

Eenheidsworst troef op markten

30-09-2008 00:00

De Nederlandse markten verschillen in aanbod nauwelijks van elkaar. Bovendien vergrijst het overgrote deel van het publiek. "Jongeren zijn ondervertegenwoordigd", erkent Maarten de Graaf van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). "De vaste klant van de markt is 45 jaar of ouder."

Het HBD vindt dat daar verandering in moet komen en daarom houdt het bedrijfschap tijdens de herfstvakantie – van 11 tot 26 oktober – het '1001 Markten Festival'. "Markten zullen dan allerlei extra activiteiten organiseren, zoals proeverijen en muzikale evenementen. We houden ook activiteiten voor jonge kinderen in de hoop dat hun ouders naar de markt komen." De markt kampt volgens retaildeskundige Gerard Rutte met een imago probleem. "Elke markt is ongeveer hetzelfde. Je hebt er bloemen, groente, kaas, vis en kleding. Meer is er niet."

Er is daarom volgens Rutte nog een wereld te winnen als het gaat om aanspreken van een breder publiek. "De markt zou veel meer moeten doen om zich te onderscheiden dan nu. Je moet meer diensten aanbieden waar mensen speciaal voor naar de markt komen. Denk aan mediterrane specialiteiten en bijvoorbeeld aan een uitgebreid assortiment aan kruiden en specerijen."

Rutte denkt dat de markt nog veel meer kan doen om een jonger publiek te trekken. "Waarom zijn er geen markten met een rustige plek waar je cappuccino kunt drinken? Waarom hebben zo weinig markten en eigen website waarop helder en duidelijk wordt weergegeven wat het aanbod is? En waarom hebben markten geen bezorgservice?"