

Een warenmarkt met mogelijkheden

De bijdrage die de warenmarkt in Winschoten kan leveren op het gebied van active ageing



Tom de Haan
Afstudeerscriptie

Auteur	Tom de Haan
Opdrachtgevers	Kenniscentrum NoorderRuimte Gemeente Oldambt
Opleiding	Hanzehogeschool Groningen Instituut voor Bedrijfskunde Vastgoed & Makelaardij
Begeleider Hanzehogeschool	J.A. Kinderman
Beoordelaar Hanzehogeschool	A.M.J. Trooster
Plaats en datum	Groningen, 9 juni 2017

Een warenmarkt met mogelijkheden

De bijdrage die de warenmarkt in Winschoten kan leveren op het gebied van active ageing

Voorwoord

Voor u ligt de afstudeerscriptie 'Een warenmarkt met mogelijkheden'. Deze scriptie is het resultaat van mijn afstudeeronderzoek ter afronding van de studie Vastgoed en Makelaardij aan de Hanzehogeschool in Groningen. De afgelopen vijf maanden heb ik mij verdiept in het onderzoeksonderwerp van deze scriptie: de rol die de *warenmarkt* in Winschoten kan spelen op het gebied van *active ageing*.

Het onderzoek is tot stand gekomen doordat ik als junior medewerker bij Kenniscentrum NoorderRuimte aan de slag ben gegaan. Het idee voor dit onderzoek is geïnitieerd door docentonderzoeker de heer Jaap Postma. Samen met de heer Postma, studenten van Vastgoedlab en een student van de opleiding HRM heeft het onderzoek vorm en inhoud gekregen. Door deze samenwerking zijn er drie individuele adviesrapporten ontstaan die inzicht geven op welke wijze *warenmarkten* in *krimpgemeenten* kunnen bijdragen aan een actieve participatie van bewoners.

Ik wil hiervoor dan ook de heer Postma, de studenten van Vastgoedlab Suzanne Witteveen, Ingeborg Hamming, Robert Piek en Glenn Sibon van de opleiding HRM bedanken voor de prettige samenwerking gedurende dit onderzoek. Vanuit de opleiding Vastgoed en Makelaardij wil ik via deze weg mevrouw Trooster, de heer Kinderman en de heer Kootstra bedanken voor de begeleiding tijdens dit afstudeertraject. Met vragen kon ik altijd bij u terecht en dit heb ik zeer op prijs gesteld.

Verder wil ik de heer Dick Heesterbeek en de heer Dirk Davids bedanken voor hun inzichten namens de gemeente Oldambt. Mijn speciale dank gaat uit naar de heer Jan Komies, die zijn volledige en vakkundige medewerking aan dit onderzoek heeft verleend en ervoor heeft gezorgd dat ik een dag mee mocht draaien op de *warenmarkt* in Winschoten om goede inzichten te krijgen voor dit onderzoek. Mijn dank gaat ook uit naar alle respondenten die ik heb mogen interviewen. Ik heb deze gesprekken als open en informatief ervaren.

Ik wens u veel leesplezier.

Tom de Haan

Groningen, 9 juni 2017

Samenvatting

Steden en dorpen in Oost-Groningen veranderen qua bevolkingssamenstelling en inwonersaantallen. De *absolute* en *relatieve verdeling* van leeftijdsgroepen verandert, met als belangrijk kenmerk het relatief grote aandeel ouderen. Om ouderen actief te blijven betrekken bij de samenleving heeft de World Health Organization het begrip ‘active ageing’ ontwikkeld. *Active ageing* is het optimaliseren van de mogelijkheden voor gezondheid, participatie en veiligheid met het oog op de kwaliteitsverbetering van het leven naarmate mensen verouderen. *Active ageing* is niet alleen bedoeld voor ouderen, maar voor iedereen die ouder wordt. In krimp gemeenten, zoals de gemeente Oldambt, ligt de gemiddelde leeftijd hoger dan gemiddeld in Nederland en het inwonersaantal neemt af. Anticiperen op *active ageing* zorgt onder andere voor een betere fysieke en sociale omgeving voor iedereen die ouder wordt. Hoewel *active ageing* zich niet specifiek richt op ouderen, maar op iedereen die ouder wordt, hebben mensen die nu beperkt zijn om te participeren in de samenleving de meeste baat bij *active ageing*. Vanuit Kenniscentrum NoorderRuimte en de gemeente Oldambt is er vraag ontstaan naar onderzoek dat zich richt op *active ageing* in Winschoten. Winschoten valt onder de gemeente Oldambt en heeft al jaren te maken met *vergrijzing én krimp*. Juist door de *vergrijzing én krimp in Winschoten* is het belangrijk om ouder wordende mensen actief te blijven betrekken bij de samenleving. Er is gekeken naar één activiteit die van invloed kan zijn op *active ageing in Winschoten*. Kenniscentrum NoorderRuimte en de gemeente Oldambt hebben aangegeven interesse te hebben in een onderzoek waarin duidelijk wordt welke rol de *warenmarkt* kan spelen op de op het gebied van *active ageing*. Het doel van dit onderzoek is het beschrijven van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert. Om dit doel te bereiken staat de volgende vraag centraal in dit onderzoek: welke maatregelen moeten er genomen worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert? Om antwoord te kunnen geven op deze centrale vraag, is deze opgesplitst in drie onderzoeksvragen:

- hoe ziet de situatie omtrent bezoekers en kramen eruit op de *warenmarkt* in Winschoten?
- hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten eruit?
- hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de sociale omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten eruit?

Om antwoord te kunnen geven op deze drie deelvragen is er een *kwalitatief onderzoek* uitgevoerd waarin geobserveerd is en er interviews hebben plaatsgevonden met 65-plussers die de binnenstad van Winschoten bezochten, de *marktmeester* van de *warenmarkt* in Winschoten en een kraamhouder van de *warenmarkt* in Winschoten. Uit de resultaten omtrent bezoekers en productaanbod op de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, voornamelijk ouderen uit Winschoten en de omliggende dorpen de trouwe bezoekers van de *warenmarkt* in Winschoten zijn. Er is vraag naar een vergroting van het kraamaanbod op de *warenmarkt* in Winschoten. Er is behoefte naar een kraamhouder die zich specialiseert in de verkoop van olijven, pesto en soortgelijke producten en naar een kraamhouder die zich richt op de verkoop van dierenbenodigdheden. Het toevoegen van een *standwerker* zorgt voor meer leven en actie voor het publiek op de *warenmarkt* in Winschoten. Uit de resultaten omtrent de fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, er actie moet worden ondernomen om *kraamhouders* te trekken naar de *warenmarkt* in Winschoten om deze groter, aantrekkelijker en gezelliger te maken. Ook blijkt er behoefte te zijn naar meer openbare toiletten bij de locatie van de *warenmarkt*, omdat dit nu als onvoldoende wordt beschouwd. Het is op de locatie van de *warenmarkt* ook niet voor iedereen duidelijk waar wel en waar niet gefietst mag worden. Uit de resultaten omtrent de sociale omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, bezoekers die naar de *warenmarkt* in Winschoten gaan voornamelijk voor de kwaliteit van de producten, de sfeer en het sociale aspect komen. De *warenmarkt* in Winschoten wordt op het moment van dit onderzoek niet als gezellig ervaren. Er is gebleken dat het plaatsen van de kramen tegenover elkaar zorgt voor een aantrekkelijker en sfeer verhogende uitstraling. De resultaten tonen verder aan dat, er onvoldoende informatie wordt verschaft over activiteiten en/of evenementen die op *warenmarkt* plaatsvinden.

Inhoudsopgave

Begrippenlijst	8
H1 Inleiding	10
H2 Probleemanalyse	11
2.1 Opdrachtgever(s)	11
2.1.1 Kenniscentrum NoorderRuimte	11
2.1.2 Gemeente Oldambt	12
2.2 Actuele ontwikkelingen krimp en vergrijzing	13
2.2.1 Nederland	13
2.2.2 Oldambt	14
2.3 Active Ageing	15
2.3.1 Fysieke omgevingen	15
2.3.2 Sociale omgevingen	16
2.4 Ontwikkelingen warenmarkten	16
2.4.1 Warenmarkten Nederland	16
2.4.2 Winschoten	17
2.5 Conclusie probleemanalyse	18
2.6 Probleembeschrijving	18
2.6.1 Doelstellingen opdrachtgevers	18
2.6.2 Doelstelling onderzoek	19
2.6.3 Centrale vraag	19
2.6.4 Deelvraag 1	19
2.6.5 Deelvraag 2	19
2.6.6 Deelvraag 3	19
H3 Onderzoeksmethode	20
3.1 Onderzoeksmethode per onderzoeksvraag	20
3.1.1 Deelvraag 1	20
3.1.2 Deelvraag 2	22
3.1.3 Deelvraag 3	23
3.2 Validiteit	25
3.3 Betrouwbaarheid	25
H4 Onderzoeksresultaten deelvraag 1	26
4.1 inleiding	26
4.2 Resultaten	26
4.2.1 Onderzoeksvraag 1: Wie zijn de bezoekers van de warenmarkt?	26
4.2.2 Onderzoeksvraag 2: Welke kramen staan er op de warenmarkt?	26
4.2.3 Onderzoeksvraag 3: Welke kramen zijn er gewenst op de warenmarkt?	27
4.3 Analyse resultaten	27
H5 Onderzoeksresultaten deelvraag 2	28
5.1 Inleiding	28
5.2 Resultaten	28
5.2.1 Onderzoeksvraag 1: Hoe ziet de fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?	28
5.2.2 Onderzoeksvraag 2: Hoe ziet de gewenste fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?	29
5.3 Analyse resultaten	30

H6 Onderzoeksresultaten deelvraag 3.....	31
6.1 Inleiding.....	31
6.2 Resultaten	31
6.2.1 Onderzoeksvraag 1: Hoe ziet de huidige sociale omgeving van de warenmarkt eruit?.....	31
6.2.2 Onderzoeksvraag 2: Hoe ziet de gewenste sociale omgeving van de warenmarkt eruit?	32
6.3 Analyse resultaten	33
H7 Conclusie	34
H8 Discussie	35
H9 Aanbevelingen	36
Literatuurlijst.....	37
Bijlagen	39
<i>Bijlage I Organogram Kenniscentrum NoorderRuimte</i>	
<i>Bijlage II Indeling gemeente Oldambt</i>	
<i>Bijlage III Bepalende factoren active ageing</i>	
<i>Bijlage IV Factoren die invloed hebben op active ageing</i>	
<i>Bijlage V Notulen kennismakingsgesprek gemeente Oldambt</i>	
<i>Bijlage VI Profiel marktmeester Winschoten</i>	
<i>Bijlage VII Interviews bezoekers</i>	
<i>Bijlage VIII Interview marktmeester Jan Komies</i>	
<i>Bijlage IX Interviews kraamhouder</i>	

Begrippenlijst

*De schuingedrukte woorden in de tekst worden verduidelijkt in deze begrippenlijst.

Begrip	Definitie/verklaring
Absolute verdeling	Deze verdeling is met werkelijke/precieze aantallen.
Active ageing	Het optimaliseren van de mogelijkheden voor gezondheid, participatie en veiligheid met het oog op de kwaliteitsverbetering van het leven naarmate mensen verouderen.
Ambulante handel	De officiële term die gebruikt wordt voor huis-aan-huisverkoop, verkoop op de openbare weg, op openbare markten of op andere plaatsen of lokalen. Ambulante handel is het meest bekend in de vorm van marktkramen, rijdende snackbars, kiosken, vis- en oliebollenkraampjes en bloemenstalletjes; maar ook de ouderwetse scharenslepers en modernere verkopers aan de deur horen erbij.
Causaal verband	Verband tussen twee of meer feiten.
DEAL-gemeenten	Hieronder vallen de gemeente Delfzijl, Eemmond, Appingedam en Loppersum.
Dorpslint	Dorp in buitengebied gekenmerkt door langgerekte lijn van bebouwing langs een weg of waterloop.
Grijze druk	De verhouding tussen het aantal personen van 65 jaar of ouder en het aantal personen in de leeftijdsgroep van 20 t/m 64 jaar.
Kraamhouders	De huurder/eigenaar van een marktkraam.
Krimp	Bevolkingsdaling.
Krimpgebieden	Gebieden die kampen met bevolkingsdaling.
Krimpgemeenten	Gemeenten die kampen met bevolkingsdaling.
Kwalitatief onderzoek	Kwalitatief onderzoek is beschrijvend van aard en richt zich op interpretaties, ervaringen en betekenis. Kwalitatieve resultaten worden meestal weergegeven in woorden.
Kwantitatief onderzoek	Kwantitatief onderzoek probeert feiten te achterhalen, waarbij de resultaten vaak worden uitgedrukt in cijfers.

Leefklimaat	Het geheel van omstandigheden waarin men moet leven.
Leeftijdsopbouw	De samenstelling van een bevolking naar leeftijdsgroepen.
Marktmeester	Een marktmeester draagt zorg voor een goed verloop van de warenmarkt in zijn of haar gemeente.
Multidisciplinair	Heeft betrekking op meerdere disciplines.
Natuurlijke aanwascijfer	De uitkomst van het geboortecijfer minus het sterftecijfer in een bepaald gebied.
Onderzoekseenheden	Object/personen waarover gegevens worden verzameld.
Participerende observatie	Deze onderzoeksmethode bestaat uit het meedoen in de natuurlijke omgeving van het onderzochte.
Relatieve verdeling	Verdeling in relatie tot iets anders.
Standaardisering	het standaardiseren, standaardiseren is: brengen tot een standaard, eenheid of vast model van afmetingen, vorm, samenstelling etc.
Standhouder	Een standhouder is iemand die op een warenmarkt staat en door middel van demonstraties, spelletjes etc. het publiek actief betreft.
Vergrijzing	Een stijging van de gemiddelde leeftijd.
Validiteit	Validiteit is de mate waarin een meting - bewering of uitspraak valide is. Validiteit wordt ook wel omschreven als de mate waarin een meetinstrument aan zijn doel beantwoordt.
Warenmarkt(en)	Een warenmarkt is een verkoopgelegenheid die op een plein of in een straat wordt georganiseerd, en waar marktlieden op (huur)kramen of in (eigen)verkoopwagens waar aan de man proberen te brengen.

H1 Inleiding

In Nederland is een structurele demografische trend gaande van continue *vergrijzing*. De rijksoverheid spreekt zelfs over een demografische transitie in heel Nederland die grote invloed zal hebben op de samenleving. Beleidsthema's als bijvoorbeeld huisvesting, infrastructuur en mobiliteit vragen om een nieuwe kijk waarbij rekening gehouden moet worden met *vergrijzing* (Active ageing Nederland, n.d.). In *krimpgebieden* is de *vergrijzing* het sterkst waarneembaar (Rijksoverheid, sd).

De World Health Organization heeft om het steeds groter wordende aandeel ouderen actief te blijven betrekken bij de samenleving het begrip '*active ageing*' ontwikkeld. *Active ageing* is het optimaliseren van de mogelijkheden voor gezondheid, participatie en veiligheid met het oog op de kwaliteitsverbetering van het leven naarmate mensen verouderen (WHO, 2002).

Vanuit Kenniscentrum NoorderRuimte en de gemeente Oldambt is er vraag ontstaan naar onderzoek dat zich richt op *active ageing* in Winschoten. Winschoten valt onder de gemeente Oldambt en heeft al jaren te maken met *vergrijzing* én *krimp* (Gemeente Oldambt, n.d.). In dit onderzoek is er gekeken naar één activiteit in het leven van de bewoners van Winschoten waarin *active ageing* een belangrijke rol speelt en/of kan spelen. Er is gekozen voor de *warenmarkt* in Winschoten, omdat dit een goed voorbeeld is van een *warenmarkt* in een gebied dat te maken heeft met *krimp* én *vergrijzing* en de uitkomsten van dit onderzoek wellicht ook bij *warenmarkten* in andere *krimpgebieden* kunnen worden gebruikt. Anticiperen op *active ageing* zorgt onder andere voor een betere fysieke en sociale omgeving voor iedereen die ouder wordt (WHO, 2002).

Het doel van dit onderzoek is het beschrijven van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert. Om dit doel te bereiken staat de volgende vraag centraal in dit onderzoek: welke maatregelen moeten er genomen worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert?

Allereerst staat er in hoofdstuk 2 een probleemanalyse beschreven. Deze probleemanalyse is geschreven om inhoud te geven aan het onderzoek en is nodig om een passende probleembeschrijving te kunnen formuleren. In deze probleembeschrijving wordt onder andere beschreven welke deelvragen er vanuit de probleemanalyse zijn geformuleerd om antwoord te kunnen geven op de bovengenoemde centrale vraag. Vanuit de probleembeschrijving wordt er in hoofdstuk 3 ingegaan op de verschillende methoden die gebruikt zijn om dit onderzoek uit te voeren met als doel de bijbehorende deelvragen te beantwoorden. De resultaten van de verschillende onderzoeksmethoden staan in hoofdstuk 4, 5 en 6. Hier wordt per hoofdstuk antwoord gegeven op de verschillende deelvragen die vanuit de probleembeschrijving zijn voortgevloeid. In hoofdstuk 7 wordt er een conclusie verbonden aan de onderzoeksresultaten en in dit hoofdstuk wordt ook antwoord gegeven op de centrale vraag. Een reflectie van het onderzoek is terug te vinden in hoofdstuk 8. De aanbevelingen die volgen in hoofdstuk 9 zijn beschreven om concrete handreikingen te bieden aan de opdrachtgevers.

H2 Probleemanalyse

Om inhoud te geven aan het onderzoek is er in dit hoofdstuk een probleemanalyse gemaakt. Deze probleemanalyse is geschreven om het probleem met alle bijbehorende informatie die daarop van toepassing is in kaart te brengen en is nodig om een passende probleembeschrijving te kunnen formuleren. In paragraaf 2.1 staat de missie en visie van zowel Kenniscentrum NoorderRuimte als de gemeente Oldambt en waarom deze organisaties belang hebben bij dit onderzoek. In paragraaf 2.2 wordt eerst op *macroniveau* gekeken naar *vergrijzing én krimp*, waarna er wordt ingezoomd op de *vergrijzing én krimp* in de gemeente Oldambt. Vanuit het thema *vergrijzing én krimp* wordt er in paragraaf 2.3 ingegaan op *active ageing* en de link met *vergrijzing én krimp*. Om een beeld te geven over de algemene ontwikkelingen van *warenmarkten* en de ontwikkeling van de *warenmarkt in Winschoten* is in paragraaf 2.4 beschreven wat deze ontwikkelingen zijn. Vanuit deze ontwikkelingen worden in paragraaf 2.5 de belangrijkste punten van deze probleemanalyse voor dit onderzoek samengevat. In paragraaf 2.6 volgt naar aanleiding van de probleemanalyse de probleembeschrijving waarin de doelen, de probleemstelling en de deelvragen zijn geformuleerd.

2.1 Opdrachtgever(s)

Om antwoord te geven op de vraag van de opdrachtgevers is het van belang een goed beeld te krijgen van de organisaties van de opdrachtgevers. In deze paragraaf staat een beschrijving van Kenniscentrum NoorderRuimte en de gemeente Oldambt.

2.1.1 Kenniscentrum NoorderRuimte

Kenniscentrum NoorderRuimte is gevestigd op het Zerniketerrein van de Hanzehogeschool in Groningen. Het kenniscentrum NoorderRuimte onderzoekt in samenwerking met lectoren, (docent)onderzoekers, studenten en professionals uit het werkveld actuele ruimtelijke vraagstukken uit de praktijk. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de volgende vier thema's: Aardbevingen, Krimp, Duurzaamheid & Overvloed en Gezondheid & Welzijn. De juniormedewerkers (studenten) die bij NoorderRuimte afstuderen, stagelopen of anderszins onderzoek doen, leren *multidisciplinair* samen te werken aan deze projecten uit de praktijk (Kenniscentrum NoorderRuimte, 2016). In Bijlage I (Kenniscentrum NoorderRuimte, 2016) staat ter verduidelijking van de structuur van de organisatie een organogram.

2.1.1.1 Missie

Kenniscentrum NoorderRuimte heeft als missie om de interactie tussen mensen en de gebouwde omgeving te onderzoeken in de maatschappelijke-ruimtelijke context van Noord-Nederland. De focus ligt op (her)ontwerp als een creatief proces waarmee een huidige ongewenste situatie wordt getransformeerd in een gewenste toekomstige situatie (Kenniscentrum NoorderRuimte, 2015).

2.1.1.2 Visie

Kenniscentrum NoorderRuimte heeft als visie mensen in Noord-Nederland in de regierol te positioneren door bij te dragen aan een betere gebouwde omgeving: "Naast het reageren op de uitdagingen in het noorden stimuleren wij ook de positieve elementen in ons gebied. In het bijzonder door kansen in Noord-Nederland beter te benutten, bijvoorbeeld door slimmer en duurzamer (her)ontwerp van de gebouwde omgeving" (Kenniscentrum NoorderRuimte, 2015).

2.1.1.3 Interne opdrachtgever

Kenniscentrum NoorderRuimte verzamelt kennis en gebruikt/deelt deze kennis waar nodig. De kennis die Kenniscentrum NoorderRuimte opdoet met dit onderzoek wordt gebruikt om advies te geven aan de Gemeente Oldambt waar Winschoten onder valt en kan gebruikt worden voor vervolgonderzoek. Docentonderzoeker Jaap Postma is de directe contactpersoon en vertegenwoordiger van Kenniscentrum NoorderRuimte binnen het thema Krimp. Dhr. Postma zegt: “In *krimpgemeenten* zoals Oldambt zal het aandeel ouderen blijven toenemen en we willen dat ouder worden niet betekent minder participeren in een samenleving.” Kenniscentrum NoorderRuimte wil weten op welke wijze *warenmarkten* in *krimpgemeenten* kunnen bijdragen aan actieve participatie van bewoners, ongeacht hun leeftijd en eventuele beperkingen. Gezien het tijdsbestek van dit onderzoek wordt er gekeken naar één activiteit in het leven van de bewoners van Winschoten waarin *active ageing* een belangrijke rol speelt en/of kan spelen. Er is gekozen voor de *warenmarkt* in Winschoten, omdat dit een goed voorbeeld is van een *warenmarkt* in een gebied dat te maken heeft met *krimp* én *vergrijzing* en de uitkomsten van dit onderzoek wellicht ook bij *warenmarkten* in andere *krimpgebieden* kunnen worden gebruikt. Er is gekozen om een *warenmarkt* te onderzoeken, omdat de fysieke en sociale omgeving van een *warenmarkt* van grote invloed kunnen zijn op *active ageing* (WHO, 2002).

2.1.2 Gemeente Oldambt

De gemeente Oldambt is ontstaan na een samenvoeging met Scheemda, Winschoten en Reiderland in 2010 (Provincie Groningen, 2017). Het gemeentehuis van de gemeente Oldambt is gelegen in Winschoten. Winschoten heeft een regionale betekenis op het gebied van voorzieningen, zorg en onderwijs, maar de terugloop van bevolkingsaantallen (*krimp*) bedreigt deze betekenis. Op dit moment zijn *krimp* door *vergrijzing* en de afname van woningvraag de grootste vraagstukken van de gemeente (Gemeente Oldambt, 2017).

2.1.2.1 Missie

Waar de gemeente Oldambt voor staat komt naar voren in de door de gemeente opgestelde missie. De gemeente wil open zijn over haar beleidsdoelen en daar invloed op toestaan. De gemeente wil geen algemene kennis binnen halen, maar juist gerichte kennis die een kansrijk project verder kan brengen. De algemene missie wordt als volgt beschreven (Gemeente Oldambt, 2017):

- burgers van alle leeftijden én ondernemers krijgen een samenleving waarbinnen zij zich optimaal kunnen ontplooiën;
- bezoekers worden gastvrij onthaald en het verblijf wordt tot een unieke beleving gemaakt;
- met anderen wordt samengewerkt op basis van eigen initiatief, eigen kracht en eigen kwaliteit.

2.1.2.2 Visie

De gemeente Oldambt heeft als visie om over tien jaar een gemeente te zijn met een zelfstandig en zelfbewust imago, een b(l)oeiende watercultuur, een toegankelijk, gastvrij en gezond gebied, noordelijke tuin en een plek van bijkomen, schakel in groene kustgemeenten, herkenbare oorspronkelijkheid in stad en land, robuuste natuur, stadskracht en sterkte *dorp(slint)*, sociaal innovatief, zorgzaam en veilig, regionale woonkwaliteit, een dynamische starters- en pionierseconomie en een levendig, eigenwijs cultuur- en kunstaanbod (Gemeente Oldambt, 2017).

2.1.2.3 Externe opdrachtgever

Vanuit de gemeente Oldambt, waar Winschoten onder valt, is er interesse naar onderzoek dat zich richt op maatregelen die er genomen kunnen worden zodat de *warenmarkt active ageing* stimuleert en bezoekers (blijft) trek(t)ken naar de *warenmarkt* en de binnenstad van Winschoten. Volgens experts gaan steeds minder bewoners van Winschoten naar het centrum om een dag te winkelen (Heesterbeek, 2017). De *warenmarkt* is in tien jaar tijd gekrompen van 45 kramen naar 17 kramen nu (Davids, 2017). Dit komt volgens experts niet alleen door de *vergrijzing en krimp* in Oldambt, maar ook door de *vergrijzing van kraamhouders*. De *kraamhouders* stoppen op een bepaalde leeftijd en de instroom van jonge

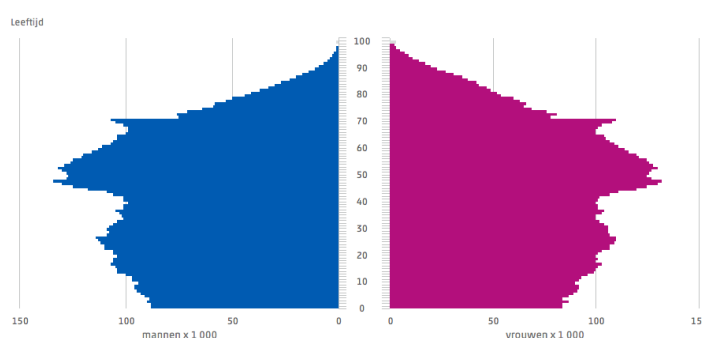
kraamhouders blijft achter (Komies, 2017). De *krimp* van het aantal kramen zorgt ervoor dat minder mensen de *warenmarkt* in Winschoten bezoeken, omdat er minder aanbod is. Door de vermindering van het aantal bezoekers op de *warenmarkt* in Winschoten is de gemeente benieuwd naar de maatregelen die getroffen kunnen worden zodat de *warenmarkt active ageing* stimuleert. Hier is de gemeente benieuwd naar, omdat een 'goede' *warenmarkt* op het gebied van *active ageing* ervoor kan zorgen dat mensen van alle leeftijden kunnen (blijven) komen. De notulen van het hele gesprek met de gemeente staan in Bijlage V.

2.2 Actuele ontwikkelingen krimp en vergrijzing

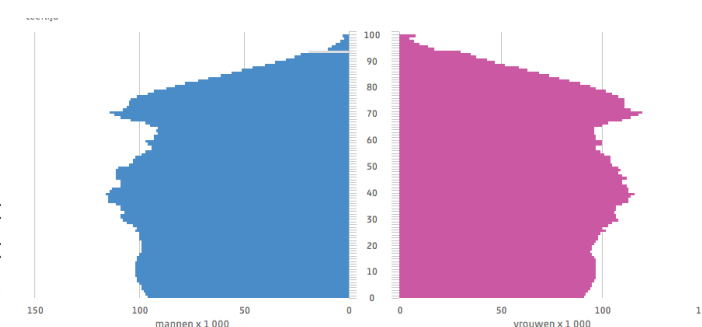
Om een beeld te geven over *krimp en vergrijzing* wordt eerst op *macroniveau* gekeken naar *krimp en vergrijzing*, waarna er wordt ingezoomd op de *krimp en vergrijzing* in de gemeente Oldambt. Deze paragraaf is geschreven om de verschillen in de cijfers omtrent *krimp en vergrijzing* tussen Nederland en Oldambt duidelijk te maken. In subparagraaf 2.3.2 is ervoor gekozen om cijfers te gebruiken van de gemeente Oldambt en niet van Winschoten. Hiervoor is gekozen omdat deze actueler zijn dan de cijfers van Winschoten op het gebied van *krimp en vergrijzing*.

2.2.1 Nederland

In Nederland is een structurele demografische trend gaande van continue *vergrijzing*. In 1950 was nog minder dan 8 procent van de bevolking 65 jaar of ouder. Het Planbureau voor de Leefomgeving en het Centraal Bureau voor de Statistiek veronderstellen dat dit percentage in 2040 stijgt naar 27 procent (PLB/CBS, 2016). In figuur 1 is de prognose te vinden van de *leeftijdsopbouw* in Nederland in 2017 (CBS, 2016). In figuur 2 is de prognose te vinden van de *leeftijdsopbouw* in Nederland in 2040 (CBS, 2016). De trend in de verandering van de *leeftijdsopbouw* is goed te zien als deze twee figuren worden vergeleken. De *vergrijzing* geldt voor alle regio's in Nederland. Er zijn echter wel verschillen waarneembaar in het tempo van *vergrijzing*. In *krimpgebieden* is de *vergrijzing* het sterkst waarneembaar. Volgens de Rijksoverheid komt dit doordat er in *krimpgebieden*, minder kinderen worden geboren en gezinnen met kinderen, jongeren en hoogopgeleiden naar grotere steden trekken (Rijksoverheid, sd). De Randstad en enkele steden daarbuiten zijn in de afgelopen twintig jaar minder sneller vergrijsd dan de randen van Nederland (PLB/CBS, 2016). Aan de rand van Nederland ligt de gemeente Oldambt. In de volgende subparagraaf wordt duidelijk waar de gemeente Oldambt gelegen is en staan de cijfers van de gemeente Oldambt omtrent *krimp en vergrijzing* centraal.



Figuur 1. Prognose leeftijdsopbouw Nederland 2017 (CBS, 2016)



Figuur 2. Prognose leeftijdsopbouw Nederland 2040 (CBS, 2016)

2.2.2 Oldambt

In de provincie Groningen ligt de fusiegemeente Oldambt. De gemeente Oldambt is in 2010 ontstaan na een samenvoeging van Scheemda, Winschoten en Reiderland (Provincie Groningen, 2017). De gemeente Oldambt is gelegen in het oostelijke deel van de Provincie Groningen. In Figuur 3 is te zien waar de gemeente ligt in de provincie (Google Earth, 2017). De gemeente Oldambt omvat de stad Winschoten, 14 dorpen en 29 buurtschappen (Plaatsengids, 2017). In Bijlage II is in kaart gebracht waar Winschoten en de 14 dorpen die onder de gemeente Oldambt vallen gevestigd zijn (Google Earth, 2017). In de provincie Groningen zijn er drie gebieden waar *krimp* merkbaar is. Hieronder staat per gebied beschreven welke gemeente(n) er onder het betreffende gebied val(len)t. (Provincie Groningen, 2017):



Figuur 3. De gemeente Oldambt in de provincie Groningen (Google Earth, 2017)

-DEAL-gemeenten

(Delfzijl, Eemsmond, Appingedam en Loppersum)

-Oost-Groningen

(Bellingwedde, Menterwolde, Pekela, Oldambt, Stads kanaal, Veendam en Vlagtwedde)

-Gemeente de Marne

(de Marne)

Volgens de gemeente Oldambt, waar Winschoten onder valt, is het zorgwekkend voor de toekomst dat het aantal geboorten stagneert in Oost-Groningen. Hierdoor zal het inwonersaantal de komende jaren verder afnemen. De *krimp* in de gemeente Oldambt is goed te zien in Tabel 1 (CBS, 2017). Hierin is te zien dat het aantal mensen dat in de gemeente Oldambt woont afneemt, met als uitzondering de periode februari 2015. De reden voor deze uitzondering is niet bekend.

Het *vergrijzen* van de gemeente Oldambt is al een tijd gaande (Gemeente Oldambt, sd). In Tabel 2 (SPB, 2016) is te zien dat de gemiddelde leeftijd in Oldambt 45,1 jaar is. In Nederland is dit gemiddelde 41,5 jaar. Het duidelijkst is de *vergrijzing* terug te zien bij de *grijze druk* in Oldambt in Tabel 3 (CBS, 2017). Gemiddeld is het percentage in Nederland van de *grijze druk* van 65-plussers ten opzichte van 20-64-jarigen, 30,6 procent. In Oldambt is het percentage van de *grijze druk* van 65-plussers ten opzichte van 20-64-jarige, 40,5 procent. Deze cijfers onderstrepen duidelijk het feit dat de gemeente Oldambt te kampen heeft met *krimp én vergrijzing*. In de volgende paragraaf wordt de link tussen de *krimp én vergrijzing en active ageing* verduidelijkt en wordt beschreven wat de invloed kan zijn van *active ageing*.

Regio's	Onderwerpen	Perioden	2002 februari	2005 februari	2010 februari	2015 februari	2016 februari*	2017 februari*
Oldambt	Bevolkingsontwikkeling	Bevolkingsgroei			-2	9	-2	-21
		Bevolking aan het einde van de periode			39 502	38 426	38 201	38 110

Tabel 1. Bevolkingsontwikkeling Oldambt (CBS, 2017)

	Gemiddelde leeftijd bevolking totaal
Gemeente Oldambt	45,1
Nederland	41,5

Tabel 2. Gemiddelde leeftijd bevolking (SPB, 2016)

Regio's	Perioden	Totale druk	Groene druk	Grijze druk
		%		
Nederland	2015	67,9	38,0	29,9
	2016	68,5	37,9	30,6
	2017			
Oldambt	2015	75,0	35,8	39,2
	2016	76,0	35,5	40,5
	2017			

Tabel 3. Demografische druk Oldambt (CBS, 2017)

2.3 Active Ageing

Door de toenemende *grijze druk* in de gemeente Oldambt van 65-plussers ten opzichte van 20-64-jarige kan *active ageing* een belangrijke rol spelen op de *warenmarkt* in Winschoten, het is immers belangrijk dat mensen naarmate ze ouder worden actief kunnen blijven participeren in een samenleving (WHO, 2002). De rijksoverheid spreekt zelfs over een demografische transitie in heel Nederland die grote invloed zal hebben op de samenleving en dat beleidsthema's als bijvoorbeeld huisvesting, infrastructuur en mobiliteit vragen om een nieuwe kijk waarbij rekening gehouden moet worden met *vergrijzing* (Active ageing Nederland, n.d.). Hoewel *active ageing* zich niet specifiek richt op ouderen, maar op iedereen die ouder wordt, hebben mensen die nu beperkt zijn om te participeren in de samenleving de meeste baat bij *active ageing* (WHO, 2002).

In de literatuur zijn er meerdere definities van het woord '*active ageing*' te vinden. In dit onderzoek is de definitie die gebruikt wordt: '*Active ageing* is het optimaliseren van de mogelijkheden voor gezondheid, participatie en veiligheid met het oog op de kwaliteitsverbetering van het leven naarmate mensen verouderen (WHO, 2002)'. Er is voor deze definitie gekozen, omdat dit de definitie is die de World Health Organization hanteert en de WHO een checklist heeft ontwikkeld om *active ageing* meetbaar te maken. Deze checklist staat in het rapport "Global Age-friendly Cities: A Guide" en wordt in dit onderzoek gebruikt als instrument (WHO, 2007). Het gebruiken van dezelfde definitie als het WHO komt bij gebruik van de checklist van het WHO de *validiteit* van het onderzoek ten goede.

Om naast een definitie inhoud te geven aan het begrip *active ageing* heeft de World Health Organization een figuur (WHO, 2002) opgesteld met factoren die invloed hebben op *active ageing*. Deze figuur staat in Bijlage III (WHO, 2002). Factoren die invloed hebben op *active ageing* hangen samen met: geslacht, cultuur, gezondheid en sociale voorzieningen, gedragingen, persoonlijke factoren, de fysieke omgeving, de sociale omgeving en economische factoren (WHO, 2002). Deze factoren zijn belangrijk om te benoemen, omdat er in het onderzoek naar de *warenmarkt* in Winschoten, met als speerpunt *active ageing*, vooral gekeken wordt naar de fysieke omgeving en de sociale omgeving. Er is voor deze twee factoren gekozen, omdat deze gezien het tijdsbestek en het onderwerp van het onderzoek -de *warenmarkt* in Winschoten- het beste toepasbaar zijn. De andere factoren die invloed hebben op *active ageing* richten zich meer op persoonlijke situaties en niet of minder op één specifieke omgeving en zijn daardoor minder toepasbaar op het onderzoeksobject de *warenmarkt* in Winschoten. Hieronder staat wat voor effect een fysieke- en sociale omgeving heeft volgens het WHO. In Bijlage IV staat een uiteenzetting van alle factoren die invloed hebben op *active ageing*. Er is tot op heden nog geen onderzoek verricht naar de invloed van een *warenmarkt* op *active ageing*.

2.3.1 Fysieke omgevingen

Fysieke omgevingen die leeftijdsvriendelijk zijn kunnen het verschil maken tussen onafhankelijkheid en afhankelijkheid voor alle personen, maar zijn van bijzonder belang voor ouderen. Een voorbeeld hiervan zijn oudere mensen die in een onveilige omgeving of gebied met meerdere fysieke barrières wonen. Zij hebben minder kans om uit hun situatie te komen en meer kans op isolement, depressie, verminderde conditie en een toename van mobiliteitsproblemen (WHO, 2002). Dit betekent voor het onderzoek dat de directe fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten wordt onderzocht, maar ook de gewenste fysieke omgeving. In hoofdstuk drie wordt uitleg gegeven over hoe de fysieke omgeving onderzocht wordt en wat er onder de fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten valt in dit onderzoek.

2.3.2 Sociale omgevingen

Sociale steun, kansen op onderwijs, vrede en bescherming tegen geweld en misbruik zijn belangrijke factoren in de sociale omgeving, die de gezondheid, participatie en veiligheid als mensen ouder worden verbeteren. Eenzaamheid, sociaal isolement, analfabetisme en een gebrek aan onderwijs, misbruik en blootstelling aan conflictsituaties zorgen voor een sterke toename van risico's voor ouderen en gehandicapten (WHO, 2002). Dit betekent voor het onderzoek dat er gekeken wordt naar de sociale omgeving op de *warenmarkt* in Winschoten. Het is gezien het tijdsbestek onmogelijk om alle punten van de sociale omgevingen van de WHO te onderzoeken. In hoofdstuk drie wordt uitleg gegeven over hoe de sociale omgeving onderzocht wordt en wat er onder de sociale omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten valt in dit onderzoek. Na deze verduidelijking van het begrip *active ageing* wordt er in de volgende subparagraaf ingegaan op de ontwikkelingen van *warenmarkten* in Nederland en de ontwikkeling van de *warenmarkt* in Winschoten. Hier wordt ook de link gelegd tussen *active ageing* en de *warenmarkt*.

2.4 Ontwikkelingen warenmarkten

Gezien het tijdsbestek van dit onderzoek wordt er gekeken naar één activiteit in het leven van de bewoners van Winschoten waarin *active ageing* een belangrijke rol speelt en/of kan spelen. Er is gekozen voor de *warenmarkt* in Winschoten, omdat dit een goed voorbeeld is van een *warenmarkt* in een gebied dat te maken heeft met *krimp* én *vergrijzing* en de uitkomsten van dit onderzoek wellicht ook bij *warenmarkten* in andere *krimpgebieden* kunnen worden gebruikt. De term '*warenmarkt*' wordt door brancheorganisatie Centrale Vereniging voor de *Ambulante Handel* beschreven als een op een bepaalde dag terugkerende markt waar vanuit kramen, verkoopwagens en grondplaatsen detailhandel wordt bedreven (CVAH, 2017). Er zijn verschillende soorten markten, maar in dit onderzoek wordt uitgegaan van een wekelijks terugkomende fysieke markt waar food en non-food kramen aanwezig zijn. Om een beeld te geven over de *warenmarkt* wordt in deze paragraaf eerst op *macroniveau* gekeken naar de ontwikkelingen van *warenmarkten* waarna er wordt ingezoomd op de ontwikkeling van de *warenmarkt* in Winschoten.

2.4.1 Warenmarkten Nederland

De *warenmarkt* is de belangrijkste vorm van *ambulante handel*. Onder *ambulante handel* vallen alle detailhandelsondernemingen die de verkoop van consumptiegoederen aan particulieren als hoofdfunctie hebben. *Ambulante handelaren* verkopen vanuit een marktkraam, verkoopwagen, standplaats op de openbare weg of vanuit een vaartuig (CVAH, 2017). Iets minder dan tweederde van de *ambulante handelaren* heeft een plaats op de *warenmarkt*. In 2016 waren er 25.473 mensen aan het werk in de *ambulante handel* en was de omzet 1.94 miljard euro (Detailhandel.info, 2017). De omzet van de *ambulante handel* staat echter wel onder druk. In Tabel 4 (CBS, 2017) is te zien dat vanaf 2014 de landelijke omzet in het eerste kwartaal jaarlijks daalt ten opzichte van het jaar ervoor met uitzondering van het eerste kwartaal in 2015. De reden voor deze uitzondering is niet bekend. Er is gekozen voor een vergelijking van het eerste kwartaal, om het cijfer van de omzet van 2017 ook in de vergelijking te verwerken.

Perioden	2013 1e kwartaal	2014 1e kwartaal	2015 1e kwartaal	2016 1e kwartaal	2017 1e kwartaal
Bedrijfstakken/branches	478 Markthandel	478 Markthandel	478 Markthandel	478 Markthandel	478 Markthandel
Waarde	%				
	.	-11,1	4,1	-2,6	-5,3

Tabel 4. Landelijke omzetcijfers ambulante handel t.o.v. het jaar ervoor (CBS, 2017)

Uit eerder onderzoek naar ontwikkelingen van *warenmarkten* in Nederland is gebleken dat de verwachting is, dat er in Nederland in de toekomst meer formules/ketens op de *warenmarkten* te vinden zullen zijn. Formules/ketens hebben een grote aantrekkingskracht op de consument. Zij hebben vaak meer budget om grootschalig te adverteren en kunnen vaak flexibeler met personeel en middelen omgaan. De verwachting is wel dat de zelfstandige kraamhouder de spil blijft van de aantrekkelijkheid van de markt, omdat formules/ketens de *warenmarkt* 'versaaïen'. (HBD/CVAH, 2015).

Boeren en tuinders zullen ook steeds vaker op een *warenmarkt* te vinden zijn, omdat de vraag naar de producten die zij verkopen steeds groter wordt. De verwachting is ook dat de *warenmarkten* in het centrum van een stad/dorp nauw betrokken zullen blijven met de gemeente. De gemeente zal als beheerder van de openbare ruimte een centrale rol blijven spelen. Wel wordt er verwacht dat de organisatie van *warenmarkten* meer op een private basis (kunnen) plaatsvinden. Een (private) manager van een *warenmarkt* kan onder andere eisen stellen aan de (kwaliteit van) *kraamhouders* en de kwaliteit van het assortiment op de *warenmarkt* (HBD/CVAH, 2015).

Op dit moment is branchevervaging op de *warenmarkt* een geaccepteerde trend, maar de verwachting is dat in de toekomst marktkramen zich weer gaan richten/specialiseren op één branche. Er staan nu vaak te veel *kraamhouders* op de *warenmarkt* die dezelfde producten verkopen en elkaar (onnodig) beconcurreren. Naar verwachting gaan ook steeds meer organisaties en instanties de *warenmarkt* gebruiken om dichterbij de klant, burger of bewoner te komen. Er kan gedacht worden aan verschillende partijen zoals woningcorporaties, buurtverenigingen, zorginstanties, verzekeraars, gemeentelijke diensten of andere dienstverleners. Naast het geven van informatie van deze verschillende partijen kunnen er bijvoorbeeld ook spreekuren worden ingesteld. De maatschappelijke functie van een *warenmarkt* wordt op deze manier uitgebreid (HBD/CVAH, 2015).

2.4.2 Winschoten

De gemeente Oldambt heeft twee *warenmarkten*, één in Scheemda en één in Winschoten (Davids, 2017). In dit onderzoek wordt de *warenmarkt* in Winschoten bedoeld, omdat na gesprekken met de opdrachtgevers duidelijk is geworden, dat er behoefte is naar onderzoek dat zich richt op de *warenmarkt* in Winschoten. De *warenmarkt* in Winschoten vindt elke zaterdag plaats van 10:00-17:00 in de straat Venne en de doorsteek van Burgemeester Schönfeldplein naar Venne (Gemeente Oldambt, 2017). In het hoofdstuk Resultaten staat een gedetailleerde tekening waarop de locatie van de markt te zien is. Tien jaar geleden stonden er op de *warenmarkt* in Winschoten nog rond de 45 kramen, nu staan er nog 17 kramen (Davids, 2017). Een belangrijke reden hiervoor is het gebrek aan instroom van jongeren op de *warenmarkt*. Als *kraamhouders* met pensioen gaan is er vaak geen opvolger aanwezig om de taken over te nemen (Komies, 2017). Vanuit de gemeente is er de wens deze achteruitgang tegen te gaan en om de *warenmarkt* groter te maken. Het tegengaan van de achteruitgang en het vergroten van de *warenmarkt* is een wens om de aantrekkelijkheid van de *warenmarkt* en de binnenstad te vergroten. Ook wordt bij de gemeente nagedacht over het verplaatsen van de markt van de Venne naar de Bosstraat. De reden hiervoor is dat er in de Bosstraat ook een ijssalon, pizzeria en diverse terrassen aanwezig zijn. De *warenmarkt* in Winschoten trekt door de locatie van Winschoten ook veel Duitse bezoekers (Heesterbeek, 2017). De gemeente heeft aangegeven meer bezoekers naar de markt te willen trekken en benieuwd te zijn naar de uitkomsten van dit onderzoek. Na alle voorgaande inzichten in de materie wordt er in de volgende paragraaf een conclusie beschreven naar aanleiding van de complete probleemanalyse.

2.5 Conclusie probleemanalyse

Uit voorgaande probleemanalyse blijkt dat de interesse naar dit onderzoek vanuit Kenniscentrum NoorderRuimte wordt gedeeld door de gemeente Oldambt. Kenniscentrum NoorderRuimte wil weten op welke wijze *warenmarkten* in *krimpgemeenten* kunnen bijdragen aan actieve participatie van bewoners, ongeacht hun leeftijd en geacht eventuele beperkingen.

Gezien het tijdsbestek van dit onderzoek wordt er gekeken naar één activiteit in het leven van de bewoners van Winschoten waarin *active ageing* een belangrijke rol speelt en/of kan spelen. *Active ageing* is het optimaliseren van de mogelijkheden voor gezondheid, participatie en veiligheid met het oog op de kwaliteitsverbetering van het leven naarmate mensen verouderen (WHO, 2002). Er is gekozen voor de *warenmarkt* in Winschoten, omdat dit een goed voorbeeld is van een *warenmarkt* in een gebied dat te maken heeft met *krimp* én *vergrijzing* en de uitkomsten van dit onderzoek wellicht ook bij *warenmarkten* in andere *krimpgebieden* kunnen worden gebruikt.

Active ageing in combinatie met *warenmarkten* is nog niet onderzocht en er kunnen uit het onderzoek uitkomsten komen waardoor de gemeente Oldambt specifieke handreikingen krijgt om *active ageing* op de *warenmarkt* in Winschoten te stimuleren. De gemeente Oldambt is geïnteresseerd in een onderzoek waarin duidelijk wordt welke maatregelen er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert en bezoekers (blijft) trek(t)(ken) naar de *warenmarkt* en de binnenstad van Winschoten. De gemeente Oldambt heeft namelijk te maken met een steeds kleiner wordende markt. Het krimpen van de *warenmarkt* in Winschoten speelt al ongeveer tien jaar. In tien jaar tijd is het aantal kramen van 45 naar 17 kramen gegaan (Davids, 2017). Als er niks gebeurt is het mogelijk dat de *warenmarkt* in Winschoten nog verder krimpt en er door deze *krimp* minder bezoekers naar de *warenmarkt* komen. Dit heeft een negatief effect op de *active ageing* in Winschoten. De uittrekking van *kraamhouders* die met pensioen gaan is een groot probleem, omdat er te weinig instroom van jongeren op de *warenmarkt* is (Komies, 2017). Door de vermindering van het aantal kramen, is het assortiment van de *warenmarkt* ook kleiner geworden (Komies, 2017).

Het onderzoek richt zich voornamelijk op de fysieke en de sociale omgeving van de markt. Hiervoor is gekozen gezien het tijdsbestek en de aard van een *warenmarkt* (WHO, 2002). Het probleem *krimp* speelt niet alleen in Winschoten; er zijn alleen al in de provincie Groningen twaalf gemeenten die te maken hebben met *krimp* én *vergrijzing* (Provincie Groningen, 2017).

2.6 Probleembeschrijving

Vanuit de probleemanalyse en de bijbehorende conclusie zijn in deze paragraaf de verschillende doelstellingen van de opdrachtgevers van dit onderzoek, de probleemstelling en de deelvragen van het onderzoek beschreven.

2.6.1 Doelstellingen opdrachtgevers

Kenniscentrum NoorderRuimte verzamelt kennis en gebruikt/deelt deze kennis waar nodig. De kennis die wordt opgedaan met dit onderzoek wordt gebruikt om advies te geven aan de Gemeente Oldambt -waar Winschoten onder valt- en kan gebruikt worden voor vervolgonderzoek. Het Kenniscentrum NoorderRuimte wil met dit onderzoek informatie verzamelen waarin duidelijk wordt op welke wijze *warenmarkten* in *krimpgebieden* kunnen bijdragen aan actieve participatie van bewoners, ongeacht hun leeftijd en eventuele beperkingen. Het doel van de gemeente Oldambt is, dat de gemeente wil weten welke maatregelen er genomen kunnen worden zodat de *warenmarkt* *active ageing* stimuleert en er hierdoor meer bezoekers naar de *warenmarkt*/binnenstad van Winschoten komen.

2.6.2 Doelstelling onderzoek

Het doel van dit onderzoek is het beschrijven van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert.

2.6.3 Centrale vraag

De probleemstelling die bij de doelstelling van het onderzoek hoort is de volgende:

Welke maatregelen moeten er genomen worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert? Deze probleemstelling is een adviserende vraag. Het is een adviserende vraag omdat er suggesties uit de probleemstelling voortvloeien waaruit de lezer zelf een keuze kan maken. (Rijksuniversiteit Groningen, 2016).

2.6.4 Deelvraag 1: Hoe ziet de situatie omtrent bezoekers en kramen eruit op de warenmarkt in Winschoten?

Om een beeld te krijgen van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert is het belangrijk om de situatie omtrent bezoekers en het aanbod van (gewenste) kramen op de *warenmarkt* in kaart te brengen. In hoofdstuk 3 is deze deelvraag onderverdeeld in drie onderzoeksvragen om aan te duiden welke onderdelen van de *warenmarkt* worden onderzocht.

2.6.5 Deelvraag 2: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de fysieke omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit?

Voor deze deelvraag wordt er onderzocht hoe de (gewenste) fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten eruit ziet. Er is gekozen voor deze deelvraag, omdat de WHO een checklist heeft opgesteld om *active ageing* te toetsen. De fysieke omgeving is een van de factoren waarvan de WHO aangeeft dat deze een belangrijke rol kan spelen op het gebied van *active ageing*. Gezien de aard van een *warenmarkt* is het in kaart brengen van de fysieke omgeving van de *warenmarkt* van belang voor het onderzoek. Deze deelvraag is onderverdeeld in twee onderzoeksvragen, die terug zijn te vinden in hoofdstuk 3. Deze twee onderzoeksvragen zijn geformuleerd om een duidelijk beeld te geven over de huidige fysieke omgeving van de *warenmarkt* en de gewenste fysieke omgeving van de *warenmarkt*. Er is gekozen om de fysieke omgeving van de *warenmarkt* te onderzoeken, omdat fysieke omgevingen die leeftijdsvriendelijk zijn het verschil kunnen maken tussen onafhankelijkheid en afhankelijkheid voor alle personen, maar in het bijzonder voor ouderen (WHO, 2002).

2.6.6 Deelvraag 3: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de sociale omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit?

Voor deze deelvraag wordt er onderzocht hoe de (gewenste) sociale omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten eruit ziet. De sociale omgeving is een van de factoren waarvan de WHO aangeeft dat deze factor een belangrijke rol kan spelen op het gebied van *active ageing*. Gezien de aard van een *warenmarkt* is het in kaart brengen van de sociale omgeving van de *warenmarkt* van belang voor het onderzoek. Deze deelvraag is onderverdeeld in twee onderzoeksvragen, die terug zijn te vinden in hoofdstuk 3. Deze twee onderzoeksvragen zijn geformuleerd om een duidelijk beeld te geven over de sociale omgeving van de *warenmarkt* en de gewenste sociale omgeving van de *warenmarkt*. Er is gekozen om de sociale omgeving van de *warenmarkt* te onderzoeken, omdat sociale steun en een gevoel van veiligheid risico's als eenzaamheid en sociaal isolement kunnen voorkomen (WHO, 2002).

H3 Onderzoeksmethode

3.1 Onderzoeksmethode per onderzoeksvraag

In dit hoofdstuk wordt beschreven waarom de onderzoeksvragen zijn geformuleerd bij de deelvragen en welke onderzoeksmethode hier het beste bij aansluit. Per onderzoeksvraag wordt er uitleg gegeven over de toepaste onderzoeksmethode. Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van *kwalitatief onderzoek*. Hiervoor is gekozen, omdat er niet naar een *causaal verband* gezocht is en deze benadering open en flexibel is. Bij *kwalitatief onderzoek* worden *onderzoekseenheden* in de omgeving als geheel onderzocht en dit is passend voor dit onderzoek, omdat de *onderzoekseenheden* in de omgeving van de *warenmarkt* zijn onderzocht (Verhoeven, Wat is onderzoek? , 2011). In dit onderzoek zijn de *onderzoekseenheden* de 65-plussers die een bezoek brengen aan de binnenstad van Winschoten. Hoewel *active ageing* zich niet specifiek richt op ouderen, maar op iedereen die ouder wordt, hebben mensen die nu beperkt zijn om te participeren in de samenleving de meeste baat bij *active ageing* (WHO, 2002).

3.1.1 Deelvraag 1: Hoe ziet de situatie omtrent bezoekers en kramen eruit op de warenmarkt in Winschoten?

1. Wie zijn de bezoekers van de warenmarkt?
2. Welke kramen staan er op de warenmarkt?
3. Welke kramen zijn er gewenst op de warenmarkt?

1. Wie zijn de bezoekers van de warenmarkt?

Passende onderzoeksmethode: *participerende observatie*, interview *marktmeester* en –*kraamhouder*

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden is ervoor gekozen om allereerst een ongestructureerde, onverhulde *participerende observatie* uit te voeren (Nel Verhoeven, 2011). Hiervoor is gekozen, omdat zich de mogelijkheid heeft voorgedaan om met dhr. Komies, *marktmeester* van de *warenmarkt* in Winschoten, een dag mee te draaien in zijn functie als *marktmeester*. Door mee te lopen op de *warenmarkt* in Winschoten was het mogelijk om als onderzoeker een beeld te krijgen van de bezoekers en de *warenmarkt* in Winschoten op het moment van observeren. Een *participerende observatie* is passend voor deze onderzoeksvraag, omdat deze onderzoeksvraag zich hiervoor leent, het een observatievraag is en omdat automatisch het gedrag van bezoekers werd geobserveerd. Dit is voor het onderzoek interessant, omdat voor de beantwoording van deelvraag 3 het gedrag van de bezoekers juist belangrijk is. Alleen een ongestructureerde, onverhulde *participerende observatie* was voor beantwoording van deze onderzoeksvraag niet genoeg om de betrouwbaarheid van de uitkomsten van deze onderzoeksvraag te waarborgen. Om subjectiviteit zoveel mogelijk te voorkomen en de betrouwbaarheid te verhogen is er na de *participerende observatie* een interview gehouden met dhr. Komies. Door zijn ervaring weet hij wat er speelt op de *warenmarkt* in Winschoten en wie de bezoekers zijn. Om de expertise van dhr. Komies kracht bij te zetten staat in Bijlage VII beschreven wat de werkzaamheden van een *marktmeester* zijn en wordt duidelijk waarom dhr. Komies als expert kan worden gezien in dit onderzoek. Dhr. Komies bezoekt in zijn vrije tijd ook andere *warenmarkten* vanuit interesse en om deze te vergelijken met de *warenmarkt* in Winschoten. Door zijn werkzaamheden, ervaring en kennis op het gebied van *warenmarkten* kan hij een expert worden genoemd. Ook heeft er een interview plaatsgevonden met een *kraamhouder* van de *warenmarkt* in Winschoten om ook de situatie vanuit het perspectief van een *kraamhouder* in het onderzoek mee te nemen. De *kraamhouder* wenst voor dit onderzoek anoniem te blijven en zal daarom niet bij naam genoemd worden. Voor het interview met dhr. Komies en de *kraamhouder* is gebruik gemaakt van een half gestructureerd interview (Nel Verhoeven, 2011). Er is gekozen om gebruik te maken van een half gestructureerd interview, omdat dhr. Komies en de *kraamhouder* juist door hun ervaring

antwoord konden geven op deze onderzoeksvraag en aanvullende informatie beschikbaar hadden. Door het interview half gestructureerd te houden konden dhr. Komies en de kraamhouder naast het antwoord geven op deze onderzoeksvraag meer informatie geven die bruikbaar is voor dit onderzoek. Hieronder staan de vragen die aan zowel dhr. Komies als de kraamhouder zijn gesteld:

- Welke doelgroepen bezoeken de warenmarkt in Winschoten het meeste?
- Wat kenmerkt voor u deze doelgroepen?

2. Welke kramen staan er op de warenmarkt?

Passende onderzoeksmethode: observatie

Zoals in de eerste onderzoeksvraag van deze deelvraag is er voor beantwoording van deze onderzoeksvraag eveneens gebruik gemaakt van observatie (Nel Verhoeven, 2011). Tijdens de *participerende observatie*, zoals beschreven bij de eerste onderzoeksvraag van de eerste deelvraag, was het mogelijk om direct te observeren welk aanbod van kramen er staat op de *warenmarkt* in Winschoten. Door inzichtelijk te maken wat het aanbod van kramen op de *warenmarkt* is was het mogelijk de onderzoeksvraag te beantwoorden. Het in kaart brengen van het verschillende aanbod van kramen zorgt ervoor dat de indeling van de *warenmarkt* voor dit onderzoek inzichtelijker en overzichtelijker wordt.

3. Welke kramen zijn er gewenst op de warenmarkt?

Passende onderzoeksmethode: interview bezoekers, interview *marktmeester* en *-kraamhouder*

Door na de observatie half gestructureerd interviews af te nemen van de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten is duidelijk geworden wat de bezoekers belangrijk vinden aan het kraamaanbod van de *warenmarkt*. Uit de antwoorden van deze interviews zijn maatregelen voortgevloeid die de *warenmarkt* kan gebruiken om *active ageing* te stimuleren. Hoewel *active ageing* zich niet specifiek richt op ouderen, maar op iedereen die ouder wordt, hebben mensen die nu beperkt zijn om te participeren in de samenleving de meeste baat bij *active ageing* (WHO, 2002). Vanuit dit oogpunt is ervoor gekozen om tien 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten te interviewen. Doordat de *onderzoekseenheden* van dit onderzoek 65-plussers zijn was het niet mogelijk om een a-selectie steekproef te trekken. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een doelgerichte selectie steekproef; de respondenten worden geselecteerd aan de hand van hun leeftijd. Voor het interview werd aan de respondenten gevraagd of zij in de categorie 65-plus vallen. Ook zijn expert en *marktmeester* dhr. Komies en een kraamhouder geïnterviewd voor beantwoording van deze onderzoeksvraag. Door hun ervaringen weten zij waar behoefte aan is vanuit de bezoekers op het gebied van het kraamaanbod op de *warenmarkt*. Er is gekozen voor het houden van een half gestructureerd interview omdat er bij dit onderwerp ook eigen inbreng moest kunnen zijn van de respondenten en de onderzoeker zich bij een half gestructureerd interview flexibel op kan stellen en kan inspelen op de situatie (Verhoeven, 2011). De vragen die aan de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten voor beantwoording van deze onderzoeksvraag zijn gesteld zijn zo open mogelijk geformuleerd. Hiervoor is gekozen, zodat de respondenten op deze manier de vraag zelf kunnen betrekken op de fysieke en/of de sociale omgeving. In het hoofdstuk Resultaten staan de uitkomsten van deze vragen. Hieronder staan de vragen die betrekking hebben op deze onderzoeksvraag:

- Wat zou u graag toevoegen op de markt?
- Wat zou u graag anders zien op de markt?

De aanvullende vragen die aan zowel dhr. Komies als de kraamhouder zijn gesteld zijn:

- Wat hoort u van bezoekers over het kraamaanbod van de markt?
- Welke kramen zou u graag toevoegen op de markt en waarom?

3.1.2 Deelvraag 2: Hoe zien de huidige en gewenste situatie omtrent de fysieke omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit?

Onderzoeksvragen:

1. Hoe ziet de huidige fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?
2. Hoe ziet de gewenste fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?

1.Hoe ziet de huidige fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?

Passende onderzoeksmethode: observatie

Het in kaart brengen van de directe fysieke omgeving van de *warenmarkt* is belangrijk, omdat deze fysieke omgeving bepalend kan zijn voor *active ageing*. Op de checklist van de WHO staan verschillende onderzoekspunten waarop gecheckt kan worden of de fysieke omgeving van de *warenmarkt* stimulerend is voor *active ageing* (WHO, 2007). Het was onmogelijk om de hele WHO-checklist in kaart te brengen, omdat deze veel te uitgebreid is in de context van dit onderzoek. Voor beantwoording van deze onderzoeksvraag is ervoor gekozen om de volgende punten van de WHO-checklist in kaart te brengen: de buitenzitplaatsen, de publieke toiletten, de fietsenstallingen en de parkeergelegenheden. Er is vanwege het tijdbestek gekozen om tijdens de observatie de WHO-checklist toe te passen op de fysieke omgeving. In hoofdstuk 5 staat een plattegrond van het onderzochte gebied, waarin duidelijk wordt welke punten rondom de *warenmarkt* *active ageing* stimuleren. Deze plattegrond geeft ook het gebied/kader aan, waarover iets wordt gezegd in dit onderzoek. Er is voor deze onderzoeksvraag gebruik gemaakt van de vooraf opgestelde WHO-checklist punten tijdens de observatie. Hierdoor is er sprake van een gestructureerde observatie (Verhoeven, 2011).

2.Hoe ziet de gewenste fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?

Passende onderzoeksmethode: interview bezoekers, interview *marktmeester* en *-kraamhouder*

Tijdens de gestructureerde observatie van de vorige onderzoeksvraag is de aanwezigheid onderzocht van de buitenzitplaatsen, de publieke toiletten, fietsenstallingen en de parkeergelegenheden. Er is voor beantwoording van deze onderzoeksvraag gekozen voor half gestructureerde interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten en interviews met de *marktmeester* en een *kraamhouder*. Het was onmogelijk om de hele WHO-checklist aan de respondenten voor te leggen, omdat deze veel te uitgebreid is in de context van dit onderzoek. Er is daarom gekozen om dezelfde WHO-checklist punten als in de vorige onderzoeksvraag aan de respondenten voor te leggen met de volgende vragen:

- Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?
- Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?
- Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?
- Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsenstallingen beschikbaar?

Aan de *marktmeester* en de *kraamhouder* zijn de volgende aanvullende vragen gesteld:

- Wat zou volgens u een goede maatregel kunnen zijn om de markt beter te laten functioneren?
- Wat zou u graag toevoegen op de markt?
- Wat zou u graag anders zien op de markt?

Alle resultaten van de onderzoeksvragen zijn terug te vinden in hoofdstuk 5.

3.1.3 Deelvraag 3: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

Onderzoeksvragen:

1. Hoe ziet de sociale omgeving van de warenmarkt eruit?
2. Hoe ziet de gewenste sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

1.Hoe ziet de huidige sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

Passende onderzoeksmethode: interview bezoekers, interview *marktmeester* en *-kraamhouder*

Er is bij deze onderzoeksvraag gekozen voor het afnemen van half gestructureerde interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, *marktmeester* dhr. Komies en een kraamhouder. De sociale omgeving is een van de factoren waarvan de WHO aangeeft dat deze factor een belangrijke rol kan spelen op het gebied van *active ageing*. Gezien de aard van een *warenmarkt* is het in kaart brengen van de sociale omgeving van de *warenmarkt* van belang voor het onderzoek. Er is gekozen om voor beantwoording van deze onderzoeksvraag naast gebruik te maken van de WHO-checklist, gebruik te maken van half gestructureerde interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, Dhr. Komies en een kraamhouder. Hier is voor gekozen, omdat deze partijen antwoord konden geven op deze onderzoeksvraag vanuit hun eigen perspectief. Door juist deze persoonlijke perspectieven te gebruiken naast de WHO-checklist was het mogelijk een beeld te schetsen van de sociale omgeving van de *warenmarkt*. Doordat de *onderzoekseenheden* van dit onderzoek 65-plussers zijn die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, was het niet mogelijk om een a-selecte steekproef te trekken. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een doelgerichte selecte steekproef; de respondenten werden geselecteerd aan de hand van hun leeftijd. Er is gekozen voor een interview met dhr. Komies en een kraamhouder, omdat deze partijen een belangrijke rol spelen in de sociale omgeving van de *warenmarkt* en zij andere inzichten hebben kunnen geven door de ervaring die zij hebben met bezoekers. Er is gekozen voor het houden van een half gestructureerd interview omdat er bij dit onderwerp ook eigen inbreng moest kunnen zijn van de respondenten en de onderzoeker zich bij een half gestructureerd interview flexibel op kan stellen en kan inspelen op de situatie (Verhoeven, 2011). Ook voor deze vraag is er gebruik gemaakt van de WHO-checklist (WHO, 2007). Het is vanwege het tijdsbestek en de aard van dit onderzoek niet mogelijk om alle sociale factoren in de omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten in kaart te brengen. Er is hierdoor een combinatie gemaakt van de punten van de WHO en bijpassende interviewvragen. Hieronder staan de vragen die aan de bezoekers van de *warenmarkt* zijn gesteld over de sociale omgeving van de *warenmarkt*:

- Waarom gaat u naar de markt?
- Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?
- Voert u tijdens uw bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?
- Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door voldoende straatverlichting en politiecontrole?
- Wordt er informatie verschaft over de activiteiten/ en of evenementen, die op de locatie van de markt plaatsvinden?
- Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen?

Aan de marktmeester en de kraamhouder zijn de volgende vragen gesteld:

- Waarom gaan mensen volgens u naar de markt in Winschoten?
- Wordt er informatie verschaft over de activiteiten/ en of evenementen, die op de locatie van de markt plaatsvinden?
- Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen?
- Wordt er volgens u voldoende reclame gemaakt om bezoekers naar de markt te trekken?

2.Hoe ziet de gewenste sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

Passende onderzoeksmethode: interview bezoekers, interview marktmeester en -kraamhouder

De sociale omgeving speelt volgens de WHO een belangrijke factor op het gebied van *active ageing*. Dit komt omdat een gevoel van veiligheid en sociale steun risico's als eenzaamheid en sociaal isolement kunnen voorkomen (WHO, 2002). Het was belangrijk om de gewenste sociale omgeving van de *warenmarkt* te onderzoeken om een duidelijk beeld te geven over de mogelijkheden die er zijn op het gebied van *active ageing* qua sociale omgeving van de *warenmarkt*. Er is gekozen om voor deze onderzoeksvraag gebruik te maken van half gestructureerde interviews met zowel 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, als met de marktmeester en een kraamhouder, omdat er bij dit onderwerp ook eigen inbreng moest kunnen zijn van de respondenten en de onderzoeker zich bij een half gestructureerd interview flexibel op kan stellen en kan inspelen op de situatie (Verhoeven, 2011). Door voorgaande twee onderzoeksvragen te onderzoeken was het mogelijk antwoord te geven op deelvraag drie. De gestelde interviewvragen bij deze onderzoeksvraag zijn bewust niet gevraagd in de sociale context van deze onderzoeksvraag, zodat de respondenten vanuit hun eigen perspectief antwoord konden geven op de onderstaande vragen zonder een richting in te worden geduwd. Hiervoor is gekozen, omdat de persoonlijke perspectieven van alle respondenten belangrijk zijn voor dit onderzoek en hierdoor de respondent de vragen kon betrekken op wat voor hem/haar belangrijk is. Voor beantwoording van deze onderzoeksvraag zijn zowel de antwoorden op de vragen uit de vorige onderzoeksvraag gebruikt als onderstaande vragen:

- Wat zou u graag toevoegen op de markt?
- Wat wilt u graag anders zien op de markt?

3.2 Validiteit

Het was voor dit onderzoek belangrijk dat ‘we meten wat we wilden meten’. Het is een voordeel dat het onderzoek niet gaat over een maatschappelijk gevoelig onderwerp, de respondenten konden vrij antwoorden. Om de *validiteit* te kunnen waarborgen zijn alle interviewvragen zoveel mogelijk afgebakend. Dit houdt in dat de respondenten wisten wat er in dit onderzoek met de begrippen wordt bedoeld, doordat er tijdens het interview door de interviewer werd gezegd: “hiermee wordt bedoeld”, etc. Door aan de respondenten uitleg te geven over wat er in het onderzoek bedoeld wordt met bepaalde begrippen is er in dit onderzoek gemeten wat er gemeten moest worden. Er is gekozen om vóór het afnemen van alle interviews deze eerst uit te proberen door middel van proefinterviews. Hier is voor gekozen, omdat dit de *validiteit* van het onderzoek ten goede komt en er zo nog ‘fouten’ uit het interview konden worden gehaald (Verhoeven, 2011). Doordat de *onderzoekseenheden* van dit onderzoek 65-plussers zijn die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, was het niet mogelijk om een a-selecte steekproef te trekken. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een doelgerichte selecte steekproef, de respondenten worden geselecteerd aan de hand van hun leeftijd. (Verhoeven, 2011).

3.3 Betrouwbaarheid

Er is bij de interviews gebruik gemaakt van half gestructureerde interviews. De betrouwbaarheid van dit onderzoek is verhoogd door bij het opstellen van de interviewvragen gebruik te maken van zoveel mogelijk *standaardisering*, dit komt de betrouwbaarheid van het onderzoek ten goede (Verhoeven, 2011). Vóórdat de interviews zijn afgenomen, zijn deze eerst getest door middel van proefinterviews. De betrouwbaarheid van de interviews is verhoogd, omdat er naar aanleiding van de uitkomsten van de proefinterviews nog aanpassingen zijn aangebracht in de interviews. (Verhoeven, Wat is onderzoek?, 2011). De gehouden interviews zijn opgenomen met een geluidsrecorder. Hiervoor is gekozen, omdat de interviews op de locatie van de markt hebben plaatsgevonden en het onmogelijk was de gehele informatie die gegeven werd gelijk te verwerken op schrift. Na de interviews gehouden te hebben zijn de antwoorden van de interviews meerdere malen nageluisterd en genoteerd bij de bijbehorende vraag. Ook zijn de aanvullingen die de respondenten hadden bij vragen genoteerd om deze te verwerken in dit onderzoek. De gesloten vragen zijn gecodeerd om te kunnen zien welke antwoorden er per vraag zijn gegeven. De open vragen en de relevante aanvullingen van de respondenten zijn net als de gesloten vragen in de volgende drie hoofdstukken verwerkt. In deze hoofdstukken staat ook de beantwoording van de deelvragen en de onderzoeksvragen. De beantwoording van deze deelvragen en de onderzoeksvragen hebben ertoe geleid dat er in het hoofdstuk Conclusie antwoord gegeven kon worden op de probleemstelling: Welke maatregelen moeten er genomen worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert? De resultaten die uit dit onderzoek voortvloeien kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend, omdat de groep van respondenten die geïnterviewd zijn te klein is om representatieve uitspraken te doen. Wel geven de resultaten in dit hoofdstuk een beeld/idee omtrent bezoekers en productaanbod op de *warenmarkt* in Winschoten.

H4 Onderzoekresultaten deelvraag 1

4.1 inleiding

In dit hoofdstuk zijn de onderzoekresultaten weergegeven die antwoord geven op de deelvraag: Hoe ziet de situatie omtrent bezoekers en productaanbod eruit op de warenmarkt in Winschoten? Deze onderzoekresultaten zijn onderverdeeld in de resultaten van de interviews met de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de resultaten van het interview met marktmeester Jan Komies en de resultaten van het interview met een kraamhouder. Om een kwalitatieve analyse te maken, zijn de interviewvragen gesorteerd per bijpassende onderzoeksvraag; deze sortering staat in het hoofdstuk Onderzoeksmethode. De complete interviews met de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten staan in Bijlage VII, het interview met marktmeester Jan Komies in Bijlage VIII en het interview met een kraamhouder in Bijlage IX. In de paragraaf analyse resultaten worden de onderzoekresultaten samengebracht en worden er verbanden gelegd tussen de uitkomsten van de verschillende onderzoeksvragen en interviews. Hierdoor wordt de eerste deelvraag beantwoord. De resultaten die in dit hoofdstuk naar voren komen kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend, omdat de groep van respondenten die geïnterviewd zijn te klein is om representatieve uitspraken te doen. Wel geven de resultaten in dit hoofdstuk een beeld/idee omtrent bezoekers en productaanbod op de warenmarkt in Winschoten.

4.2 Resultaten

4.2.1 Onderzoeksvraag 1: Wie zijn de bezoekers van de warenmarkt?

Voor beantwoording van deze onderzoeksvraag is ervoor gekozen om de antwoorden uit de interviews met de marktmeester en de standhouder te gebruiken. Hieronder staan de resultaten van deze interviews.

Interview marktmeester Jan Komies

Dhr. Komies geeft aan dat voornamelijk de inwoners van Winschoten en de omliggende dorpen de warenmarkt in Winschoten bezoeken. De bezoekers die komen zijn voornamelijk ouderen die trouwe bezoekers zijn van de warenmarkt in Winschoten.

Interview kraamhouder

Volgens de kraamhouder komen voornamelijk 50-plussers naar de warenmarkt. Kenmerkend voor deze groep is dat deze mensen meer voor de kwaliteit gaan.

4.2.2 Onderzoeksvraag 2: Welke kramen staan er op de warenmarkt?

Om een helder beeld te geven over de kramen die er staan op de warenmarkt is hieronder een verdeling te vinden tussen de food en non-food kramen. Naast het feit dat er 17 kramen op de warenmarkt staan, staat er ook elke zaterdag een draaimolen op de warenmarkt.

Food

Stroopwafelkraam
Vleeswarenkraam
Bakkerskraam
Notenkraam
Groenten-/fruitkraam
2x Kaaskraam
2x Loempiakraam
2x Viskraam
Poelierkraam

Non-food

Sieraden-/tassenkraam
Kunstbloemenkraam
Kledingkraam
Sokkenkraam
Wol-/kaartenkraam

4.2.3 Onderzoeksvraag 3: Welke kramen zijn er gewenst op de warenmarkt?

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden hebben er interviews met de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de marktmeester en een kraamhouder plaatsgevonden. De resultaten van deze interviews staan hieronder.

Interviews 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten

Van de ondervraagden die weleens de warenmarkt in Winschoten bezoekt vindt 60 procent dat de kramen die er momenteel op de warenmarkt in Winschoten staan voldoen en deze groep heeft geen wensen voor andere kramen op de warenmarkt. Van de ondervraagden die weleens de warenmarkt in Winschoten bezoekt heeft 40 procent aangegeven wél wensen te hebben voor andere kramen op de warenmarkt. Als aanvulling wordt er door bezoeker 5 een kraam genoemd die zich specialiseert in olijven, pesto en soortgelijke producten. Bezoeker 10 heeft interesse in een kraam waar producten worden verkocht die gericht zijn op honden/dieren. Door bezoeker 6 is aangegeven, dat deze persoon niet specifiek een bepaalde kraam wenst, maar dat er meer kramen moeten komen zoals vroeger. Bezoeker 6 zegt: “De markt was toen een stuk gezelliger en aantrekkelijker om heen te gaan”.

Interview marktmeester Jan Komies

Er is volgens dhr. Komies vraag vanuit de bezoekers naar onder andere een tuinplantenkraam en een dierenbenodigdhedenkraam. Dhr. Komies zou zelf graag een *standwerker* op de markt willen, omdat deze volgens hem leven én actie op de markt brengt.

Interview kraamhouder

De kraamhouder hoort van bezoekers dat de markt niet meer is zoals vroeger. Een aantal jaren geleden stonden er nog 60 kramen en dit is nu gehalveerd. De kraamhouder zou een olijvenkraam, een vleeswarenkraam en een bloemenkraam toevoegen aan het huidige kraamassortiment.

4.3 Analyse resultaten

In deze paragraaf staat een analyse van de onderzoeksvragen van dit hoofdstuk en de beantwoording van de deelvraag bij dit hoofdstuk: Hoe ziet de situatie omtrent bezoekers en productaanbod eruit op de warenmarkt in Winschoten?

Zowel de marktmeester als de kraamhouder geven aan dat de bezoekers van de warenmarkt in Winschoten vooral ‘oudere’ bezoekers zijn. De marktmeester noemt deze groep: “ouderen die trouwe bezoekers zijn van de warenmarkt in Winschoten zijn” en de kraamhouder noemt deze groep 50-plussers. De marktmeester geeft aan dat voornamelijk de inwoners van Winschoten en de omliggende dorpen de warenmarkt in Winschoten bezoeken.

Op dit moment staan er op de warenmarkt in Winschoten twee kaaskramen, twee loempiakramen, twee viskramen, één stroopwafelkraam, één vleeswarenkraam, één bakkerskraam, één notenkraam, één groenten-/fruitkraam, één wol-/kaartenkraam, één poelierkraam, één sieraden-/tassenkraam, één kunstbloemenkraam, één kledingkraam, één sokkenkraam en één draaimolen.

Van de geïnterviewde 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten heeft 40% aangegeven wensen te hebben voor andere kramen. Er is door bezoeker 5 aangegeven vraag te zijn naar een kraam die zich specialiseert in olijven, pesto en soortgelijke producten. De kraamhouder heeft ook aangegeven dat hij een olijvenkraam zou willen toevoegen aan het huidige kraamassortiment. Vanuit bezoeker 10 blijkt er vraag te zijn naar een kraam waar producten worden verkocht die gericht zijn op honden/dieren. De marktmeester heeft ook deze vraag vanuit bezoekers gekregen naar een kraam die zich richt op dierenbenodigdheden. Door bezoeker 6 is aangegeven, dat deze persoon niet specifiek een bepaalde kraam wenst, maar dat er meer kramen moeten komen zoals vroeger. Bezoeker 6 zegt: “De markt was toen een stuk gezelliger en aantrekkelijker om heen te gaan”. Hieruit kan de conclusie worden getrokken dat er op de warenmarkt in Winschoten behoefte is naar een kraam die zich specialiseert in olijven, pesto en soortgelijke producten en naar een kraam die zich richt op dierenbenodigdheden. De marktmeester en de kraamhouder hebben verder aangegeven dat er ook behoefte is aan een tuinplantenkraam, een *standwerker*, een vleeswarenkraam en een bloemenkraam, maar dit wordt niet bevestigd door de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten.

H5 Onderzoeksresultaten deelvraag 2

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de onderzoeksresultaten weergegeven die antwoord geven op de deelvraag: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de fysieke omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit? Deze onderzoeksresultaten komen voort uit een observatie en interviews. De interviewresultaten zijn onderverdeeld in de resultaten van de interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de resultaten van het interview met marktmeester Jan Komies en de resultaten van het interview met een kraamhouder. Om een kwalitatieve analyse te maken, zijn de interviewvragen gesorteerd per bijpassende onderzoeksvraag, deze sortering staat in het hoofdstuk Onderzoeksmethode. De complete interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten staan in Bijlage VII, het interview met marktmeester Jan Komies in Bijlage VIII en het interview met een kraamhouder in Bijlage IX. In de paragraaf analyse resultaten worden de onderzoeksresultaten samengebracht en worden er verbanden gelegd tussen de uitkomsten van de verschillende onderzoeksvragen en interviews. Hierdoor wordt de tweede deelvraag beantwoord. De resultaten die in dit hoofdstuk naar voren komen kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend, omdat de groep van respondenten die geïnterviewd zijn te klein is om representatieve uitspraken te doen. Wel geven de resultaten in dit hoofdstuk een beeld/idee omtrent de fysieke omgeving op de warenmarkt in Winschoten.

5.2 Resultaten

5.2.1 Onderzoeksvraag 1: Hoe ziet de fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?

Om een overzichtelijk beeld te geven van de fysieke omgeving van de warenmarkt in Winschoten staat in figuur 4 een plattegrond met legenda weergegeven waarin te zien hoe de fysieke omgeving rondom de warenmarkt is ingericht.



Figuur 4. Fysieke omgeving warenmarkt Winschoten

Locatie kraam

1. Stroopwafelkraam
2. Viskraam
3. Sieraden-/tassenkraam
4. Bakkerskraam
5. Notenkraam
6. Groenten-/fruitkraam
7. Wol-/kaartenkraam
8. Kunstbloemenkraam
9. Kledingkraam
10. Kaaskraam
11. Loempiakraam
12. Sokkenkraam
13. Draaimolen
14. Poelierkraam
15. Loempiakraam
16. Viskraam
17. Vleeswarenkraam
18. Kaaskraam

De rode lijnen zijn de locaties van de kramen
Publieke buitenzitplaatsen zijn gekenmerkt met een B
Publieke toiletten zijn gekenmerkt met een T
Publieke fietsenstalling zijn gekenmerkt met een F
Parkeergelegenheden zijn gekenmerkt door de groene vlakken

5.2.2 Onderzoeksvraag 2: Hoe ziet de gewenste fysieke omgeving van de warenmarkt eruit?

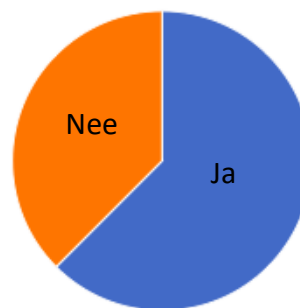
Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden zijn er interviews gehouden met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de marktmeester en een kraamhouder. De resultaten van deze interviews staan hieronder. Zoals in hoofdstuk 3 beschreven was het onmogelijk om de hele WHO-checklist in kaart te brengen, omdat deze veel te uitgebreid is in de context van dit onderzoek. Voor beantwoording van deze onderzoeksvraag is daarom de mening gevraagd van de respondenten over onder andere de buitenzitplaatsen, de publieke toiletten, fietsenstallingen en de parkeergelegenheden.

Interviews 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten

Aan de hand van de interviews die gehouden zijn met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten is gebleken dat er voldoende zitplaatsen zijn. De meeste respondenten vinden dat er de meeste behoefte is aan meer openbare toiletten bij de locatie van de warenmarkt. In het cirkeldiagram in figuur 5 hieronder staat de verhouding van de antwoorden die de respondenten hebben gegeven op de bijbehorende vraag. Een ander punt van aandacht volgens de ondervraagden is het aantal fietsenstallingen bij de locatie van de markt. Deze verhoudingen zijn ook hieronder weergegeven in het cirkeldiagram in figuur 6. Bezoeker 6 heeft als aanvulling op deze vraag het volgende gezegd: “Mijn dochter zei laatst toevallig dat het makkelijk zou zijn als ze haar elektrische fiets ergens kan opladen”, er zijn momenteel nog geen elektrische oplaadpunten voor fietsen bij de locatie van de warenmarkt aanwezig.



Figuur 5. Gegeven antwoorden respondenten op de vraag: Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?



Figuur 6. Gegeven antwoorden respondenten op de vraag: Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Door bezoekers 3 en 5 is aangegeven dat zij tevens vinden dat er te veel mensen fietsen in het fysieke gebied van de markt waar niet gefietst mag worden. Alle geïnterviewden waren van mening dat er voldoende aangepaste parkeergelegenheid is voor mensen met een lichamelijke beperking. Al gaven bezoeker 5 en 6 aan de locatie van parkeergelegenheid voor mensen met een lichamelijke beperking niet te snappen en onlogisch te vinden.

Interview marktmeester Jan Komies

Dhr. Komies geeft aan: “Zitplaatsen zijn er wel. Horeca is rondom de markt aanwezig. Ook zijn er sta- en zitplaatsen bij de visboer en de loempiakraam”. Dhr. Komies zegt ook dat er toiletten zijn in de horeca rondom de markt. Er zijn volgens de dhr. Komies overall invalide parkeerplaatsen: “Waar de markt begint zijn er invalide parkeerplaatsen. Indien de parkeerplaats bezet is mag men ernaast parkeren”. Dhr. Komies is ook van mening dat er voldoende fietsenstallingen aanwezig zijn bij het beginpunt van de markt. Wel zou er volgens dhr. Komies meer actie mogen worden ondernomen om marktkooplieden te trekken naar de warenmarkt in Winschoten om deze groter te maken. Door actie te ondernemen is het mogelijk om meer kramen op de warenmarkt in Winschoten te krijgen. Een advertentie in ‘De Koopman’ (vakblad voor de markthandel) zou hier volgens hem voor kunnen zorgen of het erop uit trekken om contacten met kraamhouders op te doen. Daarnaast geeft hij aan graag een andere opstelling van de markt te zien met de kramen tegenover elkaar.

Interview kraamhouder

Volgens de kraamhouder zijn er voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar. Hij vindt wel dat er onvoldoende toegankelijke publieke toiletten aanwezig zijn en geeft aan: “Daar zouden ze nog aan moeten werken van de gemeente”. Ook zijn er volgens de kraamhouder niet genoeg plekken waar je je fiets kwijt kan. De kraamhouder geeft aan dat het beter zou zijn om de kramen tegenover elkaar te zetten of compacter op elkaar te laten staan.

5.3 Analyse resultaten

In deze paragraaf staat een analyse van de onderzoeksvragen van dit hoofdstuk en de beantwoording van de deelvraag bij dit hoofdstuk: Hoe ziet de situatie omtrent de fysieke omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit?

Aan de hand van de interviews die gehouden zijn met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten is gebleken dat de meeste respondenten vinden dat er de meeste behoefte is aan meer openbare toiletten bij de locatie van de warenmarkt. Dit komt overeen met de mening van de kraamhouder. De marktmeester heeft aangegeven dat er toiletten zijn in de horeca rondom de markt. Dit wordt blijkbaar door de bezoekers van de binnenstad in Winschoten niet gezien als toegankelijke publieke toiletten.

Een ander punt van aandacht volgens de ondervraagden en de kraamhouder is het aantal fietsenstallingen bij de locatie van de markt. Als aanvulling heeft bezoeker 6 aangegeven: ““Mijn dochter zei laatst toevallig dat het makkelijk zou zijn als ze haar elektrische fiets ergens kan opladen”. De marktmeester heeft aangegeven, dat er voldoende fietsenstallingen aanwezig zijn bij het beginpunt van de markt. Dit is blijkbaar niet voldoende of onvoldoende duidelijk voor de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten. Door bezoekers 3 en 5 is aangegeven dat zij tevens vinden dat er te veel mensen fietsen in het fysieke gebied van de markt waar niet gefietst mag worden.

Volgens de marktmeester zou er meer actie mogen worden ondernomen om marktkooplieden te trekken naar de warenmarkt in Winschoten om deze groter te maken. Een advertentie in ‘De Koopman’ (vakblad voor de markthandel) zou hier volgens hem voor kunnen zorgen of het erop uit trekken om contacten met kraamhouders op te doen. Zowel de marktmeester als de kraamhouder hebben aangegeven graag te zien dat de kramen tegenover elkaar komen te staan. Tijdens de participerende observatie is gebleken dat beide partijen dit willen om de markt een gezelliger uitstraling te geven.

H6 Onderzoekresultaten deelvraag 3

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de onderzoekresultaten weergegeven die antwoord geven op de deelvraag: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de sociale omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit? De onderzoekresultaten komen vanuit interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, een interview met de marktmeester Jan Komies en een interview met een kraamhouder. De interviews met de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten zijn terug te lezen in Bijlage VII, het interview met de marktmeester in Bijlage VIII en het interview met de kraamhouder in Bijlage IX. Om een kwalitatieve analyse te maken, zijn de interviewvragen gesorteerd per bijpassende onderzoeksvraag. Deze sortering staat in het hoofdstuk Onderzoeksmethode. In de paragraaf Analyse resultaten worden de onderzoekresultaten samengebracht en worden er verbanden gelegd tussen de uitkomsten van de verschillende onderzoeksvragen en interviews. Hierdoor wordt de derde deelvraag beantwoord. De resultaten die in dit hoofdstuk naar voren komen kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend, omdat de groep van respondenten die geïnterviewd zijn te klein is om representatieve uitspraken te doen. Wel geven de resultaten in dit hoofdstuk een beeld/idee omtrent de sociale omgeving op de warenmarkt in Winschoten.

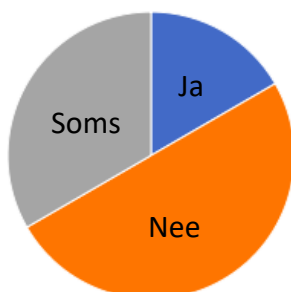
6.2 Resultaten

6.2.1 Onderzoeksvraag 1: Hoe ziet de huidige sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

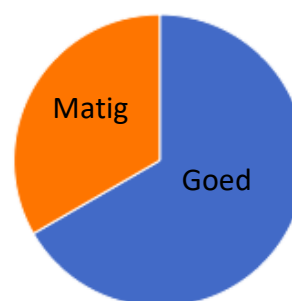
Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden hebben er interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de marktmeester en een kraamhouder plaatsgevonden. De resultaten van deze interviews staan hieronder.

Interview 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten

Op de vraag waarom iemand naar de warenmarkt gaat komt vooral naar voren dat men hierheen gaat voor de kwaliteit van de producten en/of de gezelligheid en/of het gevoel te krijgen dat de klant 'koning' is. In de linker diagram in figuur 7 is te zien dat van de respondenten de helft wel of soms een gesprek voert met andere mensen dan de personen met wie ze zijn als zij de warenmarkt bezoeken. In de rechter diagram in figuur 8 is de verhouding te zien van het serviceniveau dat de klanten ervaren als zij de warenmarkt bezoeken.



Figuur 7. Gegeven antwoorden respondenten op de vraag: voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?



Figuur 8. Gegeven antwoorden respondenten op de vraag: Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

De respondenten geven aan zich veilig te voelen in het gebied rondom de warenmarkt. Dit zorgt voor een veilige sociale omgeving. De respondenten is ook gevraagd of er voldoende informatie wordt verschaft over de activiteiten en/of evenementen die op warenmarkt plaatsvinden. Dit is niet het geval volgens vijf van de acht respondenten aan wie deze vraag is gesteld. Geen enkel van de respondenten ontvangt persoonlijke uitnodigingen om activiteiten rondom te markt te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Interview marktmeester Jan Komies

Mensen gaan volgens dhr. Komies naar de markt in Winschoten voor de gezelligheid, beleving en voor de speciale producten die op de markt worden aangeboden. Daarnaast komen bezoekers voor de contacten met andere mensen, dit is een belangrijk punt in deze tijd volgens hem. De persoonlijke uitnodigingen om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen staan volgens dhr. Komies in het streekblad of op reclameborden langs de weg. Om mensen te trekken naar de warenmarkt zou het volgens dhr. Komies beter zijn om duidelijke borden langs de weg te plaatsen met aanduiding 'Zaterdag weekmarkt'. Ook geeft hij aan dat er een internetsite zou moeten komen van en over de markt.

Interview kraamhouder

Bezoekers komen naar de markt in Winschoten voor de verscheidenheid van de producten en voor de gezellige sfeer volgens de kraamhouder. Hij vindt dat er niet altijd informatie wordt verschaft over de activiteiten/ en of evenement die op de locatie van de markt plaatsvinden. Op de vraag of er persoonlijke uitnodigingen verzonden worden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen antwoordt hij: "Dat wordt bijna nooit gedaan op de markt." Volgens de kraamhouder wordt er totaal geen reclame gemaakt om bezoekers naar de markt te trekken. Hij zou het mooi vinden als dit meer zou gebeuren.

6.2.2 Onderzoeksvraag 2: Hoe ziet de gewenste sociale omgeving van de warenmarkt eruit?

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden hebben er interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de marktmeester en een kraamhouder plaatsgevonden. De resultaten van deze interviews staan hieronder.

Interviews 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten

Om deze vraag te beantwoorden is aan de respondenten gevraagd wat zij graag toe willen voegen op de markt en wat zij graag anders zien aan de markt. Deze vraag is bewust niet gevraagd in de sociale context van deze onderzoeksvraag om mensen een open en breed antwoord te laten geven. Bezoeker 6 heeft aangegeven een gezelligere, meer aantrekkelijke markt te wensen. Ook bezoeker 2 vindt de markt niet gezellig en zou dit graag anders zien. Bezoeker 9 zegt: "De markt zou van mij wel meer een geheel mogen worden. Nu staat alles verdeeld over het centrum; ik vind dit voor de sfeer van de markt minder". Gezelligheid en sfeer zijn veel terugkomende punten waarvan respondenten zeggen, dat het er op de warenmarkt in Winschoten aan ontbreekt. Bezoeker 10 heeft als enige aangeven graag te zien dat de warenmarkt er vaker staat dan éénmaal per week, omdat de respondent niet van de drukte op de warenmarkt van zaterdag houdt.

Interview marktmeester Jan Komies

Dhr. Komies zou, zoals eerder genoemd, graag een *standwerker* op de markt hebben om wat meer leven en actie voor het publiek op de warenmarkt te krijgen. Het is volgens hem ook aantrekkelijker en gezelliger als de kramen tegenover elkaar staan. Dhr. Komies sluit het interview af met de zin: "Zolang we actief blijven en op zoek gaan naar nieuwe ondernemers zie ik toekomst en groei in de markt van Winschoten."

Interview kraamhouder

De kraamhouder zou graag meer entertainment op de markt willen. Dit wil hij, omdat hij hoopt dat de mensen dan langer op de warenmarkt blijven hangen. Ook moeten volgens hem de mensen meer in de verleiding komen om naar de markt te komen.

6.3 Analyse resultaten

In deze paragraaf staat een analyse van de onderzoeksvragen van dit hoofdstuk en de beantwoording van de deelvraag bij dit hoofdstuk: Hoe ziet de huidige en gewenste situatie omtrent de sociale omgeving van de warenmarkt in Winschoten eruit?

Op de vraag waarom iemand naar de warenmarkt gaat komt vooral naar voren dat men hierheen gaat voor de kwaliteit van de producten en/of de gezelligheid en/of om het gevoel te krijgen dat de klant 'koning' is. Dit komt overeen met de mening van zowel de marktmeester als de kraamhouder. De marktmeester geeft aan: "Mensen gaan naar de markt in Winschoten voor de gezelligheid, beleving en voor de speciale producten die op de markt worden aangeboden". Volgens de kraamhouder komen bezoekers naar de markt in Winschoten voor de verscheidenheid van de producten en voor de gezellige sfeer. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de marktmeester en de kraamhouder weten waarom de bezoekers naar de warenmarkt in Winschoten komen.

Ongeveer de helft van geïnterviewde 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten voert wel of soms een gesprek op de warenmarkt met anderen dan met wie ze zijn. Volgens de marktmeester komen sommige bezoekers speciaal voor de contacten met andere mensen en dit is een belangrijk punt in deze tijd volgens hem. De respondenten geven aan zich veilig te voelen in het gebied rondom de warenmarkt. Dit zorgt voor een veilige sociale omgeving.

Geen enkel van de bezoekers ontvangt persoonlijke uitnodigingen om activiteiten rondom te markt te bevorderen en deelname aan te moedigen. Volgens de marktmeester staan persoonlijke uitnodigingen om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen in het streekblad of op reclameborden langs de weg. De kraamhouder geeft aan, dat er bijna nooit persoonlijke uitnodigingen worden verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen. Kennelijk worden uitnodigingen in het streekblad en de op reclameborden langs de weg niet gezien of niet ervaren als persoonlijk door de bezoekers. De meeste bezoekers vinden dat er ook onvoldoende informatie wordt verschaft over activiteiten en/of evenementen die op warenmarkt plaatsvinden. Om voldoende informatie te verschaffen over activiteiten en/of evenementen die op warenmarkt plaatsvinden is het volgens de marktmeester nodig om duidelijke borden langs de weg te plaatsen met aanduiding 'Zaterdag weekmarkt'. Ook geeft hij aan dat er een internetsite zou moeten komen van en over de markt.

Gezelligheid en sfeer zijn veel terugkomende punten waarvan respondenten zeggen dat het er op de warenmarkt in Winschoten aan ontbreekt. Het is volgens de marktmeester ook aantrekkelijker en gezelliger als de kramen tegenover elkaar staan. Ook de kraamhouder is van mening dat de markt gezelliger zou zijn als de kramen tegenover elkaar zouden staan. De marktmeester zou ook graag een *standwerker* op de markt willen hebben om wat meer leven en actie voor het publiek op de warenmarkt te krijgen. De kraamhouder geeft verder aan meer entertainment op de markt te willen, zodat mensen langer op de warenmarkt blijven. Ook moeten volgens hem de mensen meer in de verleiding komen om naar de markt te komen. De punten die zowel de marktmeester als de kraamhouder benoemen liggen in lijn met de sfeer en gezelligheid van de warenmarkt en daarmee de behoefte van de bezoekers hieraan.

H7 Conclusie

Het doel van dit onderzoek is het beschrijven van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert. Er is om dit doel te bereiken een *kwalitatief onderzoek* uitgevoerd met als centrale vraag: ‘Welke maatregelen moeten er genomen worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert?’

Uit de resultaten omtrent bezoekers en productaanbod op de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, voornamelijk ouderen uit Winschoten en de omliggende dorpen de trouwe bezoekers van de *warenmarkt* in Winschoten zijn. Op het moment dat dit onderzoek heeft plaatsgevonden stonden er twee kaaskramen, twee loempiakramen, twee viskramen, één stroopwafelkraam, één vleeswarenkraam, één bakkerskraam, één notenkraam, één groenten-/fruitkraam, één wol-/kaartenkraam, één poelierkraam, één sieraden-/tassenkraam, één kunstbloemenkraam, één kledingkraam, één sokkenkraam en één draaimolen. Er is gebleken vraag te zijn naar een vergroting van het kraamaanbod op de *warenmarkt* in Winschoten. De resultaten tonen aan, dat er op de *warenmarkt* in Winschoten behoefte is naar een kraam die zich specialiseert in olijven, pesto en soort gelijke producten en naar een kraam die zich richt op dierenbenodigdheden. Het toevoegen van een *standwerker* zorgt voor meer leven en actie voor het publiek op de *warenmarkt* in Winschoten.

Uit de resultaten omtrent de fysieke omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, er meer actie moet worden ondernomen om *kraamhouders* te trekken naar de *warenmarkt* in Winschoten om deze groter, aantrekkelijker en gezelliger te maken. Uit de resultaten blijkt ook dat, er behoefte is naar meer openbare toiletten bij de locatie van de *warenmarkt*, omdat dit nu als onvoldoende wordt beschouwd. Ook is het op de locatie van de *warenmarkt* niet voor iedereen duidelijk waar wel en waar niet gefietst mag worden.

Uit de resultaten omtrent de sociale omgeving van de *warenmarkt* in Winschoten is gebleken dat, bezoekers naar de *warenmarkt* in Winschoten voornamelijk gaan voor de kwaliteit van de producten, de gezellige sfeer en het sociale aspect. Uit het onderzoek blijkt dat, het ontbreekt aan een gezellige sfeer op de *warenmarkt* in Winschoten. Er is gebleken dat het plaatsen van de kramen tegenover elkaar zorgt voor een aantrekkelijker en sfeer verhogende uitstraling. De resultaten tonen verder aan dat, er onvoldoende informatie wordt verschaft wordt over activiteiten en/of evenementen die op *warenmarkt* plaatsvinden.

De uitkomsten van dit onderzoek zijn relevant voor de praktijk, omdat er maatregelen genoemd worden die ervoor zorgen dat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert. Deze maatregelen worden verder verduidelijkt in het hoofdstuk aanbevelingen.

H8 Discussie

Voor dit onderzoek is er gebruik gemaakt van interviews met 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten. Aan de respondenten is voor het interview gevraagd of zij in deze categorie vallen. Hierdoor was het niet mogelijk om een aselechte steekproef te trekken. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een doelgerichte selecte steekproef, de respondenten zijn geselecteerd aan de hand van hun leeftijd. Om *active ageing* in zijn geheel te onderzoeken en niet alleen te betrekken op 65-plusser zou beter zijn om meer mensen van alle leeftijden over dit onderwerp te interviewen. Dit was helaas gezien het tijdbestek van dit onderzoek niet mogelijk.

De interviews hebben plaatsgevonden op een dag waarop er geen *warenmarkt* aanwezig was, om niet alleen bezoekers van de *warenmarkt* in het interview te betrekken. Doordat er alleen 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten zijn geïnterviewd zijn geeft dit onderzoek alleen een beeld/idee van de mening van deze groep. De resultaten die vanuit de interviews naar voren zijn gekomen kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend, omdat de groep van respondenten die geïnterviewd zijn te klein is om representatieve uitspraken te doen.

Door alleen 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten te interviewen kan er niets gezegd worden over de 65-plussers die niet de mogelijkheid hadden om naar de binnenstad van Winschoten te komen. Hierdoor is niet precies 'gemeten wat er gemeten moet worden', omdat de mening van laatstgenoemde groep niet in het onderzoek zijn meegenomen. In een volgend onderzoek naar dit onderwerp is het dan ook raadzaam niet de focus te leggen op de 65-plussers die een bezoek brengen aan de binnenstad van Winschoten, maar ook de mensen die niet de mogelijkheid hebben om naar de binnenstad van Winschoten te komen bij het onderzoek te betrekken. Er is nog niet eerder onderzoek verricht naar combinatie *active ageing* met een *warenmarkt*. Door de eerste te zijn die hier onderzoek naar verricht heb ik zoveel mogelijk geprobeerd het boek van Nel Verhoeven, Wat is onderzoek te gebruiken om de *validiteit* en betrouwbaarheid te kunnen waarborgen. De respondenten wisten wat er bedoeld werd met de begrippen in het interview en dit is de begripsvaliditeit ten goede gekomen. De generaliseerbaarheid kan niet worden gewaarborgd, omdat de resultaten die vanuit de interviews naar voren zijn gekomen kunnen niet beschouwd worden als algemeen geldend. De betrouwbaarheid van dit onderzoek is verhoogd door bij het opstellen van de interviewvragen gebruik te maken van zoveel mogelijk *standaardisering*, dit kwam de betrouwbaarheid van het onderzoek ten goede. Vóórdat de interviews zijn afgenomen, zijn deze eerst getest door middel van proefinterviews. De betrouwbaarheid van de interviews is verhoogd, omdat er naar aanleiding van de uitkomsten van de proefinterviews nog aanpassingen zijn aangebracht in de interviews. Wel merkte ik tijdens het interviewen, dat sommige respondenten geen duidelijk antwoord gaven op de vragen die gesteld werden, dit heeft invloed gehad op de betrouwbaarheid van de interviews.

De uitkomsten van de interviews liggen in lijn met mijn verwachtingen. Opvallend vond ik dat bepaalde punten die uit de interviews met de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten letterlijk overeenkwamen met de uitkomsten van de interviews met de marktmeester en de kraamhouder. De uitkomsten van dit onderzoek geven dan ook een beeld/ idee over de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert vanuit de ogen van de 65-plussers die een bezoek brachten aan de binnenstad van Winschoten, de marktmeester en de kraamhouder.

Tijdens de *participerende observatie* heb ik opgemerkt, dat er vanuit verschillende partijen de interesse bestaat om de markt te verplaatsen. Verschillende locaties werden door verschillende partijen genoemd. Het is aan te bevelen om hier vervolgonderzoek naar te doen om erachter te komen welke locatie het meest geschikt is volgens de verschillende partijen en hier uitspraken over te kunnen doen.

H9 Aanbevelingen

Het doel van dit onderzoek is het beschrijven van de maatregelen die er genomen moeten worden zodat de *warenmarkt* in Winschoten *active ageing* stimuleert. Om dit doel concreet, haalbaar en resultaatgericht te maken staan in dit hoofdstuk aanbevelingen ter bevordering van het bereiken van dit doel.

Er kan meer actie worden ondernomen om *kraamhouders* te trekken naar de *warenmarkt* in Winschoten om deze groter, aantrekkelijker en gezelliger te maken. Een advertentie in 'de koopman', vlakblad voor markthandel zou hiervoor kunnen zorgen. Daarnaast kan ook het leggen van contacten met *kraamhouders* ervoor zorgen dat, het kraamaanbod wordt vergroot. Als eerste zou de focus moeten liggen op het vinden van een kraamhouder die zich specialiseert in olijven, pesto en soort gelijke producten en naar een kraamhouder die zich richt op dierenbenodigdheden. Het toevoegen van een *standwerker* zorgt voor meer leven en actie voor het publiek op de *warenmarkt* en dit wordt dan ook aanbevolen.

Er is ook aangegeven dat er onvoldoende publieke toiletten aanwezig zijn bij de locatie van de *warenmarkt* in Winschoten. Het wordt aanbevolen het publieke toiletaanbod te vergroten.

Om onduidelijkheid van fietsers op de locatie van de *warenmarkt* in Winschoten te voorkomen kunnen er verduidelijkende fietsborden worden geplaatst of meer handhaving worden ingezet om te zorgen dat de fietsers zich op de locatie van de *warenmarkt* aan de regels van borden houden.

Om informatie te verschaffen over de activiteiten en/of evenementen die op *warenmarkt* plaatsvinden kunnen er borden langs de weg te plaatsen met aanduiding 'Zaterdag weekmarkt'. Ook kan een internetsite van- en over de markt hiertoe bijdragen.

Er is gebleken dat het plaatsen van de kramen tegenover elkaar zorgt voor een aantrekkelijker en sfeer verhogende uitstraling en dit is dan ook indien mogelijk aan te bevelen.

Literatuurlijst

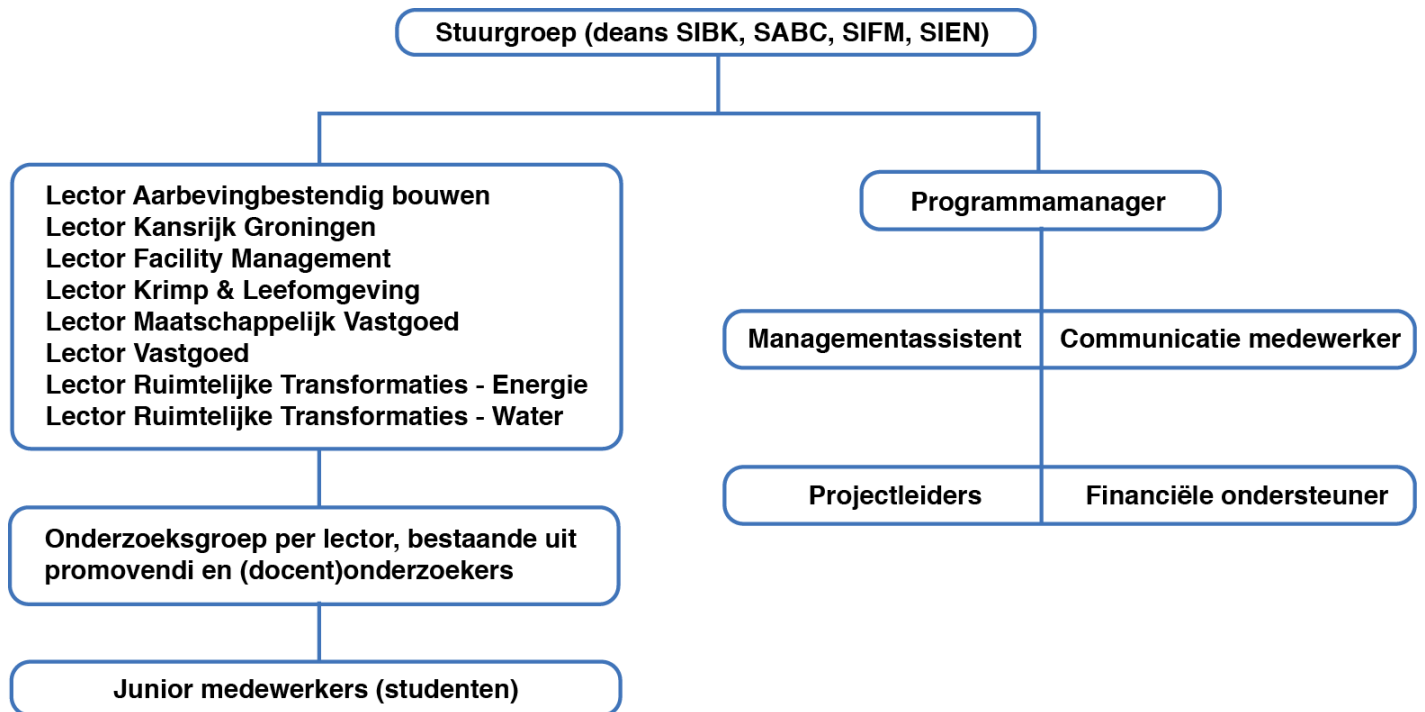
- Active ageing Nederland. (sd). *Active ageing Nederland*. Opgeroepen op april 26, 2017, van [activeageing.nl](http://activeageing.nl/over-active-ageing/): <http://activeageing.nl/over-active-ageing/>
- Active Senior Care. (2017). *Active Ageing*. Opgehaald van activeseniorcare.nl: <http://activeseniorcare.nl/active-ageing-bij-active-senior-care/>
- Bulder, E. (2017). Responsieve Regio. In E. Bulder, *Responsieve Regio, Pionieren met demografische transitie in Noord-Nederland* (pp. 11-14). Groningen: Kenniscentrum NoorderRuimte Hanzehogeschool.
- CBS. (2016, december 16). *Bevolkingspiramide*. Opgehaald van www.cbs.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/bevolkingspiramide>
- CBS. (2017, april 11). *Bevolkingsontwikkeling regio per maand*. Opgehaald van <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=37230ned&D1=13,17&D2=393&D3=1,40,105,170,183,l&HDR=G2&STB=G1,T&VW=T>
- CBS. (2017, april 11). *Demografische druk*. Opgehaald van cbs.nl: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=70072ned&D1=21-23&D2=0%2c503&D3=20-22&HDR=T&STB=G1%2cG2&VW=T>
- CBS. (2017, april 12). *kwartaal, bedrijfstakken*. Opgeroepen op april 12, 2017, van statline.cbs.nl/: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=82435ned&D1=21&D2=131&D3=4%2c8%2c12%2c16%2cl&HDR=T%2cG2&STB=G1&VW=T>
- CBS. (2017, april 11). *Regionale kerncijfers*. Opgehaald van cbs.nl: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=70072ned&D1=21-23&D2=0%2c503&D3=20-22&HDR=T&STB=G1%2cG2&VW=T>
- CVAH. (2017). *Warenmarkten*. Opgeroepen op april 12, 2017, van cvah.nl: <http://www.cvah.nl/?action=rewrite&module=fancyurls&url=marktenoverzicht%2Fwarenmarkten%2Fwarenmarkten%2F&tab=my>
- Davids, D. (2017, april 5). Leefomgeving-Apv, bijzondere wetten. (G. S. Tom de Haan, Interviewer)
- Detailhandel.info. (2017). *Ambulante handel*. Opgeroepen op april 12, 2017, van detailhandel.info: <http://detailhandel.info/index.cfm/verkoopkanalen/ambulant/>
- Encyclo. (2017). *Bereikbaarheid*. Opgeroepen op april 2017, 23, van encyclo.nl: <http://www.encyclo.nl/begrip/bereikbaarheid>
- Encyclo. (2017). *Toegankelijkheid*. Opgeroepen op april 23, 2017, van encyclo.nl: <http://www.encyclo.nl/begrip/toegankelijkheid>
- Gemeente Oldambt. (2017). *Confrontatie*. Opgeroepen op april 24, 2017, van gemeente-oldambt.nl: <https://www.gemeente-oldambt.nl/confrontatie>
- Gemeente Oldambt. (2017). *Missie van de organisatie*. Opgeroepen op april 24, 2017, van gemeente-oldambt.nl: <https://www.gemeente-oldambt.nl/missie-van-de-organisatie>
- Gemeente Oldambt. (2017). *Visie*. Opgeroepen op april 24, 2017, van gemeente-oldambt.nl: <https://www.gemeente-oldambt.nl/visie>
- Gemeente Oldambt. (2017). *weekmarkten*. Opgeroepen op maart 30, 2017, van gemeente-oldambt.nl: <https://www.gemeente-oldambt.nl/in-oldambt/recre-ren-en-evenementen/weekmarkten>
- Gemeente Oldambt. (sd). *Feiten en cijfers*. Opgeroepen op maart 25, 2017, van gemeente-oldambt.nl: <https://www.gemeente-oldambt.nl/feiten-en-cijfers>
- Google Earth. (2017, maart 27). *Oldambt*. Opgeroepen op maart 27, 2017, van google.nl: <https://www.google.nl/maps/place/Oldambt/@53.1889295,6.9253279,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x47b7d49f166968e7:0xdf1af1db86c2682d!8m2!3d53.2036908!4d7.05297>
- Google Earth. (2017). *Oldambt op de kaart*. Opgeroepen op maart 27, 2017, van oldambt.groningen.nl: <https://oldambt.groningen.nl/over-oldambt/oldambt-op-de-kaart>

- HBD/CVAH. (2015). *De markt heeft toekomst! Trends en toekomstbeelden van de warenmarkt in 2015*. Opgeroepen op april 12, 2017, van cms.webbeat.net: <http://cms.webbeat.net/contentsuite/tools/fileManagement/getfile.aspx?sit=129&guid=1ef10481-54d1-4104-aad6-4e82825a883d>
- Heesterbeek, D. (2017, april 5). Beleidsadviseur/Projectleider Team Ruimte & Economie. Hollandsemarkten. (2017). *markten/index*. Opgehaald van hollandsemarkten.nl: http://www.hollandsemarkten.nl/markten/index.php?nav_id=1.3.1&s=1&a=overzicht
- Kenniscentrum NoorderRuimte. (2015, november 27). *Over het Kenniscentrum NoorderRuimte*. Opgeroepen op maart 28, 2017, van noorderruimte.nl: https://www.hanze.nl/assets/kc-noorderruimte/PublishingImages/Public/NoorderRuimte_Position_Paper2020_27november2015_NL.pdf
- Kenniscentrum NoorderRuimte. (2016, oktober 3). *Organisatie*. Opgeroepen op maart 23, 2017, van noorderruimte.nl: <https://www.hanze.nl/nld/onderzoek/kenniscentra/kenniscentrum-noorderruimte/organisatie/over-het-kenniscentrum/organisatie>
- Kenniscentrum NoorderRuimte. (2016, oktober 4). *Over het Kenniscentrum*. Opgeroepen op maart 22, 2017, van noorderruimte.nl: <https://www.hanze.nl/nld/onderzoek/kenniscentra/kenniscentrum-noorderruimte/organisatie/over-het-kenniscentrum/welkom-kenniscentrum-noorderruimte>
- Kenniscentrum NoorderRuimte. (2016, oktober 4). *Over het Kenniscentrum NoorderRuimte*. Opgeroepen op maart 28, 2017, van noorderruimte.nl: <https://www.hanze.nl/nld/onderzoek/kenniscentra/kenniscentrum-noorderruimte/organisatie/over-het-kenniscentrum/welkom-kenniscentrum-noorderruimte>
- Komies, J. (2017, april 5). Marktmeester Oldambt. (G. S. Tom de Haan, Interviewer)
- Nel Verhoeven. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 142-147). Den Haag: Boom Lemma.
- Nel Verhoeven. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 148-150). Den Haag: Boom Lemma.
- Nel Verhoeven. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 142-147). Den Haag: Boom Lemma.
- Parkeren Winschoten. (sd). Opgeroepen op maart 30, 2017, van winschoten24.nl: <https://www.winschoten24.nl/parkeren-winschoten>
- Plaatsengids. (2017). *Oldambt gemeente*. Opgeroepen op maart 2017, 27, van plaatsengids.nl: <https://www.plaatsengids.nl/oldambt-gemeente>
- PLB/CBS. (2016, augustus). *PBL/CBS Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040: sterke regionale verschillen*. Opgehaald van PBL/CBS Regionale prognose 2016-2040: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/37/pbl-cbs-regionale-prognose-2016-2040>
- Provincie Groningen. (2017). *Gemeentelijke herindeling stand van zaken*. Opgeroepen op maart 27, 2017, van provinciegroningen.nl: <https://www.provinciegroningen.nl/actueel/dossiers/gemeentelijke-herindeling/stand-van-zaken/>
- Provincie Groningen. (2017). *Krimp*. Opgeroepen op maart 29, 2017, van provinciegroningen.nl: <https://www.provinciegroningen.nl/actueel/dossiers/krimp/>
- Rijksoverheid. (sd). *Bevolkingskrimp*. Opgehaald van rijksoverheid.nl: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/bevolkingskrimp/inhoud/oorzaken-en-gevolgen-bevolkingskrimp>
- Rijksuniversiteit Groningen. (2016, juni 22). *rug.nl*. Opgeroepen op april 23, 2017, van Schriftelijke vaardigheden studenten: <http://www.rug.nl/society-business/language-centre/academische-communicatievaardigheden/hacv/schriftelijke-vaardigheden/voor-studenten/invallshoek-probleemstelling>
- Sociaal planbureau. (2016). *Bevolking*. Opgeroepen op maart 24, 2017, van sociaalplanbureau groningen.nl: <http://sociaalplanbureau groningen.nl/page/378/jive-bevolking.html>
- SPB. (2016). *Gemiddelde leeftijd bevolking*. Opgehaald van spb.nl: <http://sociaalplanbureau groningen.nl/page/378/jive-bevolking.html>
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderwijs? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (p. 342). Den Haag: Boom Lemma.

- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 141-144). Den Haag: BOOM LEMMA.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 148-150). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 196-197). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 194-195). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 142-143). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 148-149). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 148-149). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 142-143). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 194-195). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? . In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (p. 119). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? . In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (pp. 141-142). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (p. 143). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 148-150). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (p. 143). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (p. 148). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 144-145). Den Haag: Boom Lemma.
- Verhoeven, N. (2011). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* (pp. 180-187). Den Haag: Boom Lemma.
- WHO. (2002, april). *Active Ageing A Policy Framework*. Opgeroepen op maart 22, 2017, van who.int: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/67215/1/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf
- WHO. (2007). *Global Age-friendly Cities: A Guide*. Frankrijk: World Health Organization.
- WHO. (2017). *Age-friendly environments*. Opgehaald van who.int: <http://www.who.int/ageing/age-friendly-environments/en/>

Bijlagen

Bijlage I Organogram Kenniscentrum NoorderRuimte



Bijlage II Indeling gemeente Oldambt



Bijlage III Bepalende factoren active ageing



Bijlage IV Factoren die invloed hebben op active ageing

Factoren samenhangend met gezondheid en sociale diensten

Gezondheidszorg en sociale diensten moeten worden geïntegreerd, gecoördineerd en kosteneffectief zijn. Er mag geen leeftijdsdiscriminatie in de levering van diensten en service zijn om mensen van alle leeftijden met waardigheid en respect te behandelen.

Factoren samenhangend met gedragingen

Het aannemen van een gezonde levensstijl en het zelf actief deelnemen aan de maatschappij is belangrijk in alle stadia van het leven. Eén van de mythes van het ouder worden is dat het te laat is om een gezonde levensstijl aan te nemen op latere leeftijd. Het tegendeel is waar, uitoefening van passende fysieke activiteiten, gezond eten, niet roken en het verstandig omgaan met alcohol en medicijnen kan op latere leeftijd ziekte en functionele achteruitgang voorkomen, de levensduur verlengen en de kwaliteit van leven verbeteren.

Factoren samenhangend aan persoonlijke factoren

Genen kunnen een rol spelen in het ontstaan van ziekte, voor de meeste ziekten speelt de omgeving en externe factoren echter een grotere rol dan genen.

Factoren samenhangend met de fysieke omgeving

Fysieke omgevingen die leeftijdsvriendelijk zijn kunnen het verschil maken tussen onafhankelijkheid en afhankelijkheid voor alle personen, maar zijn van bijzonder belang voor ouderen. Een voorbeeld hiervan zijn oudere mensen die in een onveilige omgeving of gebied met meerdere fysieke barrières wonen. Zij hebben minder kans om uit hun situatie te komen en meer kans op isolement, depressie, verminderde conditie en een toename van mobiliteitsproblemen.

Factoren samenhangend met de sociale omgeving

Sociale steun, kansen op onderwijs en levenslang leren, vrede en bescherming tegen geweld en misbruik zijn belangrijke factoren in de sociale omgeving, die de gezondheid, participatie en veiligheid als mensen ouder worden verbeteren. Eenzaamheid, sociaal isolement, analfabetisme en een gebrek aan onderwijs, misbruik en blootstelling aan conflictsituaties zorgen voor een sterke toename van risico's voor ouderen en gehandicapten.

Economische factoren

Drie aspecten van het economische klimaat een bijzonder significant effect op actief ouder worden: inkomen, werk en sociale bescherming.

Bijlage V Notulen kennismakingsgesprek gemeente Oldambt

Datum: 05-04-2017

Tijd: 10:00

Aanwezigen:

Dick Heesterbeek – beleidsadviseur economische zaken en detailhandel gemeente Oldambt

Jan Komies – Marktmeester gemeente Oldambt

Dirk Davids – vergunningverlening, toezicht en handhaving. Ruimte en economie

Notulen

- Er is sinds 2013 een marktverandering gaande, deze is vormgegeven in een modelverordening. Deze verandering heeft vertraging opgelopen aangezien er meer aandacht naar het vernieuwen van het centrum ging.
- Een behoefte die genoemd wordt vanuit Dirk en Jan is de behoefte aan een grotere markt. Zaak is om de achteruitgang tegen te houden. Mogelijk verhuizing markt van de Venne naar de Bosstraat waar ook een ijssalon, pizzeria en terrassen bevinden.
- Het is belangrijk voor de partijen om achteruitgang van de markt stop te zetten en de markt groter te maken.
- Mogelijk idee om er een evenement aan de markt te verbinden. En de vraag wat de detailhandel kan betekenen.
- Een voorbeeld van een interventie op de markt: een cappuccino kraam en een zelfgemaakte gebakjes kraam stonden ver uit elkaar. Deze zijn naast elkaar gezet en zo i.c.m. met terras is er een mooie plek gecreëerd waar je een koffie en gebak koopt en nog kan zitten.
- Vraagstuk: Is de locatie waar mensen wonen van belang? Zo wordt er genoemd of de ouderen in de Venneflat wel naar de markt gaan of alleen naar de Lidl in hetzelfde gedeelte. Zo heb je ook de Arcantis huurwoningen met uitzicht op de markt. Of de appartementen boven winkels.
- Belemmering: de veranderde rijrichting naar de Venne beperkt de uitbreiding van de markt.
- Voorbeeld wordt gegeven van een koopman welke een bloemenstand begonnen is. Deze stand is minimalistisch. Vraag is waarom deze niet een grote kraam er neer zet. En waarom kooplieden zo huiverig zijn om in te stappen. Waar heeft dit mee te maken
- Constatering: de bewoners van Winschoten gaan niet meer naar Winschoten om een dag te winkelen.
- Constatering: Duitse bezoekers zijn van groot belang voor de weekmarkt.
- Referenties: De weekmarkt bezoeken is ook direct een bezoek aan de binnenstad. De markt in Stads kanaal trekt meer mensen naar de binnenstad (al is deze ook in verval aan het raken). Tevens doet (of deed) deze markt mee met de verkiezing 'Best markt van Nederland'. Dit kunnen mooie voorbeelden zijn.
- Constatering: Opvolgers is een probleem. Veel kramen stoppen door de hoge leeftijd en ze hebben geen geschikte opvolgers. Idee is om werkelozen te betrekken bij de warenmarkt.
- Jan, de marktmeester, vindt het leuk om andere markten te bezoeken. Zo liep hij laatst nog mee in Rotterdam. Hier constateerde hij dat de horeca alles verdrijft. Ook gaf hij aan dat je daar bijvoorbeeld bij de groenteboer een soort van zelfbediening had. Je deed zelf de appels in een zakje, die vervolgens werden gewogen en afgerekend.
- Voorwaarde van een warenmarkt is dat de kwaliteit constant goed is. Mocht het een keer tegenvallen dan is de keuze snel gemaakt om er niet weer wat te halen.
- Duitse marktliden zijn zeer moeilijk aan te komen. De wetgeving vormt een grote belemmering, zo dienen ze ingeschreven te staan bij de KvK, een Nederlandse verzekering te hebben en nog paar dingen.

Vraag: hebben Duitsers behoefte aan herkenning op de warenmarkt in Winschoten. Of is het juist leuk om net over de grens te gaan om in een andere beleving te wanen.

- Vraag: Wat besteedt de gemiddelde bezoeker?
- Vraag: Waar voor komen ze op de markt? (food/nonfood)
- Er is een brancheringsbesluit welke een max van vijf voedsel kramen hanteert.
- Vraag: Hoe kan beleving er voor zorgen dat er meer kooplieden een kraam opzetten?
- Vraag: Wat missen de mensen op de markt (bijv: biologisch voedsel o.i.d.)
- Vraag: Welke factoren hebben invloed op de ontwikkeling van de markt (bijv: locatie kraampjes, winkels in buurt enz enz)
- Mogelijk andere stakeholders: bewonerscommissie, handel en nijverheid
- Dick stelt voor om de door ons uitgevoerd onderzoeken eerst naar hem te sturen zodat er ook over na kan denken en dingen toevoegen/verwijderen.
- Beleving: was vroeger een bandje die door de winkelstraat liep. Alleen de belemmering voor de markt was het verbod om over de markt te lopen van handel en nijverheid. De beide partijen staan nu minder tegen over elkaar en hebben door dat er kansen zijn door met elkaar te werken.
- Referentie: Er is waarschijnlijk één kraam die in Winschoten en Delfzijl staat, dit is de heer Brander welke kunstbloemen en vazen verkoopt.
- De kramen zijn in tien jaar gekrompen van 45 naar 17 nu.
- Vergrijzing in de handel is iets waar rekening mee gehouden moet worden.
- Een ander punt wat met de aanlooproutes te maken heeft is de tunnel onder het spoor wat een belemmering is voor de ouderen aan de andere kant.

Bijlage VI Profiel marktmeester Winschoten

Profiel

dhr. Komies, marktmeester warenmarkt Winschoten
Jan Komies is in dienst van de gemeente en 2,5 jaar marktmeester van de warenmarkt in Winschoten. Op de warenmarkt in Winschoten zijn er drie marktmeesters actief, die elkaar wekelijks afwisselen. Dhr. Komies neemt de taak van marktmeester één keer in de drie weken op zich. Er is gekozen om een interview te houden met dhr. Komies, omdat dhr. Komies bij het kennismakingsgesprek met de gemeente Oldambt aanwezig was en tijdens dit gesprek duidelijk werd dat dhr. Komies veel verstand van zaken heeft over het onderwerp van dit onderzoek. Tijdens de participerende observatie werd door meerdere marktkoopliden aangegeven dat dhr. Komies iemand is die precies weet wat er speelt op de warenmarkt in Winschoten en hij de informatie kan geven die nodig is voor dit onderzoek. Gezien het tijdsbestek van het onderzoek was het niet mogelijk om alle drie de marktmeesters te ondervragen en daardoor is ervoor gekozen om de expertise van dhr. Komies te gebruiken voor dit onderzoek. In het kopje hieronder, werkzaamheden marktmeester wordt duidelijk wat de werkzaamheden zijn van dhr. Komies en waarom hij als expert kan worden gezien.



Dhr. Jan Komies op de warenmarkt in Winschoten

Werkzaamheden marktmeester

Een marktmeester zorgt voor de organisatie en het toezicht op de *warenmarkt*. Hij weet wat zich afspeelt en lost voorkomende problemen op voor zowel bezoekers als marktkoopliden. Marktmeesters wijzen ook de standplaats aan van de marktkoopliden en bepalen wie er wel of niet op de warenmarkt kan/mag staan. Een marktmeester controleert en handhaaft ook de orde op een warenmarkt en moet zorgen dat alles in goede banen verloopt. De marktmeester zorgt ervoor marktkoopliden die met de markt te maken hebben zich houden aan de regels en het standgeld betalen. Verder bemiddelt de marktmeester bij conflicten en is hij/zij het aanspreekpunt voor iedereen als er zich iets voordoet wat niet gewenst is. De marktmeester is vooral een aanspreekpunt voor iedereen op de warenmarkt, dit zijn zowel de marktkoopliden als de bezoekers. Hierdoor heeft de functie marktmeester een belangrijke sociale functie op een warenmarkt. Juist doordat een marktmeester met alle partijen op een warenmarkt te maken heeft is hij een sociaal aanspreekpunt. Een marktmeester is kortom de spil van een warenmarkt tussen bezoekers, marktkoopliden en de gemeente (Hollandsemarkten, 2017).

Interview bezoeker 1 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen.

Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

Bijna elke week

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Dat is de reden dat ik naar de markt ga.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Is prima zo.

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

Niets.

8. Waarom gaat u naar de markt en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Vindt producten van de markt lekker en vindt het er gezellig dan in de winkel.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee/ **Soms**

Kom meestal wel bekenden tegen hier in Winschoten.

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Vindt het prima zo.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Ik woon hierboven dus nooit problemen mee.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja/ Nee

Je ziet niet heel vaak politie, maar er gebeurt hier bijna nooit wat.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja/ Nee

Voldoende.

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Met de benenwagen, woon hierboven en loop er makkelijk zo even heen.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Maak er geen gebruik van zal wel voldoende zijn, ze zijn er wel in ieder geval.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Fietsen worden hier soms naast de deur gezet er mogen inderdaad wel wat fietsenstallingen bij.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja/ Nee

Heb een sticker dat ik geen reclame wil ontvangen.

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 2 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

Als ik wat nodig heb.

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

Was vroeger beter, maar je kan er een prima visje halen.

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

Kom eigenlijk alleen bij de visboer is wel een geschikte kerel.

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Andere dingen koop ik wel in de winkel daar hebben ze meer keus.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Niks.

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

Het is niet echt een gezellig markt. Wat gezelliger zou leuker zijn.

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Vindt een gebakken visje van de markt lekkerder.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja/ Nee/ **Soms**

Als ik daar zin in heb en tijd voor heb wel.

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Staan genoeg bankjes hier.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Bij de Hema kan je naar de wc.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja/ Nee

Ben een grote kerel nooit problemen gehad hier.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Geen idee

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Lopend en dat gaat nog prima

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja/ Nee

Er zijn rondom het Israëlplein gehandicaptenplekken

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Ook bij de Hema

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja/ Nee

Geen idee, geloof het niet

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 3 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Ik vind het te druk op de markt dus ik ga niet meer.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/Nee

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja/ Nee/ Soms

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

Er staan tegenwoordig genoeg bankjes rond de markt.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Meestal ga ik langs Broodjes Enzo en kan ik daar naar de toilet en anders kan je bij de Hema naar het toilet. Openbare toiletten zijn er volgens mij niet.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Ik voel me hier eigenlijk altijd wel veilig in het centrum. Politie zie ik hier weinig maar je ziet wel gemeente handhavers lopen.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Het is mij nooit opgevallen maar ik denk dat de mensen uit Winschoten wel weten dat er elke zaterdag markt is.

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Op de fiets maar ondervindt hier geen belemmeringen bij. Wel vond ik het op de markt zelf vervelend dat mensen door de drukte fietsen terwijl men hier niet mag fietsen

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Ik maak hier geen gebruik van maar ik weet dat er een paar rond en in het centrum zijn.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Een echte fietsenstalling is er niet maar er staan genoeg rekken verspreid door het centrum.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 4 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ **Nee**

Wij komen hier niet vandaan.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee/ Soms

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

We hebben er wel wat banken zien staan.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ **Nee**

We hebben net een broodje gegeten op het plein hier en zijn daar naar het toilet gegaan. We hebben verder geen openbare toiletten gezien.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Er hangt hier nog een gemoedelijke sfeer, maar hebben geen politie gezien nog.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Geen idee

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

We zijn met de auto gekomen en het is ideaal dat het hier nog gratis parkeren is en bijna het hele parkeerterrein stond nog leeg.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Geen idee

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Fietsen staan niet op de weg dus het zal wel goed geregeld zijn.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Geen idee

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 5 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Ik maak graag een rondje door het centrum en ga dan op zaterdag vaak even langs de markt.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

Ja zoals ik al zei ik kom hier vaker, ik vind het gezellig op de markt en kom er vaak bekenden tegen.

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

Altijd verse producten en vaak net iets lekkerder dan gewoon uit de winkel.

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

De marktkooplui maken vaak een praatje en kennen je meestal als klant. Als je iets wil weten over het product kunnen ze je altijd goed helpen.

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Food, dat is voor mij juist de markt.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Wellicht een kraam waar je lekkere olijven, pesto en soort gelijke producten kan kopen.

Waarom: Ik moet hiervoor nu naar de winkel, denk dat dit een goede toevoeging aan de markt is.

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

Dat er meer controle plaats vindt op fietsen in het gebied van de markt.

Waarom: Als ik met mijn scootmobiel door de markt wil moet ik op voetgangers en fietsers letten terwijl deze hier helemaal niet mogen fietsen. In de drukte kan dit gevaarlijke situaties opleveren.

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Als je echt verse producten wil koop je die op de markt. Het is een beetje het verschil tussen een supermarkt en een slager of bakker.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee/Soms

ik kom vaak wel bekenden tegen op de markt, daarnaast praat ik vaak met de marktkooplui.

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

Er staan genoeg bankjes rond de markt. Ik zelf maak hier eigenlijk geen gebruik van aangezien ik in een scootmobiel zit.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee,

Bij de markt is geen publieke wc, wel kan je bij een restaurant of café binnen gaan om gebruik van de wc te maken. Ik hou er altijd rekening mee omdat ik met mijn scooter niet makkelijk naar de wc kan.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Over het algemeen wel, ik zie de laatste tijd wel vaker onguere types in het centrum maar heb hier niet echt last van. Wel vind het fietsen op de markt erg onveilig.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Niet dat ik weet maar ik ken de markt en de mensen dus ik weet vaak wel wat er gaande is.

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Met mijn scooter, zoals ik al eerder aangaf is eigenlijk de enige belemmering de fietsers op de markt en in het centrum.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja/ Nee

Er zijn er genoeg alleen voor de locatie van de markt zijn ze niet handig. Ik ga liever gewoon met mijn scooter.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Geen idee eigenlijk, er staan wel rekken maar ik kom nooit op de fiets.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 6 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

Heel af en toe. Vroeger vaker toen er nog meer kramen stonden.

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ **Matig**/ Slecht

Vindt er erg veel verschil in zitten tussen de kramen.

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Dat is vaak toch iets lekkerder en verser op de markt dan in de winkel.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Meer kramen zoals vroeger. De markt was toen een stuk gezelliger en aantrekkelijker om heen te gaan.

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

Heb ik net al gezegd.

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Heb ik ook al benoemd.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / **Nee**/Soms

Als ik al ga is het meestal snel erheen en er snel weer weg. Meestal ga ik met mij dochter.

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

Er staan hier overal banken om te zitten.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ **Nee**

Bij de Hema kan je naar het toilet, maar verder niet.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Voel me gewoon wel veilig hier.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Met Adrillen zie je wel borden.

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

De scooter, woon hier ongeveer 2 kilometer vandaan en kan hier redelijk makkelijk komen

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Als staat ze niet altijd duidelijk aangeven waar en snap ik niet waarom sommige gehandicaptenplekken aan de achterkant van de parkeerplaats zijn.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Mijn dochter zei laatst toevallig dat het makkelijk zou zijn als ze haar elektrische fiets ergens kan opladen. Fietsenstallingen zijn er wel genoeg volgens mij

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Ik ontvang niks in ieder geval.

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 7 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Vindt het niet echt een markt. Er staan meer wat kraampjes. Als ik naar de markt ga is dat in Groningen.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee/Soms

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

In het centrum staan genoeg bankjes en terrassen.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Er zijn geen publieke toiletten. Bij sommige winkels kun je wel naar het toilet.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja/ Nee

ik voel met altijd wel veilig in Winschoten.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Geen idee niet aan mij in ieder geval maar ik let er ook niet echt op.

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Ik kom eigenlijk nooit bij de markt maar als ik naar het centrum ga pak ik de auto of de fiets afhankelijk van het weer.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

In het centrum heb ik ze weleens gezien, voor de markt weet ik het niet.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Er zijn wel rekken maar niet iedereen maakt hier gebruik van.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 8 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Zit al een tijdje in een scootmobiel zoals jullie zien en heb geen zin om me overal tussen te wringen.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak

Ja/ Nee

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food,

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

Hier voor de Hema staan er al zat bankjes om op te zitten.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Je kan naar de Hema of hiertegenover op het plein bij dié broodjeszaak

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Het is hier niet de stad Groningen

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Er is hier behalve Adrillen niet veel

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Met de auto en vindt parkeren prima

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Zijn hier overal wel gehandicaptenplaatsen, soms wel wat verder weg als ze vol staan, maar ze zijn er wel.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Ik ga zelf niet meer met de fiets, maar er zijn hier volgens mij genoeg stallingen.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Nooit gezien in ieder geval.

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 9 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Als ik op zaterdag in de stad ben loop ik er altijd wel even langs, vind het wel wat hebben.

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee,

Als ik op zaterdag in het centrum ben wel.

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

Altijd lekkere producten en verse producten.

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ Matig/ Slecht

Je krijgt als klant vaak meer aandacht dan in een winkel.

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Vooral Food maar ik mag graag alle kraampjes bij langs gaan en als ik wat leuks zie koop ik het.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Eigenlijk niets ik ben er wel tevreden over

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

De markt zou van mij wel meer een geheel mogen worden. Nu staat alles verdeeld over het centrum ik vind dit voor de sfeer van de markt minder.

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Op de markt is het vaak echt klant is koning, in de winkel vind ik dat minder. Op de markt heeft men ervaring.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / Nee/Soms

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Er staan bankjes.

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Er zijn genoeg zaakjes waar je even naar de wc kan.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Iedereen let op elkaar bij de markt. Politie zie ik hier weinig maar dat zal niet nodig zijn.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Met de auto of de fiets. Voor mij zijn er geen belemmeringen.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Volgens mij wel ik heb ze wel gezien in het centrum.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Als het druk is zijn de meeste rekken al vol en moet je hem voor een winkel zetten.

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Bedank voor uw tijd!

Interview bezoeker 10 binnenstad Winschoten

Beste mevrouw/meneer, bedankt dat wij u een aantal vragen mogen stellen. Door middel van verschillende vragen die betrekking hebben op de weekmarkt in Winschoten hopen wij dat u uw mening wilt geven over deze onderwerpen. Uw naam komt in het interview niet voor, maar het is voor de uitwerking van uw antwoorden voor ons wel noodzakelijk om het gesprek op te nemen met uw goedvinden. Er wordt vertrouwelijk met uw informatie omgegaan en de geluidsfragmenten worden na uitwerking van het interview verwijderd.

1. Bezoekt u weleens de markt in Winschoten?

Ja/ Nee

Bij een 'Nee' op vraag 1, ga verder naar vraag 10.

2. Komt u vaker op de markt? Hoe vaak?

Ja/ Nee

Zo min mogelijk ik hou niet van drukte.

3. Hoe vindt u de kwaliteit van de producten op de markt?

Uitstekend/ **Goed**/ Matig/ Slecht

4. Hoe vindt u de service die u krijgt op de markt?

Uitstekend/ Goed/ **Matig**/ Slecht

Soms blijft een verkoper, maar met de klant voor me praten terwijl ik sta te wachten.

5. Koopt u meer food of non-food op de markt?

Food/ Non food

Vindt de kaas en de noten van de markt lekker.

6. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Het zou leuk zijn als ze ook iets voor Dexter (hond) zouden hebben

7. Wat wilt u graag anders zien aan de markt?

Dat ze er vaker staan dan één keer in de week voor de mensen die niet van die drukte op zaterdag houden.

8. Waarom gaat u naar de markt? -> en bijvoorbeeld niet naar de winkel?

Vindt de noten en de kaas lekkerder van de markt.

9. Voert u ook tijdens een bezoek aan de markt gesprekken met andere mensen dan waarmee u bent?

Ja / **Nee**/Soms

Als ik al ga dan ga ik zo vroeg mogelijk, dan is het nog lekker rustig en kan ik snel m'n spullen halen zonder contacten te hoeven maken.

10. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar u regelmatig kunt uitrusten op de locatie van de markt?

Ja / Nee

Die zijn er hier ontzettend veel

11. Zijn er voldoende toegankelijke publieke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ **Nee**

Je kunt volgens mij bij de Hema hier naar het toilet, maar weet het niet zeker.

12. Voelt u zich veilig tijdens een bezoek aan de locatie van de markt door bijvoorbeeld voldoende straatverlichting of politiecontrole?

Ja / Nee

Ik voel me redelijk veilig, maar politie zie je hier niet zo vaak.

13. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten en/of evenementen, die op de locatie van markt plaatsvinden?

Ja / Nee

Niet dat ik weet

14. Met welk vervoersmiddel gaat u naar de locatie van de markt en welke belemmeringen ondervindt u hierbij?

Auto, kom uit Hoogezand dus is prima aan te rijden.

15. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg (invalide) parkeergelegenheden beschikbaar?

Ja / Nee

Ik maak er zelf geen gebruik van, maar geloof dat er wel wat plekken zijn om te parkeren voor lichamelijk gehandicapten.

16. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt genoeg fietsstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Ze fietsen je hier soms bijna van de sokken dus ze zullen hun fietsen ook wel kwijt kunnen

17. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen.

Ja / Nee

Misschien hier in Winschoten, maar niet in Hoogezand.

Bedank voor uw tijd!

Bijlage VIII Interview marktmeester Jan Komies

1. Hoelang bent u al werkzaam op de markt in Winschoten?

Ben 2,5 jaar al marktmeester in Winschoten.

2. Welke doelgroepen bezoeken de warenmarkt in Winschoten het meeste?

Doelgroepen die de warenmarkt bezoeken zijn de inwoners van Winschoten en omliggende dorpen. Het zijn meestal ouderen die komen.

3. Wat kenmerkt voor u deze doelgroepen?

Het zijn wel trouwe bezoekers van de warenmarkt.

4. Wat hoort u van bezoekers over het kraamaanbod van de markt?

De markt is gezellig, maar er mogen wel wat meer kramen bij komen.

5. Welke kramen zou u graag toevoegen op de markt en waarom?

Bv. Tuinplanten, dierenbenodigdheden. Hier is vraag naar van het publiek. Ook zou ik graag een standwerker willen op de markt. Die brengt leven op de markt en actie!

6. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar bezoekers van de markt regelmatig kunnen uitrusten en waarom?

Ja/ Nee

Zitplaatsen zijn er wel. Horeca zijn rondom de markt aanwezig. Ook zijn er sta en zitplaatsen bij de visboer en de loempiakraam.

7. Zijn er volgens u voldoende toegankelijke toiletten in de buurt van de locatie van de markt en waarom?

Ja/ Nee

Toiletten zijn er in de horeca rondom de markt.

8. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt voldoende (invalide) parkeerplaatsen beschikbaar en waarom?

Ja/ Nee

Invalide parkeerplaatsen zijn er ook overal. Waar de markt begint zijn er invalide parkeerplaatsen. Indien de parkeerplaats bezet is mag men ernaast parkeren.

9. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt voldoende fietsenstallingen beschikbaar en waarom?

Ja/ Nee

Fietsenstallingen zijn ook voldoende aanwezig bij de beginpunten van de markt.

10. Waarom gaan mensen volgens u naar de markt in Winschoten?

Mensen gaan naar de markt in Winschoten voor de gezelligheid, beleving en voor de speciale producten die op de markt worden aangeboden. En ook voor de contacten met andere mensen dit is wel een belangrijk punt in deze tijd.

11. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten/ en of evenementen, die op de locatie van de markt plaatsvinden?

Ja/ Nee

12. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen?

Ja/ Nee

Ja persoonlijke uitnodigingen staan in het streekblad of op borden reclame langs de weg.

13. Wordt er volgens u voldoende reclame gemaakt om bezoekers naar de markt te trekken?

Ja/ Nee

Dit zou beter kunnen door borden langs de weg met aanduiding 'zaterdag weekmarkt' en een internetsite van en over de markt.

14. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Een standwerker om wat meer actie op de markt te krijgen.

15. Wat wilt u graag anders zien op de markt?

De markt zou ik graag opstellen met de kramen tegenover elkaar.

16. Zijn er volgens u belemmeringen op de locatie van de markt aanwezig waardoor mensen de markt niet of minder bezoeken?

Ja/ Nee

Zoals ik in de vorige vraag aangaf de kramen tegenover elkaar maakt de markt aantrekkelijker.

17. Wat zou volgens u een goede maatregel kunnen zijn om de markt beter te laten functioneren?

Meer actie ondernemen om marktkooplieden te trekken naar de markt in Winschoten. Advertentie in 'de koopman' vakblad voor markthandel, maar bijvoorbeeld ook erop uit naar markten voor nieuwe contacten.

18. Wat is uw verwachting voor de toekomst van de markt in Winschoten?

Zolang we actief blijven en op zoek gaan naar nieuwe ondernemers zie ik toekomst en groei in de markt van Winschoten.

Bedankt voor uw medewerking!

Bijlage IX Interviews kraamhouder

Naam: Anoniem

1. Hoelang onderneemt u al op de markt in Winschoten?

Ik sta nu zelf 2,5 jaar in Winschoten.

2. In welke plaatsen onderneemt u nog meer met uw marktkraam?

Delfzijl, Hoogkerk, Harkstede en Winschoten.

3. Welke doelgroepen bezoeken de warenmarkt in Winschoten het meeste?

Voornamelijk 50+.

4. Wat kenmerkt voor u deze doelgroepen?

Dat deze mensen meer voor kwaliteit gaan.

5. Wat hoort u van bezoekers over het kraamaanbod van de markt?

Dat het niet meer zoals vroeger is, want een paar jaar geleden stonden er 60 kramen en het is nu gehalveerd.

6. Welke kramen zou u graag toevoegen op de markt en waarom?

Olijven, vleeswaren en een bloemenkraam.

7. Zijn er volgens u voldoende buitenzitplaatsen beschikbaar waar bezoekers van de markt regelmatig kunnen uitrusten?

Ja/ Nee

Die zijn er genoeg.

8. Zijn er volgens u voldoende toegankelijke toiletten in de buurt van de locatie van de markt?

Ja/ Nee

Daar zou ze nog aan moeten werken van de gemeente.

9. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt voldoende (invalide) parkeerplaatsen beschikbaar?

Ja/ Nee

Dat durf ik niet te zeggen zo bekend ben ik daar nog niet.

10. Zijn er volgens u bij de locatie van de markt voldoende fietsenstallingen beschikbaar?

Ja/ Nee

Volgens mij helemaal niks waar je je fiets kwijt kan.

11. Waarom gaan mensen volgens u naar de markt in Winschoten?

Door de verscheidenheid van de producten en voor de gezellige sfeer.

12. Wordt er informatie verschaft over de activiteiten/ en of evenementen, die op de locatie van de markt plaatsvinden?

Ja/ Nee/ Soms

Niet altijd.

13. Worden er persoonlijke uitnodigingen verzonden om activiteiten te bevorderen en deelname aan te moedigen?

Ja/ Nee

Dat wordt bijna nooit gedaan op de markt

14. Wordt er volgens u voldoende reclame gemaakt om bezoekers naar de markt te trekken?

Ja/ Nee

Dat wordt totaal niet gedaan, dat zou een mooi puntje zijn als ze dat meer gaan doen.

15. Wat zou u graag toevoegen op de markt?

Meer entertainment. Dat mensen op de markt blijven hangen.

16. Wat wilt u graag anders zien op de markt?

Dat mensen meer de verleiding krijgen om naar de markt te komen.

17. Zijn er volgens u belemmeringen op de locatie van de markt aanwezig waardoor mensen de markt niet of minder bezoeken?

Ja/ Nee

Op dit moment zou ik het niet weten.

18. Wat zou volgens u een goede maatregel kunnen zijn om de markt beter te laten functioneren?

De kramen tegenover elkaar te zetten of compacter op elkaar staan.

19. Wat is uw verwachting voor de toekomst van de markt in Winschoten?

Dat we de beste markt van Nederland worden.

Bedankt voor uw medewerking!