant een mooie marktwinkeltas op.

Maar ook in de provincie Antwerpen zijn gemeenten vindingrijk:

- In Beerse krijgen de klanten op de markt af en toe een koffiekoekje met koffie, en ook met Moederdag of tijdens de paasperiode zijn er speciale acties.
- In Geel is er een heuse proevertjesdag op de markt, zo'n twee keer per jaar. Kramen bieden dan een proevertje aan, met aangename live muziek, kinderaanimatorie, promostandjes,...
- In Kapellen kun je een winkelkar vol met marktproducten winnen. Verder zijn er acties met Pasen, Valentijn, Kerst, ....

#### 7. Spot je bezoeker

Maak van bovenstaande acties een win-win situatie: speciale acties trekken niet alleen klanten naar je markt, je leert hen ook kennen. Registreer, op basis van deelnemelingen aan tombola's bijvoorbeeld, wie je markt bezoekt en van waar ze komen. Maak er geen uitgebreide enquête van, maar vraag op deelnameformulieren gerust ook leeftijd en geslacht. Op die manier krijg je een mooi beeld van je bezoekers.

#### 8. Aandacht voor kwaliteit

Te veel van hetzelfde kan moeilijk kopers blijven aantrekken. Een goede assortimentsaansturing, vooral bij het invullen van de losse naast de vaste standplaatsen, vraagt om een doordachte planning. Vooral meer synergie qua aanpak tussen de gemeenten<sup>10</sup> onderling kan het voor de marktkramers ook gemakkelijker maken zich op de juiste plek/markt te positioneren.<sup>11</sup>

#### 9. Met open vizier

Om kruisbestuiving te bevorderen tussen toerisme, milieu en economie is het nuttig om in de marktcommissie vertegenwoordigers van andere diensten mee op te nemen. De markt heeft ook een toeristische functie in meerdere steden.

#### 10. De open spots in de provincie

20 gemeenten in de provincie Antwerpen<sup>11</sup> hebben vandaag geen reguliere openbare markt. Op zich is dit geen probleem: meerdere bewoners van deze gemeenten vinden misschien hun gading op de markten in de naburige gemeenten. De Limburgse Beroepsvereniging van Marktkramers heeft een haalbaarheidsanalyse laten uitvoeren door BRO en een quotum opgesteld voor de inrichting van nieuwe markten. Volgens hun analyse moet een gemeente minstens 10.000 inwoners hebben en de markt minimum 20 kramen 'omvatten', om voldoende draagvlak te hebben voor de opstart van een markt. We maken hierbij wel de kanttekening dat het aantal inwoners niet de enige parameter is die de doorslag geeft om al dan niet een wekelijkse markt te beginnen. Een 'vrij' moment in de week (dag waarop geen enkele markt in de buurt plaatsheeft), gekoppeld aan een levendig handelscentrum, verdient evenzeer de aandacht.



<sup>10</sup> Het marktplan – als onderdeel van het verplicht marktreglement – is vrij in te vullen door elke gemeente en biedt dus geen zekerheid noch eenduidigheid voor de marktkramer.

<sup>11</sup> Zie hoofdstuk 3 (Verspreiding).



In de provincie Antwerpen kan dat over deze gemeenten gaan:

Gemeenten zonder markt	Aantal inwoners (ADSEI 2013)
Boechout	12.335
Bonheiden	14.828
Borsbeek	10.278
Grobbendonk	11.026
Herselt	14.396
Hulshout	10.175
Kasterlee	17.965
Laakdal	15.598
Lille	16.385
Malle	14.948
Ranst	18.581
Ravels	14.556
Sint-Katelijne-Waver	20.412
Vosselaar	10.704

(NB: in Kasterlee is er tussen mei en oktober wel een boerenmarkt op woensdagnamiddag, met een 5-tal kramen. Deze markt werd niet geteld als "reguliere openbare markt").

Voor elk van deze gemeenten is het uiteraard belangrijk om eerst hun bovenlokale situatie en hun verzorgingsfunctie op vlak van detailhandel, te evalueren.

Met deze parameters kan je als lokale overheid meteen aan de slag om je marktbeleid aan te pakken en richting te geven. Het is belangrijk om een rendabele aanpak van je markt voorop te stellen en om tot een goede wisselwerking te komen met je globale detailhandelsbeleid. De omvang en succes van de markt is ook afhankelijk van het verzorgingsgebied<sup>12</sup> van je gemeente. Maar of je markt nu weinig of net veel kramen heeft: dezelfde aandacht en beleidslogica spelen hierbij een rol.

<sup>12</sup> Zie voor je gemeente naar de indicatoren voor de detailhandel in de Feitenfiche te vinden op [www.detailhandelvlaanderen.be](http://www.detailhandelvlaanderen.be)

## 5. Case: De boerenmarkt als nieuwe trend?

### De boerenmarkt

Een streekmarkt (ook wel boerenmarkt) is een stads- of dorpsmarkt, die zich in principe richt op het laten kennismaken met, en verkopen van, voedselproducten uit de directe omgeving. Sinds enkele jaren is er een groeiende interesse voor deze markten, vooral omwille van het aanbod via een korte ketenlijn, en vaak ook omwille van de stijgende interesse in gezonde biologische voeding. In feite lijkt dit op de voedselvoorziening van vroeger. Producten uit de omgeving van de stad worden direct door de producent aan de consument aangeboden op een markt. Een boerenmarkt is een plek waar boer en klant direct informatie uitwisselen over de producten en hun oorsprong. De producent krijgt er onmiddellijke respons van de klanten bij de introductie van nieuwe producten.

Dé boerenmarkt bestaat echter niet.

- Je hebt markten waar enkel boeren hun producten verkopen.
- Je hebt boerenmarkten waar, naast de land- en tuinbouwers, ook andere handelaars hun producten aanbieden.
- En je hebt boerenmarkten gekoppeld aan een reguliere markt, met het risico op concurrentie tussen producenten en handelaars van verse producten.

Strikt genomen is een boerenmarkt louter toegankelijk voor boeren (de zgn. hoeveproducten) die hun aanbod op deze plaats verkopen en die bij voorkeur uit de onmiddellijke omgeving of regio komen. Het is niet gemakkelijk om op een boerenmarkt een aanbod met kwalitatief hoogstaande producten te voorzien dat bestaat uit streekgebonden producten.

De boerenmarkt is dus ook bij uitstek de plaats waar streekproducten worden aangeboden. Voor een volledig overzicht van het aanbod streekproducten kan de website [www.lek-kersmetstreken.be](http://www.lek-kersmetstreken.be) van de provincie Antwerpen u wegwijs maken.

De organisatie van 'een' boerenmarkt ligt niet vanzelfsprekend bij de lokale overheid, in tegenstelling tot de reguliere markt. Meerdere organisaties, zoals lokale boerengroepen bijvoorbeeld, nemen hiervoor het initiatief meestal op kleinere schaal. Voor de gemeente is het alleszins een interessante uitdaging om de mogelijkheden en vooral het 'marktpotentieel' van dergelijke markt af te toetsen. Dit kan een alternatief zijn voor gemeenten waar vandaag nog geen markt georganiseerd wordt of ook aanvullend bij de bestaande marktactiviteiten.

## Een aantrekkelijke boerenmarkt

Wat maakt een boerenmarkt aantrekkelijk voor alle partijen?

1. Ga voor een goed concept en een sterke organisatievorm  
Betrek de landbouwers vanaf de opstart bij het ontwikkelen van een concept voor de boerenmarkt. Hierdoor verhoogt de motivatie en betrokkenheid van de partners om er blijvend aan mee te werken. Zorg voor een concept dat aansluit bij de behoeften van de moderne consument. Maak van het marktbezoek een beleving dat blijft doorwerken tot de klant thuis komt. Wees vernieuwend, zorg voor voldoende ambiance en uitstraling en zorg voor duidelijke afspraken (reglement). Kies een goede organisatievorm (al dan niet met statuten) waar het bestuur voor de nodige continuïteit zorgt. Dit laatste kan geïntegreerd worden in de bestaande structuren van marktcommissie, marktplan enz. indien er al een marktaanbod bestaat.
2. Zoek een geschikte locatie en bepaal tijdstip en openingsuren  
Selecteer een locatie die een aangenaam en mooi kader biedt voor de boerenmarkt, vlot bereikbaar is voor de bezoekers en met voldoende parkeergelegenheid in de onmiddellijke omgeving. Zeulen met verse koopwaar is een echte afknapper voor nieuwe klanten. Hou bij het vaststellen van het tijdstip ook rekening met het doelpubliek. Werkende mensen kunnen zich overdag in de week moeilijk vrij maken om naar de boerenmarkt te komen, terwijl senioren dan weer wel tijd hebben.
3. Zorg voor regelmatig terugkerende publiciteit  
Het succes van een boerenmarkt en een stabiele omzet voor de producenten hangt grotendeels samen met een goede marketing- en promotiestrategie. Mond-aan-mond reclame is het goedkoopste promotiekanaal en met een uniek concept voor je boerenmarkt zal dit zeker werken. Hou in je achterhoofd dat de producenten - de boeren - zelf weinig aandacht en financiële middelen besteden aan promotie en reclame. Ga op zoek naar manieren waarop de betrokkenheid van de klanten kan verhoogd worden, bijvoorbeeld via een nieuwsbrief voor vaste bezoekers en geïnteresseerden. Zet in op de verhalen achter de producten en deelnemende bedrijven en speel de versheid en de kwaliteit van de producten uit als een extra troef.

## Opgepast voor valkuilen

Het vinden van producenten die willen meewerken aan een boerenmarkt verloopt dikwijls veel moeizamer dan verwacht. Lang niet alle producenten willen op een boerenmarkt staan. De verwachtingen van de initiatiefnemers, burgers en producenten zijn niet altijd gelijklopend. Vaak staat de boer al op een goed draaiende markt op de voorgestelde dag. Een producent wil ook graag van een goede omzet verzekerd zijn, want de tijd die hij op de markt doorbrengt is verloren tijd voor het landbouwbedrijf. De aantrekkingskracht van de boerenmarkt voor bezoekers is een stuk hoger als het mooi weer is. De producent moet echter altijd op post zijn en het is best hard werken, zeker als het weer tegenzit en het hard waait, regent of vriest. De kunst is om de potentie van de boerenmarkt te benadrukken zodat landbouwers de afzet via een boerenmarkt meenemen in hun bedrijfsplan.

## Enkele voorbeelden van de gemeentelijke websites

- > **Zaterdagmarkt in Geel**  
Deze zaterdagmarkt splitst zich op in een gedeelte voor de professionele verkoper (ambulante markt) en een rommelmarkt voorbehouden voor de particulier. De ambulante markt is bestemd voor de verkoop van hoeveproducten, groenten en fruit, bloemen, planten, zaden, plantgoed en toebehoren. Op de rommelmarkt mogen enkel tweedehandse spullen worden verkocht. Het is niet toegestaan om nieuwe producten, producten opgekocht uit faillissementen of levende dieren te verkopen.  
De markt vindt plaats van 7.30 uur tot 13 uur. op de Werft en De Markt
- > **Zondagsmarkt in Heist – op den Berg**  
De Heistse rommelmarkt is zeer ver bekend en drukbezocht. *Rommelmarkt* is een woord dat deze markt oneer aandoet. Je vindt er inderdaad kleine prullaria, maar evengoed mooie antieke stukken, planten, groenten en fruit, bepaalde dieren...  
Een bijzonderheid op de zondagse markt is de bio-markt. Aan de kringwinkel kan je voor biologisch geteelde groenten en fruit terecht. Lekker, gezond en milieuvriendelijk!

## 6. De markt van morgen<sup>13</sup>

### De start van een nieuw tijdperk

Toen de wetgeving voor ambulante handel in 2005 werd aangepast, was dit het begin van een nieuw tijdperk voor ambulante handel. De ambulante handel moest mee evolueren met de socio-economische context en aan het ondernemerschap meer hefboomen bieden. Bijna 9 jaar later staat de markt opnieuw voor bijzondere uitdagingen: het inspelen op nieuwe trends die de toekomst van de markt en haar rol sterk zullen bepalen. Het succes hiervan zal afhangen van de mate waarin lokale overheden voldoende enthousiasme en een vooruitziende aanpak voorop stellen, als antwoord op de uitdagingen van het ganse detailhandelsapparaat.

De markt heeft een groot onderscheidend vermogen en kan zich de komende jaren sterk profileren als onmisbaar aankoopkanaal voor de consument. De kernwaarden product- en ondernemerskwaliteit, dienstverlening en gezelligheid maken dat de markt er ook in de toekomst zal kunnen staan. De markt in de binnenstad kan, behalve een efficiënte *koop* plek voor de noodzakelijke dagelijkse productievoorziening, eveneens evolueren naar een *leisure* plek: een evenement waar fun een evenwaardige plaats inneemt naast de dagelijkse boodschappen. De markt in de binnenstad zorgt bovendien voor een economische aantrekkingskracht, die zowel ambulante als residentiële handel ten goede komt.

De markt is en blijft een creatieve ontmoetingsplaats waar de kunst van het aan de man/vrouw brengen van de goederen een boeiende klant-verkoper relatie oplevert. Toch staat er verandering voor de deur: de klant wordt nog meer divers, heeft andere vragen en noden en de digitalisering roept nieuwe handelsmodellen en klant-verkoper relaties in het leven. De markt staat bij al deze evoluties niet aan de zijkant of beter gezegd: kan niet aan de zijkant blijven staan!

### Een moderne aanpak

Het uitbaten van een markt vraagt steeds meer om dynamisch ondernemerschap met de nodige dosis initiatief, vernieuwing en klantgerichte aanpak. Ook binnen de marktorganisatie moeten meer randvoorwaarden worden ingevuld. Dit is nodig om klanten te blijven aantrekken en te kunnen concurreren met all-in concepten zoals een retailpark. Extra dienstverlening zoals openbare toiletten, sfeervolle zitplekken, een locker voor de zware boodschappentas, eventueel opvang voor de kinderen, zijn maar enkele voorbeelden die de sfeer en gezelligheid van het marktgebeuren ten goede komen. En wellicht het allerbelangrijkste: de nabijheid van een horecavoorziening.

De markt is consumentgericht en moet inspelen op de diversiteit van toekomstige klanten. Om er enkele te noemen: een grote groep van oudere bezoekers met veel tijd, consumenten op zoek naar een breed palet van wereldproducten, of maatschappelijk verantwoorde producten, tweeverdieners die overdag niet thuis zijn. Kortom, het is noodzakelijk om de huidige aanpak en oriëntering van producten, in relatie tot toekomstige klanten, serieus onder de loep te nemen. De klassieke markt - overdag en tijdens de week - zal niet meer aan alle doelgroepen tegemoet

<sup>13</sup> Deze bijdrage is voor een belangrijk deel gebaseerd op de studie van HBD, De markt heeft toekomst. Trends en toekomstbeelden van de markt in 2015,-2007. Deze voorspellingen in 2007 werden deels al ingevuld of staan op stapel en ook uit gesprekken (dec 2013) met de retailsector werd dit bevestigd.

komen. Een afgestemd openingsbeleid voor bijvoorbeeld de 20-tigers en 30-tigers, waardoor zij ook na de werktijd kunnen markten, wordt vandaag bijvoorbeeld in Leuven (Kessel-lo) toegepast. En vooral Nederland heeft de marktijden geoptimaliseerd. Veel Antwerpse gemeenten echter, zoals bijvoorbeeld Essen, experimenteerden al met avondmarkten, zonder groot succes. Het verdient zeker aandacht om de oorzaak hiervan te achterhalen en alle parameters (en niet enkel de openingsuren) in beeld te brengen, die nodig zijn om dit concept in de toekomst te doen slagen.

### Ook het aanbod evolueert

Ook het productaanbod zal mee moeten evolueren met de trend: gezonde voeding, een snelle hap, diverse uitheemse producten, een aanbod voor jong en oud,... Zoals in de detailhandel een vervaging komt in de opsplitsing van het productaanbod, ziet het er naar uit dat ook de markt diezelfde invloed zal ondergaan. Het shop-in-shop principe zal op die manier ook doordringen bij de marktkraam. Omgekeerd staan grote winkelcentra, zoals Wijnegem shoppingcenter, klaar om de markt te integreren in hun retailaanbod. We kunnen dus duidelijk stellen dat het samenspel tussen retail en ambulante handel ten volle benut moet worden.

Naast de bovenstaande trend is er eveneens een opmars van specialistenmarkten of thema georiënteerde markten. Een kerstmarkt is ons niet onbekend, maar ook andere markten zoals bijvoorbeeld *seniorenmarkten* komen in Nederland meer en meer tot stand. Ze trekken met een totaalconcept van stad naar stad. Deze themamarkten verenigen een uitgebreid aanbod dat zich richt op een specifieke doelgroep. Ze worden vaak door privé-initiatieven georganiseerd. Het is aan de lokale overheid om hierover een duidelijke visie uit te tekenen en af te wegen in hoeverre zij hiervan zelf het stuur willen vasthouden.

#### > "Seniorenmarkt trekt door Nederland

Zo'n zestig bedrijven die zich richten op senioren gaan in het najaar het hele land door. Ze staan op centrale pleinen in de steden met stands die producten verkopen als verantwoorde voeding, vitamines, warm ondergoed, comfortmeubelen, speciale matrassen, dekbedden, kookgerei, reisartikelen en boeken. Ook reisorganisaties hebben er stands. Er is een groot overdekt foodplein met zitjes en toiletvoorzieningen. De Jaarbeurs, die ervaring heeft opgedaan met de 50+-beurs organiseert de markt en heeft met alle deelnemende gemeente afspraken gemaakt over schoonmaak, catering en beveiliging. Een vorig jaar gehouden proefmarkt in Den Bosch trok maar liefst 20.000 senioren op één dag. Zij kwamen vooral per trein en maakten gebruik van een gratis reisdag m et hun seniorenpas. De Jaarbeurs denkt ook aan de inzet van gratis bussen vanuit omliggende woonplaatsen." HBD, 2008.

### Meer professionaliteit aan de dag leggen

Professionaliteit bij de markthandelaars zal een belangrijke voorwaarde worden om de markt in stand te houden. Het is belangrijk dat ze mee evolueren met de hoge verwachtingen van de klanten. Filiaalconcepten van marktkramers zullen de plaats innemen van de familiale marktkramer. Om de prijsconcurrentie met de grote retailgroepen aan te kunnen, kan de organisatie van de markt door coördinerende ondernemersgroepen (bijvoorbeeld via groepsaankopen, gemeenschappelijke planning, en spreiding van de bezetting) doorgegeven worden. De markt-leider moet bovendien sturing geven voor een goede branchemix.



Deze georganiseerde en professionele aanpak sluit ook aan bij de digitalisering van de markt. Elektronisch betalen vervangt het contant betalen en een app zal je kunnen leiden naar de gewenste kraam of zelfs je bestelling vooraf opnemen.

Het groenten- en fruitbedrijf Vandersmissen-Crispel pakt uit met een primeur in de streek. Voortaan kunnen klanten via internet hun veldsla, prinsessenbonen, kersen, aardappelen en andere producten bestellen. We blijven wel naar de markt gaan, want het contact met de klanten blijft belangrijk, aldus teler Vandersmissen<sup>14</sup>.

Vrij contradictorisch daartegenover staat de nieuwe solitaire marktkramer, die het vrij initiatief ten volle benut. Hij zoekt waar consumenten voorbij komen, zoals een station, een sportevenement of een doorgangsweg. Een kippenkraam, viskraam of zelfs een driesterrenkok in een caravan: zullen zij toenemen ten koste van een meer gecentraliseerde aanpak op de centrale plekken in de stad of gemeente? Zullen projectontwikkelaars in de toekomst zelfs vooraf afspraken maken met solitaire marktkramers om tijdig een aanbod te voorzien in nieuwe woonwijken?

### Globaal concept: W<sup>3</sup> x M

Wonen, werken, winkelen én markten moeten opgenomen worden in een globaal plan dat een antwoord biedt op de vraag: hoe kan ik mijn gemeente méér dan leefbaar maken? Een bezoeker, toerist, klant of inwoner kiest immers voor een totaalaanbod, liefst gevarieerd en op maat. Maar eveneens flexibel in relatie tot de fases van zijn leven.

De gemeente heeft hierin een gigantische maar super boeiende uitdaging voor de deur staan!



<sup>14</sup> Het Laatste Nieuws, 19/07/2013

## 7. Referentielijst

### Publicaties

- PROVINCIE WEST-VLAANDEREN, West-Vlaamse wekelijkse markten. Onderzoek 2010. 26p.
- BRO in opdracht van PROVINCIE LIMBURG, Markten 2011 onderzoek analyse aanbevelingen. 2011. 114 p.
- BRO in opdracht van PROVINCIE LIMBURG, Markten 2011 onderzoek technische fiche. 2011. 177 p.
- FOD ECONOMIE & VWSG, De organisatie van ambulante activiteiten op het grondgebied van de gemeente. 6 februari 2010, 18 p.
- FOD ECONOMIE, Een nieuw tijdperk voor de ambulante activiteiten. De wet van 4 juli 2005. 67p.
- FOD ECONOMIE, De lokale marktplatforms: jaarverslag 2012. 36p.
- Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V., Biologische boerenmarkten in Nederland. Maart 2010. 38 p.
- HOOFDBEDRIJFSCHAP DETAILHANDEL (HBD), De markt op afstand. Hoe pak je dat aan? Checklist. 10 p.
- HOOFDBEDRIJFSCHAP DETAILHANDEL (HBD), De markt op afstand. Hoe pak je dat aan? Werkboek. Oktober 2010. 104 p.
- HOOFDBEDRIJFSCHAP DETAILHANDEL (HBD), De markt heeft toekomst. Trends en toekomstbeelden van de markt in 2015. 2007. 38p.

### Websites

- De markt van morgen (NL) <http://www.hbd.nl/pages/3361/Branches/Ambulante-handel/Professionalisering/De-Markt-van-Morgen.html>
- Alles over de markt! Ambulante handel anno 2013 (NL) <http://www.yumpu.com/nl/document/view/12511388/markt21-ambulante-handel-anno-2013>
- Market Locator [www.market-locator.com](http://www.market-locator.com)

### (Pers)artikels

- PROVINCIE WEST-VLAANDEREN, *Onderzoek naar de werking en organisatie van de West-Vlaamse wekelijkse markten*. Persbericht, 30 oktober 2010.
- VWSG, *Elektronische leurkaart: VWSG-kennisfiche biedt verduidelijking*. Lokaal, juni 2013. p. 56.
- VWSG, *Nieuwe wet op marktpraktijken: van koopjes tot braderieën*. Lokaal, juni 2010. p. 41.
- GAZET VAN ANTWERPEN, *Dochter treedt in voetsporen van ouders als marktkramer*, 2 april 2013, p. 67.
- HET LAATSTE NIEUWS, *Marktkramers lanceren webshop*, 19 juli 2013, p. 18



## Ander bronnenmateriaal

- VVSG, FAQ-lijst ambulante en kermisactiviteiten. 28 maart 2007. 30 p.
- VVSG, Memorandum over openbare markten. 26 oktober 2012. 5p.
- VVSG, ppt betreffende wet van 25 juni 1993 betreffende de uitoefening van ambulante activiteiten en de organisatie van openbare markten.
- Politeia, Handleiding 'Gemeentelijk economisch beleid', ISBN 978-2-509-01818-2

## Wetgeving

- Wet van 25 juni 1993 betreffende de uitoefening en de organisatie van ambulante en kermisactiviteiten. (BS 30.09.1993)
- Koninklijk besluit van 24 september 2006 betreffende de uitoefening en de organisatie van ambulante activiteiten (BS 29.09.2006)
- Koninklijk besluit van 24 september 2006 betreffende de uitoefening en de organisatie van kermisactiviteiten en ambulante activiteiten in kermisgastronomie (BS 29.09.2006)
- Koninklijk besluit van 24 september 2006 houdende vaststelling van de vergoeding van de erkende ondernemingsloketten voor het beheer van de machtigingen van ambulante activiteiten en van de machtigingen van kermisactiviteiten (BS 29.09.2006)
- Koninklijk besluit van 24 september 2006 tot wijziging van het koninklijk besluit van 3 februari 2003 tot vrijstelling van bepaalde categorieën van vreemdelingen van de verplichting houder te zijn van een beroepskaart voor de uitoefening van een zelfstandige beroepsactiviteit (BS 29.09.2006)
- Koninklijk besluit van 11 maart 2013 tot invoering van een elektronische drager voor de machtigingen ambulante activiteiten

## 8. Bijlagen

### Bijlage 1: Lijst gemeenten:

	Markt	Geen	Deelgem.	wekelijks	maandel.
Gemeente Aartselaar	1			X	
Stad Antwerpen	6		stad	X	
	4		Berchem	X	
	2		Borgerhout	X	
	2		Hoboken		
	3		Deurne	X	
	1		Ekeren	X	
	1		Merksem	X	
	2		Wilrijk	X	
	1		Zandvliet		
Gemeente Arendonk	1			X	X
Gemeente Baarle-Hertog		1		X	
Gemeente Balen	1			X	
Gemeente Beerse	1			X	
Gemeente Berlaar	1			X	
Gemeente Boechout		1		X	
Gemeente Bonheiden		1		X	
Gemeente Boom	1			X	
Gemeente Bornem	1			X	
Gemeente Borsbeek		1		X	
Gemeente Brasschaat	1			X	
Gemeente Brecht	*2			X	
	1		St Job in't Goor	X	
	1		St Lenaerts	X	
Gemeente Dessel	1			X	
Gemeente Duffel	1			X	
Gemeente Edegem	1			X	
Gemeente Essen	1			X	
Stad Geel	1			X	
Gemeente Grobbendonk		1		X	
Gemeente Heist-op-den-Berg	1			X	
Gemeente Hemiksem	1			X	
Stad Herentals	2			X	
Gemeente Herenthout		1		X	
Gemeente Herselt		1		X	
Stad Hoogstraten	1				X
Gemeente Hove		1		X	
Gemeente Hulshout		1		X	
Gemeente Kalmthout	1			X	
Gemeente Kapellen	1			X	
Gemeente Kasterlee		1		X	
Gemeente Kontich	1			X	
Gemeente Laakdal		1		X	

Stad Lier	2			X	
Gemeente Lille		1		X	
Gemeente Lint		1		X	
Gemeente Malle		1		X	
Stad Mechelen	4			X	
Gemeente Meerhout	1			X	
Gemeente Merksplas		1		X	
Gemeente Mol	2			X	
Stad Mortsel	1			X	
Gemeente Niel	1			X	
Gemeente Nijlen	1				X
Gemeente Olen	1			X	
Gemeente Oud-Turnhout	1			X	
Gemeente Putte	1			X	
Gemeente Puurs	1			X	
Gemeente Ranst		1		X	
Gemeente Ravels		1		X	
Gemeente Retie	1			X	
Gemeente Rijkevorsel	1			X	
Gemeente Rumst	1			X	
Gemeente Schelle	1			X	
Gemeente Schilde	1			X	
	1		s Gravenwezel	X	
Gemeente Schoten	1			X	
Gemeente Sint-Amands	1			X	
Gemeente Sint-Katelijne Waver		1		X	
Gemeente Stabroek		1		X	
	1		Hoevenen	X	
Stad Turnhout	1			X	
				X	
Gemeente Vorselaar		1		X	
Gemeente Vosselaar		1		X	
Gemeente Westerlo	1			X	
Gemeente Wijnegem	1			X	
Gemeente Willebroek	1			X	
Gemeente Wommelgem	1			X	
Gemeente Wuustwezel	1			X	
Gemeente Zandhoven	1				X
Gemeente Zoersel	1			X	
Gemeente Zwijndrecht	1			X	
	1		Burcht	X	
niet opgenomen in de enquête					

## Bijlage 2: Andere (thematische) markten in de provincie Antwerpen

Volgende markten werden weerhouden uit de enquête op basis van het criterium "initiatief van de gemeente":

Kasterlee	Zomerse boerenmarkt met landbouw- en streekproducten	woensdagnamiddag	1 x per week (begin mei - eind oktober)	In de kern - 5 kramen - aanbod: ambachtelijke producten (groenten, fruit, honing, ...)
Mol	Europese markt	vrijdag, zaterdag en zondag, voor of tijdens 11 juli - hele dag	1 x per jaar (juli)	In de kern - 40 tot 50 kramen - aanbod: Wereldproducten - vooral voeding en drank uit alle delen van Europa.
Rumst (deelgemeente Terhagen)	Sint-Pietersfeestmarkt	maandagavond	1 x per jaar (juni)	In aanloopstraten - 20 kramen - aanbod: huishoudelijke producten, speelgoed, kleding, juwelen, wafels, hamburgers ...
Rumst (deelgemeente Reet)	Feestmarkt "Vijgen na Pasen"	vrijdagavond na Pasen	1 x per jaar (Paasperiode)	In aanloopstraten - 20 kramen - aanbod: huishoudelijke producten, speelgoed, kleding, juwelen, wafels, hamburgers ...
Rumst	Gelagenfeestmarkt	Vrijdagavond (eind mei/begin juni)	1 x per jaar (mei/juni)	In aanloopstraten - 20 kramen - aanbod: huishoudelijke producten, speelgoed, kleding, juwelen, wafels, hamburgers ...
Niel	Voedingsmarkt	Zaterdag	50 x per jaar	In de kern - 4 kramen - aanbod: kaas, groenten en fruit, kippen, soms bloemen
Vorselaar	Themamarkt met jaarlijks ander thema	De zaterdag voor de derde zondag van de maand Juni	1 x per jaar (juni)	In de kern - 40 kramen - aanbod: textiel, fruit, eetwaren, speelgoed, promotiestanden, juweeltjes, snacks ...

De Europese markt in Mol is het resultaat van een samenwerking tussen gemeente en privé.

Merk op dat de Zomerse boerenmarkt in Kasterlee (seizoen mei - oktober) en de Voedingsmarkt in Niel (bijna heel het jaar door) zowat reguliere markten zijn. Ze zijn echter in dit overzicht opgenomen vanwege hun specifieke karakter: er wordt enkel voeding aangeboden, en bovendien gaat het om twee kleine markten (resp. 5 en 4 kramen).

Al deze markten krijgen steun van de gemeente, vaak onder meerdere vormen zoals promotie, elektriciteit, bewegwijzering, ...

Enkel in Niel en Mol is het marktreglement van toepassing. Er is in geen enkele gemeente een marktcommissie voor deze themamarkten. In Vorselaar is er wel sprake van een werkgroep.

Voor al deze markten wordt (samen met bv. verenigingen) een ambtenaar lokale economie of een andere ambtenaar ingezet voor de organisatie. In Vorselaar is de schepen belast met deze functie. De tijdsbesteding is eerder beperkt te noemen: de meeste gemeenten geven aan dat de organisatie een een vijftal werkuren in beslag neemt. Op de markten in Mol, Rumst en Niel zijn de marktkramers voornamelijk professionele handelaars. In Vorselaar en Kasterlee gaat het vaak om een mix van handelaars en verenigingen/particulieren/goede doelen.

### Bijlage 3: Kerstmarkten in de provincie Antwerpen

Heist-op-den-Berg	3de zondag van december	13 – 20 uur
Mol	eerste zondag na Sinterklaas	12 – 18 uur
Beerse	vrijdag, zaterdag, zondag	13 (vrijdag om 16) – 22 uur
Aartselaar	2de of 3de zaterdag van december	14 – 22 uur
Grobbendonk	zaterdag of zondag	14 – 22 uur

Dit zijn de kerstmarkten op gemeentelijk initiatief, aan ons gemeld via de enquête. Veel andere kerstmarkten in de provincie Antwerpen vinden plaats op initiatief van verenigingen.

### Bijlage 4: Rommelmarkten in de provincie Antwerpen

Mechelen	Zondag	11 – 18 uur	1 x per week
Turnhout	Zondag	7 – 12.30 uur	1 x per week
Geel	Zaterdag	7.30 - 13 uur	1 x per week
Heist-op-den-Berg	zondag	8 – 13 uur	1 x per week

Deze 4 rommelmarkten zijn de enige rommelmarkten die ons werden gemeld als gemeentelijk initiatief. Daarnaast zijn er nog een tiental rommelmarkten op initiatief van bijvoorbeeld verenigingen.

### Bijlage 5: Jaarmarkten in de provincie Antwerpen

Gemeente	Deel-gemeente	Op welke dag vindt de markt plaats?	In welke maand vindt de markt plaats?
Hoogstraten		laatste vrijdag april	april
Zwijndrecht		maandag	oktober
Brecht	Sint-Job-in-'t-Goor	1ste zondag na 10 mei	mei
Brecht	Sint-Lenaarts	pinkstermaandag	mei of juni
Sint-Katelijne-Waver		2de maandag van september	september
Brecht	Sint-Lenaarts	Pinkstermaandag	mei - juni
Brecht		paasmaandag	april
Olen		zondag	november
Mol		dinsdag	Maart of april
Wijnegem		maandag	Steeds paasmaandag dus maart-april
Rumst		de zaterdag voor de eerste zondag van oktober	meestal in oktober, uitzonderlijk op 30 september
Sint-Katelijne-Waver	Onze-Lieve-Vrouw-Waver	zaterdag vóór de eerste zondag van september	september, behalve dit jaar uitzonderlijk op 31 augustus
Lille		zondag	januari
Berlaar		zaterdag	juni
Schilde		1/mei	mei
Schilde		4 de vrijdag van juni	juni
Ravels	Poppel	zondag	juni
Ravels	Ravels	zondag	september
Ravels	poppel	zondag	juni
Beerse		1e dinsdag na Pasen	afhankelijk van wanneer Pasen valt
Beerse	Vlimmeren	1e zondag van mei	mei
Beerse		2e vrijdag van juni	juni
Beerse		1e of 2e zondag voor Kerstmis	december
Essen		Paasmaandag	Versillend
GEEL	Kollegestraat + Diestseweg	zaterdag	Zaterdag voor palmzondag = weekend voor pasen
Nijlen		2de Paasdag	maart of april
Nijlen	Bevel	Goede Vrijdag	maart of april
Aartselaar	nvt	dinsdag na de 4de zondag van augustus	augustus
Boechout		dinsdag (na 1 ste zondag in oktober)	oktober
Retie		maandag	maart
Dessel	Witgoor	maandag	mei

Heist-op-den-Berg	Heist-Goor	zondag	meestal in maart (3 weken voor Pasen)
Heist-op-den-Berg	Hallaar	zondag	meestal maart (25 maart of zondag na 25 maart)
Heist-op-den-Berg	Schriek	zondag	juni

Naar aanleiding van onze enquête werden ons 34 jaarmarkten in de provincie Antwerpen gemeld, op gemeentelijk initiatief of deels gemeentelijk in samenwerking met marktkramersverenigingen, andere verenigingen (bijvoorbeeld fanfares), ... De privé-initiatieven werden niet weerhouden.

De deputatie van de provincie Antwerpen

Voorzitter: Cathy Berx, gouverneur

Leden: Luk Lemmens  
Ludwig Caluwé  
Inga Verhaert  
Bruno Peeters  
Peter Bellens  
Rik Röttger

Provinciegriffier: Danny Toelen





**DIENST ECONOMIE EN INTERNATIONALE SAMENWERKING**

Desguinlei 100, 2018 Antwerpen

T 03 240 58 41 - [economie@admin.provant.be](mailto:economie@admin.provant.be)

[www.provincieantwerpen.be](http://www.provincieantwerpen.be)