Gemeente Amsterdam



Toekomstperspectief Albert Cuypmarkt

23 september 2025

Inleiding 3

De markt van toen en nu 5

Een nieuw perspectief voor de Albert Cuypmarkt 6

Aan de slag met het nieuwe perspectief 10

Afweging van belangen 13

Inleiding

Met bijna driehonderd kramen en jaarlijks zes miljoen bezoekers uit binnen- en buitenland is de Albert Cuypmarkt de grootste en bekendste markt van Nederland. De markt bestaat al 120 jaar en is met recht een icoon van Amsterdam te noemen. Nog steeds spreekt de Albert Cuypmarkt bij veel mensen tot de verbeelding; een markt om trots op te zijn! Bovendien is de markt van groot belang voor andere ondernemers in de omgeving. Zij noemen de Albert Cuypmarkt de economische motor van De Pijp.

Aan de andere kant zien we dat de wereld om de markt heen sterk verandert, en daarmee ook de behoeften van de bezoekers van de Albert Cuypmarkt. Dit uit zich de laatste jaren onder andere in een daling van het aantal bezoekers, steeds meer leegstand en een verschraling van het aanbod. Ook zien we in de Albert Cuypstraat problemen op het gebied van afvalinzameling, fietsparkeren en verkeersveiligheid. De openbare ruimte is erg versteend, waardoor de temperatuur in de straat op warme dagen flink kan oplopen en de afvoer van regenwater bij piekbuien ontoereikend is.[1]

De gemeente Amsterdam wil het tij keren en de Albert Cuypmarkt stap voor stap ontwikkelen tot een aantrekkelijke markt die meegaat met de tijd en aansprekend is voor een divers en breed publiek. Dit vraagt om een nieuwe kijk op de functie van de markt en om duidelijke maatregelen, ook op het gebied van de inrichting van de openbare ruimte en het gebruik daarvan.

In dit Toekomstperspectief wordt uitgelegd wat die ontwikkeling inhoudt en wat ervoor nodig is. Het sluit aan bij de ambitie van de gemeente Amsterdam om markten in de hele stad een impuls te geven[2] en bij de meerjarige gebiedsopgaven 2023-2026 voor De Pijp en de Rivierenbuurt.[3] Bovendien past het Toekomstperspectief bij de nieuwe Marktverordening, die momenteel in de maak is, en meer ruimte moet bieden aan vernieuwing en ondernemerschap.

1. Voorafgaand aan het participatietraject voor dit Toekomstperspectief is een Opgavenotitie opgesteld met daarin een uitwerking van de opgaven van de Albert Cuypmarkt. Deze is te downloaden via www.amsterdam.nl/albertcuypmarkt.

2. In de door de gemeenteraad vastgestelde Marktvisie is als opgave benoemd dat voor de brede algemene warenmarkten – waaronder de Albert Cuypmarkt – meer en snellere vernieuwing nodig is om aan te sluiten bij veranderende behoeften in de samenleving en de buurt. Zie Marktvisie 2018-2026 gemeente Amsterdam, p. 19, te downloaden via https://openresearch.amsterdam/image/2023/6/12/marktvisie_amsterdam_2018_2026.pdf.

3. In de gebiedsopgaven 2023-2026 voor het gebied De Pijp en Rivierenbuurt is als doelstelling benoemd dat de Albert Cuypmarkt aantrekkelijker moet worden en economisch moet worden versterkt. Meer informatie en de documenten zijn te vinden via www.amsterdam.nl/stadsdelen/zuid/gebiedsopgaven-2023-2026-stadsdeel-zuid/.



Over dit Toekomstperspectief

De gemeente spant zich al jaren in om de Albert Cuypmarkt te verbeteren. Inmiddels is duidelijk dat de markt een andere functie heeft dan vroeger. We kunnen de markt niet verbeteren als we er op de oude manier naar blijven kijken: er is een nieuw perspectief nodig en dat ligt nu voor u. Dit Toekomstperspectief is het resultaat van een onderzoek naar de opgaven op de markt (Opgavenotitie, zie [1]), is gebaseerd op analyses en onderzoeken naar de ontwikkelingen van markten en een participatietraject met marktondernemers, winkeliers, horeca-uitbaters, bewoners en bezoekers van de markt.[4]

De in dit perspectief beschreven ideeën worden uitgewerkt in een uitvoeringsagenda met concrete en haalbare en maatregelen, die ervoor moeten zorgen dat de Albert Cuypmarkt kan ontwikkelen naar een aantrekkelijke en bruisende markt die tegemoetkomt aan de behoeften van vandaag. Tegelijkertijd is het de bedoeling om snel te starten met een aantal experimenten die in lijn zijn met het nieuwe perspectief.

Daarbij moeten we er rekening mee houden dat de gemeente de komende jaren ook besluiten zal moet nemen die gevolgen hebben voor alle markten in Amsterdam. Dat gaat bijvoorbeeld over de nieuwe marktverordening en de gemeentelijke kosten voor de markten in Amsterdam. Ook de actieve inzet van marktondernemers is bepalend voor de concrete uitwerking van dit perspectief.

4. Van het participatietraject is een Eindverslag participatietraject gemaakt, waarin de belangrijkste bevindingen staan en is beschreven hoe het participatietraject is verlopen. Dit verslag is te downloaden via www.amsterdam.nl/albertcuypmarkt.

De markt van toen en nu

Van oudsher is de markt een plek waar mensen hun dagelijkse boodschappen doen en waar ze betaalbare artikelen kunnen vinden, zoals kleding en drogisterijproducten. We zien echter al jaren dat er een verschuiving gaande is. De toenemende concurrentie van supermarkten en discounters en de opkomst van webshops knagen aan de traditionele warenmarkten, zoals de Albert Cuypmarkt. Dit uit zich in dalende bezoekersaantallen, een lagere besteding en een steeds ouder publiek.

De bevolkingssamenstelling van Amsterdam en – meer specifiek – De Pijp is al jaren sterk aan het veranderen. De Pijp is door de jaren heen veranderd van een arbeidersbuurt naar een smeltkroes van rijk en arm, jong en oud, met steeds meer hoogopgeleide eenpersoonshuishoudens en internationals. Deze bevolkingsgroepen hebben uiteenlopende verwachtingen van de markt. Waar de nadruk bij de oudere bevolking nog steeds ligt op de traditionele boodschappen, hebben de nieuwe en jongere groepen vooral interesse in ready-to-eat-, streek- en biologische producten en in beleving en activiteiten. Omdat de markt zich nog te veel richt op het traditionele aanbod, zien we dat de groep buurtbewoners die de markt bezoekt vergrijst en kleiner wordt.

Het is de Albert Cuypmarkt nog niet volledig gelukt om die smeltkroes in De Pijp aan zich te binden. Marktondernemers richten hun pijlen vooral op bezoekers uit het buitenland, die nog wel in groten getale naar de Albert Cuypmarkt komen. Daardoor wordt het aanbod eenzijdiger.

Om de Albert Cuypmarkt toekomstbestendig te maken, moeten we anders gaan kijken naar de functie die de markt in de huidige samenleving kan vervullen. Het oude perspectief, waarin de markt zich meer richt op traditionele dagelijkse boodschappen, maakt plaats voor een nieuwe perspectief, waarin de markt zich mee richt op ready-to-eat, streek- en biologische producten en beleving en activiteiten.

Een nieuw perspectief voor de Albert Cuypmarkt

De bezoekers van de Albert Cuypmarkt – een mix van buurtbewoners en Amsterdammers en mensen uit binnen- en buitenland – hebben steeds meer behoefte aan beleving en ontmoeting, producten die zij meteen op kunnen eten en bijzondere producten zoals biologische en streek-producten. Vanuit dit nieuwe inzicht is de focus verlegd van het zoeken naar oplossingen binnen de huidige opzet naar het eerst creëren van een nieuw perspectief op de markt. De functie van de Albert Cuypmarkt verandert van traditionele warenmarkt voor dagelijkse boodschappen naar een markt die zich richt op boodschappen, beleven, consumeren, gezond leven en leren en inspireren.

- **Boodschappen**: bezoekers willen op de markt nog steeds ook hun dagelijkse boodschappen kunnen doen.
- **Beleving**: bezoekers willen levendigheid, ruimte om elkaar te ontmoeten en de markt moet uitnodigen om prettig te kunnen verblijven.
- **Consumeren**: bezoekers hebben behoefte aan etenswaren om direct op te eten of te drinken en afhaalmaaltijden.
- **Gezond leven**: bezoekers hechten waarde aan gezonde en biologische producten die op een eerlijke wijze geproduceerd zijn.
- **Inspiratie**: er is behoefte aan activiteiten die de bezoekers op ideeën brengen en waar ze iets van kunnen opsteken.

Boodschappen

De markt waar je altijd vertrouwd jouw boodschappen kunt doen.

Bijvoorbeeld:
- Groente, fruit
- Vis
- Brood
- Kleding, stoffen
- Dagelijkse benodigdheden



Beleven

De markt waar je elkaar ontmoet, waar je graag verblijft en waar altijd wat te doen is (reuring).

Bijvoorbeeld:
- Activiteiten op feestdagen
- Muziek en theater
- Showcooking
- Standwerkers
- Zitjes, groen, faciliteiten



Consumeren

De markt waar je lekker, gezond en eerlijk eten en drinken kunt nuttigen en afhalen.

Bijvoorbeeld:
- Kramen met eten en drinken om direct op te eten
- Luxe broodjes en kant-en-klaarmaaltijden
- Biologische shakes
- Online afhaalpunten



Gezond leven

De markt waar je terecht kunt voor eerlijke, biologische en duurzame producten.

Bijvoorbeeld:
- Biologische kramen
- Kramen met streekproducten
- Kramen met dagverse producten



Leren, inspireren

De markt die je inspireert, boeit, op ideeën brengt en waar je wat kunt leren.

Bijvoorbeeld:
- Workshops
- Kooklessen
- Health cooking cursus
- Studenten en influencers
- Verhalen, geschiedenis





Drie uitgangspunten voor vernieuwing

Om de komende jaren toe te groeien naar het nieuwe perspectief, moeten er belangrijke en soms ook lastige keuzes worden gemaakt op het gebied van het aanbod op de markt, de opstelling en indeling van de markt en de inrichting van de openbare ruimte. Zo is er een aanbod nodig dat meer tegemoetkomt aan de wensen en behoeften van een mix van groepen in de samenleving van Amsterdam en De Pijp in het bijzonder. Daarnaast zien we dat de markt (vooral op doordeweekse dagen) minder druk wordt en dat de behoefte om de markt flexibel op te kunnen stellen, toeneemt. In de huidige opstelling zijn er over de volledige lengte van de markt winkel-kraam-combinaties (etalagekramen), waardoor het niet mogelijk is om de markt op rustige dagen kleiner te maken. Het gevolg hiervan is dat de markt op rustige dagen gaten heeft en er als zodanig niet aantrekkelijk uit ziet. Ook zien we dat er nu te weinig mogelijkheden zijn om activiteiten te organiseren (om sfeer en beleving te bevorderen), terwijl daar in toenemende behoefte aan is. Om richting te geven aan het vernieuwingsproces zijn drie uitgangspunten geformuleerd:

1. **Divers aanbod**
   Het aanbod op de markt moet gericht zijn op een divers publiek met verschillende behoeften, waarbij de behoeften van Amsterdammers en buurtbewoners centraal staan.

2. **Levendige markt**
   De markt moet tegemoetkomen aan de toenemende behoefte van bezoekers aan (sfeer) beleving en activiteiten.

3. **Flexibele markt**
   De opstelling van de markt moet flexibel zijn en het mogelijk maken om in te spelen op wisselende drukte op de markt.

Nieuwe focus

Het nieuwe perspectief heeft gevolgen voor de manier waarop de gemeente kijkt naar de markt en haar rol als beheerder en facilitator invult. In onderstaande figuur is de oude en nieuwe focus van de gemeente op een aantal onderdelen uiteengezet.

Voorheen lag de focus op...	Voortaan ligt de focus op...
De Albert Cuypstraat als marktstraat en in de tweede plaats als winkelstraat en verblijfsgebied.	De Albert Cuypstraat waar winkels en de markt in elkaars verlengde liggen en waar bezoekers kunnen beleven, consumeren en boodschappen kunnen doen.
Het in stand houden van de traditionele voedsel- en warenmarkt zoals die altijd heeft gefunctioneerd.	Het creëren van een diverse markt die tegemoetkomt aan uiteenlopende behoeften van een mix van groepen in de samenleving van Amsterdam en De Pijp in het bijzonder.
Het vullen van de markt met nieuwe marktondernemers volgens schaarste-vergunningen, o.b.v. anciënniteit.	Het vullen van de markt met een diversiteit aan (markt)ondernemers, ontmoetings- en verblijfsruimte en ruimte voor activiteiten.
Terughoudendheid met het toestaan van terrassen.	Het mogelijk maken van goede terrassen die de markt als ontmoetings- en verblijfsruimte een impuls kunnen geven.
Het binnen de perken houden van laag-waardig toeristisch aanbod op de markt.	Het verbeteren van het aanbod van de markt passend bij de diversiteit in behoeften en bevolkingssamenstelling van Amsterdam en De Pijp in het bijzonder, die ook voor andere bezoekers aantrekkelijk is.
Het geïsoleerd oplossen van problemen op het gebied van afval, ratten, fiets-parkeren en marktmaterialen.	Het oplossen van problemen op het gebied van afval, ratten, fietsparkeren en marktmaterialen als onderdeel van een groter plan waarmee invulling wordt gegeven aan het nieuwe perspectief.

Aan de slag met het nieuwe perspectief

We gaan het toekomstperspectief verder uitwerken in concrete en haalbare maatregelen voor de periode 2026-2029. Hierbij wordt ook integraal gekeken naar de andere opgaven in de straat, zoals onderhoud, klimaatadaptatie, afval en verkeersveiligheid. De maatregelen worden opgenomen in een Uitvoeringsagenda 2026-2029.

Tegelijkertijd willen we versnelling brengen in de gewenste veranderingen en een aantal experimenten te starten. Deze kunnen ook waardevolle ervaringen leveren voor de nieuwe marktverordening. Voor succesvolle experimenten is samenwerking met de ondernemers essentieel. Tijdens de participatie is door ondernemers aangegeven dat zij hier actief aan willen meedoen.

Divers aanbod

Om tegemoet te komen aan de behoeften van een brede en diverse doelgroepenmix, zijn er nieuwe marktondernemers nodig met een aanvullend aanbod. Nieuwe marktondernemers kunnen niet meer alleen worden gevonden in de vijver van bekende ondernemers met vooral traditionele boodschappen en ready-to-eat-etenswaren. De huidige marktondernemers geven aan dat jonge ondernemers afhaken door toenemende kosten en groeiende regeldruk. Bovendien is het beroep van marktkoopman al jaren minder in trek en daardoor is er sprake van vergrijzing. In de volgende fase gaan we als onderdeel van de uitvoeringsagenda verder onderzoeken wat de mogelijkheden zijn als het gaat over het aantrekken van ondernemers met een aanbod dat goed aansluit op de hedendaagse behoeften.

Levendige markt

Voor het nieuwe perspectief is het van belang dat de markt een aantrekkelijke verblijfplaats wordt. Horeca en terrassen zijn daar een belangrijk onderdeel van. Momenteel is de samenwerking tussen horeca- en marktondernemers beperkt, maar er zijn vele mogelijkheden voor gezamenlijke activiteiten: een haringproeverij aangeboden door de visboer op het terras van het nabijgelegen café, showcooking op het terras van een restaurant met biologische producten van de markt en horecaondernemers die samen met marktondernemers een culinair evenement organiseren. Als de kramen flexibel geplaatst kunnen worden, creëert dat meer ruimte voor dergelijke activiteiten.

Flexibele markt

Diverse aanbieders op de Albert Cuypmarkt hebben momenteel een winkel gecombineerd met een kraam op de markt: ongeveer 40 procent van de marktplaatsen bestaat uit dit soort etalagekramen. Zowel de gemeente als de ondernemers vinden dat deze winkel-kraamcombinaties niet bijdragen aan de aantrekkelijkheid en levendigheid van de markt.

Doordat de kramen verbonden zijn aan de winkel erachter, is het niet mogelijk om op rustige dagen kramen te verschuiven, waardoor er veel lege plekken zijn. Bovendien wordt een deel van deze kramen uitsluitend gebruikt als entree voor de winkel. Ze worden niet bemenst, hebben weinig uitstraling en getuigen vaak niet van ‘echt gastheerschap’.

Hoewel men het erover eens is dat de etalagekramen niet bijdragen aan de aantrekkelijkheid van de markt, wordt er verschillend gedacht over mogelijke oplossingen. Sommige ondernemers vinden dat deze kramen moeten verdwijnen, terwijl anderen willen inzetten op strengere eisen om te zorgen dat deze kramen er aantrekkelijker uitzien en het gastheerschap verbetert.

Een andere wens van de ondernemers is dat de gemeente meer flexibel omgaat met het vullen van lege plaatsen op minder drukke dagen. Bijvoorbeeld door dagvergunningen te verstrekken. De mogelijkheden hiervoor vanuit de gemeente, en de bereidheid van ondernemers om hier gebruik van te maken, gaan we verder onderzoeken.

Verbeteren openbare ruimte

Voor de periode 2028-2030 staan er werkzaamheden gepland aan de bestrating van de Albert Cuypstraat. We willen daarvan gebruikmaken om de openbare ruimte meer in lijn te brengen met het nieuwe perspectief: meer vergroening, ruimte voor zitjes en activiteiten en oplossingen voor fietsparkeren en afvalinzameling.

We zoeken uit of er bomen kunnen worden geplaatst, en zo ja, hoeveel. Als er een andere opstelling komt, wat betekent dit dan voor de verdere inrichting van de straat, de bestrating en de ruimte voor hulpdiensten? Wat zijn de mogelijkheden voor ondergrondse afvalcontainers? Kunnen we ook oplossingen bedenken voor het fietsparkeren? Het is de bedoeling is dat er een concreet, overkoepelend plan wordt opgesteld waarin de verschillende elementen (groen, zitjes, afvalcontainers, bestrating en fietsparkeren) zijn opgenomen.





Experimenten

Tegelijkertijd willen we versnelling brengen in de gewenste veranderingen en een aantal mogelijke maatregelen uitproberen door middel van experimenten. Deze kunnen ook waardevolle ervaringen opleveren voor de nieuwe marktverordening. Voor succesvolle experimenten is samenwerking met de ondernemers essentieel. Tijdens de participatie hebben de ondernemers aangegeven dat zij hier actief aan mee willen doen. In het najaar van 2025 starten we met de volgende experimenten:

1. **Een initiatief om het verblijf op de markt aantrekkelijker te maken door het organiseren van meer activiteiten en meer mogelijkheden voor zitplekken te creëren.**
2. **Een andere opstelling van de kramen testen op een deel van de markt.**
3. **Verbeteren van het gastheerschap in de etalagekramen.**

In de volgende fase (Uitvoeringsagenda) worden onderzocht welke maatregelen kunnen worden genomen om het ondernemerschap op de Albert Cuypmarkt aantrekkelijker te maken.

Tot slot is de gemeente voornemens om begin 2026 een herindeling te doen op de Albert Cuypmarkt. Hierbij worden waar mogelijk al onderdelen van het nieuwe perspectief ingepast, te denken valt aan het creëren van extra bakplaatsen/foodcourt, een mogelijke stop op nieuwe winkel-kraamcombinaties en het creëren van extra zitgelegenheden.

Afweging van belangen

Voor een aantal van de hierboven beschreven ideeën moeten keuzes worden gemaakt die impact hebben op bewoners en ondernemers. Daarbij is er soms sprake van conflicterende belangen en wensen. Het is onmogelijk om aan alle wensen tegemoet te komen. Dit vraagt om extra zorgvuldigheid in het proces. Het gaat dan met name om de volgende kwesties:

Herindeling en omvang markt

Ruimte is schaars op de Albert Cuypmarkt en we zullen ingrijpende beslissingen moeten nemen over de invulling van die ruimte. Zo heeft een mogelijke andere opstelling van de markt voor sommige ondernemers nadelige effecten. Verder kan de aanleg van terrassen en groen betekenen dat kraamhouders een andere plek op de markt krijgen.

Toestaan terrassen en horeca

Om de Oude Pijp leefbaar te houden, is onder andere voor de zijstraten van de Albert Cuypstraat vastgesteld dat er geen terrasvergunningen meer worden afgegeven. De Albert Cuypstraat zelf is overdag marktterrein, en dan zijn er formeel geen terrassen toegestaan. In het kader van het nieuwe perspectief gaan we onderzoeken wat er mogelijk is om meer zitjes en terrassen toe te voegen op Albert Cuypmarkt.

Overstaanders

In de afgelopen jaren is er veel contact geweest tussen de gemeente en de ‘overstaanders’: eigenaren van verkoopwagens die na het sluiten van de markt op de straat blijven staan (ongeveer dertien in totaal). In 2022 heeft de gemeente aangegeven de ontheffingen voor het overstaan niet te willen verlengen. Sindsdien wordt het overstaan door de gemeente gedoogd. De gemeente wil in de toekomst dat ook de overstaanders na het sluiten van de markt hun verkoopwagen weghalen. Dit zorgt voor een gelijke regels voor alle ondernemers en maakt de straat na afloop van de markt geheel vrij. Dat is in lijn met stedelijk beleid over de openbare ruimte. Er is besloten om het gedogen te beëindigen wanneer het groot onderhoud van de straat plaatsvindt (planning is begin 2028). In de tussentijd wordt de mogelijkheid voor kiosken/marktboxen verder onderzocht, waarbij is opgemerkt dat het nog allerminst zeker is dat deze optie haalbaar is.

Kostendekkendheid

Het gemeentelijk beheer van de markten is niet kostendekkend. In 2023 legde de gemeente naar schatting € 3,7 miljoen bij en dit bedrag loopt de komende jaren op als we niks doen. De gemeente onderzoekt hoe dit tekort gelijk kan blijven of verlaagd kan worden. Naast het verhogen van tarieven kan ook gedacht worden aan het privatiseren van markten, verminderen van marktdagen, of om afvalinzameling door de ondernemers zelf te laten organiseren. Tegelijkertijd geven ondernemers aan dat zij moeite hebben om de kosten voor marktplaats, marktkraam en het parkeren op te brengen. Bij de verdere uitwerking van mogelijke maatregelen moet rekening worden gehouden met de betaalbaarheid, zowel voor de gemeente als voor de marktondernemers.



Colofon

Dit is een uitgave van Gemeente Amsterdam.

Vormgeving
Vorm de Stad