

Jaarmarkten

Dragen ze bij aan plaatsidentiteit en hebben ze
bestaanstoekomst?

Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen

F.E. Bom
Groningen, augustus 2005

Begeleider: prof.dr. P.P.P. Huigen

Samenvatting

Deze studie richt zich op de betekenis van jaarmarkten voor de plaatsidentiteit en de bestaanstoekomst van jaarmarkten. De studie is opgedeeld in twee delen; een algemene beschrijving van jaarmarkten en de beschrijving van drie cases. De drie cases zijn gebruikt om de plaatsidentiteit te onderzoeken. Ook zijn de case studies, samen met de algemene beschrijving gebruikt om een verwachting over de toekomst van jaarmarkten uit te spreken. Voor het onderzoek is de volgende hoofdvraag geformuleerd:
Welke betekenis hebben jaarmarkten voor de plaatsidentiteit en hebben jaarmarkten een bestaanstoekomst?

Om deze vraag te beantwoorden zijn de volgende acht deelvragen opgesteld:

1. Wat is de relatie in de geschiedenis tussen jaarmarkt en plaats?
2. Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en wat is de relatie van deze kenmerken met de plaats?
3. Hoe wordt over jaarmarkten gecommuniceerd?
4. Hoe worden jaarmarkten gebruikt door actoren?
5. Wat is de oorsprong van jaarmarkten?
6. Hoe hebben jaarmarkten zich in de loop van de tijd ontwikkeld?
7. Hoe zien hedendaagse jaarmarkten er uit?
8. Welke aspecten zijn belangrijk voor het blijven bestaan van jaarmarkten?

Bij de algemene beschrijving van jaarmarkten in hoofdstuk 2 is gekeken naar de oorsprong en geschiedenis van jaarmarkten. Vervolgens is onderzocht welke veranderingen in jaarmarkten hebben plaatsgevonden en wat de belangrijkste dragers zijn van de hedendaagse jaarmarkten. Dragere zijn de actoren die van belang zijn voor de organisatie en het bestaan van de jaarmarkt. Zonder deze actoren is het onzeker of de jaarmarkt in de toekomst nog gehouden kan worden. Tot slot is een vergelijking getrokken tussen de jaarmarkten in de provincies Drenthe, Friesland en Groningen.

De hoofdstukken 3, 4 en 5 beschrijven ieder een case studie. De drie case studies behandelen de Zuidlaardermarkt in Zuidlaren, de Rodermarkt in Roden en de Ganzenmarkt in Coevorden. Van deze case studies is allereerst onderzocht hoe ze zijn ontstaan en wat de belangrijkste kenmerken zijn. De geschiedenis van de jaarmarkt en de kenmerken van de jaarmarkt die een relatie hebben met de plaats, vormen een deel van de plaatsidentiteit. Vervolgens komen veranderingen in jaarmarkt en plaats aan de orde. Hieruit blijkt ook weer dat de jaarmarkt deel uitmaakt van de plaatsidentiteit. Ook bij de case studies komen de belangrijkste actoren van de jaarmarkt aan de orde. Deze groepen actoren zijn de gemeente, bezoekers en vrijwilligers.

De conclusie die getrokken kan worden uit de case studies aangaande plaatsidentiteit is als volgt. Het is duidelijk dat jaarmarkten een betekenis hebben voor de plaats en een rol spelen in de plaatsidentiteit. Onduidelijk is echter welke betekenis het precies is. Jaarmarkten voldoen niet aan alle aspecten die gesteld worden aan plaatsidentiteit. De aspecten van plaatsidentiteit waar jaarmarkten wel aan voldoen zijn de volgende:

Veel jaarmarkt zijn verankerd in het verleden. Vooral in de provincie Drenthe bestaan veel jaarmarkten al eeuwen en deze hebben een lange geschiedenis. De inwoners van de plaats zijn met de jaarmarkt opgegroeid en deze maakt deel uit van de historie en de plaatsidentiteit.

Plaatsidentiteit wordt ook opgehangen aan de kenmerken van een gebied. De gunstige omstandigheden in een gebied waardoor jaarmarkten zijn ontstaan, zijn veelal nog terug te vinden in de hedendaagse jaarmarkten. De kenmerken van de jaarmarkt die specifiek bij de plaats horen zijn daarmee onlosmakelijk verbonden en horen bij de identiteit. Deze is dan ook geworteld in de plaats en waarschijnlijk ook bij de inwoners.

Bij plaatsidentiteit hoort ook de communicatie over de plaats, in dit geval de jaarmarkt. Uit de case studies blijkt dat jaarmarkt en plaats elkaar kunnen versterken. De associatie van een jaarmarkt met een plaats wordt positief ervaren en zou dus gebruikt kunnen worden. Pas als men communiceert over de plaats krijgt de plaats betekenis. Bij de jaarmarkten waar meer over gecommuniceerd wordt, is de plaatsidentiteit duidelijker aanwezig.

De actoren die van de jaarmarkt gebruik maken, dragen ook bij aan de plaatsidentiteit. De actoren die zich inzetten, willen dat de jaarmarkt een voor hen gewenste betekenis krijgt. Wanneer de actoren samenwerken, ontstaat een plaatsidentiteit die voor buitenstaanders waarneembaar is en dus de uitkomst van alle partijen is.

In het onderzoek wordt ook een verwachting uitgesproken over de bestaanstoekomst van jaarmarkten. De verwachting is dat jaarmarkten nog meer een plaats van vermaak zullen worden en minder een plaats van handel. Dit geldt dan voornamelijk voor de handel van vee en paarden. De jaarmarkten die de grootste naamsbekendheid hebben op het gebied van paarden en vee zullen nog wel enkele decennia bestaan, maar bij de kleinere en onbekendere jaarmarkten zal het aanbod van paarden en vee op den duur geheel verdwijnen. Dit is onder andere te wijten aan de regelgeving van de overheid, die verkoop van vee aan steeds meer regels bindt.

Voor het blijven voortbestaan van jaarmarkten zijn de drie actoren gemeente, bezoekers en vrijwilligers van belang. Het beleid van de gemeente is van belang voor het voortbestaan van de jaarmarkt, omdat de belangrijkste rol van de gemeente die van financier van de jaarmarkt is.

De bezoekers vormen de tweede groep actoren. Het trekken van bezoekers is noodzakelijk voor een jaarmarkt, omdat deze voor de inkomsten zorgen. Het aantal bezoekers is afhankelijk van vijf factoren: de leeftijd van de jaarmarkt, het tijdstip, voorzieningen, activiteiten en promotie.

De derde groep actoren, de vrijwilligers, vormen ook een belangrijk onderdeel van de jaarmarkt. Deze groep is van belang omdat het meewerken van vrijwilligers aangeeft dat de jaarmarkt leeft onder de bevolking en dat men zich voor de jaarmarkt wil inzetten.

De toekomst van jaarmarkten kan positief tegemoet worden gezien. Dit is echter wel afhankelijk van de inzet van de drie groepen actoren. Zodra één van de drie groepen actoren niet langer groot genoeg is, wordt het voor de jaarmarkt moeilijk om te blijven bestaan. De jaarmarkten die de grootste kans hebben om te blijven bestaan, zijn de oude jaarmarkten met een grote naamsbekendheid en de zomermarkten die veel toeristen trekken. Wel hangt het natuurlijk af van wat de toekomst zelf brengt, wat betreft dierziekten en regelgeving.

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
Inhoudsopgave.....	4
1. Introductie	6
1.1 Inleiding.....	6
1.2 Functies van de jaarmarkt.....	6
1.3 Onderzoeksvragen	7
1.4 Plaatsidentiteit	8
1.5 Betekenis en toekomst	10
1.5.1 De toekomst van jaarmarkten	11
1.5.2 De betekenis van jaarmarkten	12
1.6 Case studies.....	13
1.7 Opzet.....	14
2. Verleden en heden van jaarmarkten.....	15
2.1 Geschiedenis.....	15
2.1.1 Oorsprong jaarmarkten	15
2.1.2 Verschil stad en platteland	16
2.1.3 Vrijersmarkt.....	17
2.2 Hedendaagse jaarmarkten.....	18
2.2.1 Inleiding	18
2.2.2 Maatschappelijke ontwikkelingen	18
2.2.3 Dragere van de jaarmarkt.....	19
2.2.4 Jaarmarkten in de drie noordelijke provincies	22
Case studies	24
3. Zuidlaardermarkt	25
3.1 Zuidlaren	25
3.2 Ontstaan Zuidlaardermarkt	25
3.3 Kenmerken van de Zuidlaardermarkt.....	26
3.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats	28
3.5 De gemeente	29
3.6 Bezoekers	31
3.7 Inrichting van de jaarmarkt.....	32
3.8 Vrijwilligers	33
3.9 Plaatsidentiteit en de toekomst	33
3.9.1 Plaatsidentiteit	34
3.9.2 Toekomst.....	35
4. Rodermarkt	36
4.1 Roden.....	36
4.2 Ontstaan van de Rodermarkt.....	37
4.3 Kenmerken van de Rodermarkt.....	37
4.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats	38
4.5 De gemeente	39
4.6 Bezoekers	40
4.7 Inrichting van de jaarmarkt.....	41
4.8 Vrijwilligers	42
4.9 Plaatsidentiteit en de toekomst	42

4.9.1 Plaatsidentiteit	42
4.9.2 Toekomst.....	43
5. Ganzenmarkt Coevorden	45
5.1 Coevorden.....	45
5.2 Ontstaan van de ganzenmarkt.....	46
5.3 Kenmerken van de ganzenmarkt	48
5.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats	48
5.5 De gemeente.....	49
5.6 Bezoekers	50
5.7 Inrichting van de jaarmarkt.....	50
5.8 Vrijwilligers	51
5.9 Plaatsidentiteit en de toekomst	51
5.9.1 Plaatsidentiteit	51
5.9.2 Toekomst.....	52
6. Toekomst van jaarmarkten	54
6.1 Betekenis van jaarmarkten voor de plaatsidentiteit	54
6.1.1 Wat is de relatie in de geschiedenis tussen jaarmarkt en plaats?.....	54
6.1.2 Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en wat is de relatie van deze kenmerken met de plaats?	54
6.1.3 Hoe wordt over jaarmarkten gecommuniceerd?	55
6.1.4 Hoe worden jaarmarkten gebruikt door actoren?	55
6.2 Toekomst van de jaarmarkten	57
6.2.1 Oorsprong van jaarmarkten	57
6.2.2 Ontwikkeling in de loop der tijd	57
6.2.3 Hedendaagse jaarmarkten.....	57
6.2.4 Belangrijke aspecten.....	58
6.3 Conclusie.....	59
Literatuurlijst.....	62
Bijlage 1. Overzicht jaarmarkten in Drenthe	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 2. Overzicht jaarmarkten in Groningen.....	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 3. Overzicht jaarmarkten in Friesland.....	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 4. Overzicht van aangevoerd vee Zuidlaardermarkt®, 1961-2004	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 5. Folder Zuidlaardermarkt.....	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 6. Dienstregeling Arriva Zuidlaardermarkt.....	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 7. Programma Zuidlaardermarkt 2004	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 8. Programma Rodermarkt 2005.....	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 9. Ronermarkt-leid	Error! Bookmark not defined.
Bijlage 10. Programma Ganzenmarkt 2004.....	Error! Bookmark not defined.

1. Introductie

1.1 Inleiding

Op de brink zitten vrouwen achter hun spinnewiel, mannen vlechten rieten mannen, terwijl 20 meter verderop paarden staan te hinniken. Speelt dit zich honderd jaar geleden af? Nee, het is een van de jaarmarkten in Drenthe, waar tradities in ere worden gehouden en men het vak van oude ambachten nog steeds beoefend. Ook worden op enkele jaarmarkten nog steeds paarden verhandeld.

Jaarmarkten bestaan al honderden jaren. De geschiedenis van jaarmarkten gaat terug naar de late 10^e eeuw, vroege 11^e eeuw. Nog steeds zijn jaarmarkten populair. In heel Nederland worden nog jaarmarkten georganiseerd. Veel daarvan worden in de drie noordelijke provincies gehouden. Jaarlijks zijn dat er ongeveer 100.

De betekenis van de jaarmarkt is in de loop der eeuwen echter wel veranderd. In het begin van hun bestaan waren jaarmarkten vooral ontmoetingsplaatsen waar feest werd gevierd ter ere van een heilige. Doordat zich zoveel mensen op één plaats verzamelden was het een ideale plaats om producten te verhandelen. Ging het op het platteland voornamelijk om paarden, in de steden werden vanaf de 12^e eeuw huishoudelijke producten en moeilijk te verkrijgen producten steeds belangrijker. In de afgelopen eeuw draaide het nog steeds om zaken doen, maar werd het ook een belangrijke ontmoetingsplaats. Veel bezoekers kwamen om kennissen of familie te ontmoeten en maakten er een dagje uit van.

Sinds de industrialisatie van de landbouw hebben veemarkten in belang afgenomen en worden jaarmarkten steeds meer een plaats van ontspanning en vermaak. Dit proces is voornamelijk de laatste decennia aan de gang. Jansen (1987, p430) verwoordt de functie van vermaak als volgt: "Dit elkaar ontmoeten en er samen een zorgeloze dag van maken, is een stukje levenskunst die wij in onze zakelijke en geautomatiseerde maatschappij dreigen te verliezen. Wij zouden van het leven liefst een vlakke rimpelloze zee maken".

Omdat de functie van de jaarmarkt is veranderd, kijken we anders tegen jaarmarkten aan. Vroeger was de functie van de jaarmarkt duidelijk, namelijk een economische functie. De jaarmarkt was een plaats van handel, waar mensen gewone en bijzondere producten en vee en paarden konden aanschaffen. Maar de economische functie was niet de enige. De jaarmarkt had in die tijd ook al een sociale functie, namelijk als plaats van ontmoeting. De laatste decennia neemt de sociale functie van de jaarmarkt in belang toe en worden jaarmarkten plaatsen van vermaak. De oorspronkelijke functie, het verhandelen van goederen, wordt naar de achtergrond verdrongen. De vraag is of deze functieverandering van invloed is op de betekenis van jaarmarkten en of er toekomst is voor jaarmarkten. Om te achterhalen welke betekenis jaarmarkten hebben voor de plaatsidentiteit, zal bestudeerd worden hoe jaarmarkten zijn ingericht in tijd en ruimte, hoe ze worden gebruikt door actoren en hoe ze gebruikt worden bij de promotie van een plaats. Om een verwachting voor de toekomst uit te kunnen spreken wordt eerst gekeken hoe jaarmarkten zijn ontstaan en hoe ze zich ontwikkeld hebben. Vervolgens zal aan de hand van een aantal aspecten een verwachting worden uitgesproken.

1.2 Functies van de jaarmarkt

Tot de 19^e eeuw werden etenswaren en huishoudelijke producten alleen op markten verhandeld. De markt had een bestaansrecht, omdat de bevolking hiervan afhankelijk was. Met de komst van kruidenierswinkels eind 19^e eeuw kwam hier verandering in. Etenswaren werden niet langer alleen op de markt verkocht, maar ook in winkels. Het grote voordeel was dat mensen niet meer afhankelijk waren van de vaste marktdag, maar dat etenswaren nu gekocht konden worden op het gewenste moment. Toch zijn markten niet uit het straatbeeld verdwenen, maar ze hebben wel in belang afgenomen.

Jaarmarkten kunnen verschillende functies hebben, zoals een economische of sociale functie. Voor jaarmarkten geldt dat vooral de economische functie in belang is afgenomen en dan specifiek voor de jaarmarkten met vee. Er wordt steeds minder vee verhandeld op de markten. Dit komt in de eerste plaats door de mechanisatie van de landbouw, waardoor paarden en koeien niet meer nodig zijn op het land. Tractoren hebben het werk van de dieren overgenomen. Daarnaast speelt recent ook de mond-en klauwzeercrisis (MKZ) een belangrijke rol in de teruggang van de veehandel. Na de uitbraak van deze crisis in 2001 zijn grote samenkomsten van koeien verboden en mogen alleen nog kleinvee en paarden worden verhandeld op markten.

Naast het hebben van een economische functie is de steun vanuit de gemeenschap een voorwaarde voor het bestaan van evenementen. Voor jaarmarkten geldt dat voornamelijk kleinere jaarmarkten afhankelijk zijn van deze steun. Wanneer de jaarmarkt actief gesteund wordt door de inwoners, door middel van medewerking en vrijwilligerswerk, bestaat er voldoende draagkracht vanuit de gemeenschap om het voortbestaan te kunnen garanderen. Ook is belangrijk hoe de jaarmarkt beleefd wordt door de inwoners. Gaan mensen nog elk jaar naar de jaarmarkt en welke waarde hechten ze daar aan? Van betekenis is niet alleen wat de inwoners voor de jaarmarkt betekenen en wat ze er aan bijdragen, maar ook wat de jaarmarkt voor de plaats betekent en welke veranderingen de jaarmarkt in de plaats veroorzaakt. Met andere woorden, welke rol spelen jaarmarkten in de vorming van plaatsidentiteit?

Over jaarmarkten is een aantal boeken en artikelen gepubliceerd, bijvoorbeeld door Schaapman (1992), Jansen (1987) en De Boer (1994). Deze publicaties geven veelal een algemene beschrijving van jaarmarkten of een jaarmarkt in het bijzonder. Over de betekenis en toekomst van jaarmarkten is nog weinig gepubliceerd. Dit onderzoek tracht inzicht te geven in de betekenis van jaarmarkten en in de bestaanstoekomst van jaarmarkten. Daarnaast zal een beknopt overzicht worden gegeven van de jaarmarkten in de drie noordelijke provincies.

1.3 Onderzoeksvragen

Ten behoeve van het onderzoek naar de toekomst van jaarmarkten en de betekenis van jaarmarkten is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Welke betekenis hebben jaarmarkten voor de plaatsidentiteit en hebben jaarmarkten een bestaanstoekomst?

Deze hoofdvraag zal beantwoord worden aan de hand van een aantal deelvragen.

Om de betekenis van jaarmarkten voor de plaatsidentiteit te bepalen zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Wat is de relatie in de geschiedenis tussen jaarmarkt en plaats?
2. Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van deze kenmerken met de plaats?
3. Hoe worden jaarmarkten gebruikt door actoren?
4. Hoe wordt over jaarmarkten gecommuniceerd? Door gemeenten en VVV's.

Om een verwachting over de toekomst van jaarmarkten uit te kunnen spreken zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

5. Wat is de oorsprong van jaarmarkten?
6. Hoe hebben jaarmarkten zich in de loop van de tijd ontwikkeld?
7. Hoe zien hedendaagse jaarmarkten er uit?
8. Welke aspecten zijn belangrijk voor het blijven bestaan van jaarmarkten?

1.4 Plaatsidentiteit

In dit onderzoek wordt gekeken naar de wederzijdse beïnvloeding tussen de jaarmarkt en de plaats waar de jaarmarkt wordt gehouden. De identiteit die de jaarmarkt heeft wordt mede ontleend aan de plaats waar die gehouden wordt. Specifieke elementen van de plaats maken de jaarmarkt uniek in zijn soort. Veranderingen in de plaats kunnen ook doorwerken in de jaarmarkt. Economische veranderingen, zoals de opkomst van de tractor, hebben er voor gezorgd dat de jaarmarkt een minder belangrijke rol kreeg in de agrarische samenleving.

De jaarmarkt zelf is echter ook van betekenis voor de plaats. De jaarmarkt is een onderdeel van de identiteit van de plaats. Vooral in vroegere tijden bepaalde de jaarmarkt een deel van het leven en de gang van zaken in het dorp. De jaarmarkt was een dag waar naar toe werd geleefd.

Jaarmarkt en plaats hebben invloed op elkaar en zijn van betekenis voor elkaar. De identiteit die ze daaraan ontleen wordt ook wel plaatsidentiteit genoemd.

In deze paragraaf zal een beschrijving van het begrip plaatsidentiteit worden gegeven, alsmede een uiteenzetting van het belang van dit begrip voor dit onderzoek.

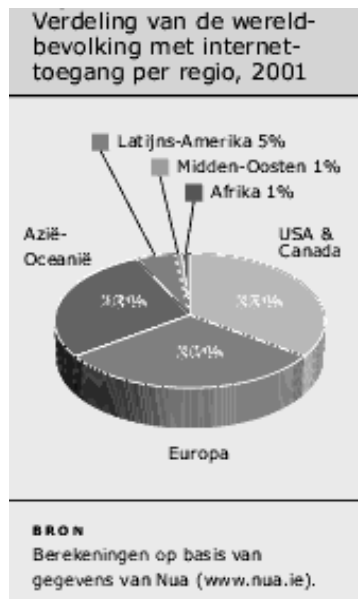
Het begrip plaats

Om het begrip plaatsidentiteit te kunnen definiëren, is het van belang eerst duidelijk te krijgen wat het begrip plaats inhoudt. De definitie van het begrip plaats in dit onderzoek is afkomstig uit de 'nieuwe' culturele geografie die sinds de jaren '80 in de sociale geografie is geïntroduceerd (Simon, 2005). In deze stroming worden plaatsen beschouwd als *ruimtes met een betekenis*; de betekenis die aan een bepaalde locatie wordt toegekend. Omdat de betekenissen van plaatsen kunnen veranderen wanneer de interesses in plaatsen anders worden, worden plaatsen ook wel beschouwd als een *sociale constructie*. Paasi (1996) verwoordt dit als volgt: "Plaatsen zijn geen vaststaand gegeven, maar worden gevormd door individuen en instituties". Deze individuen en instituties kennen de plaats een bepaalde identiteit toe, waardoor deze plaats betekenis krijgt.

De laatste jaren wordt de discussie gevoerd dat plaatsen in betekenis toenemen, omdat de wereld door de toenemende globalisering één geheel dreigt te worden. "De term globalisering verwijst naar de economische, sociale en politieke veranderingen die het gevolg zijn van bijvoorbeeld nieuwe communicatietechnologieën, betere transportmiddelen en internationale samenwerking. Door deze veranderingen is er een snellere stroom van producten en informatie op gang gekomen en zijn mensen mobieler. Alle delen van de wereld worden als het ware blootgesteld aan dezelfde invloeden" (Simon 2005, p15). Deze snelle veranderingen zouden een bedreiging kunnen zijn voor traditionele culturen. Mensen richten zich daarom steeds meer en meer op hun eigen omgeving. Massey (1995: p48) zegt hier over: "The feeling that we live in an increasingly unstable and uncertain world, also makes us *need* even more strongly that notion of place as secure and stable".

Het proces van globalisering wordt echter te dreigend beschreven in de discussies. Er is namelijk maar een klein gedeelte van de wereldbevolking dat invloed heeft op dit proces van globalisering. Een groot deel van de wereldbevolking heeft geen toegang tot Internet. Zie bron1 voor de procentuele verdeling van het gebruik van Internet in de wereld. Ook heeft een ruime meerderheid van de wereldbevolking geen toegang tot telefonie. J. Rifkin schrijft in zijn boek 'The Age of Access' dat 62% van de wereldbevolking nog nooit een telefoongesprek heeft gevoerd (Borger, 2000).

Zoals aangegeven gaan mensen zich meer richten op hun eigen omgeving, waardoor de plaats een (andere) betekenis voor hen krijgt. Deze betekenis is van belang voor plaatsidentiteit.



Bron 1. Verdeling van de wereldbevolking met internettoegang per regio (Bron: Federaal Planbureau, 1999)

Plaatsidentiteit

Plaatsen zijn ruimtes met een betekenis. Deze betekenis krijgen de ruimtes wanneer mensen een identiteit aan de ruimtes toekennen; plaatsidentiteit. In dit onderzoek wordt onder het begrip plaatsidentiteit verstaan: de betekenissen en waarden die mensen toekennen aan een plaats.

Simon (2005) onderscheidt in haar onderzoek naar de (re)productie van streekidentiteiten in Nederland twee verschillende opvattingen over het begrip streekidentiteit. Omdat de toekenning van identiteit aan streken en plaatsen nagenoeg hetzelfde verloopt, zullen de bevindingen van Simon in het bepalen van het begrip plaatsidentiteit meegenomen worden.

De twee opvattingen die bestaan over het begrip plaatsidentiteit zijn een essentialistische en een constructivistische denkwijze. "In de eerste denkwijze wordt ervan uitgegaan dat identiteit een vanzelfsprekend, statisch en homogeen gegeven is.... dit sluit nauw aan bij de neiging om 'alles' te herleiden tot één verklaring. Gesproken wordt over 'de' identiteit gebaseerd op één type kenmerk" (Simon 2005, p20). De identiteit wordt gezien als een onafhankelijk gegeven. De mens die de identiteit waarneemt heeft er geen invloed op.

De tweede opvatting over het begrip plaatsidentiteit ziet in tegenstelling tot de essentialistische denkwijze, dit begrip niet als een vaststaand gegeven, maar als iets dynamisch. "Verscheidene mensen kunnen zich, op hetzelfde tijdstip, op verschillende manieren bezig houden met plaatsen. Ze kunnen dan verschillende identiteiten toekennen aan plaatsen. Deze plaatsidentiteiten zijn daarbij onderhevig aan veranderingen en voortdurend in ontwikkeling, omdat ook de binding van mensen met plaatsen kan veranderen" (Simon 2005, p20). Er kan dus niet van één enkele identiteit worden gesproken, omdat er sprake is van verschillende identiteiten.

Het begrip plaatsidentiteit is een veelomvattend begrip. Ook binnen de sociale geografie bestaat nog onenigheid over de precieze definitie. Over een vijftal fundamentele aspecten is men het echter eens. Deze aspecten zijn geen afzonderlijke onderdelen van het begrip plaatsidentiteit, maar zijn nauw met elkaar verbonden.

Simon (2005: 21):

1. Plaatsidentiteiten zijn sociale constructies

Plaatsidentiteiten worden toegekend door mensen en zijn dus geen 'natuurlijke' en 'objectieve' karakteristieken van een gebied. Plaatsen krijgen hun waarden en betekenissen, omdat mensen er gevoelens, ervaringen en beelden over hebben.

2. Plaatsidentiteiten zijn gerelateerd aan sociale relaties en zijn 'acts of power'

"Omdat plaatsidentiteiten worden geconstrueerd of geproduceerd door actoren zijn ze verankerd in sociale relaties" (Rose 1995: p88). Verschillende actoren vertellen hun 'verhaal' over een plaats op verschillende manieren. Dit heeft te maken met de verschillende belevingen, interpretaties en ervaringen van de actoren.

Tussen de groepen actoren bestaan verschillen in hun mogelijkheid invloed uit te oefenen op de plaatsidentiteiten. Machtige groepen hebben meer middelen tot hun beschikking om hun identiteiten te laten domineren. Voorbeelden van groepen met macht zijn projectontwikkelaars, media en politici. Plaatsidentiteiten kunnen daarom beschouwd worden als 'acts of power'.

3. Plaatsidentiteiten worden opgehangen aan de kenmerken van een gebied

"Naast de sociale relaties worden de identiteiten van een plaats gevormd door de specifieke kenmerken en kwaliteiten die aan een gebied worden toegekend" (Simon: p23). Ook deze kenmerken en kwaliteiten zijn geen vaststaand gegeven, omdat iedere actor ze anders ervaart en aan de plaats alleen kenmerken toekent die voor hem van belang zijn. Mensen gebruiken 'identity markers', zoals historische gebeurtenissen, symbolen en gebruiken om gebieden van elkaar te kunnen onderscheiden.

4. Plaatsidentiteiten zijn verankerd in het verleden

In de constructie van plaatsidentiteiten speelt het verleden een grote rol, omdat de actoren aan reeds bekende kenmerken hun identiteiten verbinden. Ook hier wordt een keuze gemaakt uit kenmerken die voor de actoren van belang zijn. "Het verleden wordt vaak als een nostalgisch product gepresenteerd (Kneafsey 2000: p38). Ook bij de in dit onderzoek behandelde jaarmarkten speelt het verleden een grote rol in de toekenning van plaatsidentiteit.

5. Plaatsidentiteiten zijn dynamisch

Plaatsidentiteiten worden bepaald door de betekenis die actoren aan de plaats hechten. Deze betekenis kan veranderen, bijvoorbeeld als gevolg van een veranderende machtsbalans tussen actoren of veranderde doelstellingen.

Gesteld kan worden dat plaatsidentiteiten sociale constructies zijn, dus geen vast gegeven. De actoren bepalen welke plaatsidentiteiten bestaan en wat de mate van dominantie is. Er wordt gesproken van een meervoud van plaatsidentiteit, omdat elke actor zijn eigen plaatsidentiteit construeert. Dit is echter niet het volledige verhaal. Plaatsidentiteiten ontstaan doordat betekenis en waarde aan een plaats worden toegekend, maar dit proces alleen is niet voldoende. Plaatsidentiteiten krijgen pas betekenis als er communicatie plaatsvindt (Simon 2005: 30). Het gaat hierbij voornamelijk over de betekenis die wordt geproduceerd via het communiceren.

Plaatsidentiteit in dit onderzoek

In dit onderzoek wordt de relatie tussen jaarmarkt en plaatsidentiteit bekeken. De onderlinge verhouding tussen plaatsidentiteit en jaarmarkt wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

1.5 Betekenis en toekomst

Het onderzoek valt in twee delen uiteen. In het eerste deel zullen de geschiedenis van jaarmarkten en hedendaagse jaarmarkten aan bod komen. Het tweede deel van het onderzoek beschrijft de betekenis van jaarmarkten. Welke rol spelen jaarmarkten in de plaatsidentiteit? Aan de hand van deze twee delen zal een verwachting voor de toekomst worden uitgesproken.

1.5.1 De toekomst van jaarmarkten

Het eerste deel van het onderzoek geeft een algemene beschrijving van de geschiedenis van jaarmarkten en de hedendaagse jaarmarkten. Om hedendaagse jaarmarkten te kunnen beschrijven is een beknopte inventarisatie gemaakt van jaarmarkten in de provincies Friesland, Groningen en Drenthe. Deze inventarisatie is gemaakt aan de hand van emails naar gemeenten en het bestuderen van gemeentegidsen en VVV-gidsen.

Met behulp van de ontstaansgeschiedenis en de ontwikkeling in de tijd wordt een uitspraak gedaan over de toekomst van jaarmarkten. Hierbij wordt ook naar de volgende vier aspecten gekeken: het beleid van de gemeente ten aanzien van de jaarmarkt, het aantal vrijwilligers dat meewerkt, het aantal bezoekers van de jaarmarkt en tot slot komen overige omstandigheden, zoals de mond-en klauwzeercrisis (MKZ) en regelgeving, aan bod.

1. Het beleid van de gemeente is van belang voor de toekomst, omdat de gemeente veel belangrijke taken uitvoert voor de jaarmarkt. De gemeente is vaak (mede)organisator van de markt, financier van de markt, verleent vergunningen, berekent de kosten van een standplaats, schakelt mensen in voor werkzaamheden en promoot de jaarmarkt.

Wanneer de gemeente al deze belangrijke taken niet meer vervult, zal de belangrijkste drager van de markt wegvallen en wordt de toekomst van de jaarmarkt onzeker.

2. Naast de gemeente zijn ook de vrijwilligers die meewerken bij de jaarmarkt van groot belang om de jaarmarkt in goede banen te leiden. Een groot voordeel van het inzetten van vrijwilligers is dat ze geen of een kleine vergoeding krijgen en dat hiermee de kosten voor de jaarmarkt gedrukt kunnen worden. Een ander voordeel is dat zolang de inwoners van de plaats mee willen blijven werken bij de organisatie van de jaarmarkt, er voldoende draagkracht is vanuit de bevolking voor de jaarmarkt om te kunnen blijven bestaan.

3. De bezoekers van de jaarmarkt spelen een rol in het bestaan van de jaarmarkt. Het trekken van bezoekers is belangrijk, omdat bezoekers bijdragen aan de betekenis van de jaarmarkt. De herkomst van de bezoekers zegt iets over de populariteit en betekenis van de jaarmarkt. Wanneer veel inwoners de jaarmarkt bezoeken geeft dit aan dat de jaarmarkt leeft onder de bevolking. Op deze manier draagt de jaarmarkt bij aan de gevoelens die de inwoners hebben over hun plaats.

Wanneer de jaarmarkt weinig bezoekers trekt, wordt het rendement van de jaarmarkt steeds kleiner en is het moeilijker een jaarmarkt te organiseren.

Het aantal bezoekers dat een jaarmarkt trekt is afhankelijk van een aantal factoren:

- a. De naamsbekendheid van de jaarmarkt. Een oude markt heeft een grotere naamsbekendheid en zal meer bezoekers trekken.
- b. Het tijdstip waarop de jaarmarkt wordt gehouden. Tot de tweede helft van de 19^e eeuw trokken vooral de voor- en najaarsmarkten veel bezoekers, omdat deze markten in een rustige periode voor de landbouw vielen. Tegenwoordig worden de jaarmarkten in de zomermaanden goed bezocht door toeristen.
- c. Voorzieningen en activiteiten. Voorbeelden van voorzieningen is de aanwezigheid van voldoende parkeergelegenheid en het inzetten van extra openbaar vervoer. Het organiseren van activiteiten rondom de jaarmarkt trekt extra bezoekers, omdat de activiteiten verspreid zijn over meerdere dagen.
- d. Promotie van de jaarmarkt. Jaarmarkten worden gepromoot door de gemeente en VVV's. Dit gebeurt in de gemeentegids, VVV-gidsen, op websites, folders en borden langs de weg.

4. Overige omstandigheden. Niet alleen de gemeente, bezoekers en vrijwilligers spelen een belangrijke rol in het blijven voortbestaan van de jaarmarkt. Er zijn ook andere omstandigheden die een grote invloed kunnen hebben. Voorbeelden hiervan zijn ziektes, zoals Mond- en klauwzeer en de varkenspest. Maar ook verscherpte regelgeving speelt een belangrijke rol.

1.5.2 De betekenis van jaarmarkten

Dit tweede deel van het onderzoek behandelt de betekenis van jaarmarkten. Dit gebeurt aan de hand van vier aspecten: de relatie in de geschiedenis van de jaarmarkt en plaats, de kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats, hoe de jaarmarkt wordt gebruikt door actoren en hoe over de jaarmarkt wordt gecommuniceerd.

1. De relatie in de geschiedenis van de jaarmarkt en plaats

Bij dit aspect wordt gekeken hoe lang de jaarmarkt al wordt gehouden. De verwachting is dat jaarmarkten die al decennia of eeuwen bestaan een grotere naamsbekendheid hebben en sterker verbonden zijn met de plaats. De grotere naamsbekendheid zorgt voor meer bezoekers.

2. Kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats

De kenmerken van de jaarmarkt bestaan uit het tijdstip waarop de jaarmarkt wordt gehouden en de tijdsduur van de jaarmarkt. Ook de plaats waar de jaarmarkt wordt gehouden, de voorzieningen eromheen en de aard van de jaarmarkt zijn belangrijke kenmerken van de jaarmarkt.

Het tijdstip waarop de jaarmarkt wordt gehouden is van invloed op het aantal bezoekers. Vanouds trokken de voor-en najaarsmarkten de meeste bezoekers, in verband met het gunstige tijdstip op de landbouwkalender. Tegenwoordig trekken de zomermarkten ook veel bezoekers.

De tijdsduur van de jaarmarkt hangt samen met de organisatie van andere activiteiten naast de jaarmarkt. Deze activiteiten worden grotendeels ook voor de jeugd georganiseerd, om hen ook bij de jaarmarkt te betrekken.

De plaats waar de jaarmarkt wordt gehouden speelt in op het gevoel van de bezoekers. Hiermee samenhangend is de opbouw van de jaarmarkt. De verwachting is dat een jaarmarkt gehouden in het centrum en bestaande uit een ronde kern, een groter gevoel van saamhorigheid op dan langgerekte jaarmarkten.

Voorzieningen spelen ook een rol in het trekken van bezoekers. Onder voorzieningen worden voorzieningen ten behoeve van de bereikbaarheid van de jaarmarkt bedoeld. Hieronder vallen extra parkeergelegenheid en openbaar vervoer.

Tot slot nog de aard van de jaarmarkt. Tot in de 20^e eeuw bestonden jaarmarkten voornamelijk uit veemarkten. Deze veemarkten waren van grote betekenis voor de boeren en mensen van het platteland. Men voelde een speciale band met de jaarmarkt. Tegenwoordig is die band er niet meer en komen bezoekers veelal voor de warenmarkten.

3. Gebruik door actoren

Bij jaarmarkten zijn vier groepen actoren betrokken: bezoekers, vrijwilligers, organisatie en handelaren.

Over de rol van bezoekers in de betekenis van jaarmarkten is al het een en ander gezegd. De groep bezoekers is onder te verdelen in vier categorieën: toeristen, inwoners, naburige inwoners en voormalige inwoners.

a. Indien veel toeristen de jaarmarkt bezoeken, wordt de naamsbekendheid vergroot. Toeristen zullen de plaats identificeren met de jaarmarkt. Wanneer veel inwoners van de plaats de jaarmarkt bezoeken geeft dit aan dat de jaarmarkt leeft onder de bevolking en dit draagt bij aan de plaatsidentiteit. Naburige inwoners zijn bekend in de plaats en door hun bezoek krijgt de jaarmarkt betekenis in de nabije omgeving.

Tot slot nog de voormalige inwoners van de plaats. Zij voelen een verbondenheid met de plaats en hebben herinneringen aan de jaarmarkt. Wanneer zij de jaarmarkt bezoeken krijgt deze een reüniekarakter.

b. Het aantal vrijwilligers geeft aan of de jaarmarkt leeft onder de inwoners. Als veel mensen actief meehelpen als vrijwilliger, leeft de jaarmarkt onder de inwoners en heeft in ieder geval voor de vrijwilligers een bepaalde betekenis.

c. De organisatie. Het maakt voor de beleving van de jaarmarkt verschil of de jaarmarkt door de gemeente of door de vereniging of stichting van de jaarmarkt wordt georganiseerd. Bij de vereniging zijn veel meer vrijwilligers betrokken en leeft de jaarmarkt dus meer.

d. De handelaren. Voor deze groep heeft de jaarmarkt voornamelijk een economische betekenis. De handelaren zien de jaarmarkt als bron van inkomsten. Handelaren uit de plaats zelf zullen waarschijnlijk ook een gevoel van verbondenheid hebben bij de jaarmarkt.

4. Communicatie

De manier waarop over de jaarmarkt wordt gecommuniceerd, draagt bij aan de betekenis van de jaarmarkt. Er wordt door verschillende groepen over de jaarmarkt gecommuniceerd: gemeenten, VVV's, pers, auteurs en bezoekers.

Gemeenten en VVV's zorgen veelal voor de promotie van de jaarmarkt. Deze promotie zorgt voor naamsbekendheid, waardoor de jaarmarkt meer bezoekers trekt en betekenis krijgt. Ook belangrijk is de manier waarop de jaarmarkt door de gemeente wordt gebruikt ter profilering van de plaats. Dit geeft aan wat de betekenis van de jaarmarkt is voor de plaats.

Naast de communicatie door de gemeente en VVV's wordt ook door de pers over de jaarmarkt gecommuniceerd. Rond het tijdstip van de markt verschijnen krantenartikelen en berichten op teletekst. Over jaarmarkten zijn boeken verschenen die een algemene beschrijving geven van het evenement. Tot slot nog het 'gewone' gesprek over jaarmarkten dat gevoerd wordt tussen inwoners van de plaats of bezoekers van de jaarmarkt.

1.6 Case studies

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen zijn drie case studies gekozen. Aan de hand van deze case studies worden uitspraken gedaan over plaatsidentiteit en de toekomst van jaarmarkten. Voor het onderzoeken van deze case studies zijn interviews gehouden en literatuur bestudeerd.

Selectie case studies

Bij de selectie van de case studies is gekozen voor drie jaarmarkten in de provincie Drenthe. Er is gekozen voor de provincie Drenthe omdat daar nog steeds veel jaarmarkten worden gehouden; ruim 50 jaarmarkten ieder jaar. Er zijn jaarmarkten in drie gemeenten geselecteerd, om te kijken of er verschillen bestaan in het beleid van de gemeenten. Het gaat om de volgende jaarmarkten: de Zuidlaardermarkt in Zuidlaren, gemeente Tynaarlo, de Rodermarkt in Roden, gemeente Noordenveld en tot slot de Ganzenmarkt in Coevorden, gemeente Coevorden. Deze drie jaarmarkten zijn gekozen omdat ze behoren tot de vijf oudste jaarmarkten van Drenthe. Naast Zuidlaren, Coevorden en Roden bestaan ook de jaarmarkten van Norg en Rolde al eeuwen. De keus is gevallen op Zuidlaren, Coevorden en Roden omdat zij de grootste naamsbekendheid hebben verworven. Hun naam is niet alleen bekend in Drenthe, maar ook in de omliggende provincies. De markten trekken alledrie veel bezoekers uit de nabije omgeving, maar ook uit de wijde omtrek. Zuidlaren trekt zelfs bezoekers uit het buitenland.

De jaarmarkt van Zuidlaren is de oudste jaarmarkt in Drenthe. Het is de grootste paardenmarkt van West-Europa en heeft daarnaast ongeveer 400 kramen. De markt trekt 150.000 bezoekers.

Na de Zuidlaardermarkt worden op de Rodermarkt de meeste paarden verhandeld. De jaarmarkt van Roden trekt jaarlijks ongeveer 10.000 – 15.000 bezoekers. Het aantal kramen bedraagt 250. De Rodermarkt is in de omgeving vooral bekend om de Rodernacht die voorafgaand aan de jaarmarkt wordt gehouden.

De Ganzenmarkt in Coevorden is gekozen, omdat hier niet het traditionele vee wordt verhandeld. Bij deze jaarmarkt staan, zoals de naam al zegt, ganzen centraal. Voor dit

onderzoek is de jaarmarkt geschikt, omdat de gemeente de jaarmarkt typeert als folkloristisch feest. De markt trekt 10.000 – 15.000 bezoekers. De warenmarkt bestaat uit 120 kramen.

1.7 Opzet

Hoofdstuk 2 gaat in op het verschijnsel jaarmarkt. In dit hoofdstuk komen het ontstaan van de jaarmarkt, de ontwikkeling en kenmerken van jaarmarkten aan de orde. Daarnaast wordt een vergelijking gemaakt tussen jaarmarkten in de drie noordelijke provincies Groningen, Friesland en Drenthe.

In hoofdstuk 3 komt de case studie Zuidlaardermarkt aan de orde. De hoofdstukken 4 en 5 behandelen achtereenvolgens de case studies Rodermarkt en Ganzenmarkt. Aan de hand van deze case studies wordt gekeken naar de plaatsidentiteit. In het laatste hoofdstuk zal een verwachting worden uitgesproken over de toekomst van jaarmarkten.

2. Verleden en heden van jaarmarkten

'Echte reizen werden alleen in bijzondere gevallen gemaakt. Ver familiebezoek, een bruiloft, een begrafenis, of een *jaarmarkt*' (Tuttel, 1999).

Jaarmarkten namen een belangrijke plaats in in het leven van mensen. De jaarlijks terugkerende markt was een hele beleving en men had er een (lange) reis voor over. Naarmate de tijd verstreek nam het grote belang van jaarmarkten af. Het was niet langer de enige plaats om bijzondere producten aan te schaffen en langzamerhand verschoof de functie van handelsplaats naar een plaats van vermaak. In dit hoofdstuk zal deze ontwikkeling worden beschreven.

Het hoofdstuk valt in twee delen uiteen. Allereerst zal worden ingegaan op de geschiedenis van jaarmarkten. Het tweede deel zal hedendaagse jaarmarkten beschrijven en gaat daarbij in op de provincies Drenthe, Groningen en Friesland.

2.1 Geschiedenis

Volgens Kramers woordenboek Nederlands is een markt een openbare verkoopplaats in de buitenlucht. Een jaarmarkt wordt omschreven als: eens per jaar gehouden markt. In dit onderzoek wordt een jaarmarkt als volgt gedefinieerd: een jaarlijks terugkerende markt op een vast tijdstip van een aaneengesloten periode. Dit laatste omdat een jaarmarkt vaak gepaard gaat met een kermis of andere activiteiten. In dit onderzoek wordt niet alleen de jaarmarkt op zichzelf behandeld, maar worden ook de overige evenementen meegenomen.

2.1.1 Oorsprong jaarmarkten

Jaarmarkten worden al eeuwenlang gehouden. De historie gaat terug tot de Middeleeuwen (500-1500 na Chr.). Net zoals nu werden jaarmarkten destijds ook al op een vaste dag gehouden. De vaste data van de jaarmarkten in midden- en noord Nederland veranderden rond het jaar 1700, toen een kalenderhervorming werd doorgevoerd. Deze kalenderhervorming vond plaats in de provincies Utrecht, Gelderland, Overijssel, Friesland, Groningen en Drenthe en had tot doel de achterstand van het officiële jaar op het zonnejaar weg te werken. Om de elf dagen verschil in te passen, werd in Drenthe de eerste mei tot de twaalfde mei uitgeroepen. Voor de jaarmarkten moesten na de hervorming nieuwe data worden vastgesteld. Deze data zijn tegenwoordig nog veelal de data waarop de jaarmarkten worden gehouden (Jansen, 1987).

Aan het ontstaan van jaarmarkten liggen verschillende oorzaken ten grondslag. De oudste jaarmarkten zijn ontstaan uit de viering van heiligendagen. Daarnaast ontstonden jaarmarkten op plaatsen die een gunstige ligging hadden ten opzichte van wegen en vaarwegen en die daardoor gunstige handelsplaatsen waren. De jaarmarkten die de laatste decennia zijn ontstaan zijn veelal een initiatief van winkeliers of gemeenten om meer mensen naar de plaats te lokken en de plaats te promoten.

De oudste jaarmarkten, en dan met name die in Drenthe, zijn van kerkelijke oorsprong. Ze zijn ontstaan uit de viering van heiligendagen. Op deze dagen vierde men de feestdag van de heilige aan wie de kerk in de plaats gewijd was. De viering van de heiligendag trok naast de inwoners van de plaats zelf ook inwoners uit nabijgelegen gebieden. Het was een plek waar familie en kennissen elkaar ontmoetten. Mensen van ver kwamen per paard of per koets. Omdat het veelal een agrarische samenleving betrof, vergeleken mensen onderling hun paarden om misschien een beter paard te vinden. Dit was het begin van de paardenhandel. De aanvoer van paarden kwam in eerste instantie van buitenaf, maar de inwoners van de plaats zelf zagen op den duur ook de mogelijkheden om met de handel geld

te verdienen (Jansen, 1987). De samenkomst van mensen was dus niet meer alleen gericht op de viering van de heiligendag, maar kreeg steeds meer het karakter van een markt.

Met de ontwikkeling van de paardenmarkt kwamen ook andere activiteiten tot bloei. De viering van de heiligendag, in combinatie met de paardenmarkt, trok goochelaars, reizende kooplieden en kunstenaars aan (Jansen, 1987). Een jaarmarkt betekende feest, want daar waren altijd nieuwe dingen te bewonderen of spannende dingen te beleven (De Boer, 1994).

In het jaar 1598 werd de band tussen jaarmarkten en heiligheid officieel losgelaten. In dat jaar werd de Hervorming ingevoerd en dit betekende het einde van de band. Jaarmarkten werden vanaf dat moment niet meer als kerkelijk evenement beschouwd, maar als een wereldlijk gebeuren (Jansen, 1987). Besloten werd dat de jaarmarkt een gewone dag zou worden, dus geen kerkelijk feest, behalve wanneer de vastgestelde datum op een zondag zou vallen.

De tweede oorsprong van jaarmarkten betrof de gunstige ligging van de plaats, ook wel een gunstige 'situation' genoemd. Deze plaatsen waren gelegen op een zandrug of verhoging in het landschap, waardoor ze het hele jaar goed te bereiken waren. Vooral in tijden van regen waren lager gelegen gebieden onbereikbaar met paard en wagen, doordat de wagens in de modder wegzakten. De plaatsen die wel goed bereikbaar waren trokken gedurende het hele jaar handelaren en werden handelsplaatsen. Ook kon er sprake zijn van een gunstige 'situation' wanneer plaatsen waren gelegen bij een kruispunt van wegen en/of vaarwegen. De plaatsen op kruispunten van wegen kwamen tot bloei als handelsplaats, omdat de plaatsen door vele mensen uit alle windrichtingen werden aangedaan. Een voorbeeld van een dergelijke vroegere handelsplaats is Zuidlaren. Zuidlaren was gelegen op het kruispunt van de weg Assen-Winschoten en de weg vanaf de Hondsrug naar het noorden (Van de Ven, 1971).

De jaarmarkten die de laatste decennia zijn ontstaan, zijn veelal het initiatief van winkeliersverenigingen of gemeenten. Vooral de speciaalzaken zien de laatste jaren hun inkomsten afnemen. Dit wordt veroorzaakt door de grote opkomst van supermarkten en discounters. Om toch mensen naar het centrum te blijven trekken worden activiteiten georganiseerd, waaronder jaarmarkten. Op deze manier wordt geprobeerd producten te verkopen.

Gemeenten organiseren jaarmarkten vaak om de naamsbekendheid van de plaats of gemeente te vergroten. Met de jaarmarkt probeert de gemeente veel mensen van buitenaf te trekken en de inkomsten te vergroten. Deze promotiejaarmarkten worden meestal in de zomermaanden gehouden, zodat veel vakantiegangers getrokken kunnen worden.

2.1.2 Verschil stad en platteland

In de steden ging het er op jaarmarkten anders aan toe dan op het platteland. Tot het jaar 1000 bestonden er wel steden, maar deze waren niet echt belangrijk. Pas rond het jaar 1000 nam het belang van steden toe.

Het ontstaan van jaarmarkten kwam voort uit handelsbehoefte, omdat er geen vaste plaats was om goederen te verhandelen (Tuttel, 2001). Bij de jaarmarkten draaide alles om kopen en verkopen. Producten die werden aangeboden waren potten, pannen, glas, stoffen, e.d. (De Boer, 1994). In de steden stond het stadsplein vol met marktkramen die in nette, rechte rijen waren neergezet, zodat een stratenpatroon werd gecreëerd. Op de hoeken stonden kramen waar iets bijzonders te doen was. Tegenwoordig staan op jaarmarkten de kramen niet meer kaarsrecht opgesteld. Kramen staan door elkaar en worden afgewisseld door attracties.

Om in een stad een beroep te kunnen uitoefenen, moest men lid zijn van het gilde voor dat beroep (De Boer, 1994). Functionarissen van dat gilde controleerden de gemaakte producten zorgvuldig en hielden zo de kwaliteit in de beroepsgroep in het oog. Er golden ook gildenregels die voorschreven welke producten vervaardigd mochten worden en op welke

manier. Ook maten en gewichten waren in deze regels voorgeschreven. Voor specifieke wensen aan het product waren klanten aangewezen op de jaarmarkten, omdat hier de zogenaamde 'marktvrede' gold, waarbij de gildenbepalingen niet van kracht waren. Op de jaarmarkten mochten ook handelaren die niet bij een gilde waren aangesloten hun producten aanbieden (De Boer, 1994).

In de 19e eeuw veranderde het aanzien van jaarmarkten en kermis in de steden. Hieraan lagen twee ontwikkelingen ten grondslag. De eerste ontwikkeling was het afschaffen van de gilden in 1798. Men was niet meer aan allerlei regels gebonden. Door het verdwijnen van de gilden was het niet langer noodzakelijk om jaarmarkten te organiseren om producten buiten de gilden om te kunnen verkopen.

De industrialisatie is de tweede en belangrijkste oorzaak voor het veranderen van het aanzien van jaarmarkten en kermis. De industrialisatie vond in Nederland in de tweede helft van de 19e eeuw plaats. Door de industrialisatie trokken veel bewoners van het platteland naar de steden, waardoor de steden explosief groeiden. De arbeiders uit de fabrieken leefden en werkten onder slechte omstandigheden. Hierdoor hadden ze een grote behoefte aan vermaak en ontspanning (De Boer, 1994). Tijdens de industrialisatie werden spoorwegen aangelegd. Door deze ontwikkeling konden kermisattracties makkelijker worden vervoerd en konden ook steeds grotere en zwaardere attracties worden vervoerd.

Door deze twee ontwikkelingen aan het eind van de 18e, begin 19e eeuw, veranderden de jaarmarkten en kermis in de steden van plaatsen van handel in plaatsen van vermaak. De kramen met huishoudelijke artikelen moesten steeds meer plaats maken voor grote attracties. Alleen kramen met etenswaren en drinken bleven op den duur de rol van handel vervullen (De Boer, 1994).

Volgens De Boer (1994) werden op het platteland nauwelijks jaarmarkten gehouden, omdat daar geen gilden bestonden en er te weinig mensen woonden om zo'n grote markt te organiseren. Toch werd volgens De Boer wel feest gevierd op het platteland en wel als de oogst binnen was. De opmerking dat er nauwelijks jaarmarkten worden gehouden komt waarschijnlijk voort uit het feit dat volgens De Boer een jaarmarkt altijd gepaard ging met een kermis. Daarnaast definieert hij een jaarmarkt als een markt waarop huishoudelijke producten en kleding werden verkocht. De jaarmarkten op het platteland gingen echter niet gepaard met een kermis. Er waren wel enkele attracties, maar dit was op zeer kleine schaal. Het aanbod van producten op de jaarmarkten verschilde ook sterk met die in de steden. De agrarische bevolking van het platteland organiseerde voornamelijk paardenmarkten en veemarkten en het aanbod van huishoudelijke producten was vaak klein. De jaarmarkten pasten in het landbouwsysteem. Ze werden in de rustige periode gehouden. Vandaar dat de meeste jaarmarkten voorjaarsmarkten of najaarsmarkten zijn.

2.1.3 Vrijersmarkt

De jaarmarkten waren een soort volksfeesten en daardoor een goede gelegenheid om andere mensen te ontmoeten. Gewoonlijk bleef het contact tussen de verschillende seksen beperkt tot het eigen dorp of de directe omgeving. Op de Drentse jaarmarkten gebeurde het dan ook vaak dat jongens en meisjes uit verschillende plaatsen elkaar leerden kennen en daaruit een relatie voortvloeide (Kuipers, 1999). De contacten tussen een jongen en een meisje uit een andere plaats leverden echter wel problemen. Jongens uit de plaats van het meisje vonden dat zij recht hadden op het meisje. De jongen uit de andere plaats moest de andere jongens afkopen om een relatie aan te gaan met het meisje.

Vanwege de ontmoetingen tussen jongens en meisjes werden jaarmarkten ook wel 'Jennechiesmarkten' of 'Jennekensmarkten' genoemd. De meisjes die de markt bezochten werden jennechies genoemd.

In de volkswijsheid verdroegen paarden en vrouwen zich niet goed, maar toch gingen elk jaar duizenden trouwlustige vrouwen van het Friese, Groningse en Drentse platteland naar de jaarmarkt. Ook de ganzenmarkten trokken veel vrouwen. Er wordt gezegd dat de naam

ganzenmarkt niet alleen slaat op de aangevoerde dieren, maar zeker ook op de 'gansjes' die er op af komen (Van de Ven, 1971).

2.2 Hedendaagse jaarmarkten

2.2.1 Inleiding

Het draait op jaarmarkten tegenwoordig niet meer alleen om de handel. De paardenmarkten en veemarkten hebben in betekenis afgenomen vanwege de dalende aanvoer en, in het geval van rundvee, de MKZ-crisis. De grote publiekstrekkingen van jaarmarkten zijn tegenwoordig de warenmarkt en de kermis. Volgens Tuttel (2001) verandert de 'marktwaarde' daarmee van vroegere veemarkt naar publiekstrekking, naar volksevenement. De jaarmarkten verlenen volgens Tuttel 'hun marktwaarde aan de mate van hun 'event'; aan het entertainment en aan de oude traditie'.

In dit tweede deel van dit hoofdstuk wordt gekeken naar hedendaagse jaarmarkten. Allereerst komen de belangrijkste maatschappelijke veranderingen die hebben plaatsgevonden in het bestaan van jaarmarkten aan de orde. Vervolgens komen de dragers van de jaarmarkt aan de orde. Dit zijn de belangrijkste partijen die ervoor zorgen dat de jaarmarkt kan blijven bestaan. Tot slot wordt een vergelijking gemaakt tussen jaarmarkten in de drie noordelijke provincies Drenthe, Friesland en Groningen.

2.2.2 Maatschappelijke ontwikkelingen

Er zijn verschillende maatschappelijke veranderingen geweest die van invloed zijn geweest op de jaarmarkten, zoals de Industriële Revolutie, de MKZ-crisis en de huidige regelgeving.

1. De eerste ontwikkeling is de Industriële Revolutie die in Nederland in de tweede helft van de 19^e eeuw plaatsvond. De plattelandsdorpen bestonden tot in de 20^e eeuw uit een vrijwel geheel agrarische bevolking. Paardenkracht was de voornaamste motor in het dagelijkse leven. Met behulp van het paard bewerkte men het land, maar men was voor het reizen ook afhankelijk van paarden. De uitvindingen van de trein, tractor en de auto speelden een belangrijke rol in de verandering van het agrarische leven. Paarden waren niet langer nodig als vervoersmiddel of voor het bewerken van het land. Hierdoor liepen de aanvoercijfers van paarden op jaarmarkten terug.

2. In 2001 brak de mond- en klauwzeercrisis (MKZ) uit in Nederland. Deze ziekte trof runderen en andere hoefdieren. Tot dat jaar werden op jaarmarkten, op de bijbehorende veemarkten, nog (veel) runderen verhandeld. Sinds de crisis is de regelgeving echter aangescherpt en mogen geen groepen runderen meer samenkomen en zijn veemarkten verboden. Dit betekende voor veel jaarmarkten een behoorlijke strop. Veel jaarmarkten draaiden op de veemarkt. Hier ging het meeste geld in om en dit onderdeel trok veel bezoekers. De MKZ-crisis heeft geen invloed gehad op de handel van paarden. Deze mogen nog wel verhandeld worden.

3. De huidige regelgeving heeft ook invloed op veranderingen in de jaarmarkten.

De ambulante handel krijgt met steeds meer regels te maken. Vooral de kramen met etenswaren moeten zich aan hygiënevoorschriften houden. Het bewaren van etenswaren en de bereiding er van moet zorgvuldig gebeuren.

Ook voor de organisatie van de jaarmarkt gelden steeds strengere regels. Deze regels moeten er voor zorgen dat de veiligheid op de jaarmarkt wordt vergroot. Zo moeten verkeersregelaars ingezet worden, voldoende vluchtwegen aanwezig zijn, brandputten moeten vrij liggen, enzovoort (gemeente Noordenveld, 2004). Vooral de preventieve maatregelen zorgen er voor dat het steeds moeilijker wordt om alle kramen op de jaarmarkt goed te positioneren. Daarvoor hoefde nergens rekening mee te worden gehouden en

konden veel meer kramen opgesteld worden. De strenge regels zorgen er voor dat de jaarmarkten steeds minder standplaatsen kunnen aanbieden.

Ook de handelaren van paarden krijgen met regels te maken. Het wordt namelijk in de nabije toekomst verplicht om bij paarden een chip aan te brengen met daarop alle gegevens van het dier. Deze chip gaat al gauw zo'n €40 kosten (gemeente Noordenveld, 2004). Op de website van Zuidlaardermarkt (zie bron 2) is te lezen dat voor de Zuidlaardermarkt al per 1 januari 2005 verplichtingen gelden wat betreft een paspoort en een chip voor paarden.

Per 1 januari 2005 gelden de volgende verplichtingen: Ieder veulen dat geboren wordt moet binnen 7 maanden een paspoort en een chip hebben EN de merrie ook als het nog geen paspoort of chip heeft.		
	Oudere bij stamboek of sport ingeschreven paarden	Oudere paarden voor hobby of recreatie
Paspoort	Altijd verplicht	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bij vervoer 2. Bij slacht 3. Bij export 4. Bij behandeling met medicijnen waardoor de bestemming voor menselijke consumptie niet meer is toegestaan 5. Vanaf 1 januari 2007 altijd
Chip	Altijd verplicht	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bij vervoer 2. Bij slacht 3. Vanaf 1 januari 2007 altijd

Bron 2. Overgangsregeling Identificatie en Registratie Paardachtigen (Bron: Zuidlaardermarkt, 2005)

Voor boeren en handelaren die maar één of twee paarden op de markt willen verhandelen brengt deze regel te hoge kosten met zich mee. Deze boeren en handelaren zullen in de toekomst wellicht besluiten het paard vanuit huis te verkopen, om de strenge regels te omzeilen. De paardenmarkten zullen dan een plaats van groothandelaren worden en het oude, kleinschalige karakter zal langzaam verdwijnen.

Wat betreft het verhandelen van vee speelt ook de Dierenbescherming een rol in de verandering van veemarkten. Stonden vroeger de paarden en runderen gewoon naast de kermisattracties, sinds de Dierenbescherming zich er mee heeft bemoeid, moeten de dieren op een bepaalde afstand van de attracties staan (gemeente Tynaarlo, 2004). Ook moeten de dieren meer ruimte hebben, zodat de standplaatsen vergroot moesten worden en in aantal afnamen.

De regels voor vee en paarden zorgen er voor dat het aanbod van vee en paarden sterk afneemt. Hierdoor gaat een belangrijk onderdeel van de jaarmarkt verloren en wordt het voortbestaan in gevaar gebracht. Ook de strenge regels voor de warenmarkt en de regels voor de organisatie hebben consequenties. Vooral de regels wat betreft veiligheid zorgen voor een afname van de omvang van de jaarmarkt.

2.2.3 Dragere van de jaarmarkt

In de loop der tijd zijn er veel veranderingen opgetreden in jaarmarkten. De functie van jaarmarkten is veranderd en door allerlei omstandigheden, zoals ziekten en regelgeving, zijn jaarmarkten ook in hun opzet veranderd. Niet alle jaarmarkten hebben deze veranderingen overleefd. De veemarkten mochten geen vee meer verhandelen als gevolg van de MKZ-crisis. Alleen het gedeelte met de warenmarkt draaide nog, maar de kern van de jaarmarkt was verdwenen met het vee.

De jaarmarkten die tegenwoordig nog worden gehouden hebben de veranderingen doorstaan en hebben hun hoofd boven water kunnen houden. In de volgende paragraaf

wordt gekeken naar de factoren die het mogelijk maken voor deze jaarmarkten om te kunnen blijven bestaan. De dragers van de jaarmarkt die zorg dragen voor het bestaan zijn de gemeente, bezoekers en vrijwilligers.

1. Gemeente

Waren de jaarmarkten vroeger veelal een plaats van handel met een klein gedeelte kermis, tegenwoordig worden rondom veel jaarmarkt meerdere activiteiten georganiseerd. De vroegere jaarmarkten vergden veel minder voorbereiding dan tegenwoordig, omdat het kleinschaliger was. De tegenwoordige jaarmarkten zijn behoorlijk van omvang. Om alles in goede banen te leiden is een goede voorbereiding van de organisatie nodig. De organisatie van de jaarmarkten is veelal in handen van meerdere partijen, zoals gemeente en een stichting of vereniging van de jaarmarkt. Deze partijen moeten in goed overleg samenwerken. De partij die vaak het meeste werk moet verzetten voor een jaarmarkt is de gemeente. De taken die de gemeente heeft zijn onder andere: het (mede)organiseren van de jaarmarkt, het afgeven van vergunningen en het bepalen van de kosten van een standplaats, het inzetten van mensen en de bijdrage in de kosten daarvan, en de promotie van de jaarmarkt.

a. De organisatie

De gemeente speelt een grote rol in de organisatie. Ze wordt daarbij vaak geholpen door de vereniging of stichting van de jaarmarkt. Niet iedere plaats heeft zo'n vereniging, maar de grote jaarmarkten meestal wel. De jaarmarkten van Zuidlaren, Roden en Coevorden hebben wel zo'n vereniging. De gemeente is de organisator van de eigenlijke jaarmarkt; daar waar producten en dieren worden gekocht en verkocht. Voor de organisatie van dit onderdeel is in de meeste gevallen de marktmeester verantwoordelijk. De organisatie van de randactiviteiten van de jaarmarkt is meestal in handen van de vereniging of stichting. Zij organiseert de activiteiten regelt optredens, enz. De gemeente regelt echter wel de kermis. De gemeente contracteert de kermisattracties en bepaalt welke attracties worden opgesteld.

b. Het verlenen van vergunningen.

De gemeente verleent de vergunningen aan handelaren. De politie en brandweer zijn hier ook bij betrokken. Handelaren schrijven zich in voor een standplaats op de jaarmarkt en krijgen een vergunning wanneer ze op de jaarmarkt mogen staan. Vergunningen zijn vooral belangrijk voor kramen met etenswaren en voor de paardenhandelaren.

Naast het verlenen van vergunningen bepaalt de gemeente de kosten van een standplaats. Er moet betaald worden voor een standplaats voor een kraam, maar ook voor een standplaats voor een paard. In Zuidlaren kost een standplaats voor een paard €2, in Roden €1,50. De prijs die de gemeente vraagt wordt zorgvuldig afgewogen. De gemeente wil de handelaren tevreden houden, maar zelf ook voldoende inkomsten verwerven. Toch zijn deze inkomsten uit standplaatsen meestal niet voldoende voor de gemeente om de kosten van de jaarmarkt te kunnen dekken.

c. Het inzetten van mensen

Mensen worden ingezet om het verkeer te regelen, kramen op te bouwen, het parkeren te regelen, enz. Deze mensen zijn veelal werkzaam bij de gemeentelijke dienst. Naast deze mensen moeten ook de politie en de reinigingsdienst worden ingehuurd. Deze mensen worden door de gemeente betaald. De gemeente zorgt er ook voor dat er voldoende vrijwilligers meewerken.

d. Promotie van de jaarmarkt

Tot slot speelt de gemeente een rol in de promotie van de jaarmarkt. Gemeenten zetten een aantal maanden van tevoren advertenties in vakbladen voor markt- en veehandelaren met daarin de oproep tot inschrijving op marktplaatsen. Naast deze advertenties promoten gemeenten de jaarmarkt in hun gemeentegidsen en op de websites van de gemeente. Behalve de gemeente promoten ook de VVV's jaarmarkten door middel van een vermelding

in de VVV-gidsen of door de uitgave van een folder over de jaarmarkt, bijvoorbeeld van de Zuidlaardermarkt (zie bijlage 5). Bij een aantal jaarmarkten worden ook een aantal weken van tevoren borden langs de toegangswegen tot het dorp geplaatst met daarop de aankondiging van de jaarmarkt.

Gemeenten die hun jaarmarkt van belang vinden en willen behouden, zorgen voor voldoende promotie om zo voldoende bezoekers te trekken.

Het beleid van de gemeente doet er wel degelijk toe in het voortbestaan van de jaarmarkt. De belangrijkste rol van de gemeente is die van financier van de jaarmarkt. Wanneer een jaarmarkt alleen maar voor verliezen zorgt, zal een gemeente eerder geneigd zijn de jaarmarkt niet meer te houden. De jaarmarkten die de meeste kans hebben op voortbestaan zijn de jaarmarkten waarbij gelijktijdig een kermis wordt gehouden. De inkomsten van de plaatsen van de kermisattracties zijn groot en deze komen ten goede van de gemeente. In de meeste gevallen financiert de gemeente de jaarmarkt met deze inkomsten van de kermis. Een andere belangrijke rol van de gemeente is die organisator en van promotor van de jaarmarkt. De promotie is belangrijk om voldoende bezoekers te blijven trekken en de naamsbekendheid van de plaats te vergroten.

2. Bezoekers

Voor het blijven voortbestaan van een jaarmarkt is het belangrijk dat de jaarmarkt voldoende bezoekers trekt. Een jaarmarkt moet namelijk voldoende animo hebben om te blijven worden georganiseerd en daarnaast leveren bezoekers inkomsten op. De laatste decennia is het aantal bezoekers bij de meeste jaarmarkten echter teruggelopen.

In dit onderzoek wordt verondersteld dat het aantal bezoekers aan een jaarmarkt afhankelijk is van een aantal aspecten: de leeftijd van de jaarmarkt, het tijdstip waarop de jaarmarkt wordt gehouden, voorzieningen, activiteiten en promotie van de jaarmarkt.

a. Leeftijd

Een jaarmarkt die al eeuwen wordt gehouden heeft een lange tijd gehad om naamsbekendheid op te bouwen. Oude jaarmarkten hebben te maken met tradities die van generatie op generatie overgaan, evenals de bezoeken aan de jaarmarkt. Vaak zijn deze jaarmarkten in een groot gebied bekend en trekken dan ook bezoekers uit de wijde omgeving.

b. Tijdstip

Naast de leeftijd speelt ook het tijdstip waarop de jaarmarkt wordt gehouden een rol in het aantal bezoekers. Vroeger werden vooral de voor- en najaarsmarkten druk bezocht, omdat dat rustige perioden in de landbouw waren. De voorjaarsmarkten waren ook geschikt om het pasgeboren vee te verhandelen. Op de najaarsmarkten werden het vetgemeste jongvee aangeboden. Tegenwoordig worden ook de jaarmarkten tijdens de zomermaanden goed bezocht. Hier bestaat het publiek veelal uit toeristen en dagjesmensen. Ook de grote jaarmarkten blijven veel bezoekers trekken.

c. Voorzieningen

Om bezoekers te trekken doen jaarmarkten er veel aan om goed bereikbaar te zijn. Er worden speciale parkeerterreinen ingericht en bij de grotere jaarmarkten worden door de busmaatschappij Arriva extra bussen ingezet naar de jaarmarkt. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de Rodermarkt en de Zuidlaardermarkt (zie bijlage 6).

d. Activiteiten

Ook het organiseren van activiteiten rondom de jaarmarkt zorgt voor bezoekers. Een veel voorkomende activiteit is de kermis die in de dagen rondom de kermis wordt gehouden. Met behulp van de activiteiten wordt geprobeerd meer jongeren te trekken. De jongeren bezoeken de jaarmarkt zelf niet meer in groten getale, maar zijn wel geïnteresseerd in de randactiviteiten.

e. Promotie

Tot slot zorgt promotie van de jaarmarkt ook voor extra bezoekers. De gemeente probeert door het geven van naamsbekendheid meer bezoekers te trekken.

Het trekken van veel bezoekers heeft zowel positieve als negatieve gevolgen voor de jaarmarkt. Een positief gevolg is dat bezoekers niet alleen voor inkomsten zorgen voor de markthandelaren die op de jaarmarkt staan, maar ook voor de plaatselijke winkeliers en horeca. Ook positief is dat de plaats waar de jaarmarkt wordt gehouden bekend wordt onder veel mensen en mensen op een later tijdstip eventueel terugkomen.

Nadelig aan grote bezoekersaantallen is dat dit kan leiden tot ongeregeldheden. Tijdens de jaarmarkt en de feestweek wordt vaak veel alcohol genuttigd wat kan leiden tot ruzies en vechtpartijen. Daarnaast is een grote mensenmassa aantrekkelijk voor criminelen, zoals zakkenrollers. Tot slot kan nog als nadeel worden gezien dat de jaarmarkt, maar in grotere mate de bijbehorende kermis en activiteiten, voor geluidsoverlast kan zorgen.

Wanneer de jaarmarkt voldoende bezoekers trekt zullen de inkomsten groot genoeg zijn voor de jaarmarkt om te kunnen blijven bestaan. Zolang de samenkomst van veel mensen in goede banen wordt geleid en daardoor ongeregeldheden uitblijven, zal de jaarmarkt het jaar erop waarschijnlijk weer veel bezoekers trekken.

3. Vrijwilligers

Naast de medewerkers van de gemeentelijke dienst die meewerken bij de opbouw van de jaarmarkt en op de dag zelf meewerken, zijn er veel vrijwilligers nodig voor allerlei functies. Ze worden ingezet bij de wegversperringen om verkeer tegen te houden, als parkeerwacht of als toezichthouder. Zonder vrijwilligers zou het erg moeilijk worden om alles in goede banen te leiden, omdat er weinig andere mensen zijn voor de taken. Daarnaast is het grote voordeel van het inzetten van vrijwilligers dat ze niet betaald hoeven te worden, of dat ze maar een kleine vergoeding krijgen. Dit is van belang om de kosten van de jaarmarkt te kunnen drukken. Bij enkele jaarmarkten, bijvoorbeeld de Zuidlaardermarkt, worden leden van verenigingen, zoals sport- of muziekverenigingen, ingezet als vrijwilliger en als beloning daarvoor krijgt de vereniging een vergoeding. Wanneer naast de jaarmarkt een gehele feestweek wordt georganiseerd, zijn veel meer vrijwilligers nodig. De vrijwilligers helpen bij het opzetten van de activiteiten en houden toezicht.

Het meewerken van de bevolking als vrijwilliger geeft aan dat de jaarmarkt leeft onder de bevolking en dat men zich voor de jaarmarkt wil inzetten. Zolang er voldoende vrijwilligers zijn om mee te helpen heeft de jaarmarkt voldoende draagkracht onder de bevolking en zijn er voldoende medewerkers om de jaarmarkt draaiende te houden.

2.2.4 Jaarmarkten in de drie noordelijke provincies

Deze scriptie doet onderzoek naar jaarmarkten en richt zich daarbij vooral op de provincie Drenthe. Gekozen is om een korte vergelijking te maken tussen de Drentse jaarmarkten en die in Friesland en Groningen. Hierbij wordt gekeken naar de aantallen, de periode in het jaar en de aard van de jaarmarkten. De beschrijving hiervan is gebaseerd op de cijfers die voor dit onderzoek zijn verzameld (bijlagen 1 - 3).

Drenthe

In de provincie Drenthe worden nog veel jaarmarkten gehouden, in vergelijking met andere provincies. Gedurende het jaar worden 55 jaarmarkten georganiseerd. Veel jaarmarkten in deze provincie hebben als oorsprong de viering van heiligendagen of zijn ontstaan omdat de plaats gunstig was gelegen voor handel. Veel jaarmarkten zijn van oorsprong paarden- en of veemarkten. Dit is terug te zien in het aantal paardenmarkten dat nog wordt gehouden; 10 in totaal.

Bij 12 jaarmarkten wordt gelijktijdig een kermis gehouden. Dit geeft aan dat er een feestweek rondom de jaarmarkt wordt georganiseerd en de jaarmarkt geen op zichzelf staand evenement meer is. Voor deze 12 jaarmarkten geldt dat de jaarmarkt samen gaat met

vermaak. Uit de cijfers kan echter niet overtuigend gesteld worden dat jaarmarkt en vermaak samengaan. Bij een aantal jaarmarkten is duidelijk aangegeven dat er geen overige activiteiten worden georganiseerd. Bij een groot deel van de jaarmarkten zijn geen gegevens over overige activiteiten, maar de verwachting is dat de meeste jaarmarkten geen overig vermaak hebben.

De oudste jaarmarkt die in Drenthe wordt gehouden is de Zuidlaardermarkt. Deze jaarmarkt wordt al sinds 1200 gehouden. De meest recente jaarmarkt wordt gehouden in Ruinen. Deze is op initiatief van de middenstand ingesteld in 1996.

Groningen

In de provincie Groningen wordt slecht de helft van het aantal jaarmarkten van Drenthe georganiseerd, namelijk 26. De jaarmarkten in Groningen zijn veelal ingesteld om de leefbaarheid in de plaats te verhogen of om de plaats te promoten. Dit is ook te zien aan het aantal jaarmarkten dat pas sinds de jaren '90 wordt georganiseerd. Een enkele jaarmarkt is ontstaan uit een handelsplaats en dan ging het met name om het verhandelen van vee. Tegenwoordig is er nog slechts één jaarmarkt waar kleinvee wordt verhandeld. De grote veemarkten hebben moeten sluiten vanwege de MKZ-crisis. In de provincie worden geen paardenmarkten gehouden, zoals in Drenthe.

Bij zeven jaarmarkten wordt een kermis, eventueel met andere activiteiten, georganiseerd en daarnaast worden bij vijf andere jaarmarkten ook activiteiten georganiseerd. In deze provincie speelt dus bij bijna de helft van de jaarmarkten vermaak een grote rol.

De oudste jaarmarkt is die van Leek en wordt sinds 1760 gehouden. De meest recente is in 2000 in Groningen ingesteld in het kader van de Duitse hereniging.

Friesland

De provincie Friesland kent 33 jaarmarkten, die veelal zijn ontstaan door de gunstige ligging van de plaats. Op deze plaatsen werd, net zoals in Drenthe, handel gedreven. Daarnaast speelt ook in Friesland het vergroten van de naamsbekendheid een rol.

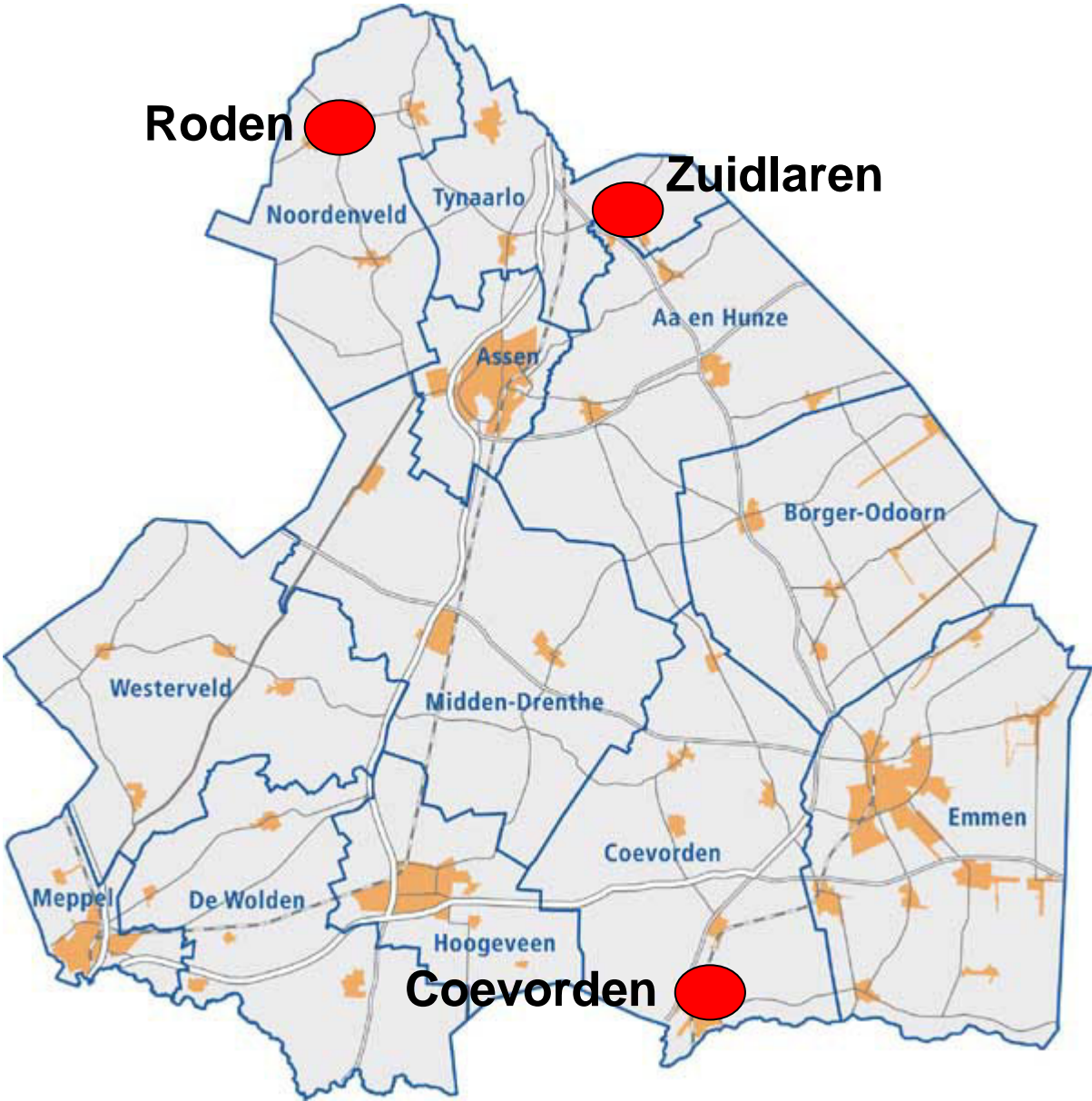
Bij 12 jaarmarkten wordt kermis gehouden en bij nog eens zes andere jaarmarkten worden overige activiteiten georganiseerd. Ook hier is bij bijna de helft van de jaarmarkten een rol weggelegd voor vermaak. In totaal worden nog 6 paarden- en veemarkten gehouden. De jaarmarkt van Joure is in 1466 ingesteld en daarmee de oudste jaarmarkt. Nadat de jaarmarkt van Drachten tientallen jaren niet was georganiseerd, is deze jaarmarkt in 2000 nieuw leven ingeblazen en is daarmee de meest recente jaarmarkt.

De oorsprong van de jaarmarkten is in de drie provincies verschillend. In de provincie Drenthe zijn veel jaarmarkten ontstaan uit de viering van heiligendagen, terwijl dit in de andere provincies niet het geval is. Een aantal jaarmarkten in Drenthe is ontstaan door hun gunstige ligging en dit is ook bij de meeste jaarmarkten in Friesland het geval. De jaarmarkten in Groningen, en een deel van die in Friesland, zijn vooral ingesteld om de leefbaarheid van de plaats te verbeteren of om de naamsbekendheid te vergroten. In Drenthe is dit niet het geval. Misschien is dat de verklaring voor het feit dat in Groningen en Friesland in de helft van de gevallen sprake is van activiteiten en/of kermis naast de jaarmarkt, terwijl dit in Drenthe bij nog geen kwart van de jaarmarkten het geval is.

Opvallend is dat Drenthe al honderden jaren eerder een jaarmarkt kende dan de andere provincies. De Zuidlaardermarkt werd al in 1200 gehouden, in Groningen werd pas 560 jaar later de eerste jaarmarkt gehouden. De provincies Drenthe en Friesland kennen wel beide een groot aantal jaarmarkten dat al eeuwen wordt gehouden.

Tot slot kan nog opgemerkt worden dat er grote verschillen bestaan tussen de provincies wat betreft de aard van de jaarmarkt. In Drenthe worden nog veel paarden verhandeld, terwijl in Groningen helemaal geen paarden worden verhandeld. Friesland zit wat betreft paardenhandel tussen deze twee provincies in.

Case studies



Kaart 1 . De plaatsen van de jaarmarkten van de drie casestudies

3. Zuidlaardermarkt

In dit hoofdstuk zal worden gekeken naar de Zuidlaardermarkt. Aan de hand van deze case studie, evenals de case studies van de Rodermarkt en de Ganzenmarkt, zal de relatie tussen jaarmarkt en plaats bestudeerd worden. Deze relatie wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

Het hoofdstuk zal ingaan op de ontstaansgeschiedenis van de Zuidlaardermarkt, de belangrijkste kenmerken en veranderingen en de deelnemende actoren.

3.1 Zuidlaren

De plaats Zuidlaren maakt onderdeel uit van de gemeente Tynaarlo, welke in het noorden van de provincie Drenthe is gelegen (zie kaart 1). Zuidlaren is met ongeveer 11.000 inwoners de grootste plaats van de gemeente Tynaarlo. Zuidlaren ligt tussen de plaatsen Assen, Groningen en Hoogezand-Sappemeer en is op deze plaatsen gericht voor de voorzieningen die niet in de plaats zelf aanwezig zijn. De naam Zuidlaren is afkomstig van het woord 'laren' wat een oude benaming is voor bosweiden. Met de voorvoeging zuid wordt een onderscheid gemaakt tussen de plaatsen Midlaren en Noordlaren (Groenedijk, 2000, p94).

3.2 Ontstaan Zuidlaardermarkt

Vorig jaar werd de Zuidlaardermarkt voor de 804^e keer gehouden. Dit houdt in dat de markt al sinds het jaar 1200 bestaat. Hoewel er enige twijfel bestaat over dit jaar, houdt men dit wel als het officiële beginjaar aan. Dhr. Schaapman (1992, p43) trekt het beginjaar 1200 echter in twijfel. Volgens Schaapman berust de keuze voor het jaar 1200 op een kroniek waarin een aantal fouten voorkomt. Hij spreekt hierbij over de kroniek over de brand in de kerktoren van Zuidlaren. Maar zoals hij zelf zegt (p47): "Helaas zal de waarheid altijd een mysterie blijven want de juiste bronnen voor het vaststellen van dit gegeven zijn niet voor handen".

De markt wordt al eeuwenlang gehouden, maar niet altijd op hetzelfde tijdstip. In de beginjaren werd de Zuidlaardermarkt op St. Michiel, 29 september, gehouden. De jaarmarkt was toen de viering van een heiligendag. Met de invoering van de Hervorming in 1598, werd de band tussen handel en heiligheid doorgesneden en werd 29 september een dag als alle andere, tenzij hij op een zondag viel. In Zuidlaren protesteerden de kerkelijke autoriteiten hevig tegen de jaarmarkten op zondag. De zondag bleef namelijk een heilige dag, waarop geen handel mocht worden gedreven. De protesten hadden het gewenste effect en sinds 1635 werd de markt officieel naar de maandag verplaatst, wanneer de markt op een zondag zou vallen. De marktkoopliden hadden echter geen boodschap aan de protesten van de kerk en begonnen toch vaak op zondag al met verhandelen. In Zuidlaren werd een besluit genomen en besloot men de markt op de dinsdag na St. Michiel te houden.

In 1701 kwam echter alweer verandering in dit besluit, toen de kalenderhervorming plaats vond, waardoor voor de markt een andere datum moest worden vastgesteld (Gerding, 2003). Als men had vastgehouden aan St. Michiel zou het ritme van het agrarisch seizoen namelijk verstoord worden. Het was echter belangrijk dat de Zuidlaardermarkt een herfstmarkt bleef op de scheiding van zomer en winter, omdat dan het werk afliep, het vee werd binnengehaald en het jongvee groot genoeg was om verhandeld te worden (Jansen, 1987, p411). In 1701 is vastgesteld dat de Zuidlaardermarkt elke derde dinsdag van oktober wordt gehouden, hetgeen tot op de dag van vandaag nog het geval is.

De redenen dat de Zuidlaardermarkt kon uitgroeien tot een jaarmarkt van betekenis, die de markt tot op heden is, hebben te maken met een aantal factoren, zoals ligging en bereikbaarheid en het tijdstip van de markt.

Al in de 17^e eeuw had Zuidlaren een gunstige ligging en bereikbaarheid. Zuidlaren was hoog gelegen op de Hondsrug, waardoor het veelal droog bleef. Daarnaast lag Zuidlaren op een belangrijk kruispunt van noord-zuidverbindingen en oost-westverbindingen. Doordat grote verbindingen in het land elkaar hier kruisten, ontstond op deze plek een handelsplaats. In de tweede helft van de 19^e eeuw werden de ligging en bereikbaarheid verder verbeterd door een programma van wegverharding en een doeltreffender aanpak van wateroverlast.

Tegenwoordig heeft Zuidlaren nog steeds een gunstige ligging, waardoor de grootste markt van Drenthe in stand kan worden gehouden. Vooral de ligging aan de grote weg naar het zuiden en de ligging aan de kruising van de wegen naar Groningen en Noord-Duitsland, België en Luxemburg heeft hier een belangrijke rol in gespeeld (Zuidlaardermarkt, 2005).

Naast de gunstige ligging en bereikbaarheid spelen het tijdstip van de jaarmarkt en het economische nut een belangrijke rol in het belang van de jaarmarkt. Het tijdstip van de jaarmarkt, in het najaar, was van belang omdat dan het werk klaar was en men ook tijd had om een jaarmarkt te bezoeken. Daarnaast was het jonge vee ook groot genoeg om te verhandelen. De Zuidlaardermarkt is de laatste echte paardenmarkt in het najaar, die voor de eigenaren een goede gelegenheid is voor de winter nog wat dieren te kopen en verkopen (gemeente Tynaarlo, 2004). Op andere jaarmarkten werden in november nog wel paarden gekocht en verkocht, maar niet in zulke grote aantallen als op de Zuidlaardermarkt.



Foto 1. Pony's worden verhandeld op de Zuidlaardermarkt

3.3 Kenmerken van de Zuidlaardermarkt

In het tweede hoofdstuk is gesteld dat bij veel jaarmarkten de functie is veranderd. Waren het vroeger plaatsen van handel, tegenwoordig voert vermaak de hoogste woord. Eén van de uitzonderingen hierop is de Zuidlaardermarkt. Deze jaarmarkt heeft nog veelal een commerciële functie en het draait nog grotendeels om de handel (gemeente Tynaarlo, 2004).

De Zuidlaardermarkt wordt om 6 uur 's ochtends geopend door de burgemeester, met de woorden: "Hierbij is de ...e Zuidlaardermarkt geopend". De burgemeester loopt dan langs de

belangrijkste onderdelen van de markt en gaat dan koffiedrinken bij een koffiekraam. Om 11 uur volgt dan een persconferentie waarop de marktmeester bekend maakt hoeveel paarden zijn aangevoerd (Jansen, p442). Het houden van een persconferentie is één van de unieke kenmerken van de Zuidlaardermarkt, op andere jaarmarkten wordt dit namelijk niet gedaan. Deze derde dinsdag van oktober zijn de leerlingen van de basisscholen de hele dag vrij om naar de markt te gaan (gemeente Tynaarlo, 2004).

Kenmerkend voor de Zuidlaardermarkt is ook dat het de enige jaarmarkt is in Noord-Nederland waar zoveel internationale belangstelling voor bestaat. Handelaren komen uit vele landen van Europa, bijvoorbeeld uit Engeland, Italië en Oostenrijk. Zij voeren zelf paarden aan, maar kopen ook paarden die ze mee terug nemen naar huis (gemeente Tynaarlo, 2004). Veel van deze handelaren komen ieder jaar terug.

Gelijktijdig met de jaarmarkt wordt ieder jaar een kermis gehouden. De kermis trekt veel bezoekers, maar op de dag van de markt, komen de meeste bezoekers alleen naar Zuidlaar om een bezoek aan de markt te brengen. De inwoners van Zuidlaar hechten ook veel meer waarde aan de markt dan aan de kermis (Jansen, 1987, p427).

In de beleving van de inwoners komt de markt op de eerste plaats, de kermis daarachter. Toch zou de jaarmarkt niet zonder de kermis kunnen bestaan, omdat de kermis de jaarmarkt financieel draagt. Met de inkomsten verkregen uit de kermis, wordt een deel van de kosten van de jaarmarkt gedekt (Jansen, 1987, p427).

Tot 1987 werd rondom de Zuidlaardermarkt een landbouwbeurs in de Prins Bernhardhoeve georganiseerd. Zie hiervoor het kader over de Prins Bernhardhoeve.

Prins Bernhardhoeve

In 1949 werd de eerste landbouwbeurs in Zuidlaar georganiseerd. Deze landbouwbeurs werd niet georganiseerd om de Zuidlaardermarkt nieuw leven in te blazen, maar het gaf wel een extra dimensie aan de markt. In die tijd vonden allerlei ontwikkelingen op het gebied van de landbouw plaats. Om mee te kunnen blijven draaien was het van belang dat men zich aan de snelle ontwikkelingen diende aan te passen. Voor de eerste beurs was de belangstelling zo groot dat men besloot een overdekte expositieruimte te bouwen, de latere Prins Bernhardhoeve (Van de Berg, 1973, p7). De bouw van de hal bleek een succes. De toenemende mechanisatie van de landbouw ondersteunde dit succes. Deze bleek namelijk een geweldige stimulans voor de landbouwbeurs (Schaapman, 1992, p83). De belangstelling voor landbouwwerktuigen is op de Zuidlaardermarkt altijd bijzonder groot geweest, omdat de boeren op de hoogte van de laatste ontwikkelingen wilden blijven (Van de Berg, 1973, p75). Dat de landbouwbeurs ook populair is bij standhouders, blijkt wel uit het feit dat het aanbod van plaatsen op de beurs meestal niet toereikend is voor de vraag die ervoor bestaat. De belangstelling voor de beurs betreft voornamelijk de noordelijke provincies. Zeventig procent van de bezoekers van de beurs, evenals de standhouders, is afkomstig uit de noordelijke regio (Schaapman, 1992, p30). Sinds 1986 wordt de landbouwbeurs niet meer gelijktijdig met de Zuidlaardermarkt georganiseerd. Dat de beurs nu op een ander tijdstip wordt georganiseerd, is het gevolg van het verzoek van de agrarische sector, alsmede het gevolg van een overeenkomst van de gemeente met de landbouwbeurs (Schaapman, 1992, p38). De beurs wordt nu eens in de twee jaar in het voorjaar gehouden (N. Wolfs, 2004).

De landbouwbeurs is niet langer het enige evenement dat in de Prins Bernhardhoeve wordt gehouden. Er worden ook tentoonstellingen en congressen georganiseerd. Vanwege het grote aantal beurzen dat in de hoeve wordt georganiseerd, kon de Prins Bernhardhoeve in de loop der jaren steeds verder uitbreiden. Tegenwoordig bestaat de Prins Bernhardhoeve uit 7 hallen die gezamenlijk 40.000m² beslaan. Het aantal bezoekers wisselt per seizoen, naar gelang de aangeboden beurzen. De bezoekersaantallen lopen uiteen van 120.000 tot 200.000 bezoekers per jaar. De landbouwbeurs is nog altijd één van de grootste trekkers. Deze beurs trekt ongeveer 60.000 bezoekers (N. Wolfs, 2004).

Niet alleen de Prins Bernhardhoeve zelf heeft baat bij de grote bezoekersaantallen, ook de plaatselijke horeca profiteert van de bezoekers. De aanwezigheid van de Prins Bernhardhoeve heeft er mede voor gezorgd dat in Zuidlaar veel horecagelegenheden zijn gevestigd, om de bezoekers van de hallen in hun behoeften te kunnen voorzien (Van de Berg, 1973, p7).

Eén van de specialiteiten van de Zuidlaardermarkt is de Zuidlaarderbol. Deze Zuidlaarderbol is een groot rond krentenbrood, dat erg populair is en op vele plaatsen op de markt wordt verkocht. De meeste marktbezoekers kopen een Zuidlaarderbol om als souvenir mee naar huis te nemen. Men kan van een traditie spreken, omdat de Zuidlaarderbol al sinds 1946 wordt verkocht (Schaapman, 1992, p79). De Zuidlaarderbol is bedacht als plaatselijke specialiteit en werd in eerste instantie alleen tijdens vakantieperiodes en Zuidlaardermarkt verkocht. Later werd de bol gedurende het hele jaar verkocht bij de bakker (Schaapman, 1992, p60). Eind jaren '80 zag de toekomst van de Zuidlaarderbol er somber uit, omdat de jeugd er weinig waarde aan hechtte. Maar niet alleen aan de bol hechtte de jeugd weinig waarde, ook andere tradities. Sinds de jaren '90 echter, is de tendens dat tradities weer gewaardeerd worden (Schaapman, 1992, p63).

3.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats

De komst van de trein naar Zuidlaren bracht een verandering teweeg voor de Zuidlaardermarkt. Deze verving het vervoer per paardentram niet in zijn geheel, maar wel een belangrijk deel. De reden dat de paardentram niet helemaal verdween, kwam doordat het station buiten Zuidlaren was gelegen. De spoorlijn Groningen-Zuidlaren liep halverwege de weg naar Vries en één van de stopplaatsen was Vries-Zuidlaren. Vanaf daar kon men zijn weg met de paardentram vervolgen. Maar evenals de paardentram is ook de trein jaren later verdwenen. Het station heeft ook geen functie meer. Zuidlaren had echter niet zoveel van de gevolgen van de Industriële Revolutie te lijden als andere jaarmarkten. Ondanks dat paarden steeds minder gebruikt werden, bleef de aanvoer van paarden naar de Zuidlaardermarkt veelal onveranderd hoog (bijlage 4).

De Tweede Wereldoorlog had wel een negatief effect op de jaarmarkt. In de beginjaren van de oorlog werd de jaarmarkt, ondanks de Duitse bezetting, gewoon gehouden. In 1940 bleef zelfs het aantal aangevoerde paarden gelijk; 2164 paarden. In de jaren 1941-1943 liep het aantal paarden terug en in 1944 werd helemaal geen jaarmarkt gehouden. In 1945 werd wel een jaarmarkt gehouden, maar werden slechts 213 paarden aangevoerd, omdat de bezetter de meeste paarden had meegenomen (Schaapman, 1992, p59). De Zuidlaardermarkt heeft verder weinig belemmeringen gekend en wordt al eeuwen bijna onafgebroken gehouden.

Dat de Zuidlaardermarkt een belangrijke plaats innam en inneemt in het leven van de inwoners van Zuidlaren blijkt wel uit de vele tradities en rituelen die samenhangen met de markt. De mensen leefden naar de Zuidlaardermarkt toe en deze vormde voor de boeren een markeerpunt in de tijd, omdat de markt op de scheidslijn van de seizoenen valt. Zo moesten de aardappels gerooid zijn voor de markt, anders was het een schande en mochten als gevolg daarvan de koeien pas op stal na de markt. Ook konden de boeren 's avonds langer opblijven, omdat na de Zuidlaardermarkt de wintertijd inging en men er 's ochtends niet meer zo vroeg uit bed hoefde (Kuipers, 1999, p128). Maar niet alleen boeren zagen de Zuidlaardermarkt als markeerpunt, ook de gewone mensen hielden zich aan gewoonten vast. Veel mensen staken de kachel pas na de derde dinsdag in oktober voor het eerst aan. Tegenwoordig houden nog enkele mensen hieraan vast.

In 1961 vindt een belangrijke verandering plaats in de jaarmarkt. Het tijdstip van de opening van de markt wordt verplaatst van 7:00 uur (zonsopkomst) naar 6:00 uur. Deze maatregel werd genomen om boeren de gelegenheid te geven een uur langer te handelen. Boeren waren tijdens de Zuidlaardermarkt namelijk veel tijd kwijt op de landbouwbeurs, waardoor weinig tijd over bleef om handel te drijven (Schaapman, p101). Deze maatregel was toen erg ingrijpend, omdat de markt een uur langer duurde. Ondanks dat de landbouwbeurs nu niet meer op de derde dinsdag in oktober wordt gehouden, is het begintijdstip hetzelfde gebleven. Dit is waarschijnlijk gedaan omdat de vroege opening een karakteristiek onderdeel van de markt vormt.

Ook de opbouw van de Zuidlaardermarkt is in de loop van de tijd veranderd. Vroeger bestond de markt uit de onderdelen paardenmarkt, veemarkt (koeien/ schapen), warenmarkt

en kermis. De veemarkt was naast de kermis gelegen, maar dit leverde rond 2000 problemen op met de Dierenbescherming. Deze organisatie vond dat de koeien te dicht bij de kermis stonden en verplaatst moesten worden. Dit is er echter nooit van gekomen, omdat in 2001 de Mond- en Klauwzeercrisis uitbrak. Door de aangescherpte wetgeving mag er geen grote samenkomst meer zijn van koeien en schapen (gemeente Tynaarlo, 2004). Tegenwoordig bestaat de Zuidlaardermarkt nog uit drie onderdelen: de paardenmarkt, de warenmarkt en de kermis.

Niet alleen in de jaarmarkt zelf hebben zich veranderingen voorgedaan, ook in de activiteiten rondom de jaarmarkt is het een en ander veranderd. Van oudsher was de zondag de koppeldag. Jongens en meisjes zochten elkaar op om met elkaar afspraken te maken voor de kermis op dinsdag. De woensdagavond werd er gedanst. Rond een uur of 12, half één was het stil. Tegenwoordig zijn de zondag en de woensdagavond niet meer van belang voor de jeugd. Het gaat hen alleen nog maar om de nacht van Zuidlaren, die in 1983 is ontstaan. Deze Zuidlaardernacht wordt in de nacht van maandag op dinsdag georganiseerd. Omdat de Zuidlaardernacht eigenlijk al vanaf het begin voor overlast zorgde, omdat de jongeren te veel dronken, werd eind jaren '80 besloten om een popfestival te organiseren om zo te voorkomen dat de verveling toesloeg. Dit was echter geen succes en daarom een eenmalig gebeuren (Schaapman, 1992, p140). Ondanks de verveling van de jeugd komt geweld nauwelijks voor. Volgens sommigen is dit te danken aan de kermis, die veel opvangt. De bestaande horeca kan de enorme toestroom namelijk niet aan (Jansen, 1987, p443).

De komst van een kazerne in het dorp in 1938, zorgde voor een belangrijke verandering in het gevoel van saamhorigheid in het dorp. Na de oorlog kwamen allerlei mensen van buiten het dorp in Zuidlaren wonen. "Vroeger waren we meer één gemeente, één soort volk, konden ze je allemaal verstaan. Alles verandert" (Jansen, 1987: p423). Dit gaat niet alleen op voor de verbondenheid in het dorp zelf, maar het geldt ook op de derde dinsdag van oktober. Daar speelt het zich op kleine schaal af. In de jaren voor de oorlog kwam op de jaarmarkt een bepaald type mensen. De meeste mensen kenden elkaar en het was elk jaar een weerzien van bekenden. Met de komst van vreemdelingen in het dorp en jaren later ook door de massale opkomst van de auto, verdween het dorpse karakter. De markt was niet langer voorbehouden aan een select gezelschap en de identiteit van de jaarmarkt veranderde hierdoor. Een Zuidlaarder zegt hierover in Schaapman (1992, p20): "Persoonlijk vond ik de markt vroeger mooier omdat het toen meer dan tegenwoordig een echt feest voor de Zuidlaardergemeenschap was. Zuidlaren is zeer sterk gegroeid en je kunt niet verwachten dat de hele gemeenschap zich nog net zo bij het gebeuren betrokken voelt als in de jaren '50."

Terugkerend met de jaarmarkt tot de jaren '50, was de komst van de woonwagenmensen naar Zuidlaren. Tijdens de markt viel er voor hen altijd wel wat te halen en verkochten of ruilden ze hun handel (Jansen, 1987, p422). Met het verdwijnen van deze woonwagenmensen verdween ook een stukje historie van de Zuidlaardermarkt.

3.5 De gemeente

De gemeente Tynaarlo speelt een grote rol bij de organisatie van de Zuidlaardermarkt. De gemeente organiseert alles wat met de jaarmarkt en de kermis te maken heeft. De Stichting Evenementen Zuidlaardermarkt organiseert de activiteiten rondom de markt, zoals de Zuidlaardernacht.

De marktmeester, die in dienst is van de gemeente, heeft de grootste verantwoordelijkheid voor de organisatie van de jaarmarkt. Hij is verantwoordelijk voor de organisatie van de paardenmarkt, de warenmarkt en de kermis en is hier een groot deel van het jaar mee bezig. In augustus wordt een advertentie geplaatst in vakbladen van markthandelaren en in plaatselijke bladen. Er is plaats voor 350 kramen, maar er komen twee keer zoveel aanvragen binnen. De helft van de aanvragen moet dus afgewezen worden. Bij de toewijzing van vergunningen wordt gekeken naar de aangeboden producten en welke handelaren al

eerder op de jaarmarkt hebben gestaan. Deze krijgen vaak voorrang bij de toewijzing van vergunningen (gemeente Tynaarlo, 2004). Handelaren die voor de eerste keer inschrijven, maken in principe geen kans op toewijzing van een plaats (Jansen, 1987, p416). De laatste jaren worden niet alleen Nederlandse handelaren benaderd, maar worden ook advertenties geplaatst in de vakbladen van handelaren in Noord- en West-Duitsland (Schaapman, 1992, p147).

De marktmeester plaatst niet alleen advertenties om handelaren te benaderen, maar ook om kermisexploitanten te bereiken. In de advertentie staat dat de op de eerste maandag in mei de openbare kermisverpachting zal plaatsvinden in het Boschhuis in Zuidlaren en dat men zich daar voor kan inschrijven. De marktmeester besluit wie een plaats toegewezen krijgt (Jansen, 1987, p414). De kermisexploitanten in Zuidlaren vormen een tamelijk vaste kern.

De marktmeester handelt alle aanvragen voor standplaatsen af, zowel voor de warenmarkt als de kermis. Voor de standplaatsen is een bedrag verschuldigd aan de gemeente (zie bron 3). Zoals gezegd wordt getracht de vaste handelaren ieder jaar weer een plaats te geven. Dat is prettig voor zowel de handelaren, voor de vaste klanten en voor de gemeente. De gemeente probeert ook ieder jaar dezelfde handelaren op vaste plaatsen neer te zetten, omdat dit een aantal voordelen heeft (Schaapman, 1992, p144):

1. De gemeente weet waar iedereen staat;
2. Wanneer er klachten zijn over een marktkoopman is deze gemakkelijk op te sporen. Ook wanneer klanten positief spreken over marktkoopman.
3. Het verkeersprobleem wordt minder, omdat iedere marktkoopman uit ervaring weet hoe hij naar zijn plaats moet rijden.

Alle hierna genoemde bedragen zijn inclusief omzetbelasting indien deze verschuldigd is.

1. Het marktgeld bedraagt per dag of gedeelte daarvan het volgende:

a. voor een paard	€2,00
b. voor een rund	€2,00
c. voor een schaap of een geit	€1,00

2. Voor ieder(e) tent, kraam, tafel, stal, voertuig en dergelijke inrichting(en) per strekkende meter ingenomen ruimte, gemeten langs de weg:
 - a. voor de najaarsmarkt te Zuidlaren:
 - a.1. voor wat betreft kramen, die eetwaren verkopen
€11,25
 - a.2. voor wat betreft kramen, die in hoofdzaak ter plaatse eetwaren bereiden en verkopen om ter plaatse te consumeren €25,00
 - a.3. voor wat betreft de overige kramen €7,00

De tarieven onder a.1. t/m a.3. worden verhoogd met €7,50 per standplaats voor promotie en met €14,00 voor elektra.
 - b. voor de voorjaarsmarkt te Zuidlaren €3,40
Het tarief onder b. wordt verhoogd met €7,50 per standplaats voor promotie.
 - c. voor de weekmarkt te Zuidlaren €0,97
 - d. voor de weekmarkt te Vries €0,58
 - e. de weekmarkt te Tynaarlo €0,46

3. De kosten voor het reserveren van een plaats voor paarden, en/of runderen bedragen voor de najaarsmarkt te Zuidlaren €1,27 per strekkende meter ingenomen marktruimte.

Behorende bij het Raadsbesluit van 18 november 2003.

Bron 3. Tarieventabel behorende bij de "Marktgeldeverordening 2004" (Bron: gemeente Tynaarlo 2004)

Op de marktdag zelf worden borden geplaatst met daarop de namen van de handelaren en het aantal meters dat ze mogen innemen (zie foto 2). Daarnaast worden ook borden geplaatst met informatie over de hoogte van het marktgeld, borden met informatie over verplaatste busstations en over parkeergelegenheid (Jansen, 1987, p428).



Foto 2. Bord met naam en standplaatsnummers

Naast het verlenen van vergunningen aan handelaren en kermisexploitanten, verleent de gemeente ook zogenaamde ééndagsvergunningen voor het schenken van koffie en thee, omdat de bestaande horeca de enorme toestroom van mensen niet aankan. Inwoners van Zuidlaren die de faciliteiten hebben, kunnen voor één dag een vergunning aanvragen, waarmee ze koffie, bier en frisdrank mogen schenken. Enkele tientallen inwoners van Zuidlaren maken hier gebruik van en maken een onderkomen om in eten en drinken te kunnen voorzien (Jansen, p418). De laatste jaren maken verenigingen ook van de mogelijkheid gebruik van deze eendagsvergunningen om een extra inkomen te genereren.

De gemeente steekt veel energie in het organiseren van de Zuidlaardermarkt. De markt is namelijk van groot economisch belang, vanwege de kermisopbrengsten en inkomsten van de horeca (Schaapman, 1992, p27). Daarnaast trekt de jaarmarkt veel bedrijvigheid aan, wat ook gunstige gevolgen heeft voor de plaatselijke middenstand. Het is moeilijk in te schatten hoe groot het economische belang is van de markt. De jaarmarkt speelt ook een grote rol in de naamsbekendheid van Zuidlaren (gemeente Tynaarlo, 2004). Daarnaast heeft de gemeente haar naam hoog te houden; de Zuidlaardermarkt staat in de wijde omgeving goed aangeschreven.

De gemeente doet er daarom veel aan om de jaarmarkt te stimuleren, door middel van financiering, maar ook door de markt te promoten. Volgens de gemeente komt de Zuidlaardermarkt in diverse publicaties in beeld (gemeente Tynaarlo, 2004). Zo wordt de jaarmarkt in de gemeentegids vermeld en worden borden langs de wegen in de omgeving van Zuidlaren geplaatst met daarop de aankondiging van de Zuidlaardermarkt. En de gemeente plaatst advertenties in vakbladen en huis-aan-huisbladen.

3.6 Bezoekers

“Vaak is oktober de maand van regen en harde wind, maar dat kan niemand weerhouden om op de derde dinsdag van oktober op weg te gaan naar de Zuidlaardermarkt” (Schaapman,1992, p39). Dit voorgaande blijkt wel uit het feit dat de Zuidlaardermarkt de

drukst bezochte jaarmarkt in Drenthe is. Jaarlijks komen ongeveer 150.000 tot 160.000 bezoekers naar Zuidlaren op de derde dinsdag in oktober (gemeente Tynaarlo, 2004). Als je weet dat Zuidlaren zelf ongeveer 11.000 inwoners heeft, wordt duidelijk dat dit enorm grote bezoekersaantallen zijn. De bezoekers komen niet alleen uit de nabije omgeving, maar uit het hele land. De provincies Drenthe, Groningen en Friesland leveren de meeste bezoekers. Niet alleen Nederlanders bezoeken de jaarmarkt, ook veel Duitsers bezoeken de markt. Ook staan Duitse handelaren met paarden op de jaarmarkt. Dat er veel Duitse bezoekers komen, kan afgeleid worden uit de folder die door de VVV wordt uitgegeven. Deze is niet alleen in het Nederlands verkrijgbaar, maar ook in het Duits (bijlage 5).

De bezoekers komen niet voor een bepaald onderdeel van de Zuidlaardermarkt, maar voor het geheel. De bezoekers lopen van het ene onderdeel naar het andere en lopen ook tussen de paarden door. Over het algemeen gaat het goed en doen zich geen voorvallen tussen paard en mens voor, maar af en toe krijgt iemand toch een trap van een paard. Maar het vrij kunnen bewegen tussen de paarden geeft de Zuidlaardermarkt zijn charme (gemeente Tynaarlo, 2004).

Het grote aantal bezoekers is mede een gevolg van traditie. De mensen weten niet anders dan dat de Zuidlaardermarkt er ieder jaar weer is, omdat dat al ruim 800 jaar zo is. Net zoals de meeste handelaren komen ook bezoekers ieder jaar weer. Omdat mensen ieder jaar terugkomen, treft men oude bekenden en iedereen praat met iedereen. Daarom kan gezegd worden dat de jaarmarkt naast een commercieel gebeuren, ook een sociaal gebeuren is. Opvallend is dat mensen die vroeger in Zuidlaren woonden en nog familie hebben in Zuidlaren regelmatig terug komen voor de markt (Schaapman, 1992; p20; gemeente Tynaarlo, 2004). De markt is voor veel mensen een familiereünie (Schaapman, 1992, p20).

De activiteiten die rondom de jaarmarkt worden georganiseerd trekken ook wel bezoekers, maar hier gaat het om duizenden bezoekers (gemeente Tynaarlo, 2004). Dit zijn over het algemeen ook alleen de inwoners van Zuidlaren.

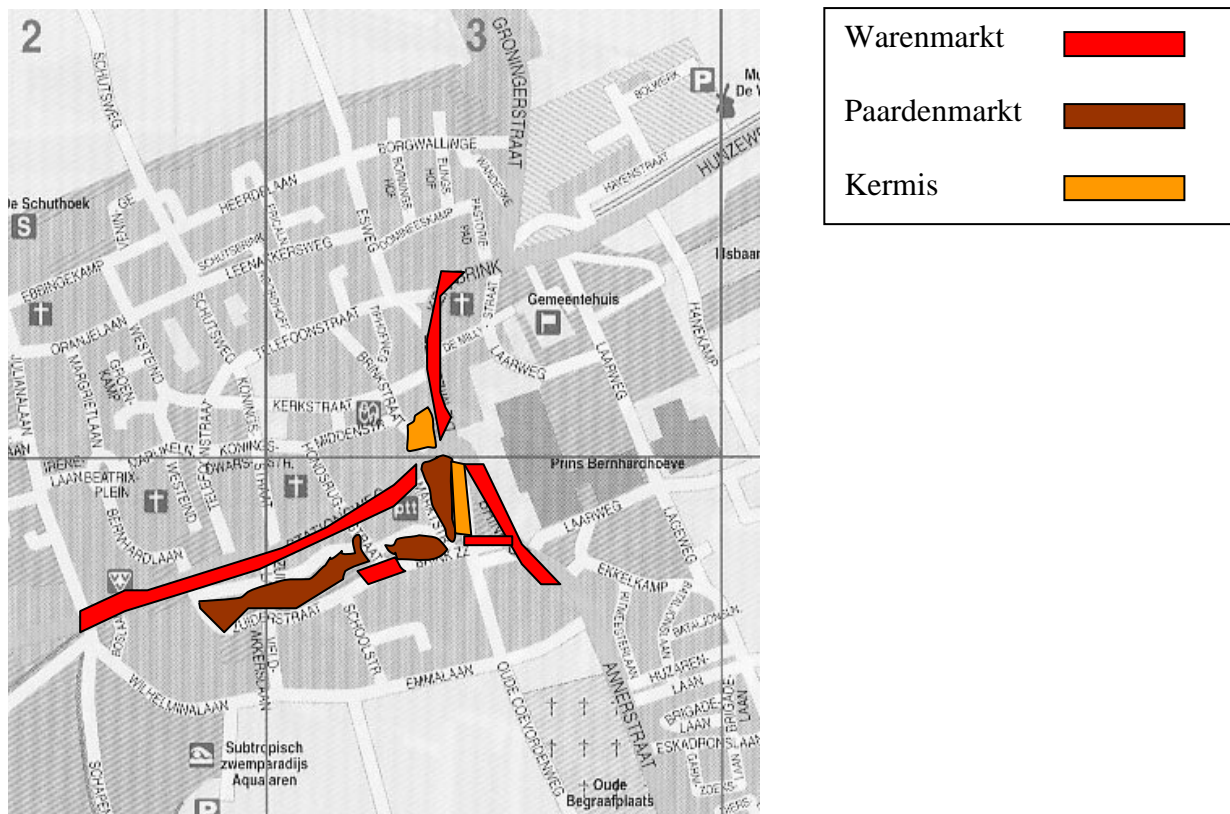
Ondanks de vele bezoekers is de jaarmarkt goed te bereiken. In en rond Zuidlaren wordt zoveel mogelijk parkeergelegenheid gecreëerd en busmaatschappij Arriva zet extra bussen in om de vele bezoekers te kunnen vervoeren (bijlage 6).

3.7 Inrichting van de jaarmarkt

De jaarmarkt speelt zich af op en rond de Brink. Op de Brink staan de paarden en pony's vastgebonden aan palen. Tegenover de Brink is de kermis opgebouwd en in de straten rondom de Brink staan de 350 kramen van de ambulante handel, die gezamenlijk ongeveer 4 km beslaan. De Brink is de derde dinsdag van oktober de spil waar alles om draait en de verschillende onderdelen van de markt vormen een geheel (kaart 2). Vroeger was de veemarkt ook een onderdeel van de Zuidlaardermarkt, maar met de uitbraak van de MKZ-crisis is deze tot op heden verboden. Tot voor de MKZ-crisis stonden de koeien vlak naast de kermis opgesteld. Deze bundeling van de jaarmarkt rondom de Brink creëert een compact gebeuren dat bijdraagt aan een gezellige sfeer, een gevoel van verbondenheid. Volgens een inwoner van Zuidlaren spelen de historische traditie en de plaats van de markt, op de diverse brinken, een belangrijke rol in het succes van de markt (Schaapman, 1992: p27)

De marktmeester zorgt er voor dat er sprake is van brancheverdeling tijdens de markt. Dat er een goede verdeling tussen de 'food' en de 'non food' sector is. De indeling van de warenmarkt wordt al van tevoren bekend gemaakt, zodat handelaren niet naar hun plaats hoeven te zoeken.

Gedurende lange tijd vond alles plaats op één dag; niet alleen de jaarmarkt, maar ook de activiteiten er omheen. Met de komst van de Stichting evenementen Zuidlaardermarkt kwam hier echter verandering in en sindsdien worden de activiteiten gespreid over meerdere dagen. De evenementen beginnen al op vrijdag en duren tot de woensdag na de markt. De activiteiten die georganiseerd worden, zijn onder andere een viswedstrijd, een autoralley en de Nacht van Zuidlaren (bijlage 7).



Kaart 2. Centrum van Zuidlaren met de onderdelen van de jaarmarkt (naar gemeentegids Tynaarlo, 2003)

3.8 Vrijwilligers

De organisatie van de jaarmarkt is in handen van de gemeente. Veel van de mensen die ingezet worden, zijn ook werkzaam bij de gemeente. Maar dit zijn niet voldoende mensen om alles in goede banen te leiden. De gemeente huurt daarom mensen voor één dag in en maakt gebruik van vrijwilligers. Deze vrijwilligers zijn veelal afkomstig van verenigingen en werken niet helemaal voor niets. Voor hun hulp op de dag van de markt krijgen ze van de gemeente een vergoeding voor hun vereniging (gemeente Tynaarlo, 2004).

De vrijwilligers worden ingezet bij verschillende werkzaamheden, zoals bij het opzetten van afzettingen. Op de dag zelf zijn alle ingangen naar het marktgebied afgezet en staan er mensen bij die controleren of de handelaren een geldige pas hebben. Daarnaast worden vrijwilligers ook ingezet als parkeerwacht. Dit is noodzakelijk om het vele autoverkeer in goede banen te leiden. Tot slot worden vrijwilligers ook ingeschakeld bij de opruimwerkzaamheden (gemeente Tynaarlo, 2004).

Niet alleen de verenigingen leveren vrijwilligers, men kan zich ook altijd zelf aanmelden. Dit gebeurt echter niet vaak. Hoewel de vrijwilligers van verenigingen in eerste instantie natuurlijk meewerken om geld binnen te halen voor de eigen vereniging, geeft hun bijdrage ook aan dat ze zich willen inzetten voor een gebeurtenis binnen de eigen gemeenschap. Wanneer veel inwoners meewerken aan de Zuidlaardermarkt geeft dit aan dat deze markt leeft onder de bevolking. Volgens de gemeente Tynaarlo (2004) is het niet zo dat het meewerken aan de jaarmarkt leidt tot een sterke binding tussen de mensen. Dit komt doordat iedereen bezig is met de eigen activiteiten en organisatie.

3.9 Plaatsidentiteit en de toekomst

In deze paragraaf zal de relatie tussen de Zuidlaardermarkt en plaatsidentiteit worden getoetst en wordt een verwachting over de toekomst uitgesproken.

3.9.1 Plaatsidentiteit

De relatie tussen de Zuidlaardermarkt en plaatsidentiteit wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

1. Allereerst de relatie in de geschiedenis. De Zuidlaardermarkt is ontstaan als dag ter viering van de heilige Sint Michiel. In 1598 werd deze band tussen de heilige en de jaarmarkt losgelaten en werd de jaarmarkt een handelsplaats. Deze commerciële functie vervult de Zuidlaardermarkt tot op heden nog steeds. Het enige verschil is dat er tegenwoordig ook veel mensen de jaarmarkt bezoeken die geen doel hebben om een paard te kopen. Deze mensen komen alleen om te kijken en om de jaarmarkt mee te maken. De Zuidlaardermarkt kon in het verleden uitgroeien tot zo'n grote markt, omdat het gunstig was gelegen aan doorgaande wegen. Dit is nog steeds het geval, zij het dat het nu om grotere wegen gaat die grotere gebieden met elkaar verbinden. Ook het feit dat het de laatste paardenmarkt was in het najaar, heeft bijgedragen aan de grootte van de Zuidlaardermarkt. Het is nog steeds de laatste paardennajaarsmarkt.

De relatie die de Zuidlaardermarkt vroeger had met de plaats, waardoor de jaarmarkt kon uitgroeien tot de grootste paardenmarkt van Europa, bestaat nog steeds. Alleen de binding met de heiligendag is verbroken, maar de overige zaken gelden nog steeds. De relatie die de Zuidlaardermarkt heeft met Zuidlaren bestaat dus al geruime tijd en is in de loop van de tijd weinig veranderd. Het enige verschil is het gevoel van de inwoners van Zuidlaren over de markt. Zuidlaren is een klein dorp met ongeveer 11.000 inwoners. Tot 1950 werd de Zuidlaardermarkt ook wel goed bezocht door mensen van buiten Zuidlaren, maar hadden de inwoners van Zuidlaren wel het gevoel dat het een feest was voor de Zuidlaarder gemeenschap. Tegenwoordig is het zo massaal dat de inwoners dat gevoel niet meer hebben. Wel voelen ze zich nog altijd verbonden met de Zuidlaardermarkt.

2. De belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en de relatie hiervan met de plaats zeggen ook iets over de plaatsidentiteit. Het gaat hierbij om specifieke kenmerken van de jaarmarkt die de jaarmarkt uniek maken. Een belangrijk kenmerk van de Zuidlaardermarkt is de internationale belangstelling. De Zuidlaardermarkt is de grootste paardenmarkt van Europa. Dit is te danken aan de naam die de jaarmarkt in de loop der jaren heeft opgebouwd, maar ook aan de gunstige ligging aan doorgaande wegen naar Duitsland en België en Luxemburg. Ook belangrijk voor de Zuidlaardermarkt was jarenlang de landbouwbeurs die gelijktijdig werd gehouden in de Prins Bernhardhoeve. Deze is gelegen op de Brink, waardoor jaarmarkt en beurs in elkaar overliepen. De locatie van de beurs was dus ideaal. De landbouwbeurs wordt al decennia niet meer in oktober gehouden, maar in het voorjaar. De opbouw van de jaarmarkt in het centrum, op en rond de Brink, is niet uniek voor Zuidlaren, omdat dit in veel Drentse dorpen het geval is. Wel staat in Zuidlaren de kermis ook bij de Brink opgesteld, waardoor alle onderdelen van de jaarmarkt dicht bij elkaar staan opgesteld en één geheel vormen.

3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente.

De gemeente Tynaarlo is zich bewust van het feit dat Zuidlaren geassocieerd wordt met de Zuidlaardermarkt. Daarom maakt de gemeente in de promotie van Zuidlaren ook vaak gebruik van de Zuidlaardermarkt, omdat Zuidlaren en de Zuidlaardermarkt onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden. De Zuidlaardermarkt heeft een grote en positieve invloed op de naamsbekendheid van Zuidlaren. De gemeente promoot de Zuidlaardermarkt zelf ook door middel van advertenties in huis-aan-huisbladen, vakbladen van markthandelaren en borden langs de kant van de weg.

4. Het gebruik van de jaarmarkt door actoren.

De Zuidlaardermarkt wordt door verschillende actoren gebruikt. In dit hoofdstuk is de nadruk gelegd op drie groepen actoren: de gemeente, bezoekers en vrijwilligers. Dit omdat deze drie groepen actoren van belang zijn voor het kunnen blijven voortbestaan van de jaarmarkt.

De gemeente neemt het grootste deel van de organisatie van de markt op zich. Dit is niet uniek voor Zuidlaren, in veel gemeentes is dit het geval. Wat wel uniek is voor Zuidlaren zijn de enorme bezoekersaantallen. Het is de enige jaarmarkt waar zoveel mensen op af komen. Andere jaarmarkten zijn al blij met 10.000 -15.000 bezoekers, maar de Zuidlaren heeft er 10 keer zoveel. Ook komen naar de Zuidlaardermarkt veel Duitse bezoekers, meer dan naar andere jaarmarkten.

Net zoals bij andere jaarmarkten werken ook bij de Zuidlaardermarkt veel vrijwilligers mee. Bij de Zuidlaardermarkt zijn dit vrijwel alleen mensen die lid zijn van een vereniging. Tot slot nog iets dat specifiek is voor de Zuidlaardermarkt; de ééndagsvergunningen. Inwoners van Zuidlaren die de mogelijk hebben om een eet- en drinkgelegenheid bij huis in te richten kunnen hiervoor een vergunning voor één dag krijgen. Dit wordt gestimuleerd door de gemeente, omdat de horeca de vele mensen niet kan opvangen.

Uit bovenstaande kan geconcludeerd worden dat er sprake is van een relatie tussen de Zuidlaardermarkt en plaatsidentiteit. De Zuidlaardermarkt heeft een duidelijke geschiedenis en maakt al eeuwen deel uit van de gemeenschap van Zuidlaren. De inwoners van Zuidlaren zijn opgegroeid met de Zuidlaardermarkt. Een aantal decennia terug maakte de markt een nog groter deel uit van het leven van de inwoners. De markt was namelijk een markeerpunt in de tijd. Pas na de Zuidlaardermarkt gingen de kachels aan. De plaats waar de Zuidlaardermarkt gehouden wordt, De Brink, speelt ook een rol bij de plaatsidentiteit. Dat de jaarmarkt zich afspeelt in het centrum en de onderdelen één geheel vormen, draagt bij aan een gevoel van eenheid en verbondenheid. Veel mensen treffen elkaar ook ieder jaar weer op de Zuidlaardermarkt.

Dat de Zuidlaardermarkt bij Zuidlaren hoort, blijkt wel uit het feit dat de gemeente de Zuidlaardermarkt gebruikt in haar promotie van Zuidlaren. De plaats wordt geassocieerd met de jaarmarkt. Tot slot voelen de actoren zich allemaal betrokken bij de Zuidlaardermarkt. De gemeente zet zich ieder jaar volop in, evenals de vrijwilligers. Ook de bezoekers weten de Zuidlaardermarkt ieder jaar weer te vinden. Het immense aantal van 150.000 bezoekers geeft wel aan dat de Zuidlaardermarkt iets bijzonders is dat je moet meemaken.

3.9.2 Toekomst

Ondanks verscheidene tegenslagen, zoals de MKZ-crisis en verder terug in de tijd, de opkomst van de auto en de trekker, heeft de Zuidlaardermarkt ieder jaar weer veel handelaren en bezoekers weten te trekken. Als deze lijn zich doorzet, ziet de toekomst van de Zuidlaardermarkt er rooskleurig uit. Ook echte Zuidlaarders zien de toekomst van de jaarmarkt positief in. Ondanks dat door alle beperkingen in de landbouw het aantal boeren ieder jaar afneemt en daarmee de aanvoer van paarden en vee onder druk komt te staan, is de verwachting dat de jaarmarkt zich zal handhaven. Daarvoor zal de gemeenschap van Zuidlaren zich moeten blijven inzetten (Schaapman, 1992: p20).

Volgens de gemeente Tynaarlo (2004) is de toekomst moeilijk te voorspellen, maar ze vindt dat een toekomst er zeker in zit, omdat de markt al 800 jaar oud is en ongeveer 150.000 bezoekers per jaar trekt. Ook zijn er ieder jaar voldoende vrijwilligers te vinden die mee willen werken en is de gemeente in staat de financiën voor de markt rond te krijgen.

“Dat er een toekomst is voor de Zuidlaardermarkt staat als een paal boven water. Het precieze verloop is natuurlijk niet te voorspellen. De handel is ten slotte afhankelijk van de welvaart, maar de marktkooplui en de handelaren zijn nog steeds bijzonder tevreden met de Zuidlaardermarkt. Aan een eeuwenoude traditie en nostalgie is niet zomaar een einde te maken.” (Schaapman, p150).

4. Rodermarkt

In dit hoofdstuk zal worden gekeken naar de Rodermarkt. Aan de hand van deze case studie, evenals de case studies van de Zuidlaardermarkt en de Ganzenmarkt, zal de relatie tussen jaarmarkt en plaats bestudeerd worden. Deze relatie wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

Het hoofdstuk zal ingaan op de ontstaansgeschiedenis van de Rodermarkt, de belangrijkste kenmerken en veranderingen en de deelnemende actoren.

4.1 Roden

Roden maakt deel uit van de gemeente Noordenveld. Deze gemeente is ten zuidwesten van de stad Groningen gelegen (zie kaart 1). Roden is met ruim 15.000 inwoners de grootste plaats van de gemeente. Begin 20^e eeuw had Roden slechts 3200 inwoners, kort na de Tweede Wereldoorlog 6000 inwoners (Notenbomer, 1989, p126). Het inwonertal maakte vooral in de jaren '60 een grote groei door. In 1959 werd Roden officieel aangewezen als industriekern en begon in trek te komen als forensenplaats voor Groningen. De industrie kwam echter in de jaren '70 pas goed op gang (Fonk, 1997, p126).

Toch heeft Roden zelf ook een belangrijke centrumfunctie vanwege een uitgebreid industriegebied en een groot aantal winkels dat klanten uit de verre omtrek aantrekt. Als voorbeeld kan kampeerhal De Vrijbouter worden genoemd.

“Over de herkomst van de naam Roden bestaan verschillende lezingen. Volgens de ene lezing is de naam afkomstig uit de tijd dat men bossen rooide en ontgon. Aan de ontginning van woeste gronden moest het vellen van het hout voorafgaan en zo ontstond de ‘roding’ (gemeente Noordenveld, 2005). Volgens Groenedijk (2000) is deze gerooide plek in het bos ook de meest voor de hand liggende verklaring. “Andere verklaringen leggen verband met de kleur rood, het roten van vlas en ‘rot’, de oude naam voor een kerkelijk gerechtshof” (Groenedijk, 2000). In oude stukken wordt Roden voor het eerst genoemd in 1139” (gemeente Noordenveld, 2005).

In de 16^e eeuw lag Roden aan de doorgaande weg van Steenwijk naar Groningen (Notenbomer, 1989, p49). Maar net zoals alle wegen was ook deze weg een zandweg. Deze wegen konden echter slechts gebruikt worden door voetgangers. Het duurde tot 1839 voordat de eerste verharde weg in Drenthe werd aangelegd; langs de Smildervaart. (Notenbomer, 1989, p50). Roden zelf moest tot 1856 wachten.

Om Roden goed bereikbaar te houden werd in 1905 een plan opgesteld voor een tramlijn van Kloosterveen (dichtbij Assen) naar Groningen. Eén van de tussenstations zou Roden worden. Dit plan is echter nooit tot uitvoer gebracht. (Notenbomer, 1989, p58).

Een aantal jaren later is echter wel een andere tramlijn aangelegd. Deze liep van Drachten naar Groningen en was in 1913 gereed (Fonk, 1997, p148). Enige tijd na de ingebruikname van deze tramlijn kwam ook een tramhalte in Roden. Er was hier een dubbele tramlijn voor het parkeren van wagons met vracht voor de zuivelfabriek en de landbouwvereniging (Fonk, 1997, p179).

Deze zuivelfabriek was van groot belang voor het dorp. Tot de tweede helft van de 20^e eeuw was landbouw de belangrijkste inkomstenbron. De belangrijkste trekkracht in de landbouw bestond ook nog steeds uit paarden (Fonk, 1997, p130). De coöperatieve zuivelfabriek ‘Roden – Zevenhuzen’ speelde ook een grote rol in de werkgelegenheid. Deze werd in 1893 opgericht en breidde zich in de loop der jaren uit met een graanmalerij, boter-, kaas- en

melkpoederfabriek en zelfs consumptieijs. De fabriek werd gebouwd bij de haven in verband met de aanvoer van kolen en granen (Fonk, 1997, p183). Later was deze fabriek één van de grootste zuivelfabrieken in Drenthe (Notenbomer, 1989, p83).

4.2 Ontstaan van de Rodermarkt

In het voorjaar van 1727 richtten de ingezetenen van Roden een verzoek aan de Staten van de Provincie Drenthe om op de laatste dinsdag in september een jaarmarkt te mogen houden. Dit verzoek werd vrij snel ingewilligd, onder voorbehoud dat de Droste en Gedeputeerden de juiste dag zouden moeten bepalen. Het toenmalige college van Gedeputeerde Staten stelde op 25 april 1727 vast dat de jaarmarkt in Roden zou worden gehouden op 23 september. En zo is dat tot op de dag van vandaag gebleven (Notenbomer, 1989, p121). De Rodermarkt wordt dit jaar voor de 278^e keer gehouden.

In het verleden heeft Roden meer markten gehad. Tot aan de laatste Wereldoorlog was er ook een markt op de 2^e woensdag in mei. Die markt was in 1796 ingesteld (Notenbomer, 1989, p121).

In 1950 ging Zuidlaren van start met een landbouwbeurs, gelijktijdig met de jaarmarkt. In Roden besloot men niet achter te blijven en kwam men in 1953 ook hier met een beurs, die men al gauw de Jaarbeurs van het Noorden ging noemen. De Jaarbeurs is uitgegroeid tot een van de grootste publiekstrekkingen van de Rodermarkt. Jaarlijks trekt de jaarbeurs ongeveer 40.000 bezoekers (Notenbomer, 1989, p122).

4.3 Kenmerken van de Rodermarkt

De Rodermarkt vindt iedere vierde dinsdag in september plaats. Deze 4^e dinsdag is in en buiten Roden een begrip geworden. De Rodermarkt is als veemarkt begonnen. Er werd vee verhandeld op de openbare wegen en uiteindelijk heeft dat de naam markt gekregen. Het vee dat verhandeld werd waren paarden, koeien, schapen en kleinvee. Er werden ook altijd al andere goederen meegebracht om verhandeld te worden, maar de echte warenmarkt is op gang gekomen na de oorlog, in de jaren '50/'60. De warenmarkt is uitgegroeid tot een volledige, grote markt, naast de veemarkt (gemeente Noordenveld, 2004). De warenmarkt lijkt met meer dan 250 kramen ieder jaar weer groter dan ooit (Notenbomer, 1989, p122).

De veemarkt bestaat niet meer, het is nu alleen nog een paardenmarkt. Ook hier heeft de MKZ-crisis tot gevolg gehad dat er geen koeien en andere hoefdieren verhandeld mogen worden. Verwacht wordt dat koeien ook niet meer terugkomen op de markt (gemeente Noordenveld, 2004). De aangevoerde paarden komen voor het overgrote deel uit de regio, maar enkele handelaren zijn afkomstig uit Italië en Duitsland (gemeente Noordenveld, 2004). De paardenmarkt begint officieel om 6 uur. De warenmarkt komt wat later op gang, ongeveer rond een uur of 7. Het is de tendens dat het publiek steeds later komt. Vroeger kwamen veel mensen al bij de opening. Ook een verschil met vroeger is dat de jongeren om 5 uur nog in de kroeg zitten. Een jaar of 25 geleden vond dat nog niet plaats.

De Rodermarkt trekt tienduizenden bezoekers uit de wijde omgeving. De marktdag is vooral het middelpunt geworden van een feestweek met veel activiteiten, waaronder Rodermarktparade, rijwielryally, grasbaanraces voor motoren, korte baandraverij, kermis en Jaarbeurs van het Noorden (zie bijlage 8). De Rodermarkt houdt veel inwoners van het dorp bezig, omdat alle basisscholen een wagen maken voor de parade, evenals verenigingen uit het dorp. De Rodernacht is wellicht de bekendste activiteit. Tijdens deze nacht zijn alle horecagelegenheden in het dorp open en treden bekende artiesten op. Deze Rodernacht trekt bezoekers uit de hele regio (Gerding, 2003).

Dat de inwoners van Roden zich verbonden voelen met de Rodermarkt laat het Ronermark-leid zien (zie bijlage 9). Dit lied is gezongen door leden van de Roder Zakenkring en is een eerbetoon aan de Rodermarkt.



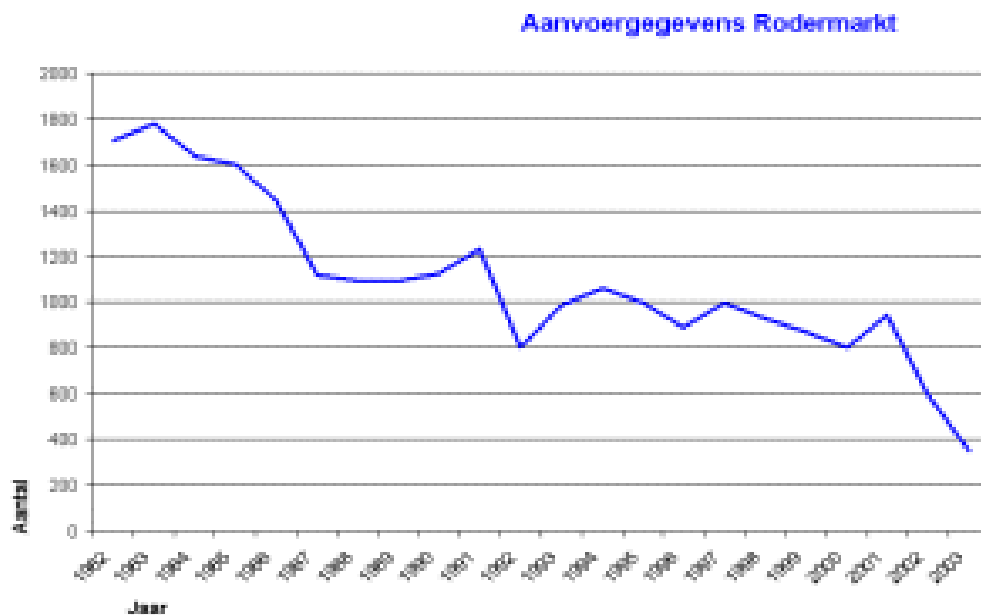
Foto 3. De Rodermarktparade (Bron: gemeente Noordenveld, 2005)

4.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats

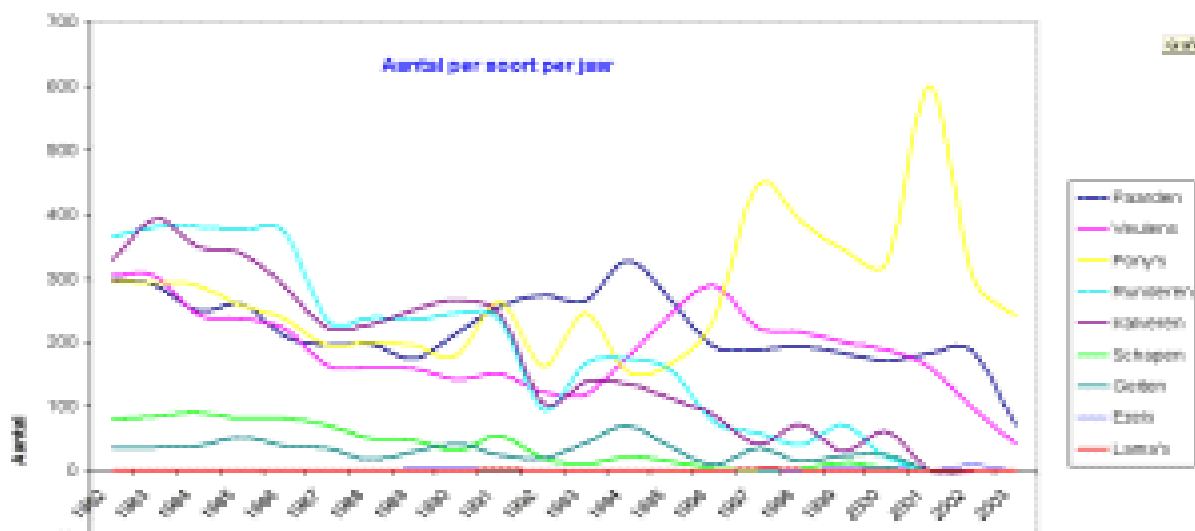
De Rodermarkt was vroeger de spil waar alles om draaide. Tegenwoordig is de marktdag vooral het middelpunt van een bruisende feestweek met veel activiteiten (Notenbomer, 1989, p122). Toch vindt de gemeente Noordenveld de jaarmarkt nog steeds het belangrijkste, omdat daar allemaal mee is begonnen. De gemeente beaamt dat de vroegere functie, de commerciële functie, aan het verdwijnen is en de markt steeds meer een functie van volksvermaak krijgt. Veel mensen zien de jaarmarkt als een dagje uit.

Vroeger gingen man en vrouw samen naar de markt. De man ging met een buurman of collega over de paardenmarkt en de vrouw over de warenmarkt. Tegenwoordig werken de meeste mensen en hebben geen tijd om naar de jaarmarkt te gaan. Ook gingen de vrouwen vroeger naar de markt voor koopjes, maar gaan ze nu veelal naar de supermarkt, waardoor een bezoek aan de markt niet langer noodzakelijk is.

In de aanvoercijfers van vee zijn de laatste decennia grote verschillen op te merken. Werden volgens de marktmeester van Noordenveld in de jaren '50 en '60 nog zo'n 3000 paarden aangevoerd, tegenwoordig is dat minder dan de helft. Dit komt neer op ongeveer 1300 paarden (gemeente Noordenveld, 2004). Toch worden deze cijfers niet ondersteund door onderstaande grafieken, gepubliceerd door de gemeente op 24 september 2003 (bron 4 en 5). In de begeleidende tekst stond vermeld dat de aanvoercijfers van vee tijdens de Rodermarkt van 2003 wederom flink terug zijn gelopen. Werden in 2002 nog 598 dieren aangevoerd, in 2003 waren dit in totaal 353 dieren. Dit waren 71 paarden, 41 veulens, 240 pony's en 1 ezel. Op de goederenmarkt stonden 230 kramen.



Bron 4. Aanvoergegevens Rodermarkt. Gepubliceerd op 24 september 2003 (Bron: Gemeente Noordenveld, 2005)



Bron 5. Aantal aangevoerde dieren per soort per jaar. (Bron: gemeente Noordenveld, 2005)

4.5 De gemeente

De Rodermarkt wordt georganiseerd door de gemeente en de Vereniging voor Volksvermaken. De marktmeester, die in dienst is van de gemeente, organiseert de eigenlijke jaarmarkt; paarden- en warenmarkt. De Vereniging voor Volksvermaken organiseert de evenementen er om heen, zoals de kermis en de kortebaandraverij. Deze evenementen beginnen al op de vrijdag voor de markt. Die vrijdag start de kermis en ook de jaarbeurs. De jaarbeurs wordt gehouden tot en met woensdag. Zaterdag is de grote parade met allemaal pralwagens die gemaakt worden door scholen en verenigingen. 's Zondags is er een motorcross. De zondag is de rustigste dag van de week, ondanks dat op deze dagen ook kermis en jaarbeurs worden gehouden.

Op maandag worden de standplaatsen voor de warenmarkt alvast uitgemeten. Hierbij worden nummers op straat gezet en palen voor het vastbinden van het vee in de grond geslagen (gemeente Noordenveld, 2004).



Foto 4. Kortebaandraverij. (Bron: Vereniging voor Volksvermaken Roden, 2005)

De voorbereidingen voor de Rodermarkt beginnen al in juni. Dan wordt een selectie gemaakt voor de ambulante handel. Er zijn 250 standplaatsen, maar meestal komen zo'n 400 aanvragen binnen. Dat aantal lag vroeger nog hoger. De handelaren die er ieder jaar zijn, krijgen altijd een plaats toegewezen. Daarnaast zoekt de marktmeester naar nieuwe dingen, die aantrekkelijk zijn voor de markt. Handelaren die worden afgewezen, krijgen zoveel mogelijk voorrang in het volgende jaar (gemeente Noordenveld, 2004).

Ondanks dat de warenmarkt tegenwoordig groter is dan de paardenmarkt, wordt de nadruk nog steeds gelegd op de paarden. De warenmarkt komt op de tweede plaats. Op het nieuws van TV Drenthe wordt volgens de marktmeester alleen aandacht besteed aan het aantal aangevoerde paarden, niet aan de aantallen kramen. Dat de paarden nog zo belangrijk zijn werkt ook door in het kostenplaatje voor de gemeente. De Rodermarkt kost de gemeente meer dan dat hij oplevert. Het geld dat bij de warenmarkt wordt verdiend, weegt niet op tegen de gemaakte kosten. De jaarmarkt is echter zo belangrijk dat de gemeente het er voor over heeft geld bij te leggen. Om het belang van de markt te benadrukken zou de gemeente, volgens de marktmeester, nog meer aan promotie kunnen doen. De gemeente maakt wel gebruik van promotie, bijvoorbeeld door het plaatsen van advertenties in vakbladen van paardenhandelaren. Dit zijn Nederlandse bladen, maar ook Duitse. Er zou echter ook aan dagbladen, folders en borden langs de weg gedacht kunnen worden.

Daarnaast zou de gemeente de jaarmarkt ook kunnen gebruiken ter promotie van Roden, om bijvoorbeeld de uitstraling van Roden te verbeteren (gemeente Noordenveld, 2004).

4.6 Bezoekers

De Rodermarkt trekt 10.000 – 20.000 bezoekers. Het weer speelt een belangrijke rol in de aantallen. De bezoekers komen niet alleen uit de gemeente, maar wel hoofdzakelijk uit het noorden; Groningen, Friesland en Drenthe. Kwam vroeger ook veel jeugd naar de markt, tegenwoordig zijn het toch meer de 40- en 50-plussers. Ook had de Rodermarkt vroeger meer een reüniekarakter. Mensen troffen elkaar jaarlijks op de markt. Tegenwoordig is men veel mobieler en kan gemakkelijker bij familie en kennissen op bezoek en is een bezoek aan

de Rodermarkt niet meer noodzakelijk om bekenden te treffen (gemeente Noordenveld 2004).

De marktdag is vooral het middelpunt geworden van een feestweek. Toch is de marktdag, de dinsdag, nog steeds het evenement waar de meeste bezoekers op afkomen. 's Ochtends komen de bezoekers veelal voor de paarden, 's middags voor de warenmarkt.

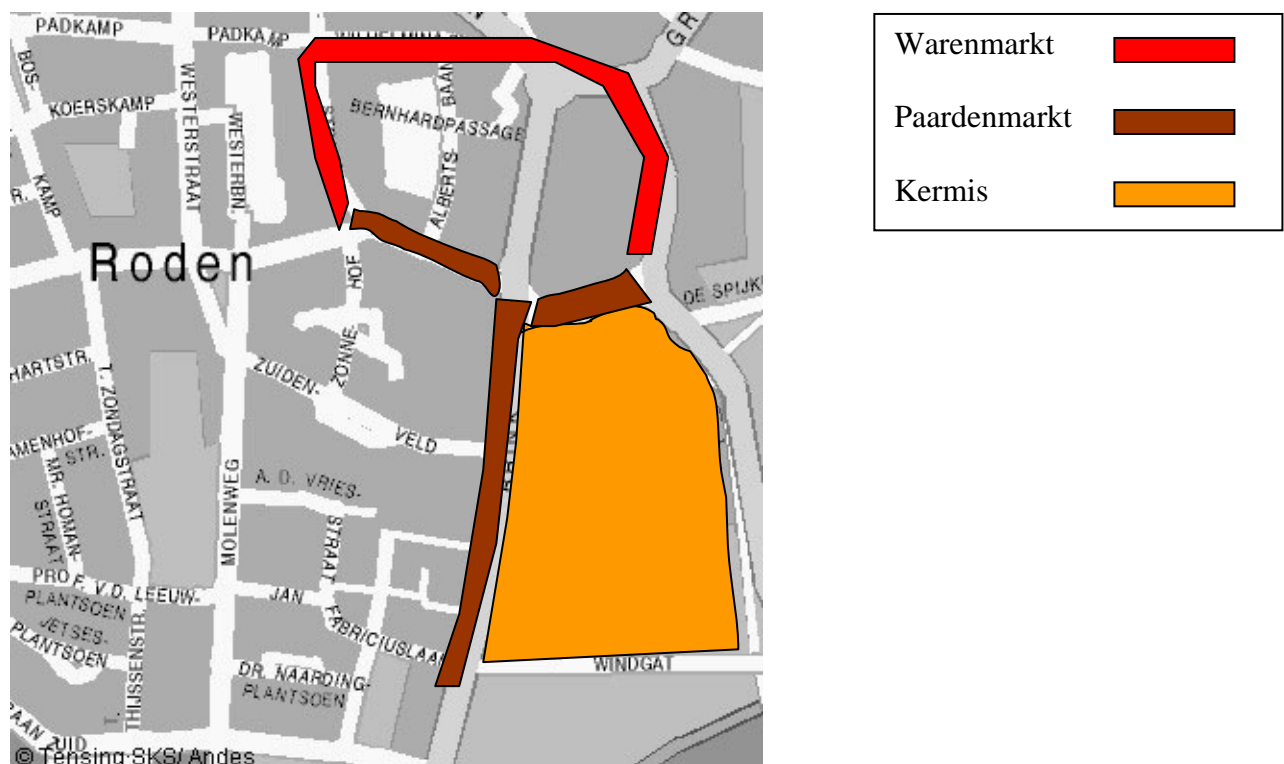
De Rodermarkt is voor de bezoekers goed te bereiken met de auto, omdat de gemeente zorgt voor voldoende parkeergelegenheid. Maar ook met het openbaar vervoer is de markt goed te bereiken, omdat busmaatschappij Arriva extra bussen inzet (gemeente Noordenveld, 2004).

De tendens van de bezoekersaantallen is dat ze op het huidige niveau blijven. De verwachting van de gemeente is dat de aantallen in de toekomst eerder zullen afnemen dan toenemen. Het aantal bezoekers heeft ook sterk te maken met het weer. Met mooi weer komen beduidend meer bezoekers naar de Rodermarkt. Toch zullen de bezoekers de Rodermarkt altijd wel blijven vinden, omdat de markt in al die jaren een naam heeft opgebouwd.

Het verschil met vroeger is dat het geen evenement meer is dat er bij hoort voor alle bewoners in het dorp. Wellicht valt dit ook te wijten aan de vele forensen in het dorp; die voelen toch minder binding met de plaats dan de autochtone inwoners.

4.7 Inrichting van de jaarmarkt

Op de warenmarkt is plaats voor 250 kramen. De meeste kramen hebben een lengte van 4 meter, wat de lengte van de warenmarkt ongeveer een kilometer maakt. De kosten van een standplaats zijn voor 'food' (etenswaren die bij de kraam worden gegeten) €14 per meter. De 'non-food' (kleding e.d) betaalt €6 per meter. Voor paarden wordt €1,50 per paard betaald (gemeente Noordenveld, 2004).



Kaart 3. Centrum van Roden met de onderdelen van de jaarmarkt (naar gemeentegids Noordenveld (2003))

Van oudsher was alles rond de Brink gelegen, maar door de toename van het aantal kramen is het tegenwoordig anders geregeld. Op de Brink wordt de kermis gehouden, de warenmarkt is opgesteld in een lus rondom de kerk en de paarden staan door het hele centrum opgesteld, maar hoofdzakelijk langs de Norgerweg. De waren- en paardenmarkt vormen samen een geheel. Het loopt allemaal een beetje door elkaar. Dat bepaalt ook wel het karakter van de Rodermarkt (gemeente Noordenveld, 2004).

Op de warenmarkt worden de kramen van dezelfde branche zoveel mogelijk verspreid. Zo zullen snacks niet bij elkaar geplaatst worden en ook kramen met kleding zo ver mogelijk uit elkaar worden geplaatst. De producten die worden aangeboden zijn de geijkte die op veel markten worden verhandeld.

4.8 Vrijwilligers

De markt wordt zoals gezegd georganiseerd door de gemeente. De gemeente bouwt de markt op met de dienst gemeentewerken. Deze mensen worden hiervoor betaald. De Vereniging voor Volksvermaken draait grotendeels op vrijwilligers en ook de verkeersregelaars en toezichhouders zijn vrijwilligers. Het zijn veelal dezelfde mensen die zich ieder jaar weer inzetten voor de jaarmarkt (gemeente Noordenveld, 2004).

Een aantal jaren geleden werd het steeds moeilijker om vrijwilligers te vinden. De Scoutinggroep Roden heeft echter een deel van het werk op zich genomen en krijgt daar van de gemeente een vergoeding voor. De gemeente verwacht dat er de komende jaren nog wel voldoende vrijwilligers zullen zijn om alles rondom de Rodermarkt draaiende te houden, maar of dat over een jaar of tien nog steeds zo is, is onzeker (gemeente Noordenveld, 2004).

4.9 Plaatsidentiteit en de toekomst

In deze paragraaf zal de relatie tussen de Rodermarkt en plaatsidentiteit worden getoetst en wordt een verwachting over de toekomst uitgesproken.

4.9.1 Plaatsidentiteit

De relatie tussen de Rodermarkt en plaatsidentiteit wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

1. De Rodermarkt werd in 1727 voor het eerst gehouden. Het houden van een jaarmarkt was het verzoek van de inwoners van Roden. Er liggen geen achterliggende oorzaken aan de oorsprong van de Rodermarkt ten grondslag. Dit verzoek van de inwoners geeft wel aan dat de markt in eerste instantie werd gehouden voor de inwoners, omdat zij daar de noodzaak van inzagen.

Roden had, net zoals veel dorpen in Drenthe, in de 19^e eeuw en begin 20^e eeuw, een agrarische samenleving. De Rodermarkt was in eerste instantie dan ook een vee- en paardenmarkt. De veemarkt vormde tot de MKZ-crisis uitbrak nog steeds een belangrijk onderdeel van de Rodermarkt. Met het verdwijnen van de veemarkt, loopt ook de paardenmarkt steeds verder terug. De warenmarkt is juist in opkomst.

2. Kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats.

De oorspronkelijke functie van de Rodermarkt, de handel, is langzaam aan in belang aan het afnemen. De nadruk komt steeds meer te liggen op vermaak. Het aanbod op de warenmarkt blijft op peil en neemt zelfs iets toe. Maar hier vindt niet de echte handel plaats, die vindt plaats op de vee- en paardenmarkt.

Voor de Rodermarkt worden de kortebaandraverij en de rodermarktparade steeds belangrijker. Deze trekken veel bezoekers en geven Roden ook zijn naamsbekendheid. De

rodermarktparade houdt ook de inwoners van Roden bezig, omdat alle basisscholen een wagen bouwen voor de parade en ook enkele verenigingen bouwen een wagen. Dat de basisscholen meedoen met de parade is een goede zaak voor Roden. Het dorp is namelijk een forensendorp en de nieuwe inwoners voelen niet dezelfde band met Roden als de autochtone inwoners. De band met de Rodermarkt bestaat ook niet bij de forensen.

Dat de Rodermarkt niet alleen voor Roden bestemd is, maar ook voor de omgeving blijkt uit het feit dat Arriva ook bij de Rodermarkt extra bussen inzet.

3. Communicatie over de jaarmarkt door de gemeente

De gemeente Noordenveld doet niet veel aan het promoten van de Rodermarkt. De markt wordt wel vermeld in de gemeentegids en op de website, maar wordt niet nadrukkelijk gebruikt in de promotie van Roden zelf. Toch zou het gebruiken van de Rodermarkt in de promotie van Roden wel gunstig kunnen zijn. De Rodermarkt heeft een goede uitstraling en zou toeristen kunnen aantrekken.

4. Gebruik van de jaarmarkt door actoren

De gemeente heeft veel voor de Rodermarkt over. Bijna ieder jaar legt de gemeente geld toe op de jaarmarkt, maar de gemeente ziet het belang van de jaarmarkt voor Roden wel in.

De bezoekers die de jaarmarkt bezoeken zijn over het algemeen al wat ouder, namelijk 40+ en 50+. De jeugd blijft de laatste jaren weg van de jaarmarkt. Door het organiseren van activiteiten probeert men de jeugd er wel bij te betrekken.

Het vinden van vrijwilligers was de afgelopen jaren moeilijk voor de gemeente, maar de scouting heeft zich opgegeven om mee te werken. De Vereniging voor Volksvermaken draait ook grotendeels op vrijwilligers. Zij zetten zich in voor meerdere evenementen in het dorp.

De Rodermarkt is ingesteld op verzoek van de inwoners van Roden. Dit geeft aan dat de jaarmarkt voor de bewoners belangrijk was. Tegenwoordig is de jaarmarkt voor de oudere inwoners ook nog belangrijk, maar de jeugd is minder geïnteresseerd. De geschiedenis van de Rodermarkt is niet zo diepgeworteld als van de Zuidlaardermarkt en de duidelijke binding met de plaats ontbreekt. De plaats Roden was van nature niet zo belangrijk dat daar zich een jaarmarkt ontwikkelde.

Wat betreft de kenmerken van de Rodermarkt en de relatie met plaatsidentiteit, moet ook geconcludeerd worden dat de kenmerken van de jaarmarkt niet plaatsgebonden zijn. De activiteiten die rondom de jaarmarkt worden georganiseerd zijn daarentegen wel van groot belang voor de identiteit van Roden. De kortebaandraverij en de rodermarktparade zijn grote publiekstrekkingen en hebben medewerking van inwoners uit het dorp zelf.

De gemeente zou de Rodermarkt veel meer kunnen gebruiken in de promotie van de plaats. Vooral de activiteiten rondom de Rodermarkt staan goed bekend en hebben een goede uitstraling. Misschien zou door meer promotie meer bezoekers kunnen worden getrokken.

Tot slot de rol van de actoren. De gemeente doet er veel aan om de markt te behouden, maar zou zich nog wat meer kunnen inzetten om de naamsbekendheid van de Rodermarkt te vergroten. De bezoekers laten het steeds meer afweten, vooral op de paardenmarkt. De bezoekers komen pas rond 10 uur naar de markt. Ook de vrijwilligers zijn schaars. Voor de gemeente is het prettig dat de scouting een aantal taken op zich heeft genomen, maar het vinden van overige vrijwilligers is moeilijk. De actoren spelen dus ook nauwelijks een rol in de vorming van plaatsidentiteit.

4.9.2 Toekomst

Als de huidige tendensen zich doorzetten, kan nog weinig gezegd worden over de toekomst van de Rodermarkt. De bezoekersaantallen blijven op het huidige niveau steken, evenals het aantal vrijwilligers dat zich wil inzetten voor de markt. In de verre toekomst is het vooruitzicht echter dat zowel het aantal bezoekers als het aantal vrijwilligers eerder zal afnemen dan toenemen. Het aantal handelaren dat zich aanmeldt voor de warenmarkt neemt wel ieder jaar af, maar er is nog steeds sprake van een te overaanmelding, zodat niet iedereen een standplaats krijgt. Het is namelijk vetpot meer. Dat heeft ook te maken met het grote aanbod

dat overal heerst. Bij elke supermarkt kun je alles krijgen. De markt was vroeger gespecialiseerd en stond bekend om de snelle omzet (gemeente Noordenveld, 2004).

De gemeente ziet de toekomst zonnig tegemoet. Wel is het spijtig dat de regels tegenwoordig zo scherp zijn en dat overal rekening mee moet worden gehouden. Bijvoorbeeld dat overal verkeersregelaars moeten staan, dat er 3 meter tussen de paarden moet zijn, enz. Ook de invoering van de chip voor paarden, bemoeilijkt de aanvoer van paarden. Het is voor de handelaar voordeliger om vanuit huis te handelen.

Volgens de gemeente heeft Roden het voordeel dat het zoveel aantrekkingskracht heeft. De combinatie van warenmarkt en paardenmarkt in combinatie met de vele horecagelegenheden in het centrum hebben een aantrekkelijke sfeer voor het publiek. Het oogt allemaal wat knusser. De Rodermarkt is niet massaal en alles is vrij toegankelijk, evenals de jaarbeurs (gemeente Noordenveld, 2004).

Mocht de regelgeving niet verder verscherpen en het weer mooi blijven op de vierde dinsdag in september, dan zal de Rodermarkt voldoende bezoekers trekken. Daarnaast is de gemeente ook nog steeds bereid geld toe te leggen om de jaarmarkt te blijven behouden. De Rodermarkt leeft ook nog te veel in de harten van de mensen om te verdwijnen.

5. Ganzenmarkt Coevorden

In dit hoofdstuk zal worden gekeken naar de Ganzenmarkt. Aan de hand van deze case studie, evenals de case studies van de Rodermarkt en de Zuidlaardermarkt, zal de relatie tussen jaarmarkt en plaats bestudeerd worden. Deze relatie wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

Het hoofdstuk zal ingaan op de ontstaansgeschiedenis van de Ganzenmarkt, de belangrijkste kenmerken en veranderingen en de deelnemende actoren.

5.1 Coevorden

De huidige plaats Coevorden is de kernplaats van de gemeente Coevorden. De plaats heeft ongeveer 14.500 inwoners en is gelegen in het zuidoosten van Drenthe (zie kaart 1). Tot de Tweede Wereldoorlog was Coevorden het belangrijkste centrum van handel en industrie in zuidoost-Drenthe. Dit veranderde door de snelle groei van Emmen. (Veenhoven, 1969, p126). Tegenwoordig vormen de drie plaatsen samen het zwaartepunt van zuidoost-Drenthe.

De naam Coevorden is waarschijnlijk afgeleid van de naam Koevoorde die al in 1148 voorkwam. Koevoorde is de plek waar de boeren vroeger hun koeien door de doorwaadbare plek (voorde) in de rivier dreven (Gemeente Coevorden, 2005/ Groenedijk, 2000). Coevorden is gelegen in een laaggelegen gebied met meerdere stroomdalen. Ten westen en ten oosten van Coevorden lagen in het verleden veengebieden. De hoger gelegen zandruggen tussen de stroomdalen in vormden in het verleden een doorgang tussen deze veengebieden. Deze doorgang sloot aan bij de hogere zandgronden in de richting van Dalen (H. Gras, 1998, p13).

Op deze hogere zandgronden liepen de belangrijkste wegen door Drenthe. Hier kruiste de weg van Stavoren naar Münster, de noord-zuidroute van Groningen naar Twente (over de Hondsrug), die verder liep naar het Rijngebied (Gras, 1998, p33). "De plaats Coevorden was één van de schaarse doorgangen van zuid naar noord en omgekeerd door het moerassige veengebied" (Gras, 1998, p34). De overgang bij deze voorde was een relatief gemakkelijke manier om aan de overkant te komen.

"In latere tijden zou de natuurlijke ligging grotendeels bepalend zijn voor de bouw van de vesting Coevorden" (Gras, 1998, p13). De vroegere functie van Coevorden als vestingstad, is tegenwoordig niet meer aanwezig. De vesting Coevorden bestond uit een kasteel, omringd door een wal en een gracht. De vesting is tot 1870 blijven bestaan, daarna werd deze geleidelijk ontmanteld. In eerste instantie werden alleen de wal en de grachten grotendeels weggehaald. Het kasteel moest echter in de 20e eeuw het afleggen tegen de oprukkende bebouwing (Minderhoud, 1989, p5). Van de vesting restten nog gedeeltes van de binnen- en buitengracht, evenals de radiale stratenstructuur.

De functie van vestingstad was erg belangrijk voor Coevorden, omdat het daar gelegerde garnizoen van groot belang was voor het economische leven in Coevorden. Op een populatie van 2500 inwoners, vormden de 100-200 mannen van het garnizoen een behoorlijk aandeel (Gras, 1998, p261; Veenhoven 1969, p109). Andere belangrijke bronnen van bestaan vormden de veeteelt, de landbouw en de handel.

Deze handel kwam tot stand omdat Coevorden op de route van veel kooplieden lag (Gras, 1998, p74). Ook deden veel ambachtslieden, wetenschappers en kunstenaars Coevorden aan. Het treffen van deze lieden in de stad leidde al gauw tot handel. Ook kwamen er mensen uit de wijde omgeving naar Coevorden voor allerlei zaken die ze niet op het platteland konden verkrijgen. Deze samenkomst leidde al gauw tot een aantal belangrijke markten per jaar.

In de 16e eeuw werden in Coevorden drie vrije jaarmarkten gehouden. Coevorden had in 1541 van keizer Karel V, die sinds 1536 ook heer van Coevorden was, het recht verkregen deze jaarmarkten te houden. De stad was in voorgaande jaren drie keer afgebrand en Karel V had waarschijnlijk gemeend dat de jaarmarkten als economische impuls konden dienen (Glas, 1998, p75). De eerste van deze drie jaarmarkten begon op de maandag voor Pinksteren, de tweede op het feest van Odulfus (12 juni) en de derde op het feest van Egidius in juli. Deze jaarmarkten duurden elk vier dagen en volgden tamelijk snel op elkaar (Glas, 1998, p62;p75). Naast deze vrije jaarmarkten werden ook andere markten gehouden, zoals de ganzenmarkt (Gras, 1998, p76).

In de 19e eeuw werden jaarlijks vijf jaarmarkten gehouden; de Meimarkt en vier 'biestemaondagen' (Veenhoven, 1969, p110; Minderhoud, p1). Volgens het woordenboek van de Drentse dialecten (G.H. Kocks, 2000) is biest het Drentse woord voor beest en koe. De vier 'biestemaondagen' waren de grote trekkers in Coevorden. Deze jaarmarkten worden elk jaar eind oktober, begin november gehouden (Minderhoud, 1989, p15; Minderhoud, p1).

1. De eerste 'biestemaondag' werd gehouden op de maandag na de Zuidlaardermarkt (3e dinsdag in oktober) (Veenhoven, 1969, p127). Op deze eerste 'biestemaondag' werd een grote veemarkt gehouden, waarop ook paarden werden verhandeld.

2. Met de tweede 'biestemaondag' begon de drieweekse kermis.

3. De derde 'biestemaondag' werd ook wel 'oldewievenmarkt' genoemd. De kinderen waren vrij om met de moeders naar Coevorden te gaan. Na de inkopen vermaakten de kinderen zich op de kermis en gingen de 'olde wieven' naar de cafés rondom de markt. Op deze derde jaarmarkt werden ook paarden verhandeld.

4. De vierde 'biestemaondag' is de ganzenmarkt. Deze werd gehouden op de verjaardag van Sint Maarten, 11 november, als die dag ten minste een maandag was. Anders werd de markt de eerste maandag na Sint Maarten gehouden (Van Dijk, 2000, p3). Deze dag werden niet alleen ganzen verhandeld, maar ook koeien en schapen.

In de vestingtijd, mede door de aanwezigheid van het garnizoen, werd elke maandagmorgen markt gehouden. Hier werden levensmiddelen en andere artikelen verkocht, maar ook vee verhandeld. Het ging hierbij om tientallen koeien, paarden, enz. In 1923 heeft het gemeentebestuur een omheinde veemarkt aangelegd om goederen en dieren gescheiden te houden (Minderhoud, 1989, p15).

5.2 Ontstaan van de ganzenmarkt

De ganzenmarkt werd waarschijnlijk al in de 16e eeuw gehouden. In die tijd werd de markt zoals gezegd op Sint Maarten gehouden, of op de maandag erna. Tegenwoordig wordt de markt iedere tweede maandag van november gehouden.

De reden dat in Coevorden een ganzenmarkt werd gehouden, had alles te maken met de ligging van Coevorden in een waterrijk gebied (Van Dijk, 2000, p2; Minderhoud, p1). Ganzen vormden vanouds een goedkope pluimveeteelt in het gebied. De boeren hoefden nauwelijks om te kijken naar de ganzen om ze vet te mesten, terwijl ze voor extra inkomsten zorgden. De ganzen moesten alleen twee keer per jaar bijeen gedreven te worden; in juni om de ganzen te plukken, in november om de oudere ganzen te verkopen op de ganzenmarkt. De boerendochters dreven de ganzen naar de markt. Op de markt werden de ganzen opgekocht door handelaren die de ganzen naar elders transporteerden. Meestal was het einddoel Londen, waar de ganzen als kerstdiner werden opgediend (Van Dijk, 2000, p2). De gans was in die tijd de kalkoen van tegenwoordig bij het kerstdiner.

Het tijdstip van de ganzenmarkt was gunstig te noemen. De werkzaamheden op de akkers waren afgelopen, de overeenkomst tussen boer en knecht vernieuwd en het halfjaarlijks loon uitbetaald. De ganzenmarkt kon dus door iedereen bezocht worden en veel bezoekers kwamen dan ook niet voor de handel, maar voor de activiteiten rondom de markt, zoals de kermis en muziek, maar ook om op zoek te gaan naar een eventuele partner (Van Dijk, 2000, p3). Zoals Minderhoud omschrijft: "de ganzen waren bijzaak geworden en de boeren en boerinnen uit de Drentse, Overijsselse en Duitse dorpen hoofdzaak". 's Ochtends werden de inkopen voor de gehele winter gedaan en 's middags werd er gedronken.



Foto 5. Het opdrijven van de ganzen. (Bron: www.coevorden.nl)

Nadat de handel op de ganzenmarkt tot een eind was gekomen, moesten de handelaren de ganzen transporteren. Tot 1870 werden de ganzen op ganzenmaandag 's ochtends naar Coevorden gedreven door de boeren(dochters) en dreven de handelaren 's middags de ganzen ook weer over de weg naar Dalen om daar per schip verder vervoerd te worden naar Hogeveen (Van Dijk, 2000, p7). Vanuit Hogeveen werden de ganzen dan verder vervoerd richting Londen. Dit werd vergemakkelijkt door de aansluiting op het spoor in 1870.

Vanaf 1848 kocht handelaar Beumer uit Coevorden de ganzen bij de boeren thuis op en werden de ganzen op ganzenmaandag niet meer naar Coevorden gedreven. De boeren dreven de ganzen een week later naar de stad. In 1875 kwam ook hier een einde aan toen de ganzen met wagens getransporteerd werden. Vanaf 1881 werd de handel in ganzen overgenomen door handelaren uit Overijssel (Van Dijk, 2000, p7).

Hoewel de ganzen een grote rol spelen in de bekendheid en identiteit van Coevorden, zijn de ganzen nooit van groot economisch belang geweest voor Coevorden en omgeving. De hoeveelheden verhandelde dieren waren daarvoor te klein. De verkoop van 2000 ganzen leverde over het algemeen net zoveel op als de verkoop van 45 koeien. Het ging dus om kleine bedragen.

Tot 1914 genoot de ganzenmarkt grote naamsbekendheid (Veenhoven, 1969, p126), maar daarna liep het sterk terug. De handel op de graanmarkt was al vóór 1914 aan het afnemen. Na 1950 verdwenen de eens zo bloeiende veemarkten in snel tempo, omdat de handelaren het vee zelf bij de boeren ophaalden.

In 1962 werd de ganzenmarkt nieuw leven ingeblazen. Het initiatief hiervan lag bij de middenstand van Coevorden. Het doel was niet zozeer de handel in ganzen, maar een historische dag (Veenhoven, 1969, p126). Op die 12e november gingen meisjes van de RK

huishoudschool verkleed als ganzenhoedster (Minderhoud, p1). Deze ganzenmarkt was de eerste folkloristisch evenement. Een aantal ganzen werd bij opbod verkocht, de rest ging terug naar de eigenaren. De ganzenmarkt heeft in de jaren daarna ook andere veranderingen ondergaan, zoals de organisatie van miss ganzenhoedsterverkiezing, minimissen en een ganzenrit (Minderhoud, p2).

5.3 Kenmerken van de ganzenmarkt

Met het opnieuw inblazen van leven in de ganzenmarkt in 1962, heeft men niet tot doel gehad weer handel te drijven. Niet in ganzen, maar ook niet in ander vee. Het doel was een folkloristisch evenement te organiseren. Alleen op de warenmarkt worden nog producten verhandeld (gemeente Coevorden, 2004).

De ganzenmarkt is een echt familiegebeuren, waar voor iedereen iets te doen is naar zijn gading. Zo wordt er gelijktijdig kermis gehouden en worden andere evenementen georganiseerd, zoals miss ganzenhoedster (bijlage 10). Er is niet één onderdeel dat de meeste bezoekers trekt, maar het is het geheel waar iedereen op af komt. Vooral de missverkiezing trekt veel bezoekers, ongeveer 10.000, omdat er vaak een bekende meedoet.

“Kenmerkend voor de Ganzenmarkt is dat het een ontmoetingsplaats is voor mensen die elkaar specifiek op de Ganzenmarkt treffen en er een feest van maken” (gemeente Coevorden, 2004). De Ganzenmarkt heeft de naam dat men de hele dag van kroeg naar kroeg trekt.



Foto 6. Het opdrijven van de ganzen. (Bron: Rieks Spijker, 2004)

5.4 Veranderingen in jaarmarkt en plaats

De aanleg en verbetering van kanalen, wegen en spoor- en tramlijnen in de tweede helft van de 19e eeuw/begin 20e eeuw zorgden voor een betere toegankelijkheid van de streek en bevorderden de vestiging van nieuwe industrie (Veenhoven, 1969, p109). Het vervoer van goederen werd eenvoudiger, dus ook het vervoer van de ganzen. Werden ze hiervoor te voet naar de stad gedreven, sinds 1875 werden de ganzen met wagens vervoerd. Het was nu voor de handelaar gemakkelijker om op zijn eigen tijd de ganzen bij de boeren op te halen.

Van Dijk (p7) vraagt zich af of de spoorwegaansluiting van Coevorden in 1905 de ganzenhandel nieuwe kansen had kunnen bieden. "Of was deze (de ganzenhandel) toen al

ter ziele?". Minderhoud (p1) is er zeker van dat de aansluiting op het spoorwegennet een positieve invloed had op de ganzenmarkt. "Kooplieden uit het westen kochten grote aantallen ganzen op die dan per trein en via Hoek van Holland per schip naar Groot-Brittannië werden vervoerd om daar de kerstdiners van hoofdgerecht te voorzien".

Niet alleen de spoorlijn speelde een rol van betekenis voor de stad, ook de tramlijn. Deze werd gebruikt voor personenvervoer, maar ook voor het vervoer van goederen. Ganzen werden niet met de tram vervoerd. De tram was van groot belang voor het openbaar vervoer tijdens WO2, omdat er toen geen benzine was voor autobussen (Veenhoven, 1969, p109). In 1948 is het tramvervoer voorgoed gestaakt.

Van groot belang voor de Coevorder economie was de haven. De aan- en afvoer van goederen was voor een groot deel in handen van de kleine boertjes die overal in de stad woonden. Dit leverde de boeren extra inkomsten op. De haven speelde ook een rol in het vervoeren van vee tijdens de jaarmarkten (Minderhoud, 1989, p25).

Maar de verandering die het meeste invloed had op de ganzenmarkt waren de ontwateringsprojecten in de jaren '20. Hierbij werden onder andere de Kleine Vecht en het Schoonebekerdiep genormaliseerd en het afwateringkanaal aangelegd. Hierdoor werd de omgeving van Coevorden steeds droger. Er werden steeds minder ganzen gehouden en tenslotte werden ze niet meer aangevoerd. De Coevorder ganzenmarkt bleef nu uitsluitend als inkoop- en feestdag bestaan (Minderhoud,p1).

5.5 De gemeente

De gemeente Coevorden organiseert samen met de Stichting Ganzenmarkt Coevorden en de Coevorder Handelsvereniging de ganzenmarkt. Er was sprake van de Stichting te privatiseren, maar dat is nog niet gebeurd. Tot op heden verricht de gemeente een groot deel van de werkzaamheden, welke door anderen nog al eens onderschat worden (gemeente Coevorden, 2004). De gemeente organiseert de warenmarkt en de kermis. De Stichting neemt de festiviteiten eromheen voor zijn rekening, zoals de missverkiezingen en het binnendrijven van de ganzen.

De verschillende partijen draaien gezamenlijk voor de kosten op. De gemeente betaalt de reiniging achteraf en de huur van de kramen. Daar tegenover staat dat de gemeente de leges voor de vergunningen en de huur van de standplaatsen int (gemeente Coevorden, 2004). De overige kosten worden grotendeels betaald door de Handelsvereniging.

Omgerekend naar arbeidstijd kost de organisatie van de ganzenmarkt de gemeente ongeveer drie weken. De vergunningen worden verleend in samenwerking met de marktmeester. Hij bekijkt welke aanvraag een vergunning krijgt. Daarbij wordt gekeken of de handelaar is geregistreerd bij de Kamer van Koophandel (gemeente Coevorden). Er is in totaal plaats voor zo'n 120 kramen. De kosten van een standplaats zijn €11,50 voor een huurkraam en €0,95 per m². De handelaren schrijven zich in voor een standplaats en hierbij geldt: wie het eerst komt, wie het eerst maalt. Wel wordt er rekening gehouden met de branches, zodat enkele branches niet oververtegenwoordigd zullen zijn. Ook worden de branches ruimtelijk gespreid, zodat er niet teveel dezelfde kramen bij elkaar staan.

Ondanks dat de ganzenmarkt belangrijk is voor de gemeente, besteedt ze geen extra aandacht aan de markt in kranten of op een andere manier. De gemeente vindt het niet haar taak om de markt te promoten en laat dat aan de Handelsvereniging over. Daarnaast heeft de Ganzenmarkt al zo'n naam opgebouwd, dat het niet noodzakelijk is. Ook wat betreft de warenmarkt hoeven geen advertenties gezet te worden. Tot op heden moeten er altijd zo'n 25-30 mensen afwijzen. Vooral in de kledingbranche moeten veel mensen afgewezen worden (gemeente Coevorden, 2004). Een andere reden waarom de gemeente nauwelijks de publiciteit zoekt, is de kans dat het te massaal gaat worden. De kans bestaat dat er meer publiek op af gaat komen en dan moet meer ruimte gecreëerd worden. De mensen moet dan ook voldoende geboden worden (gemeente Coevorden). De mogelijkheid is dan aanwezig dat de ganzenmarkt zijn karakter verliest.

De gemeente gebruikt de ganzenmarkt ook niet specifiek om de gemeente te promoten. Een reden daarvoor is niet aan te voeren. De Handelsvereniging gebruikt de ganzenmarkt wel ter promotie op haar website.

De verwachting van de gemeente Coevorden is dat de gemeente een belangrijke rol blijft spelen. Het verlenen van vergunningen en het indelen van de markt blijft in eerste instantie de taak van de gemeente. Zolang dat goed loopt zal er ook weinig reden zijn voor anderen om deze taken naar zich toe te trekken (gemeente Coevorden, 2004).

5.6 Bezoekers

De ganzenmarkt trekt jaarlijks ongeveer 10.000 – 15.000 bezoekers (Stichting Ganzenmarkt Coevorden, 2005). De bezoekersaantallen zijn de laatste 10 jaar toegenomen. Niet alleen die van de warenmarkt, maar ook van de activiteiten er om heen. Dit is niet te danken aan het organiseren van extra activiteiten, maar door de ontwikkeling dat het steeds meer een jaarlijks trefpunt wordt voor mensen. Mensen zien elkaar op de Ganzenmarkt. Dit is ook de belangrijkste reden voor mensen om naar de ganzenmarkt te komen; het is een ontmoetingsplek van kennissen. In Coevorden speelt het reüniekarakter van families, zoals bij de Zuidlaardermarkt, geen belangrijke rol.

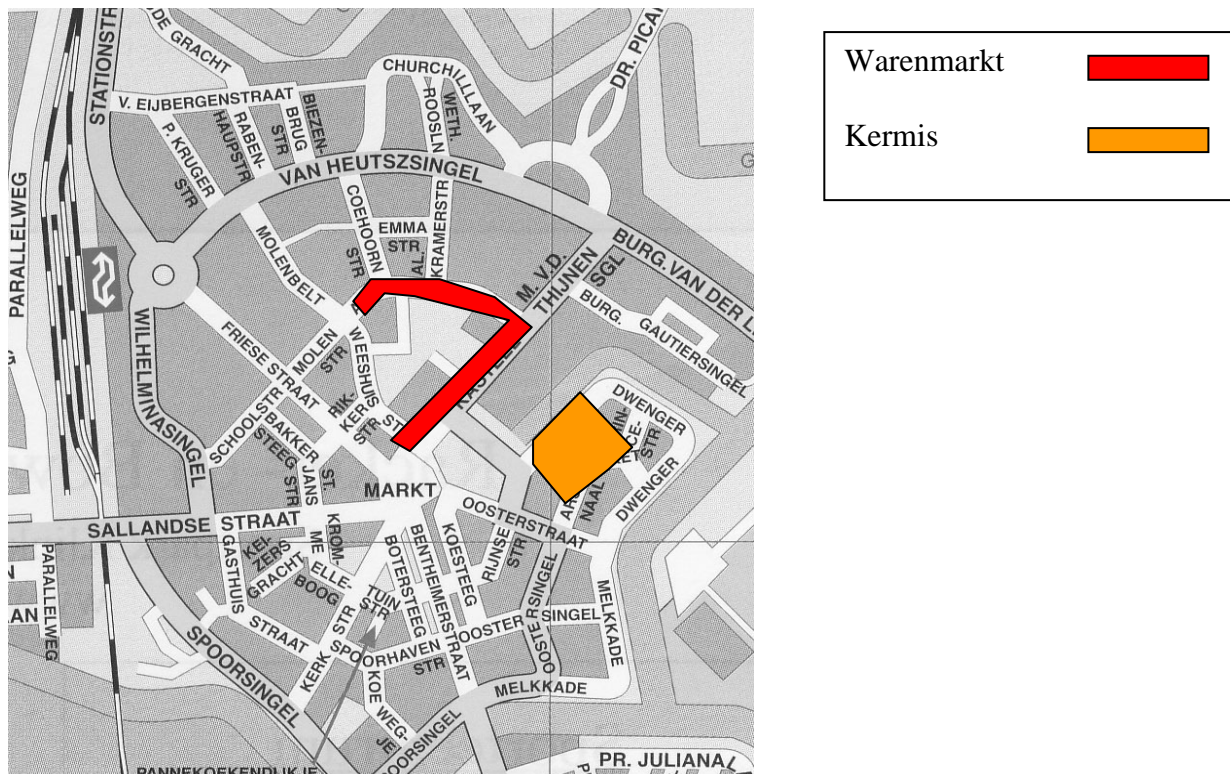
De hele dag zijn er duizenden mensen in het centrum van Coevorden te vinden. De meeste mensen bezoeken alle onderdelen, zoals de warenmarkt en de missverkiezing. Er is niet één onderdeel dat de meeste bezoekers trekt, maar het is het geheel waar iedereen op af komt (gemeente Coevorden, 2004).

De leeftijd van de bezoekers varieert van jonge kinderen tot bejaarden. Er is voor ieder wat wils. De bezoekers komen voornamelijk uit Coevorden en omstreken, maar ook Duitsers doen de ganzenmarkt aan. De bezoekers komen over het algemeen met eigen vervoer; er worden geen speciale buslijnen ingesteld, zoals bij Zuidlaren en Roden het geval is. In de stad geldt gratis parkeren en er is vrij veel ruimte (gemeente Coevorden, 2004).

5.7 Inrichting van de jaarmarkt

De ganzenmarkt bestaat tegenwoordig alleen nog uit een warenmarkt en evenementen.

De warenmarkt wordt in een zijstraat van het marktplein gehouden en bestaat uit ongeveer 120 kramen. De kermis wordt ook in het centrum gehouden, op korte afstand van het marktplein (kaart 4). Maar de plaats waar de ganzenmarkt om draait is het marktplein. Hier worden de evenementen georganiseerd en zijn de kroegen gelegen. De evenementen die georganiseerd worden zijn het binnendrijven van de ganzen door de ganzenhoedsters, de miss ganzenhoedsterverkiezing en de mini-missverkiezing. Daarnaast zijn er 's avonds optredens van muzikanten. Het marktplein is het centrale deel van het centrum en alle toegangswegen lopen hierop uit. Het marktplein is de spil waar het tijdens de ganzenmarkt om draait en het is de plek om te zijn. In de loop van de jaren is er aan de plaats en inrichting van de ganzenmarkt nauwelijks iets veranderd (gemeente Coevorden, 2004).



Kaart 4. Centrum van Coevorden met de onderdelen van de jaarmarkt (naar anwb, 2005)

5.8 Vrijwilligers

De vrijwilligers die meewerken worden niet gevraagd door de gemeente Coevorden, maar zijn in dienst van de Stichting Ganzenmarkt. Het gaat om ongeveer 20 vrijwilligers die helpen met de organisatie en het begeleiden bij de evenementen. De vrijwilligers die meewerken doen dit over het algemeen al jaren en helpen veelal ook bij andere activiteiten mee. De vrijwilligers werken over het algemeen mee omdat ze iets willen doen voor hun stad en daarnaast is de sfeer rondom de Ganzenmarkt prettig om in te werken (Stichting Ganzenmarkt Coevorden, 2005). De komende jaren zullen er ook voldoende vrijwilligers zijn die mee willen werken aan de Ganzenmarkt.

5.9 Plaatsidentiteit en de toekomst

In deze paragraaf zal de relatie tussen de Ganzenmarkt en plaatsidentiteit worden getoetst en wordt een verwachting over de toekomst uitgesproken.

5.9.1 Plaatsidentiteit

De relatie tussen de Ganzenmarkt en plaatsidentiteit wordt getoetst aan de hand van de volgende vier punten:

1. De relatie in de geschiedenis tussen plaats en jaarmarkt
2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats
3. De communicatie over de jaarmarkt door de gemeente
4. Hoe wordt de jaarmarkt gebruikt door actoren.

1. De relatie van de Ganzenmarkt met Coevorden bestaat al sinds de 16^e eeuw. De Ganzenmarkt is ontstaan als één van de vier "Biestemaondagen" en is de meest bekende. De Ganzenmarkt heeft tot een jaarmarkt van belang kunnen uitgroeien omdat Coevorden was gelegen op de route van kooplieden, kunstenaars en wetenschappers, wat handel met zich meebracht. Ook de aanwezigheid van het garnizoen in de vesting zorgde voor handel.

2. De kenmerken van de jaarmarkt en de relatie van de kenmerken met de plaats

De Ganzenmarkt was tot 1914 van groot economisch belang voor Coevorden en omstreken. Op de markt werd ook vee verhandeld, maar het draaide om de ganzen. De reden dat er zoveel ganzen werden gehouden had te maken met de waterrijke omgeving. Voor boeren kostte het weinig werk om ganzen te houden, maar het leverde wel extra inkomsten op.

In 1962 werd besloten de Ganzenmarkt nieuw leven in te blazen met de intentie er een historische en folkloristische dag van te maken. Er worden geen ganzen meer verhandeld, maar ganzen spelen nog wel een rol tijdens de jaarmarkt. Ganzen zullen altijd onderdeel zijn van de Ganzenmarkt.

3. Communicatie over de jaarmarkt door de gemeente

De gemeente Coevorden erkent dat de Ganzenmarkt een belangrijk evenement is voor Coevorden, maar besteedt geen extra aandacht aan de jaarmarkt aangaande promotie. Ze vindt dat dat niet tot haar taken behoort en laat de promotie van de Ganzenmarkt over aan de Handelsvereniging. Daarnaast heeft de Ganzenmarkt volgens de gemeente al voldoende naamsbekendheid en trekt het voldoende bezoekers. Bij veel promotie bestaat de kans dat de jaarmarkt te massaal wordt. De gemeente gebruikt de Ganzenmarkt ook niet in de promotie van Coevorden. Net zoals bij Roden het geval is, zou het gebruik van de Ganzenmarkt juist positief kunnen werken bij de naamsbekendheid van Coevorden.

4. Gebruik van de jaarmarkt door actoren

De rol van de gemeente bij de Ganzenmarkt is het organiseren van de warenmarkt. De overige onderdelen van de jaarmarkt worden georganiseerd door de Stichting Ganzenmarkt of de Handelsvereniging.

De bezoekersaantallen op de dag van de Ganzenmarkt zijn ongeveer 10.000 – 15.000 bezoekers. Deze bezoekers komen voor het geheel aan activiteiten, maar de belangrijkste reden om te komen is het weerzien van bekenden. Op de Ganzenmarkt treffen mensen elkaar ieder jaar weer.

De vrijwilligers die meewerken aan de Ganzenmarkt werken in dienst van de Stichting Ganzenmarkt. Er werken ongeveer 20 vrijwilligers mee die zich willen inzetten voor de stad en de sfeer om in te werken prettig vinden. Het is deze vrijwilligers niet alleen om de Ganzenmarkt te doen, omdat ze ook vaak meehelpen bij andere activiteiten.

De vraag of er sprake is van plaatsidentiteit bij de Ganzenmarkt kan positief beantwoord worden wat betreft de relatie in de geschiedenis. De Ganzenmarkt is ontstaan doordat Coevorden op een gunstige plek was gelegen en daarnaast speelde de aanwezigheid van het garnizoen ook een rol. Ook het belangrijkste kenmerk van de Ganzenmarkt, de ganzen, heeft betrekking op de plaatsidentiteit. Dat juist in Coevorden een Ganzenmarkt is ontstaan heeft te maken met de natuurlijke, waterrijke omgeving. De jaarmarkt is dus plaatsgebonden, in ieder geval streekgebonden. De gemeente heeft geen grote bijdrage in de plaatsidentiteit van de Ganzenmarkt. De gemeente communiceert nauwelijks over de Ganzenmarkt en laat dit aan andere partijen over. Die partijen hebben dus wel een bijdrage in het creëren van plaatsidentiteit. Tot slot de rol van de actoren. Deze spelen bij de Ganzenmarkt wel een rol in de plaatsidentiteit. De bezoekers die ieder jaar terug komen voor het treffen van bekenden en komen voor het vermaak; zij dragen bij aan het beeld dat van de Ganzenmarkt bestaat. Er zijn ook voldoende vrijwilligers die zich in willen zetten voor de jaarmarkt en daarmee voor de plaats zelf. Zij voelen zich verbonden met de plaats en de jaarmarkt. De gemeente speelt zoals eerder gezegd geen rol in het creëren van plaatsidentiteit.

5.9.2 Toekomst

De toekomst van de Ganzenmarkt ziet er rooskleurig uit. De markt heeft wel zijn oorspronkelijke functie, namelijk het verhandelen van ganzen verloren, maar het in 1962 weer nieuw leven inblazen als folkloristisch gebeuren was een gouden greep. De ganzenmarkt leeft onder de inwoners van Coevorden en omgeving. De ganzenmarkt is een trefpunt van gezelligheid. Veel inwoners uit Coevorden gaan er ieder jaar naar toe. De

bezoekersaantallen en het aantal vrijwilligers dat meewerkt, zijn al jaren stabiel en de verwachting is dat die trend zich zal doorzetten. Dit geldt ook voor de animo van handelaren voor de warenmarkt. De vraag naar standplaatsen is nog steeds groter dan het aanbod en dit zal naar verwachting de komende jaren ook zo blijven.

6. Toekomst van jaarmarkten

In voorgaande hoofdstukken is de geschiedenis van jaarmarkten beschreven, evenals hedendaagse jaarmarkten, en zijn drie case studies behandeld. In dit laatste hoofdstuk zal een antwoord worden gegeven op de deelvragen en de onderzoeksvraag. Het eerste deel van het hoofdstuk zal plaatsidentiteit behandelen, het tweede deel zal een uitspraak over de toekomst van jaarmarkten doen.

6.1 Betekenis van jaarmarkten voor de plaatsidentiteit

Om de plaatsidentiteit van jaarmarkten te onderzoeken zijn de volgende vier deelvragen geformuleerd:

9. Wat is de relatie in de geschiedenis tussen jaarmarkt en plaats?
10. Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en wat is de relatie van deze kenmerken met de plaats?
11. Hoe wordt over jaarmarkten gecommuniceerd?
12. Hoe worden jaarmarkten gebruikt door actoren?

In deze paragraaf wordt daar een antwoord op gegeven.

6.1.1 Wat is de relatie in de geschiedenis tussen jaarmarkt en plaats?

In de constructie van plaatsidentiteit speelt het verleden een grote rol. De plaatsidentiteit wordt namelijk verankerd in het verleden. Hoe groter de relatie is met het verleden, hoe duidelijker de plaatsidentiteit. Uit de case studies blijkt dat de jaarmarkt die het langst bestaat, de Zuidlaardermarkt, de meeste bezoekers trekt en het grootst van opzet is. De naamsbekendheid van deze jaarmarkt is het grootst.

Bij de Zuidlaardermarkt is dus sprake van plaatsidentiteit, omdat de markt al eeuwen deel uit maakt van de gemeenschap van Zuidlaren. De inwoners van Zuidlaren zijn opgegroeid met de Zuidlaardermarkt. Een aantal decennia terug maakte de markt een nog groter deel uit van het leven van de inwoners. De markt was namelijk een markeerpunt in de tijd. Pas na de Zuidlaardermarkt gingen de kachels aan.

De Rodermarkt wordt al bijna 300 jaar gehouden, waardoor ook hier sprake is van verbondenheid met de plaats. De jaarmarkt vormt een onderdeel van de plaatsidentiteit. Wel is de binding vergeleken met de Zuidlaardermarkt minder sterk. De jaarmarkt is voor de oudere inwoners van de plaats belangrijker dan voor de jeugd, wat er op kan duiden dat de Rodermarkt een andere identiteit heeft voor de jeugd dan voor de ouderen.

De Ganzenmarkt heeft ook een duidelijke plaatsidentiteit wat betreft de relatie in de geschiedenis. De Ganzenmarkt is ontstaan doordat Coevorden op een gunstige plek was gelegen en daardoor een handelsplaats ontstond. Daarnaast speelde de aanwezigheid van het garnizoen ook een rol hierin.

6.1.2 Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt en wat is de relatie van deze kenmerken met de plaats?

Wanneer de belangrijkste kenmerken van de jaarmarkt een relatie hebben met de plaats, ontleent de jaarmarkt daaraan zijn plaatsidentiteit. De kenmerken van de jaarmarkt die specifiek bij de plaats horen zijn daarmee onlosmakelijk verbonden en horen bij de identiteit. Deze is dan ook geworteld in de plaats en waarschijnlijk ook bij de inwoners. In veel Drentse dorpen wordt de jaarmarkt in het centrum van het dorp gehouden, op en rondom de Brink. De verschillende onderdelen van de jaarmarkt staan hier bij elkaar en vormen één geheel. Dit draagt bij aan het karakter van de jaarmarkt en bepaalt de identiteit.

De Zuidlaardermarkt en de Rodermarkt worden ook op de Brink gehouden. Hier is ook duidelijk te merken dat alle onderdelen van de jaarmarkt één geheel vormen en bijdragen

aan een gevoel van eenheid en verbondenheid. Veel mensen treffen elkaar ook ieder jaar weer op de jaarmarkt.

Wat betreft de overige kenmerken van de Zuidlaardermarkt en de Rodermarkt en de relatie met plaatsidentiteit, kan geconcludeerd worden dat de kenmerken van deze jaarmarkten niet plaatsgebonden zijn. De activiteiten die rondom de Rodermarkt worden georganiseerd zijn daarentegen wel van groot belang voor de identiteit van Roden. De kortebaandraverij en de rodermarktparade zijn grote publiekstrekkingen en hebben medewerking van inwoners uit het dorp zelf.

Bij de Ganzenmarkt heeft het belangrijkste kenmerk van de jaarmarkt, de ganzen, wel een relatie met de plaats. Dat juist in Coevorden een Ganzenmarkt is ontstaan, heeft te maken met de natuurlijke, waterrijke omgeving. De jaarmarkt is dus plaatsgebonden, in ieder geval streekgebonden. Wanneer kenmerken en plaats samenvallen draagt dit bij aan de plaatsidentiteit.

6.1.3 Hoe wordt over jaarmarkten gecommuniceerd?

Uit dit onderzoek blijkt dat de gemeenten over het algemeen weinig communiceren over de jaarmarkt. In veel gemeentegidsen wordt een vermelding gedaan van de jaarmarkten in de gemeente, maar daar blijft het bij. Ook op de websites is nauwelijks informatie te vinden. Vaak wordt wel een aankondiging in de krant gedaan van de jaarmarkt en worden de data van de jaarmarkten ook vermeld in gidsen van de VVV. Bij een enkele jaarmarkt zie je ook een aantal weken van tevoren borden langs de weg waarop de jaarmarkt wordt aangekondigd. Het blijkt dat de gemeente dus wel melding maakt van de datum waarop de jaarmarkt wordt gehouden, maar niet wat de jaarmarkt inhoudt. Om handelaren naar de jaarmarkt te trekken, plaatsen gemeenten wel advertenties in vakbladen van handelaren, hoewel dit bij sommige jaarmarkten niet nodig is. De drie jaarmarkten uit de case studies krijgen ieder jaar te veel inschrijvingen en moeten handelaren afwijzen.

Uit de case studies blijkt dat jaarmarkt en plaats elkaar kunnen versterken. De gemeenten zouden de jaarmarkt goed in kunnen zetten bij de promotie van de plaats. De associatie van een jaarmarkt met een plaats wordt positief ervaren en zou dus uitgebuit kunnen worden.

Dat de Zuidlaardermarkt bij Zuidlaren hoort, blijkt wel uit het feit dat de gemeente de Zuidlaardermarkt gebruikt in haar promotie van Zuidlaren. De plaats wordt geassocieerd met de jaarmarkt. Wie Zuidlaren zegt, denkt ook gelijk aan de Zuidlaardermarkt.

De gemeente Noordenveld zou de Rodermarkt veel meer kunnen gebruiken in de promotie van de plaats. Vooral de activiteiten rondom de Rodermarkt staan goed bekend en hebben een goede uitstraling. Misschien zouden door meer promotie meer bezoekers kunnen worden getrokken. De gemeente Coevorden heeft geen grote bijdrage in de plaatsidentiteit van de Ganzenmarkt. De gemeente communiceert nauwelijks over de Ganzenmarkt en laat dit aan andere partijen over. Die partijen hebben dus wel een bijdrage in het creëren van plaatsidentiteit. Ook Coevorden zou de Ganzenmarkt kunnen gebruiken om zich te profileren.

6.1.4 Hoe worden jaarmarkten gebruikt door actoren?

In dit onderzoek zijn drie groepen actoren gekozen die belangrijk zijn voor het voortbestaan van de jaarmarkt: gemeente, bezoekers en vrijwilligers. De rol van deze drie groepen actoren bepaalt mede de plaatsidentiteit.

Gemeente

De gemeente is bij veel jaarmarkten de organisator. De organisatie wordt in veel gevallen wel gedeeld met een stichting of vereniging van de jaarmarkt, maar de gemeente heeft de meeste invloed. Zij draagt zorg voor de vergunningen van standplaatsen en financiert het grootste deel van de jaarmarkt.

De gemeente Tynaarlo zet zich ieder jaar volop in voor de Zuidlaardermarkt. Ze weet dat de Zuidlaardermarkt een grote betekenis heeft voor de inwoners van het dorp en ook voor de

jaarlijkse bezoekers. Ook beseft de gemeente dat de Zuidlaardermarkt onlosmakelijk verbonden is met Zuidlaren.

De gemeente Noordenveld doet er veel aan om de markt te behouden en zet zich ook ieder jaar weer in om de markt goed te organiseren. De gemeente zou zich echter wat meer kunnen inzetten om de naamsbekendheid van de Rodermarkt te vergroten.

De gemeente Coevorden tot slot besteedt wel veel aandacht aan de organisatie van de Ganzenmarkt, maar nauwelijks in de promotie van de jaarmarkt.

Uit de case studies kan geconcludeerd worden dat wanneer de binding tussen plaats en jaarmarkt duidelijk aanwezig is, de gemeente meer doet om dit uit te buiten. Maar het zou ook andersom kunnen werken; doordat de gemeente de binding tussen plaats en jaarmarkt benadrukt, voelen de mensen deze binding ook meer. De plaatsidentiteit van de plaatsen waar de gemeente zich profileert met de jaarmarkt is over het algemeen duidelijker aanwezig.

Bezoekers

Ook de bezoekers van de jaarmarkt bepalen de plaatsidentiteit van de jaarmarkt. De drie jaarmarkten uit de case studies trekken veel inwoners. Dit is te merken aan het ons-kent-ons gevoel dat de markten uitstralen. De twee kleinere jaarmarkten, Ganzenmarkt en Rodermarkt, hebben dat gevoel nog iets sterker dan de Zuidlaardermarkt. Die markt is veel groter. De Zuidlaardermarkt onderscheidt zich wel van de andere jaarmarkten op het gebied van het reüniekarakter van de jaarmarkt. Naar de Zuidlaardermarkt komen ook veel oud-inwoners van de plaats en doen dat bewust om familie en kennissen te treffen.

De jaarmarkten in de zomer trekken meer toeristen dan de voor- en najaarsmarkten. Deze zomermarkten worden ook georganiseerd voor de toeristen. Inwoners bezoeken de markt ook wel, maar deze is niet zo belangrijk voor de inwoners als de andere markten.

Ondanks het immense aantal bezoekers dat de Zuidlaardermarkt ieder jaar trekt, heeft de Zuidlaardermarkt wel zijn plaatsidentiteit weten te behouden. Het dorpse karakter is nog steeds duidelijk te herkennen en door de ruime opzet van de jaarmarkt valt het mee met het dringen. De Zuidlaardermarkt wordt nog steeds als gemoedelijk ervaren en veel mensen komen ieder jaar terug, omdat het iets bijzonders is om mee te maken.

In Roden laten de bezoekers het steeds meer afweten, vooral op de paardenmarkt. De bezoekers komen pas rond 10 uur naar de markt en vooral de warenmarkt is dan in trek. De plaatsidentiteit van de Rodermarkt, namelijk die van veemarkt, is langzaam aan het verdwijnen.

De Ganzenmarkt heeft zijn identiteit van het begin van de eeuw al lang verloren. Het is geen markt meer waar de handel van ganzen centraal staat. De Ganzenmarkt staat nu bekend om de bezoekers die ieder jaar terug komen om bekenden te treffen en zijn folkloristische uitstraling.

Vrijwilligers

Tot slot bepalen ook vrijwilligers mede de identiteit van de jaarmarkt. De deelname van vrijwilligers geeft aan of de jaarmarkt leeft onder de inwoners. Wanneer mensen zich willen inzetten voor de jaarmarkt, en indirect dus voor hun plaats, geeft dit aan dat ze een band voelen met de plaats.

Bij de Zuidlaardermarkt voelen de vrijwilligers zich, net als de andere actoren betrokken bij de Zuidlaardermarkt. De vrijwilligers zetten zich ieder jaar weer vol overgave in, om weer een mooie jaarmarkt neer te zetten.

Bij de Rodermarkt zijn vrijwilligers schaars. Voor de gemeente is het prettig dat de scouting een aantal taken op zich heeft genomen, maar het vinden van overige vrijwilligers is moeilijk. De activiteiten kortebaandraverij en de rodermarktparade weten wel voldoende vrijwilligers te vinden. Deze activiteiten kunnen ook op veel belangstelling van de inwoners rekenen.

De Ganzenmarkt heeft voldoende vrijwilligers die zich in willen zetten voor de jaarmarkt en daarmee voor de plaats zelf. Zij voelen zich verbonden met de plaats en de jaarmarkt.

6.2 Toekomst van de jaarmarkten

Om een uitspraak te kunnen doen over de toekomst van jaarmarkten zijn de volgende deelvragen gesteld:

5. Wat is de oorsprong van jaarmarkten?
6. Hoe hebben jaarmarkten zich in de loop van de tijd ontwikkeld?
7. Hoe zien hedendaagse jaarmarkten er uit?
8. Welke aspecten zijn belangrijk voor het blijven bestaan van jaarmarkten?

In deze paragraaf wordt een antwoord op deze vragen gegeven.

6.2.1 Oorsprong van jaarmarkten

Jaarmarkten zijn door verschillende oorzaken ontstaan. In de provincie Drenthe zijn de meeste jaarmarkten ontstaan uit de viering van heiligendagen. Deze jaarmarkten bestaan al enkele honderden jaren. Een tweede oorzaak van ontstaan is vanwege een gunstige ligging. Deze plaatsen hadden een gunstige ligging ten opzichte van wegen en vaarwegen of lagen op een natuurlijke verhoging in het landschap. Deze plaatsen werden plaatsen van handel. De laatste decennia zijn jaarmarkten ontstaan door initiatief van winkeliers of gemeenten om meer publiek te trekken en de plaats meer naamsbekendheid te geven. Deze jaarmarkten worden veelal in de zomermaanden gehouden en trekken veel toeristen.

De verwachting is dat jaarmarkten die al decennia of eeuwen bestaan een grotere naamsbekendheid hebben en sterker verbonden zijn met de plaats. Uit de case studies blijkt in ieder geval dat dit voor deze drie jaarmarkten zeker opgaat. De Zuidlaardermarkt, de Rodermarkt en de Ganzenmarkt worden al honderden jaren gehouden en zijn nog steeds populair. Ieder jaar worden deze jaarmarkten druk bezocht. In de plaats zelf wordt ook maandenlang hard gewerkt aan de organisatie van de jaarmarkt. Doordat een groep mensen in de plaats met de jaarmarkt bezig is, wordt de jaarmarkt levend gehouden.

Voor de inwoners zijn de oude jaarmarkten een deel van het leven geworden, omdat de mensen zijn opgegroeid met de jaarmarkt. Dit onderscheidt de oude jaarmarkten van de jaarmarkten die de laatste decennia zijn ingesteld.

6.2.2 Ontwikkeling in de loop der tijd

De functie van jaarmarkten is in de loop van de tijd veranderd. Het draait niet meer alleen om de handel. Vroeger waren de jaarmarkten van belang om spullen te verkrijgen en om vee te kopen en verkopen. Tegenwoordig komen de meeste bezoekers naar de warenmarkt en de kermis. De paardenmarkten worden nog wel door handelaren bezocht, maar het overgrote deel van de bezoekers van de paardenmarkt zijn niet op zoek naar een paard.

Dat tegenwoordig niet meer zulke grote aantallen paarden worden aangevoerd is te wijten aan de industrialisatie. Paarden zijn sinds de uitvoering van motoren niet meer nodig als trekkracht. Een andere maatregel die in de toekomst waarschijnlijk invloed zal hebben op de aantallen aangevoerde paarden, is de invoering van een chip voor paarden. Dit gaat de handelaren veel geld kosten, waardoor ze waarschijnlijk besluiten vanuit huis te gaan handelen.

Rundvee wordt helemaal niet meer aangevoerd, sinds de MKZ-crisis in 2001. Het is verboden om nog veemarkten te organiseren. Tot slot heeft ook de regelgeving steeds meer invloed op jaarmarkten. De overheid komt steeds met nieuwe regels, die het organiseren van een jaarmarkt bemoeilijken. Tegelijkertijd zijn sommige regels ook positief voor jaarmarkten. Bijvoorbeeld de verscherpte regels rond de hygiëne van kramen met etenswaren.

6.2.3 Hedendaagse jaarmarkten

Hedendaagse jaarmarkten zijn veelal alleen nog warenmarkten. In Drenthe zijn nog de meeste vee- en paardenmarkten te vinden. Veel jaarmarkten zijn een onderdeel geworden van een feestweek. In deze week wordt bijvoorbeeld kermis gehouden en activiteiten georganiseerd, zoals een beurs, een draverij, optredens van artiesten en missverkiezingen. De jaarmarkt is nog wel een grote publiekstrekker, maar moet concurreren met andere activiteiten.

Jaarmarkten worden ook niet meer gehouden uit noodzaak om handel te drijven, maar is een dagje uit voor de mensen geworden.

6.2.4 Belangrijke aspecten

Voor het blijven voortbestaan van jaarmarkten spelen drie actoren een grote rol en daarnaast ook overige omstandigheden. In deze paragraaf zullen deze actoren en omstandigheden aan bod komen.

1. Gemeente

De gemeente vervult een viertal taken wat betreft de organisatie van de jaarmarkt.

a. De organisatie

De gemeente speelt een grote rol in de organisatie. Ze wordt daarbij vaak geholpen door de vereniging of stichting van de jaarmarkt. Niet iedere plaats heeft zo'n vereniging, maar de grote jaarmarkten meestal wel. De gemeente is de organisator van de eigenlijke jaarmarkt; daar waar producten en dieren worden gekocht en verkocht en contracteert de kermis.

b. Het verlenen van vergunningen.

De gemeente verleent de vergunningen aan handelaren. Vergunningen zijn vooral belangrijk voor kramen met etenswaren en voor de paardenhandelaren.

Naast het verlenen van vergunningen bepaalt de gemeente de kosten van een standplaats. Er moet betaald worden voor een standplaats voor een kraam, maar ook voor een standplaats voor een paard. Meestal zijn deze inkomsten uit standplaatsen niet voldoende voor de gemeente om de kosten van de jaarmarkt te kunnen dekken.

c. Het inzetten van mensen

Mensen worden ingezet bij allerlei taken. Veel van hen zijn werkzaam bij de gemeentelijke dienst. Naast deze mensen moeten ook de politie en de reinigingsdienst worden ingehuurd. Deze mensen worden door de gemeente betaald. De gemeente zorgt er ook voor dat er voldoende vrijwilligers meewerken.

d. Promotie van de jaarmarkt

Tot slot speelt de gemeente een rol in de promotie van de jaarmarkt. De gemeente plaatst advertenties en maakt een vermelding in de gemeentegids. Soms worden ook aankondigingsborden langs de toegangswegen geplaatst.

2. Bezoekers

Voor het blijven voortbestaan van een jaarmarkt is het belangrijk dat de jaarmarkt voldoende bezoekers trekt. Het aantal bezoekers is afhankelijk van 5 aspecten.

a. Leeftijd

Een jaarmarkt die al eeuwen wordt gehouden heeft een lange tijd gehad om naamsbekendheid op te bouwen. Oude jaarmarkten hebben te maken met tradities die van generatie op generatie overgaan, evenals de bezoeken aan de jaarmarkt. Vaak zijn deze jaarmarkten in een groot gebied bekend en trekken dan ook bezoekers uit de wijde omgeving.

b. Tijdstip

Vroeger werden vooral de voor- en najaarsmarkten druk bezocht, omdat dat rustige perioden in de landbouw waren en de dieren de juiste leeftijd voor verhandelen hadden. Tegenwoordig worden ook de jaarmarkten tijdens de zomermaanden goed bezocht. Hier bestaat het publiek veelal uit toeristen en dagjesmensen.

c. Voorzieningen

Om bezoekers te trekken doen jaarmarkten er veel aan om goed bereikbaar te zijn. Er worden speciale parkeerterreinen ingericht en bij de grotere jaarmarkten worden door de busmaatschappij Arriva extra bussen ingezet naar de jaarmarkt.

d. Activiteiten

Ook het organiseren van activiteiten rondom de jaarmarkt zorgt voor bezoekers. Een veel voorkomende activiteit is de kermis die in de dagen rondom de kermis wordt gehouden. Met behulp van de activiteiten wordt geprobeerd meer jongeren te trekken. De jongeren bezoeken de jaarmarkt zelf niet meer in groten getale, maar zijn wel geïnteresseerd in de activiteiten rondom de jaarmarkt.

e. Promotie

Tot slot zorgt promotie van de jaarmarkt ook voor extra bezoekers. De gemeente probeert door het geven van naamsbekendheid meer bezoekers te trekken.

3. Vrijwilligers

Naast de medewerkers van de gemeentelijke dienst die meewerken bij de opbouw van de jaarmarkt en op de dag zelf meewerken, zijn er veel vrijwilligers nodig voor allerlei functies. Zonder vrijwilligers zou het erg moeilijk worden om alles in goede banen te leiden, omdat er weinig andere mensen zijn voor de taken. Daarnaast is het grote voordeel van het inzetten van vrijwilligers dat ze niet betaald hoeven te worden, of dat ze maar een kleine vergoeding krijgen. Dit is van belang om de kosten van de jaarmarkt te kunnen drukken. Bij enkele jaarmarkten worden leden van verenigingen ingezet als vrijwilliger en als beloning daarvoor krijgt de vereniging een vergoeding. Wanneer naast de jaarmarkt een gehele feestweek wordt georganiseerd, zijn veel meer vrijwilligers nodig. De vrijwilligers helpen bij het opzetten van de activiteiten en houden toezicht.

6.3 Conclusie

De hoofdvraag is *“Welke betekenis hebben jaarmarkten voor de plaatsidentiteit en hebben jaarmarkten een bestaanstoekomst?”*

Allereerst zal het eerste deel van de vraag worden beantwoord: *Welke betekenis hebben jaarmarkten voor de plaatsidentiteit?*

Het is moeilijk aan te geven welke betekenis jaarmarkten precies hebben voor de plaatsidentiteit, maar het is duidelijk dat jaarmarkten in ieder geval betekenis hebben. Eén van de kenmerken van plaatsidentiteit is dat deze verankerd is in het verleden. Bij veel jaarmarkten is dit het geval. Vooral in de provincie Drenthe bestaan veel jaarmarkten al eeuwen. De inwoners van de plaats zijn met de jaarmarkt opgegroeid en deze maakt deel uit van de historie en de plaatsidentiteit.

Plaatsidentiteit wordt ook opgehangen aan de kenmerken van een gebied. De gunstige omstandigheden in een gebied waardoor jaarmarkten zijn ontstaan, zijn veelal nog terug te vinden in de hedendaagse jaarmarkten. Als voorbeeld kan de Ganzenmarkt in Coevorden worden genoemd. Door de waterrijke omgeving was het mogelijk ganzen te houden en te verhandelen op de jaarmarkt. Tot op de dag van vandaag draait de jaarmarkt om ganzen.

De kenmerken van de jaarmarkt die specifiek bij de plaats horen zijn daarmee onlosmakelijk verbonden en horen bij de identiteit. Deze is dan ook geworteld in de plaats en waarschijnlijk ook bij de inwoners.

Bij plaatsidentiteit hoort ook de communicatie over de plaats, in dit geval de jaarmarkt. Uit de case studies blijkt dat jaarmarkt en plaats elkaar kunnen versterken. De gemeenten zouden de jaarmarkt goed in kunnen zetten bij de promotie van de plaats. De associatie van een jaarmarkt met een plaats wordt positief ervaren en zou dus uitgebuit kunnen worden. Pas als men communiceert over de plaats krijgt de plaats betekenis. Bij de jaarmarkten waar meer over gecommuniceerd wordt, is de plaatsidentiteit duidelijker aanwezig.

De actoren die van de jaarmarkt gebruik maken, dragen ook bij aan de plaatsidentiteit. De actoren die zich inzetten willen dat de jaarmarkt een voor hen gewenste betekenis krijgt. Wanneer de actoren samenwerken ontstaat een plaatsidentiteit die voor buitenstaanders waarneembaar is en dus de uitkomst van alle partijen is.

Van de drie case studies is de Zuidlaardermarkt de grootste jaarmarkt wat betreft handelaren en bezoekers. Opvallend is dat deze jaarmarkt ook een duidelijke plaatsidentiteit ontleent op drie van de vier punten. De Zuidlaardermarkt is verankerd in het verleden, de gemeente communiceert veel over de jaarmarkt en de actoren spelen allemaal een grote rol. Het enige punt dat minder duidelijk aanwezig is, is de relatie van de kenmerken van de Zuidlaardermarkt met de plaats. De kenmerken van de Zuidlaardermarkt zijn wel specifiek voor jaarmarkten, maar zijn niet plaatsgebonden.

De case studies Rodermarkt en Ganzenmarkt zijn veel kleinschaliger dan de Zuidlaardermarkt. Hier is wel sprake van plaatsidentiteit, maar in mindere mate dan bij de Zuidlaardermarkt. Plaatsidentiteit is dus wel degelijk van invloed op het bestaan van jaarmarkt. Hoe duidelijker aanwezig, hoe groter de jaarmarkt.

Het tweede deel van de hoofdvraag is: *Hebben jaarmarkten een bestaanstoekomst?*

De verwachting is dat jaarmarkten nog meer een plaats van vermaak zullen worden en minder een plaats van handel. Dit geldt dan voornamelijk voor de handel van vee en paarden. De jaarmarkten die de grootste naamsbekendheid hebben op het gebied van paarden en vee zullen nog wel enkele decennia bestaan, maar bij de kleinere en onbekendere jaarmarkten zal het aanbod van paarden en vee op den duur geheel verdwijnen. Dit is onder andere te wijten aan de regelgeving van de overheid, die verkoop van vee aan steeds meer regels bindt.

De warenmarkten zullen altijd wel mensen blijven trekken, vooral de jaarmarkten in de zomer, die veel toeristen trekken. Jaarmarkten zullen zich echter wel moeten gaan profileren op een bepaald gebied om zich te onderscheiden van andere jaarmarkten en zo meer bezoekers trekken.

Voor het blijven voortbestaan van jaarmarkten zijn de drie actoren gemeente, bezoekers en vrijwilligers van belang. Het beleid van de gemeente is van belang voor het voortbestaan van de jaarmarkt, omdat de belangrijkste rol van de gemeente die van financier van de jaarmarkt is. De gemeente moet veel geld steken in de jaarmarkt om die draaiend te houden. Wanneer een jaarmarkt alleen maar voor verliezen zorgt, zal een gemeente eerder geneigd zijn de jaarmarkt niet meer te houden. Wanneer de gemeente niet meer meedoet, zal het erg lastig zijn de organisatie van de jaarmarkt rond te krijgen.

De jaarmarkten die de meeste kans hebben op voortbestaan zijn de jaarmarkten waarbij gelijktijdig een kermis wordt gehouden. De inkomsten van de plaatsen van de kermisattracties zijn groot en deze komen ten goede aan de gemeente. In de meeste gevallen financiert de gemeente de jaarmarkt met behulp van deze inkomsten van de kermis. Het trekken van veel bezoekers is noodzakelijk voor een jaarmarkt, omdat deze voor de inkomsten zorgen. De bezoekers van de jaarmarkt besteden niet alleen hun geld bij de handelaren, maar ook bij de plaatselijke middenstand en horeca. Wanneer de jaarmarkt voldoende bezoekers trekt zullen de inkomsten groot genoeg zijn voor de jaarmarkt om te kunnen blijven bestaan. Zolang de samenkomst van veel mensen in goede banen wordt geleid en ongeregelheden uitblijven, zal de jaarmarkt het jaar erop waarschijnlijk weer veel bezoekers trekken.

De derde groep actoren, de vrijwilligers, vormt ook een belangrijk onderdeel van de jaarmarkt. De vrijwilligers verrichtten veel werk en kosten nauwelijks iets. Hierdoor kunnen de kosten gedrukt worden. Ook van belang is dat het meewerken van vrijwilligers aangeeft dat de jaarmarkt leeft onder de bevolking en dat men zich voor de jaarmarkt wil inzetten. Zolang er voldoende vrijwilligers zijn om mee te helpen, heeft de jaarmarkt voldoende draagkracht onder de bevolking en zijn er voldoende medewerkers om de jaarmarkt draaiende te houden.

De verwachting is dat de drie jaarmarkten uit de case studies de komende decennia zullen blijven bestaan. Coevorden onderscheidt zich door de traditie van ganzenhandel van andere jaarmarkten. Dit unieke zal altijd mensen blijven trekken. Zuidlaren is al jaren de grootste jaarmarkt van het noorden en zal dit door de naamsbekendheid ook blijven. Door de vele bezoekers is het ook mogelijk om de jaarmarkt in stand te houden. Waarschijnlijk zal Roden het het moeilijkst gaan krijgen. De Rodermarkt onderscheidt zich niet van andere markten en de aanvoer van vee en paarden loopt al jaren terug. Toch zal de feestweek wel blijven bestaan, met als onderdeel daarvan de Rodermarkt. De verwachting is dat de evenementen belangrijker zullen gaan worden dan de jaarmarkt zelf.

De toekomst van jaarmarkten ziet er zonnig uit, zolang de drie groepen actoren voldoende aanwezig zijn. Zodra één van de drie groepen actoren zich niet meer inzet of niet groot genoeg meer is, wordt het voor de jaarmarkt moeilijk om het hoofd boven water te houden. De jaarmarkten die de meeste kans hebben om te blijven bestaan zijn de oude jaarmarkten met een grote naamsbekendheid en de zomermarkten die veel toeristen trekken. Wel hangt het natuurlijk af van wat de toekomst zelf brengt, wat betreft dierziekten en regelgeving.

Literatuurlijst

- Berg, A. van den (1973). *Kijk's Zuidlaren*. Zuidlaren: Coöperatieve Raiffeisenbank
- Boer, P. de (1994), "Van markt tot reizend pretpark." *Alledaagse dingen* nr 1, p.16-22.
- Dijk, van. C. (2000), "Coevorden in de 19^e eeuw. Fragmenten VI, Ganzenmarkt." *Stadt en Heerlickheydt Covorden* 3(4)
- Fonk, J. e.a. (1997), *Roon, zoas 't west het*. Beilen: Uitgeverij Drenthe.
- Gerding, M.A.W. (2003), *Encyclopedie van Drenthe*. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Gras, H. e.a. (1998), *Drenthe's veste. Geschiedenis van Coevorden*. Groningen: Endymion
- Groenedijk, T. (2000), *Nederlandse plaatsnamen*. Hoogeveen: Slingenberg Boekproducties.
- Jansen, G.H. (1987), *Een roes van vrijheid; kermis in Nederland*. Meppel: Boom.
- Kneafsey, M. (2000), "Tourism, place identities and social relations in the European periphery." *In: European Urban and Regional Studies* 7 (1), p35-50
- Kocks, G.H. (2000), *Woordenboek van de Drentse dialecten*, Assen: Koninklijke Van Gorcum
- Kuipers, G. (1999), *Vroeger volksleven in Drenthe*. Zuidwolde: Stichting Het Drentse Boek.
- Massey, D. (1995), The conceptualization of place. In: D. Massey & P. Jess (ed), *A place in the world? Places, cultures and globalization*. New York: Oxford University Press Inc. p45-87
- Minderhoud, H.D. (1989), *Stap voor stap door Coevorden*. De Krim-Hardenberg: Seinen's Grafische bedrijven.
- Notenbomer, H.A. (1989), *Roden: Een historisch uitstapje*. Leek: Uitgeverij Bronsema
- Paasi (1996), *Territories, boundaries and consciousness. The changing geography of the Finnish-Russian Border*. Chichester: Wiley
- Rose, G. (1995), Place and identity: a sense of place. In: D. Massey & P. Jess (ed), *A place in the world? Places, cultures and globalization*. New York: Oxford University Press Inc. p87-132
- Schaapman, E.J. (1992), *Zuudlaordermaark, 700 jaar?* Groningen: Doesburg.
- Simon, C.J.M (2005), *Ruimte voor identiteit : de productie en reproductie van streekidentiteiten in Nederland*. Groningen: University Library Groningen.
- Veenhoven, A. (1969), *Historie van Coevorden*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Ven, D.J. v.d. (1971), *De peerdenhemel. Van Zuudlaordermaark en Groningen*. Bergen: Gestu N.V.

Websites

- ANWB (2005), *routeplanner*. <http://www.anwb.nl>
- Borger, J. (2000). This leading American business guru claims these trainers could spell the end of capitalism. Can he be serious? *Julian Borger on Jeremy Rifkin, Jeremiah of the global economy*. <http://www.mindfully.org/Reform/Jeremy-Rifkin-Global-Economy.htm>. Bezocht op 9 augustus 2005.
- Federaal Planbureau (1999), *Gebruik van informatie- en communicatietechnologie: evolutie in Europa en in de wereld*. http://www.plan.be/websites/ferado/nl/html_books/ferado/2nl10.html. Bezocht op 9 augustus 2005.
- Gemeente Coevorden (2005), <http://www.coevorden.nl>. Bezocht op 9 juni 2005.
- Gemeente Noordenveld (2005), <http://www.gemeentenoordenveld.nl>. Bezocht op 9 juni 2005.

- Gemeente Tynaarlo. <http://www.tynaarlo.nl>. Bezocht op 9 juni 2005.
- Jaarbeurs van het Noorden (2005), <http://www.jaarbeursvanhetnoorden.nl>. Bezocht op 17 juli 2005.
- Spijker, R. (2004), <http://www.rieks-spijker.nl/november.htm>. Bezocht op 17 juli 2005.
- Tuttel, J. (1999), *Van dingen en deuntjes*. <http://www.tuttel.com/dingen&deuntjes/3k.html>. Bezocht op 9 augustus 2005.
- Tuttel, J. (2001), *Marktwaarde*. <http://www.tuttel.com/eemkiekn/marktwaarde.html>. Bezocht op 15 april 2004
- Zuidlaardermarkt (2005), <http://www.zuidlaarder-markt.nl>. Bezocht op 9 augustus 2005.

Interviews

- Gemeente Coevorden (2004). Gesproken met mevr. Hendriks, medewerker gemeente marktvergunningen. Datum: 23 augustus 2004
- Gemeente Noordenveld (2004). Gesproken met dhr. Brink, marktmeester bij gemeente. Datum: 8 april 2004
- Gemeente Tynaarlo (2004). Gesproken met dhr. Haisma, medewerker gemeente en van Stichting Evenementen Zuidlaardermarkt. Datum 17 maart 2004.

Overig

- Minderhoud, H.D. *Ganzenmarkt*. Informatie verkregen via Museum Coevorden, juni 2005.
- Stichting Ganzenmarkt Coevorden (2005), contact via email met dhr. Eisen. 3 augustus 2005.
- Wolfs, N., Prins Bernhardhoeve. Contact via email. 23 augustus 2004.