

**DE ZWARTE MARKT
BEVERWIJK**

**Een onderzoek naar de betekenis
van informele arbeid**

**P. Renooy
J. Mevissen
R. van Geuns**

**Amsterdam, december 1983
Regioplan-publikatienr. 1**

**REGIOPLAN
Onderzoeks- en Adviesbureau voor
regionale ekonomie en lokale
ontwikkeling
Amsteldijk 41 ""
1074 HW AMSTERDAM**

**Onderzoek, uitgevoerd door Regioplan, onderzoek, advies en informatie B.V.
in opdracht van het Economisch-Geografisch Instituut van de Universiteit
van Amsterdam.**



DE ZWARTE MARKT BEVERWIJK.

INHOUDSOPGAVE

blz.

VOORWOORD

Hoofdstuk 1. INLEIDING	1
1.1. Doelstelling van het onderzoek	2
1.2. Onderzoeksverantwoording	2
Hoofdstuk 2. DE SCHEMERZONE	
2.1. Omschrijving	7
2.2. Ontwikkeling	8
2.3. Motieven	10
2.4. Beleid	12
2.5. Flea Markets	13
Hoofdstuk 3. DE ZWARTE MARKT	
3.1. Ontstaan en ontwikkeling, een korte schets	15
Hoofdstuk 4. DE ZWARTE MARKT DEELNEMERS: HET ONDERZOEK	
4.1. Verantwoording van enquête en interviews	21
4.2. De enquêteresultaten	24
4.3. De geïnterviewden	34
Hoofdstuk 5. DE POLITIEK EN HET BEDRIJFSLEVEN	
5.1. De gemeente Beverwijk	46
5.2. De landelijke politiek	47
5.3. De Beverwijkse Ondernemers Centrale	48
5.4. De meubelboulevard	49
Hoofdstuk 6. ALGEMENE CONCLUSIES	50
Hoofdstuk 7. AANBEVELINGEN	
7.1. Aanbevelingen voor de Zwarte Markt	53
7.2. Aanbevelingen voor beleid	54

Hoofdstuk 8. AANBEVELINGEN VOOR VERDER ONDERZOEK	56
--	----

BIJLAGEN: I, II, III.

SAMENVATTING	57
--------------	----

LITERATUUR	59
------------	----

VOORWOORD

Voor u ligt het verslag van een onderzoek naar de activiteiten op de Zwarte Markt in Beverwijk. Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Regioplan, in nauwe samenwerking met het Economisch Geografisch Instituut van de Universiteit van Amsterdam (EGI).

De aanleiding voor dit onderzoek was tweeledig. Enerzijds bestaat er binnen het EGI belangstelling voor de problematiek van de grijze sector. Anderzijds ging van de zijde van de Zwarte Markt de wens uit naar een onderzoek van het gebeuren aldaar. De uitvoering van het onderzoek lag bij P. Renooy, J. Mevissen en R. van Geuns, verbonden aan Regioplan en deels werkzaam bij het EGI. Een adviserende rol bij het onderzoek had Prof. J.G. Lambooy.

Het onderzoek was onmogelijk geweest zonder de vaak spontane en bereidwillige medewerking van deelnemers aan de Zwarte Markt. Naar hen gaat derhalve een oprecht woord van dank uit. Zij hielpen ons, wij leerden van hen.

Om dit rapport met name ook voor deze groep bruikbaar te laten zijn, is zoveel mogelijk getracht het taalgebruik dat talrijke wetenschappelijke rapporten schijnt te moeten ontzien, te vermijden.

Tot slot dank aan Paula Melgers voor het uittypen van het manuscript.

Amsterdam, 1 december 1983

P. Renooy
J. Mevissen
R. van Geuns

HOOFDSTUK I. INLEIDING

Rommelmarkten, waarvan de opbrengst bestemd is voor vereniging of kerk, fancy-fairs en braderieën voor een goed doel of als vermaak, zijn vanouds in Nederland veel voorkomende weekend-attracties.

Deze gebeurtenissen kenmerken zich in de regel door een eenmalig karakter. Daarnaast bestaan er ook dergelijke markten met een meer frequent karakter: de zogenaamde vlooiemarkt. Amsterdam kent sinds lange tijd de Waterloopleinmarkt, terwijl in Eerbeek al 25 jaar elke zondagochtend een vlooiemarkt wordt gehouden.

Sinds het einde van de jaren '70 heeft zich een nieuw verschijnsel in deze reeks genesteld: de onofficiële handel in marktverband. Een duidelijke omschrijving van dit verschijnsel is niet te geven, omdat er vrijwel niets bekend is over de processen van ontstaan, de participanten of de economische betekenis ervan. Organisatoren van en deelnemers aan deze markten geven aan hun activiteiten de volgende eigenschappen: zij onttrekken zich aan de regelgeving terzake (wet op de ambulante handel, winkelsluitingswet, etc.) en aan het witte geldcircuit (en daarmee aan de belastingverplichtingen). Nog belangrijker wordt gevonden het feit dat personen die uit het reguliere arbeidsproces zijn gevallen, hun activiteiten kunnen en mogen ontplooiën op deze markten.

In september 1980 werd een start gemaakt met de Zwarte Markt Beverwijk^{*}). De markt, gevestigd in de veilinghallen in Beverwijk, is in korte tijd uitgegroeid tot de grootste markt van dit soort in Nederland. De snelle groei trok niet alleen de aandacht van de media, maar ook van de overheid. Met name de openstelling op zondag stuitte van overheidswege op bezwaren en leidde tot een sluiting van de zondagsmarkt, waarbij gebruik gemaakt werd van politiedwang. Er volgde een proces tegen marktorganisator en kooplui. Het werd de marktleiding verboden op zondag de markt open te stellen voor handel. Dit was voor de initiatiefnemers van "'s werelds leukste vlooiemarkt" aanleiding om een onderzoek te laten doen naar de werkelijke betekenis van dit gebeuren.

^{*}) verder aangeduid als ZMB

I.1. Doelstelling van het onderzoek

Als doelstelling van het onderzoek werd geformuleerd: Het verkrijgen van inzicht in de processen van ontstaan en groei van activiteiten binnen het kader van de Zwarte Markt Beverwijk. In deze vraagstelling liggen twee elementen opgesloten die onderwerp van onderzoek moesten zijn, namelijk de aanleiding (van ontstaan en groei van activiteiten op de ZMB) en (de rol van) de participanten.

Naar aanleiding van gesprekken met de opdrachtgever is hieraan een derde toegevoegd, namelijk de vraag of de betekenis van de ZMB verder gaat dan alleen de wekelijkse verkoopactiviteiten op zaterdag en - sinds kort ook - de donderdagavond.

Het bovenstaande heeft geleid tot de volgende vraagstelling:

- welke factoren zijn aan te geven als oorzaak voor de ontwikkeling van activiteiten binnen het kader van de ZMB;
- welke betekenis hebben de activiteiten voor de participanten; en
- in hoeverre bezitten de activiteiten op de ZMB de potentie tot verdergaande ontwikkeling.

Wij willen er met nadruk op wijzen dat het niet de pretentie van dit onderzoek is een volledig en exact antwoord te geven op de bovenstaande vragen. Deze vragen hebben alleen de bedoeling gehad het aandachtsveld voor dit onderzoek aan te geven. Zij vormden niet het strakke keurslijf ervan.

I.2. Onderzoeksverantwoording

Bij de opstelling van het onderzoek moest rekening gehouden worden met drie beperkende factoren. Met de eerste factor, de beperktheid van de opdracht en de beschikbare middelen, heeft vrijwel elke onderzoeker te kampen. Van meer belang zijn echter de beperkingen die samenhangen met het object van onderzoek. Zonder er op deze plaats op in te gaan (zie hoofdstuk II) noemen we:

- de beperkte kennis over het verschijnsel onofficiële handel in marktverband binnen het veld van de informele

economie;

- het nauwelijks mogelijk zijn van kwantitatief onderzoek, voortkomend uit de aard van het te onderzoeken verschijnsel.

Gezien deze onderzoeksproblemen en de doelstelling van het onderzoek is gekozen voor een benadering waarbij het accent ligt op beschrijving/verkenning. Als factoren die onderwerp van studie moesten zijn, werden genoemd de aanleiding, de participanten en de betekenis van de ZMB.

Een benadering vanuit de factoren die als aanleiding zouden kunnen worden aangegeven, bleek zeer problematisch. Het literatuuronderzoek leverde op dat hierover geenszins gelijklopende op onder één noemer te brengen uitspraken mogelijk zijn. Bovendien waren de meeste zogenaamde underground-studies gericht op vaststelling van de omvang van het informele circuit in plaats van op de mogelijke oorzaken van het ontstaan ervan.

Een tweede mogelijkheid zou zijn geweest de betekenis van participatie op de ZMB te analyseren. Ook daartoe ontbrak echter de voorkennis. Vragen als wie doet het om het resultaat, hoe groot is het verloop, wie kwamen met het doel uiteindelijk een eigen onderneming te starten, wie zijn daar wel/niet in geslaagd en waarom, etc. bleken moeilijk te onderzoeken.

De participanten hebben zodoende in dit onderzoek de ingang gevormd; in de deelnemers aan het Zwarte Markt-gebeuren komen aanleiding, werkelijk ondernomen activiteit en potentiële ontwikkeling samen.

Het beschrijvend karakter van het onderzoek kan in dit geval volledig tot zijn recht komen, omdat er met betrekking tot de onofficiële handel nog geen theoretisch kader is ontwikkeld. In het onderhavige rapport is dan ook geprobeerd de feiten zoveel mogelijk voor zichzelf te laten spreken.

Hier staat echter tegenover dat rondom het zwart werk in toenemende mate een net van waarde-oordelen gelegd is. Om te voorkomen dat vooroordelen ongewild toch de interpretatie van het verzamelde materiaal zou beïnvloeden is van begin af aan

getracht het bestaande waarden- en normenpatroon ter discussie te stellen. Dit heeft geresulteerd in een "oppervlakkige" interpretatie. De lezer zal dan ook niet zozeer een reeks conclusies of generaliserende uitspraken, als wel een aantal opmerkingen van hypothetische aard aantreffen aan het slot van de verschillende onderdelen.

Wij willen nu kort ingaan op de verschillende onderdelen van het onderzoek.

Begonnen is met een korte literatuurverkenning. Hierbij stond de vraag voorop in hoeverre er in studies omtrent de informele sector (zie hoofdstuk II) iets gezegd wordt over de onofficiële handel. Verder werd gezocht naar factoren die in de literatuur aangedragen worden als (mogelijke) oorzaak voor het ontstaan van informele sector in de economie; daarmee aannemend dat dergelijke factoren ook zouden bijdragen aan de ontwikkeling van het onofficiële handels-gebeuren. De resultaten van deze fase van onderzoek hebben een achtergrond gevormd voor de andere onderzoeksfasen.

Het werkelijke als zodanig onderzoek valt in vier delen uiteen:

1. een enquête onder alle standhouders op één dag;
2. een exploratief onderzoek door middel van diepte interviews met een aantal standhouders;
3. een aantal gesprekken met niet-participanten, maar meer of minder direct bij de ZMB betrokkenen; en
4. een groot aantal bezoeken aan de ZME.

In het onderzoek is de zgn. Turkenhal buiten beschouwing gebleven (zie hoofdstuk III voor een omschrijving van deze hal). De specifieke aard van deze hal vereiste een aparte benadering, waarbij ook andere aspecten een centrale rol zouden spelen. Overwegingen van pragmatische aard hebben ons daarven weerhouden.

Uitgangspunt van het veldwerk-gedeelte was dat het gebeuren op de Zwarte Markt benaderd moest worden vanuit het perspec-

tief van de betrokkenen (de participanten dus). De reden waarom personen deel gaan nemen aan de onofficiële handel is in hun eigen situatie en de ervaring van hun eigen situatie gelegen. Met andere woorden, het motief was één van de belangrijkste thema's van het onderzoek. Dit komt dan ook tot uitdrukking in de enquête die op zaterdag 10 september 1983 is uitgevoerd (zie bijlage 1). Een overzicht van de belangrijkste resultaten van deze enquête vindt U in hoofdstuk IV.

Na de enquête is een aantal diepte interviews afgenomen waarbij de gegevens uit de enquête gebruikt zijn. Wij hebben gemeend deze vorm van informatieverwerving te moeten gebruiken, omdat het ruimte schept voor nieuwe elementen in de verklaring die tevoren niet door ons konden worden verondersteld of verwacht. Tevens is een aantal gesprekken gevoerd met de leiding van de ZMB, met marktmeesters, leden van het bestuur van de Beverwijkse Ondernemers Centrale, een ambtenaar van de gemeente Beverwijk, en vertegenwoordigers van de Tweede Kamer-fracties van de grootste politieke partijen. Deze gesprekken vonden deels plaats voor en tijdens de diepte-interview-fase. Het betrof dan algemene informatie betreffende de markt. Deels vonden ze na deze fase van onderzoek plaats en kwamen ze voort uit vragen die bij ons opkwamen (of aan ons gesteld waren) tijdens de interviewfase. Een verslag hiervan vormt hoofdstuk V.

Tot slot moet het veelvuldig bezoeken van de ZMB genoemd worden. Het resultaat hiervan zult U niet terugvinden in een bepaald hoofdstuk. Zoals al eerder gezegd is, was de ervaringswereld van de participant het vertrekpunt voor dit onderzoek. Wij hebben gemeend een zo breed mogelijk beeld te moeten krijgen van beweegredenen en ervaringen. Daartoe is regelmatig op donderdagavond en zaterdag de markt bezocht. Tijdens deze bezoeken zijn vele korte en langere gesprekken gevoerd met standhouders die op dat moment aanwezig waren. Ook wisten we op deze manier een aardige indruk te krijgen van de diversiteit in aangeboden koopwaar, de verkoopsnelheid van de producten,

de doorstroming in verkopers, het publiek en vooral ook van de sfeer op de ZMB.

Het totale onderzoek heeft zich, gezien de omvang van de rapportage, over een relatief lange periode uitgestrekt (drie maanden). De tijdsperiode tussen start en beëindiging van het onderzoek is over enkele maanden uitgesmeerd om zodoende meer dan alleen een moment-indruk te krijgen. Een bijkomende factor was dat alleen op deze manier het vertrouwen van de standhouders gewonnen kon worden. Hoewel ons onderzoek en ons bezoek aan de ZMB in het wekelijks verschijnend Vlugschrift werd aangekondigd en de samenwerking met de Universiteit van Amsterdam benadrukt werd, was aanvankelijk het wantrouwen groot. Velen herinnerden zich nog te goed de "inval" van de politie.

De Zwarte Markt Beverwijk zou echter geen zwarte markt zijn, als de gegevens over haar participanten een open boek zouden zijn. Dat zullen onderzoekers van de informele sector zich altijd goed voor ogen moeten houden.



HOOFDSTUK II. DE SCHEMERZONE.

II.1. Omschrijving

De ZMB herbergt een enorm aantal activiteiten binnen haar muren. Een aanzienlijk aantal daarvan - de naam van de markt duidt hier al op - bevindt zich buiten de formele juridische en economische kaders. Zij maakt deel uit van een groter, heterogeen complex van activiteiten, zich bewegend in een spanningsveld tussen legaal en illegaal, tussen werk en werkloos: de schemerzone.

Wat moeten we verstaan onder een schemerzone? Kenmerkend voor de - nog schaarse - literatuur die op het gebied van de schemerzone is verschenen, is dat een eenduidige omschrijving van dit verschijnsel tot nu toe ontbreekt. In de diverse benaderingen werd aanvankelijk vooral aandacht geschonken aan de puur economische aspecten van schemeractiviteiten. De hieruit voortvloeiende benamingen als black- of underground economy geven al aan dat de schemerzone gekoppeld werd aan het zwarte geld-circuit en aan illegale, soms louche praktijken.

De schemerzone omvat echter meer. De afgelopen jaren hebben, onder invloed van diverse omstandigheden de ontwikkeling te zien gegeven van een veelheid aan activiteiten die zich buiten de reguliere kanalen begeven. Hierin zijn legale bezigheden terug te vinden zoals ruil. Dat dat zich niet beperkt tot een kleine groep mensen blijkt onder meer uit het feit dat in Los Angeles het blad Barter (=ruil) al meer dan 100.000 abonnees heeft. Ook in eigen land, bijv. in de provincie Groningen, zijn op basis van ruil al uitgebreide netwerken ontstaan. Geheel binnen de grenzen der wet is ook de sterk ontwikkelde doe-het-zelf sector. Veel van dergelijke activiteiten kunnen, zeker als ze bestemd zijn voor het realiseren van doeleinden waarvoor een marktequivalent bestaat, tot de schemerzone gerekend worden. Alvin Toffler spreekt in

zijn boek "The Third Wave" (De derde golf) in dit verband van "pro-sumers", mensen die produceren en consumeren combineren. De schemerzone omvat ook activiteiten die bij wet (nog) wel verboden zijn, maar door grote delen van de maatschappij reeds aanvaard zijn. Het kraak-gebeuren is hier een voorbeeld van.

Uiteraard zijn ook illegale activiteiten terug te vinden in de schemerzone, variërend van het klussen met een uitkering of het kappen aan huis, tot criminele activiteiten als drugs-handel en fraude.

Binnen het eerst genoemde activiteitenveld, de handel, is de laatste jaren een sterke toename zichtbaar buiten de formele kanalen om. Op markten wordt vanuit de achterbak van de auto verkocht, op straat zijn de meest uiteenlopende zaken te koop en elke zichzelf respecterende gemeente heeft wel een braderie. In een iets meer geformaliseerd kader is er de enorme groei van winkeltjes in tweede-hands kleren, boeken, e.d.

De Zwarte Markt Beverwijk past in deze ontwikkeling. Hij biedt ruimte aan activiteiten die een formele structuur in juridische of economische zin ontberen. Officiële registratie ervan is daardoor onmogelijk geworden. Terwille van een duidelijke omschrijving van de schemerzone dient hieraan te worden toegevoegd dat deze activiteiten een positief effect hebben op de inkomenssituatie van de uitvoerenden, ook als dit niet de belangrijkste doestelling zou zijn.

II.2. Ontwikkeling

Het verschijnsel schemerzone op zichzelf is niet nieuw. Door de jaren heen heeft er een sfeer van activiteiten bestaan, die zich afspeelden buiten de formele kanalen om. Wel nieuw daarentegen is de duidelijk waarneembare groei die dergelijke activiteiten de afgelopen jaren doorgemaakt hebben. Werd de schemerzone enkele jaren geleden nog afgedaan

als marginaal verschijnsel of als "smeermiddel" van de economie, tegenwoordig is het besef ontstaan dat de schemerzone een belangrijk deel van de economie uitmaakt.

Het bepalen van de omvang van de schemerzone is echter nog een ingewikkelde zaak. Het verschijnsel leent zich slecht voor statistische benaderingen, en onderzoek richt zich vaak op deelaspecten, of er wordt gewerkt met schattingen. Voor Nederland is recentelijk door het Centraal Bureau voor de statistiek een onderzoek verricht naar de omvang van de schemerzone, door hem aangeduid als het "officieuze circuit". Uit een aantal (sectoraal) gerichte enquêtes bleek onder meer dat 12% van het onderhoud en reparatie van auto's zwart of tegen betaling door familie en kennissen verricht werd.

In de Verenigde Staten zijn al verschillende methodes beproefd om de omvang van de schemerzone te bepalen. De Internal Revenue Service (belastingdienst) bediende zich van een steekproef onder 50.000 huishoudens en kwam tot de schatting dat er tussen de 100 en 135 miljard dollar om moest gaan in de Amerikaanse underground economy, d.i. tussen de 5,9 en 7,9% van het Bruto Nationaal Product. Feige kwam twee jaar later, in 1978, op basis van de relatie tussen totale transacties (PT) en BNP tot een schatting van 25,3 tot 33,1% van het BNP van de V.S. Zoals blijkt zijn deze methodes sterk gericht op bepaling van het "zwart geld" aspect binnen de schemerzone.

In Italië daarentegen is getracht de bedrijvigheid buiten de officiële kanalen te meten. Men vergeleek daar bijvoorbeeld het werkelijke elektriciteitsverbruik met het te verwachten gebruik op grond van de geregistreerde bedrijvigheid. Daarnaast vergeleek men ook nieuwe elektriciteitsaansluitingen met geregistreerde nieuwbouw in één streek. Hieruit bleek dat, terwijl tussen 1972 en 1979 1.480.000 nieuwe huizen geregistreerd werden, het aantal elektriciteitsaansluitingen in die periode groeide met 3.110.000!

Hoewel bij al deze cijfers in het oog moet worden gehouden,

dat het gaat om schattingen of slechts betrekking heeft op deelaspecten, kan toch het bestaan van een schemerzone binnen de economie niet meer worden ontkend. Door veel auteurs worden redenen voor ontstaan van een schemerzone aangedragen (zie hieronder). Veelal hebben deze betrekking op crisisverschijnselen. De groei van deze verschijnselen wettigt de veronderstelling dat ook voor wat betreft de schemerzone van groei sprake is. Aangezien een dergelijke ontwikkeling niet zonder consequenties kan blijven, is het belangrijk na te gaan welke de achtergronden van het ontstaan van een schemerzone zijn.

II.3. Motieven en omstandigheden.

Een sfeer van activiteiten buiten de formele kanalen, zoals die zich in de landen van Europa en de V.S. aan het ontwikkelen is, maakt al jaren een belangrijk deel uit van de economieën van Derde Wereld-landen. Het was in die landen een reactie op het onvolledig doorzetten van een moderne kapitalistische sector, en daardoor het uitblijven van voldoende werkgelegenheid. Een groot deel van de beroepsbevolking was gedwongen zelf allerlei activiteiten ter hand te nemen met als enig doel: overleven.

Sinds de jaren '30 was van een dergelijke noodzaak in de ontwikkelde landen echter geen sprake. Ten eerste was er tot het begin van de zeventiger jaren sprake van bijna volledige werkgelegenheid. Werkloosheidscijfers kwamen maar zelden boven 4 of 5%, vaak veroorzaakt door tijdelijke fricties op de arbeidsmarkt. Ten tweede was er voor hen die om welke reden dan ook van arbeid waren uitgesloten, een stelsel van sociale zekerheid ontwikkeld, dat deze mensen voorzag van een redelijke levensstandaard. Daarnaast werd er door de overheid een breed scala van goederen en diensten in de consumptieve sfeer gesubsidieerd. Hierbij valt te denken aan individueel te genieten goederen, zoals openbaar vervoer, woonsubsidies e.d. en aan collectieve goederen zoals justitie. Het was binnen deze maatschappij nauwelijks zinvol zich te bewegen buiten de for-

mele arbeidsmarkt; de lonen vertoonden een stijgende tendens en er was volop vraag naar arbeid.

Onder invloed van een wereldwijde recessie trad er in de tweede helft van de jaren zeventig echter een verandering op in dit beeld. In relatief korte tijd steeg het aantal werklozen in Nederland tot boven het half miljoen begin jaren tachtig. Aan overheidszijde kreeg men te maken met teruglopende inkomsten en stijgende uitgaven in het kader van de sociale voorzieningen. De gevolgen van deze ontwikkelingen zijn bekend: Een groot aantal langdurig werklozen en bezuinigingen op de overheidsuitgaven, zowel op het gebied van de uitkeringen als op de uitgaven van de verschillende ministeries.

Hoewel deze situatie (nog) lang niet te vergelijken is met de problematiek in de Derde Wereld, betekent het toch een reële aanslag op het welstandsniveau van een grote groep Nederlanders; een aanslag die nog overkomelijk zou zijn, als niet het besef steeds meer zou doordringen dat voor velen de kans op terugkeer in de formele sector minimaal is. Zodoende is een belangrijke voorwaarde geschapen voor het zelf creëren van werk.

Een tweede ontwikkeling die toename van schemeractiviteiten tot gevolg kan hebben, is nauw verwant met de eerste, namelijk arbeidstijdverkorting. In 1982 rekende het Sociaal Cultureel Planbureau al voor dat een arbeidsduurverkorting van 10% met evenredige inlevering van bruto loon, een netto inkomensdaling van 6 tot 8% zou betekenen. Voor 1981 zou dat betekend hebben dat 700.000 huishoudens onder het sociaal minimum zouden zakken. Een inkomensdaling van deze omvang zou een toename van schemeractiviteiten tot gevolg kunnen hebben.

Hoewel in het geval van arbeidsduurverkorting en permanente werkloosheid het verlies van inkomsten een belangrijke stimulans voor het verrichten van schemeractiviteiten is, spelen

ook andere aspecten, niet primair op het economisch vlak gelegen, een rol van betekenis. In dit kader kan het her krijgen van een gevoel van eigenwaarde genoemd worden. Schemeractiviteiten geven de mogelijkheid te ontsnappen aan het idee maatschappelijk uitgerangeerd te zijn.

Een volgend belangrijk motief voor het beginnen van schemeractiviteiten dat ook door diverse auteurs naar voren wordt gebracht (De Grazia, Del Boca, e.a.), is de rigide productiestructuur, waarbinnen velen in de "formele sfeer" moeten werken. De ver doorgevoerde arbeidsdeling, de mechanisatie en automatisering hebben een afnemend gevoel van verbondenheid met de productie-omgeving en het product teweeg gebracht. Daarnaast wordt het gebrek aan flexibiliteit als beklemmend ervaren. Als reactie hierop ontstond bij een grote groep mensen de wens op een andere wijze te opereren. Een scheiding tussen producent en product wordt daarbij zoveel mogelijk tegengegaan. Kleinschaligheid, zelfontplooiing en zelfvoorziening zijn hierbij trefwoorden. Het netwerk van memobedrijfjes op de activiteiten binnen kraakpanden als Wijers of Tetterode in Amsterdam zijn hiervan voorbeelden.

In de verklaringen die gezocht worden voor het ontstaan van schemeractiviteiten, wordt vaak ook gewezen op de spanning die er bestaat tussen burger en overheid. In toenemende mate wordt het regulerende karakter van overheidsbeleid, tot uitdrukking komend in belastingen en verboden, als drukkend ervaren. Steeds minder is de overheid in staat haar beleid te verantwoorden naar de bevolking toe, wat ertoe leidt dat steeds minder mensen zich bezwaard voelen onwettig te handelen; belastingontduiking, sociale fraude, kraken, etc...

II.4. Beleid

Naast consequenties voor het bedrijfsleven, heeft de ontwikkeling van de schemerzone duidelijke gevolgen voor het overheidsbeleid.

Het bestaan van een dergelijke "economie binnen de economie" levert extra complicaties op bij het formuleren en uitvoeren van sociaal-economisch beleid. Naast een verlies van premie- en belastinginkomsten, kan geconstateerd worden dat de overheid meer en meer het inzicht in en de greep op de economie verliest. Een groot aantal macro-economische gegevens, zoals het werkloosheidscijfer, de kosten van levensonderhoud, of zelfs het Bruto Nationaal Product, geven een steeds minder reëel beeld. Het is daarom noodzaak voor de overheid haar inzicht in de ontwikkeling van de schemerzone te vergroten. Niet alleen vanwege de negatieve aspecten die het met zich meebrengt, maar ook vanwege de positieve impulsen die er van de schemerzone kunnen uitgaan. Zo zou de schemerzone een functie kunnen hebben als broedplaats voor nieuwe activiteiten die een bijdrage kunnen leveren aan het herstel van de werkgelegenheid, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin.

II.5. Flea Markets

In de Verenigde Staten heeft de informele handel al enige jaren geleden vorm gekregen in een zeer groot aantal Flea Markets, een soort vlooiemarkt met een zeer ongeregeld karakter. In 1982 waren alleen in de staat California al meer dan 200 van dergelijke markten geregistreerd.

Lozano (1983) voerde op één van deze markten een tiental gesprekken met deelnemers.

Opvallend was het vrij grote aantal deelnemers dat onvrijwillig tot deze vorm van handel was overgegaan, nl. 80% van de geïnterviewden. Tot deze groep behoorden werklozen, mensen met een onvoldoende inkomen en schoolverlaters. Dit gedwongen karakter van deelname moet vooral gezien worden in het licht van de, naar Nederlandse maatstaven slechte sociale voorzieningen in de Verenigde Staten.

In de organisatie van de activiteiten op deze markt bleek een sterke verwevenheid tussen formele, informele en huishoudelijke economie. Tussen formele en informele economie

bestonden veel wederzijdse afhankelijkheden terwijl de privé- en de handelsfeer een duidelijke overlap vertoonde. Wat dat laatste betreft spraken de deelnemers ook van een "way of life".

Concluderend stelt Lozano dat het omzetten van persoonlijke vaardigheden en sociale netwerken in inkomen een positief aspect is van de informele handel. Daarentegen constateert hij ook dat het voor de meesten hard werken, lage levensstandaard en veel onzekerheid betekent. Ter illustratie daarvan citeert hij een van de deelnemers, die zegt, "in deze handel wordt je door niemand uitgebuit, je buit jezelf uit".



HOOFDSTUK III. DE ZWARTE MARKT

III.1. Ontstaan en ontwikkeling, een korte schets

Activiteiten met een min of meer informeel karakter zoals in hoofdstuk II beschreven, concentreren zich over het algemeen niet in ruimtelijke zin. Een uitzondering hierop vormt de informele handel. Het verschijnsel "vlooiemarkt" met name, is op verschillende plaatsen in Nederland (en daarbuiten) te vinden. Het bekendste voorbeeld van dergelijke markten is wel de Waterloopleinmarkt in Amsterdam, terwijl ook de zogenaamde "Vogeltjesmarkt" in Antwerpen veel Nederlandse bezoekers kent.

In het licht van de reeds beschreven ontwikkelingen is het niet verbazingwekkend, dat de afgelopen jaren een toename te zien heeft gegeven van dergelijke vlooiemarkten. In Vleuten kwam de Zwarte Beurs, in Tilburg de Snuffelmarkt, maar als eerste en tot nu toe grootste, ontstond de Zwarte Markt in Beverwijk.

Het karakter van de in september 1980 gestartte ZMB is verschillend van de tot dan toe bekende markten, inclusief de Waterloopleinmarkt. Op dergelijke markten is het slechts mogelijk een standplaats te verkrijgen wanneer men in het bezit is van een vergunning krachtens het Besluit Ambulante Handel. Op de ZMB en de later opgerichte vergelijkbare evenementen daarentegen, is de beroepshandel te vinden naast particulieren die hun zolder opruimen of zonder vergunning een eigen handeltje zijn begonnen.

Deze marktform was ontstaan in de Verenigde Staten van Amerika, waar in de jaren zeventig talrijke zogenaamde Flea Markets met groot succes waren opgezet. Het was ook daar dat de initiatiefnemer en latere directeur, de heer van Kampen, zijn ideeën opdeed voor de ZMB, die in zijn uitwerking ook nog van reeds bestaande markten afweek doordat het geheel zich binnen een overdekte ruimte ging afspelen. Voor de Nederlandse situatie was de Zwarte Markt, zeker ook door haar omvang, een

uniek verschijnsel.

Aan de vestigingsplaats van een evenement als de ZMB worden specifieke eisen gesteld en lang niet elke locatie is hiervoor geschikt. Belangrijk is de aanwezigheid van een grote hal of hallencomplex, met in de directe omgeving voldoende ruimte tot parkeren. De ligging dient zo gekozen te worden, dat een goede bereikbaarheid gewaarborgd is.

De locatie van de Zwarte Markt in Beverwijk voldoet aan deze eisen. Het in de weekeinden leegstaande complex van de bloemen en groenteveiling, fungeert als huisvesting en is gelegen op het industrieterrein "De Pijp", dat voldoende mogelijkheden tot parkeren biedt. Daarnaast bezit Beverwijk goede verbindingen met zowel de kop van Noord Holland als de bevolkingsconcentraties ten zuiden van het Noordzeekanaal via onder andere de A9.

Geconfronteerd met een verzoek om vestiging van de Zwarte Markt, zag de gemeente Beverwijk zich voor de taak gesteld dit fenomeen te toetsen aan de bestaande wettelijke regels die voor dit geval in aanmerking kwamen. Mede vanwege het reeds gememoreerde unieke karakter van de markt, besloot de gemeenteraad een proefperiode van zes weken toe te staan, waarna het geheel aan een evaluatie onderworpen zou worden. Bij menig raadslid speelde bij deze beslissing de gedachte dat de ZMB na deze periode een "doodgeboren kindje" zou blijven en het probleem zichzelf zou oplossen. Het tegendeel was echter het geval en de raad zag zich na zes weken alsnog gedwongen een uitspraak te doen.

In de evaluatienota van B&W werd het karakter van de ZMB bepaald op dat van een winkel, zoals omschreven in de Winkelsluitingswet: "een voor het publiek toegankelijke besloten ruimte, waarin goederen aan particulieren plegen te worden verkocht". Deze opvatting werd gedeeld door het Ministerie van Economische Zaken en onderschreven door de

Kamer van Koophandel en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten.

Uitgaande van dit gegeven kon geen bezwaar gemaakt worden tegen de exploitatie van de Zwarte Markt in de veilinghallen. Voor het veilingterrein gold namelijk de bestemming "bijzondere handelsgebouwen". Alleen de zogenaamde Blauwe Boet, een hal met vaste boxen voor handelaren, bevond zich net in een ander bestemmingsplan, volgens welke er op die locatie geen detailhandel plaats mocht vinden. De op basis hiervan opgemaakte processen-verbaal werden echter door de rechter geseponeerd, aangezien er geen sprake was van een consequente beleidsvoering; in de vlak naast de Blauwe Boet gelegen Praxis-vestiging werd al geruime tijd detailhandel bedreven.

Resumerend kwamen B&W van Beverwijk tot de volgende conclusie: "Op de Zwarte Markt wordt een groot aantal activiteiten georganiseerd, waarop verschillende wettelijke voorschriften van toepassing zijn. Er is geen wettelijk voorschrift dat exploitatie van de Zwarte Markt in het onderhavige gebouw verbiedt. De op verschillende activiteiten van toepassing zijnde wettelijke voorschriften dienen te worden nageleefd en voorzover naleving niet mogelijk blijkt, te worden beëindigd".

Deze conclusie was mede aanleiding voor de Ondernemerscentrales uit Beverwijk, Velsen en Heemskerk hun aanvankelijke bezwaren niet door te zetten.

Eén van de wettelijke voorschriften die nageleefd diende te worden was de verplichte zondagssluiting krachtens de Winkelsluitingswet 1976. Desondanks besloot de directie van de ZMB in juni 1982 de markt op zondag open te stellen voor publiek en handelaren. Van de zijde van de ZMB werd gewezen op artikel 9, tweede lid van genoemde Winkelsluitingswet, dat openstelling van evenementen met een toeristisch karakter op de zondagen mogelijk maakt. Een verzoek om legalisatie op grond van dit artikel werd echter afgewezen. Maart 1983 werd de ZMB op zondag, onder politiedwang, gesloten.

Sluiting van de gehele markt wordt nog steeds geëist door de Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH). Zij richtte zich in januari 1983 met deze eis tot de gemeente Beverwijk. Het voornaamste argument van de CVAH is dat zij en haar leden onevenredig nadeel ondervinden van de ZMB, met name als gevolg van de oneerlijke concurrentie door ondernemers zonder de vereiste vergunningen. Nadat de gemeente geweigerd had tegemoet te komen aan deze eis, wendde de CVAH zich tot de Raad van State, afdeling rechtspraak. Men verzocht een voorlopige voorziening, waardoor de gemeente gedwongen zou zijn de ZMB met behulp van politie te sluiten. Ook dit verzoek werd afgewezen. De CVAH is tegen deze beschikking in beroep gegaan, een beroep dat momenteel (eind 1983) nog in behandeling is.

In de drie jaren dat de ZMB nu in bedrijf is heeft het zich ontwikkeld tot een succesvol evenement. In vijf grote hallen zijn elke zaterdag meer dan 800 handelaren ondergebracht. Ter vergelijking, de twee grootste Amsterdamse markten, de Albert Cuyp -en de Waterloopleinmarkt, hebben samen nog geen 600 handelaren.

De diversiteit van het aanbod is zeer groot. In de evaluatienota van de gemeente, werden na zes weken al 29 verschillende produkten opgesomd die op de markt verkrijgbaar waren.

Eén van de hallen, de wat verder afgelegen zogenaamde Turkenhal, is speciaal bestemd voor Turkse en Marokkaanse kooplieden en is zelfs uitgerust met een moskee. Een eveneens vrij zelfstandige positie neemt de Blauwe Boet in. In deze hal zijn ten behoeve van de handelaren houten boxen gemaakt, vergelijkbaar met kleine winkeltjes, van waaruit men handel drijft. De Blauwe Boet is, net als de Turkenhal, gratis voor het publiek toegankelijk, in tegenstelling tot de andere drie hallen, waarvoor men drie gulden intree dient te betalen.

Een standplaats in elk van de vijf hallen kost de handelaar f 35,- per week. Voor de Blauwe Boet komt daar f 25,- bij voor

het speciale karakter van deze hal, onder andere de mogelijkheid tot opslag, licht en verwarming. Naast losse plaatsen is het eveneens mogelijk een maandkaart te kopen. Voor de Blauwe Boet is deze verplicht, voor de andere hallen niet. Maar de wens iedere zaterdag van een kraam verzekerd te zijn, doet vele handelaren beslissen een maandkaart aan te schaffen.

Exclusief de Blauwe Boet, bezitten eind 1983 zo'n 350 handelaren een dergelijke kaart.

Voor de directie van de ZMB is dat aantal ook het maximum aan vaste plaatsen dat men wenst. Een verdere uitbreiding ervan zou het karakter van de markt aantasten. Tevens betekent een groot aantal "vaste" handelaren dat het voor losse verkopers moeilijker wordt een plek te bemachtigen. Het idee dat er zou kunnen ontstaan dat er voor hen toch geen plaats meer is, zou hen er ook in de rustige zomermaanden van kunnen weerhouden de ZMB te bezoeken.

September 1983 opende de ZMB ook op donderdagavond de deuren voor het publiek. Deze wettelijke mogelijkheid -koopavond- was lang over het hoofd gezien door de directie van de ZMB. De reden hiervan was, volgens eigen zeggen, een te grote fixatie op de zondag geweest. Na een aanvankelijk wat aarzelende start, stegen de bezoekersaantallen van deze avondmarkt. Na acht koopavonden werden per avond al meer dan 2000 bezoekers geteld. December 1983 is echter, om diverse redenen de donderdagavondverkoop tijdelijk stopgezet.

Op de zaterdagen passeren gemiddeld 8500 mensen de toegang tot de markt. Met enige weemoed denken directie en kooplui terug aan de periode dat men op de zondag open was. Per weekeind telde de ZMB destijds 20.000 bezoekers en bleek de zondag een koopkrachtig publiek te trekken. Sinds de gedwongen sluiting is de aandacht van directie en handelaren, verenigd in de Stichting Zondagsforum, erop gericht geweest op zondag weer de poorten te openen. Recente politieke ontwikkelingen geven hiertoe weer hoop (zie hoofdstuk V).

Het bedrijf ZMB BV. biedt momenteel werk aan vier vaste medewerkers en 45 part-time krachten, samen $\pm$ 20.400 uren. Het heeft een advertentiebudget van ruim een kwart miljoen per jaar en een omzet vergelijkbaar met bedrijven als de Euromast of een redelijk grote levensmiddelen supermarkt. Het succes van de ZMB heeft de directie er al toe gebracht uitbreidingsmogelijkheden te onderzoeken in binnen- en buitenland. Voorlopig heeft dit nog geen concrete vormen aangenomen en richt de aandacht zich voornamelijk op het verkrijgen van een toestemming op zondag te mogen openen.



HOOFDSTUK IV. DE ZWARTE MARKT DEELNEMERS: HET ONDERZOEK

IV.1. Verantwoording van enquête en interviews.

Om een algemene indruk te krijgen van de mensen die op de ZMB een stand huren is een enquête afgenomen. Met deze enquête werd vooral beoogd een beeld te verkrijgen van kenmerken van de deelnemers aan de ZMB en van hun motivatie. De aard van de enquête - schriftelijk en door de participanten zelf in te vullen - betekende dat zij kort en eenvoudig gehouden moest worden. Zodoende is het aantal vragen beperkt gebleven.

Voor wat betreft de kenmerken van de deelnemers werd gevraagd naar de volgende gegevens:

- leeftijd
- geslacht
- woonplaats
- hoe vaak men op de ZMB stond
- sinds wanneer men op de ZMB stond, en
- welke andere bron van inkomsten men naast de inkomsten op de ZMB had.

Daarenboven is geïnformeerd naar de reden, waarom men op de ZMB stond.

Om de beantwoording van de enquête eenvoudig te maken werden alle vragen gecodeerd. Een voorbeeld van het enquêteformulier is in bijlage 1 opgenomen.

De enquête is op zaterdag 10 september j.l. verspreid onder alle standhouders in de drie grote hallen van de ZMB en in de zogenaamde Blauwe Boet. In totaal ontvingen 484 standhouders een enquêteformulier. Hiervan werden er 301 ingeleverd, voor het overgrote deel volledig ingevuld. Dit komt neer op een respons van 62,2%. Dit mag een redelijke mate van beantwoording genoemd worden, zowel gezien de aard van de enquête (schriftelijk en zelf in te vullen), als de vragen (o.a. naar inkomstenbron), in combinatie met het "grijze" karakter van veel van de bezigheden.

Indien in het onderstaande er soms sprake is van een totaal dat onder de 301 ligt, betekent dat dat een (aantal) enquêteformulier(en) niet volledig was (waren) ingevuld, dan wel incorrect ingevuld.

Ten aanzien van de representativiteit kan het volgende opgemerkt worden. De hoge respons zou op zich representativiteit aannemelijk maken. Vanwege de aard van de activiteiten (grijze karakter) en de vragen (inkomsten) is het evenwel mogelijk dat de non-responsgroep juist op de variabelen die hierop betrekking hebben (inkomstenbron) afwijkt van de responsgroep. De vraag naar representativiteit kan hier dus niet beantwoord worden. Uit een vergelijking van de door Regioplan verkregen gegevens met informatie van de marktmeesters (over woonplaats en frequentie van deelname van de standhouders) zijn echter wel aanwijzingen te halen die wijzen op representativiteit (zie ook hieronder). Alles overwegende moet gezegd worden dat voor een aantal van de onderzochte elementen de verkregen informatie representatief is, terwijl daarover voor andere variabelen niet veel te zeggen valt.

Naast de enquête is er ook gebruik gemaakt van diepte-interviews met een aantal van de standhouders. Alvorens toe te komen aan de verantwoording van de keuze van de te interviewen personen willen we hier eerst iets zeggen over de methode op zich. Immers ofschoon er geen absolute tegenstelling is tussen het werken met enquêtes en het werken met interviews, is er toch op z'n minst een verschil in klemtoon. Boekenkasten vol zijn er hierover geschreven. Veelal wordt het onderscheid dan teruggebracht tot een zwart-wit discussie: kwalitatief of kwantitatief onderzoek. Voor beiden zijn dan ook vele argumenten aan te dragen en evenvele kritiekpunten zijn verdedigbaar. Hier is het niet de plaats om deze hele discussie te herhalen of zelfs maar samen te vatten.

Wij willen hier slechts aangeven, waarom er niet alleen van enquêtes, maar ook van interviews gebruik is gemaakt. Belangrijk hierbij is dat er in de enquête slechts een beperkt aantal zaken achterhaald kon worden. In de interviews, waarvan de tijdsduur varieerde van ruim een uur tot meer dan vier uur, kon veel dieper worden ingegaan op de achtergronden van de betrokkenen, op hun motieven, en op de kenmerken van hun handel op en rond de ZMB. Kortom er kon veel meer informatie worden verkregen. Dit konden ook gegevens zijn waarop in eerste instantie niet gerekend was. Dit was vaak te danken aan het ontstaan van een zekere vertrouwensband tussen de onderzoekers en de geïnterviewde personen. Zij spraken elkaar namelijk niet alleen tijdens het interview, maar ook op de ZMB, vaak zelfs meerdere keren.

Een andere belangrijke reden voor de aanvulling van het onderzoek met interviews is dat de onderhavige materie een onontgonnen terrein is voor de wetenschap. Weliswaar is er het laatste jaar een toenemende belangstelling voor thema's als de schemerzone, grijs- en zwart werk, "lappendekeneconomie", etc (zie hoofdstuk II), doch van een duidelijk interpretiekader is nog geen sprake. Dat betekent dat iedere mogelijkheid om extra inzicht in de sociale werkelijkheid te verkrijgen benut moet worden.

Keuze van de deelnemers.

De te interviewen personen zijn op de volgende wijze gekozen. De rijen stands op de ZMB langs lopend is steeds aan iedere derde standhouder gevraagd of deze in principe bereid was om aan een interview mee te werken. Ook bij weigeringen is deze methode volgehouden. Op deze wijze is een lijst tot stand gekomen van 64 personen die mee wilden doen aan een interview. Gezien de beperkingen die wij ons moesten opleggen in tijd en kosten kon slechts met 15 à 20 mensen een gesprek gevoerd worden. Dit aantal brengt met zich mee dat van representativiteit geen sprake kan zijn; dit ondanks het a-selecte karakter van de totstandkoming van de groep. Hierboven is aangegeven waarom toch uitgebreid van de verkregen informatie gebruik is gemaakt.

De keuze van de mensen waarmee uiteindelijk gesproken is, is op pragmatische overwegingen tot stand gekomen, namelijk op grond van hun bereikbaarheid. Dit betekende dat de uiteindelijk geïnterviewde personen of in Amsterdam of Haarlem woonden en daar ook geïnterviewd zijn, of bereid waren op de ZMB een gesprek met ons te hebben. De interviews zijn deels door één, deels door twee van ons afgenomen.

Vooraf was een interview schema opgesteld (zie bijlage2). Dit schema diende echter meer als een geheugensteuntje bij de gesprekken dan als een gestructureerde vragenlijst. Zodoende zijn de diverse interviews langs volstrekt verschillende paden verlopen. In alle gesprekken zijn de in het interviewschema vermelde onderwerpen wel aan bod geweest. Of op alle vragen een afdoende antwoord verkregen werd, hing af van de vertrouwensband die tot stand was gekomen en van de bereidheid om bepaalde gegevens te vermelden. De openheid van de geïnterviewden liep uiteen, doch ging veelal verder dan verwacht was, zoals hieronder zal blijken.

IV.2. De enquête-resultaten.

- kenmerken

De standhouders zijn voor wat betreft hun leeftijd in vier groepen ingedeeld, te weten: 11 t/m 25 jaar, 26 t/m 40, 41 t/m 55 en 56 jaar en ouder. De grootste groep werd gevormd door de 26-tot-en-met-40-jarigen, namelijk 133 standhouders, gevolgd door de 41-tot-en-met-55-jarigen met 90 personen. De groep 11 t/m 25 jarigen telde 60, en de groep van 56 jaar en ouder 18 mensen. De percentages zijn in tabel 1 weergegeven.

Tabel 1. Standhouders naar leeftijdsgroep in % (N = 301)

11 t/m 25 jaar	19,9
26 t/m 40 jaar	44,2
41 t/m 55 jaar	29,9
56 jaar en ouder	6,0

Van alle respondenten was 1/3 vrouw, maar in de leeftijdsgroepen 11 t/m 25 en 56 jaar en ouder lag het daarboven ($\pm$ 45%), terwijl het in beide andere leeftijdsgroepen er iets onder lag (30%).

De woonplaats van de respondenten varieerd sterk (van Beverwijk tot Pieterburen, Roermond en zelfs in Engeland).

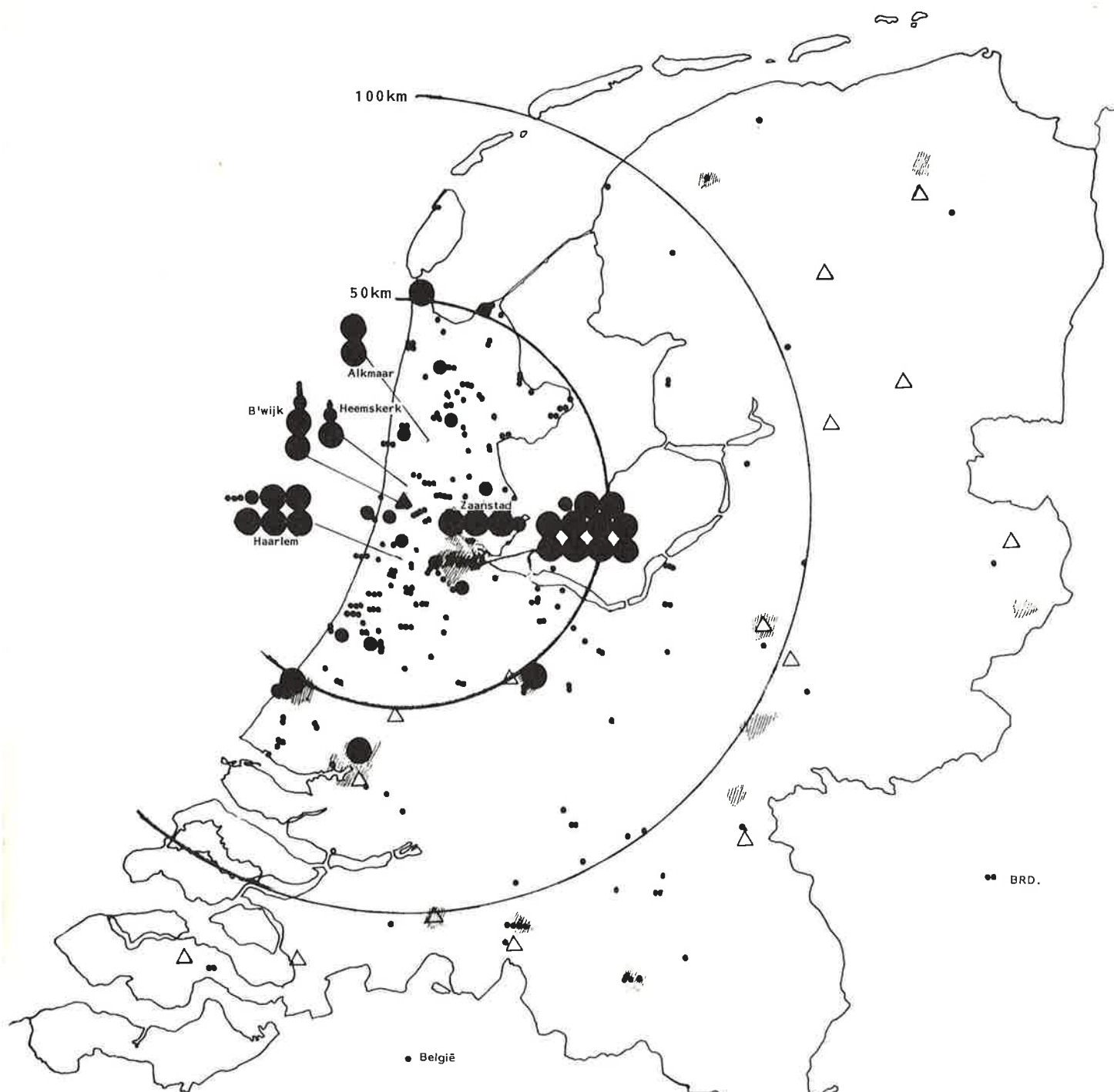
Voor de overzichtelijkheid zijn ook hiervan vier groepen gemaakt. Een meer gedetailleerd overzicht is te vinden op de kaarten. Onderstaande tabel 2 geeft de vier groepen woonplaatsen weer met het percentage van de kooplieden dat er vandaan kwam. In die tabel is tevens opgenomen de regio van herkomst van de marktlieden, zoals op 13 maart 1982 is opgenomen door een marktmeester. Toen was het totaal aantal standhouders 574, die allen hun woonplaats hebben opgegeven.

Tabel 2. Standhouders naar regio van herkomst (percentages)

	Regioplan 10-9-'83 N=300	Marktmeester 13-3-'82 N=574
Beverwijk en omgeving ¹⁾	31	33
Rest Noord Holland	27	22
Amsterdam (incl. Nieuwendam, Diemen & Amstelveen)	21	20
Rest Nederland	21	24

¹⁾ o.a. IJmuiden, Velzen, Zaanstad, Haarlem en Heemskerk.

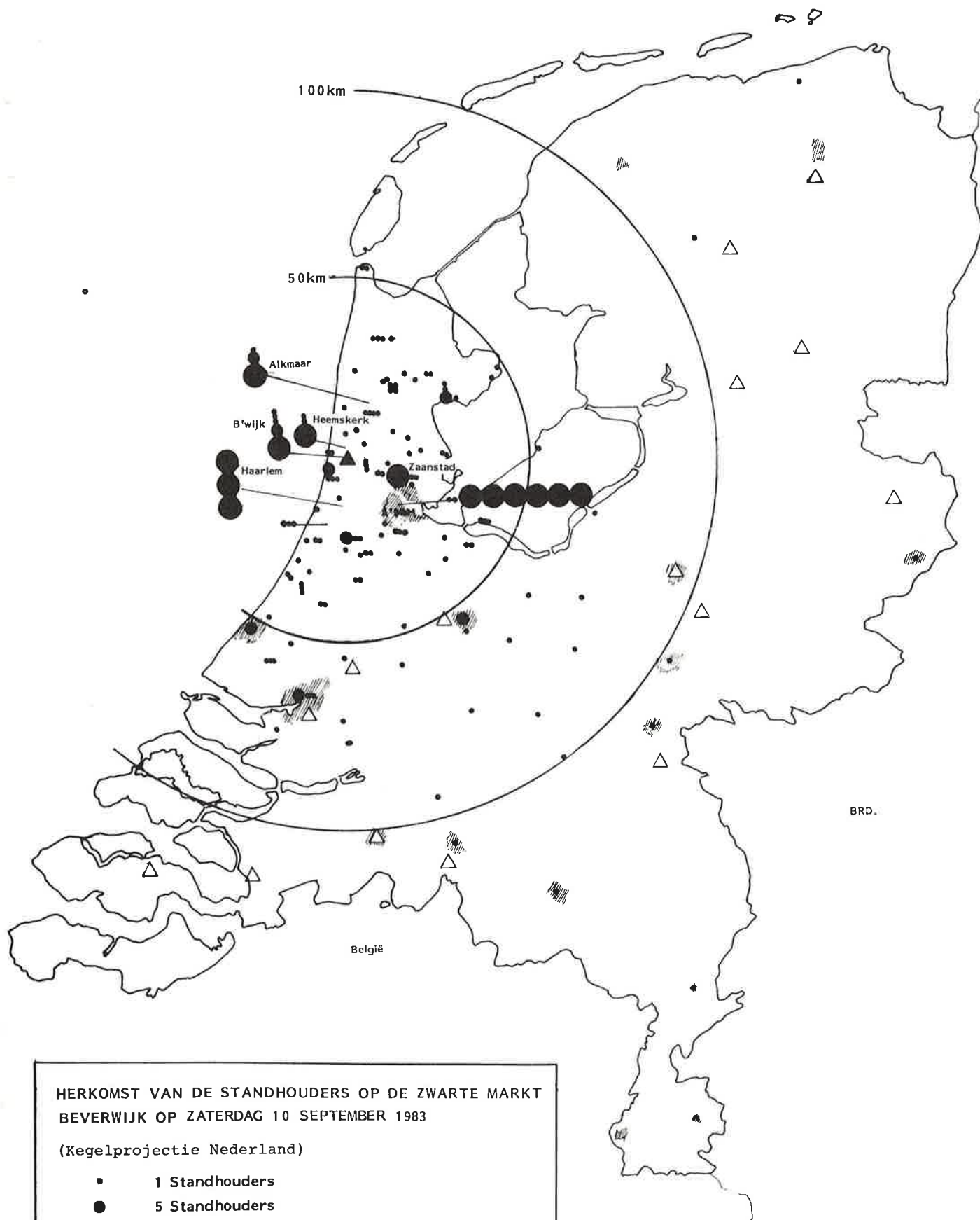
De eerste conclusie die zich opdringt, is dat er een treffende gelijkenis is in het beeld van de regio's van herkomst. Op grond hiervan kunnen voorzichtig twee andere conclusies getrokken worden. Ten eerste dat er waarschijnlijk een vrij vast patroon zit in de herkomst van de ZMB-deelnemers, en ten tweede dat, uitgaande van dit vaste patroon, er een redelijke mate van representativiteit te veronderstellen is voor wat betreft de gegevens verkregen uit de door Regioplan gehouden enquête. Tenslotte valt het relatief grote aantal deelnemers afkomstig van buiten de directe omgeving van Be-



HERKOMST VAN DE STANDHOUDERS OP DE ZWARTE MARKT
BEVERWIJK OP ZATERDAG 13 MAART 1982.

(Kegelprojectie Nederland)

- 1 Standhouders
- 5 Standhouders
- 10 Standhouders
- ▲ Vestigingsplaats Z.M.B.
- △ Vestigingsplaatsen andere zwarte markten
- ▨ Belangrijke stedelijke gebieden



HERKOMST VAN DE STANDHOUDERS OP DE ZWARTE MARKT
BEVERWIJK OP ZATERDAG 10 SEPTEMBER 1983

(Kegelprojectie Nederland)

- 1 Standhouders
- 5 Standhouders
- 10 Standhouders
- ▲ Vestigingsplaats Z.M.B.
- △ Vestigingsplaatsen andere zwarte markten
- ▨ Belangrijke stedelijke gebieden

verwijk op. De ZMB kan derhalve een boven-regionale betekenis toegeschreven worden.

De gevolgtrekking dat er een redelijke mate van continuïteit zit in de groep van ZMB-participanten, vindt ondersteuning in de beantwoording van de vraag naar hoe vaak men op de ZMB staat in combinatie met eigen waarnemingen. Liefst 162 keer (of 54%) werd gezegd dat men iedere zaterdag deelnam, 47 keer (16%) twee of drie keer per maand en 91 keer (30%) minder vaak. Bij die laatste groep zaten nogal wat mensen die er op 10 september 1983 (de dag van de enquête) voor het eerst waren, namelijk 37. Deze uitkomsten werden onderschreven door de marktmeester. Uit door hem verschafte gegevens bleek dat $\pm$ 50% van de stands bezet werd door zogenaamde maandkaarthouders, mensen die voor een hele maand een standplaats huren. Ook dit is een aanwijzing voor de representativiteit van de enquête resultaten. Voor wat betreft het aantal keer dat men op de ZMB stond, bleek er geen invloed uit te gaan van de herkomst van de deelnemers.

De antwoorden op de vraag naar sinds wanneer men op de ZMB stond, werden in vijf categorieën ingedeeld (zie tabel 3).

Tabel 3. Periode van deelname (aantal en percentages)

	aantal	%
sinds een zaterdag in het tijdvak sept. 1980 - aug. 1982	94	45
sinds een zaterdag in het tijdvak sept. 1982 - mei 1983	39	19
sinds een zaterdag in het tijdvak juni 1983 - 3 sept. 1983	39	19
10 september 1983	37	18
geen antwoord	90	

Het feit dat zo'n grote groep op deze vraag geen antwoord gaf, is te wijten aan een onzorgvuldige opname van die vraag in de enquête. Er is echter geen reden om aan te nemen dat deze groep

af zou wijken van de groep die wel een antwoord gaf op deze vraag. Daarom hebben de in de tweede kolom opgenomen percentages ook slechts op die laatste groep betrekking.

Het laatste "kenmerk" van de standhouders waarnaar gevraagd is, was de inkomstenbron die men naast de inkomsten op de ZMB had. De grootste groep was die welke opgaf "bij een baas te werken": 127 of 42%, terwijl 52 (= 17%) als zelfstandige werkzaam zeiden te zijn. Bijna even groot was de groep uitkeringsafhankelijken, nl. 51 personen (= 17%), terwijl 42 mensen (= 14%) te kennen gaven van een verdienende partner afhankelijk te zijn. Tot slot waren er 29 mensen (10%) die op een andere manier hun inkomsten verwierven of geen inkomsten hadden. Tot deze laatste groep behoorde een aantal studenten en middelbare scholieren.

Opvallend is het relatief grote aantal mensen met een vaste werkkring dat zijn/haar zaterdag(en) handelend doorbrengt op de ZMB. Immers alleen al zo'n zaterdag vergt dit minimaal 10 uur. Verklaringen hiervoor komen hieronder aan de orde. Ten tweede valt op te merken dat er relatief veel zelfstandigen op de ZMB staan.

- Motieven

Zoals gezegd, is er in de enquête niet alleen naar de kenmerken van de ZMB-participanten gevraagd, maar eveneens naar hun motivatie voor deelname. Aangezien hierbij twee antwoorden opgegeven konden worden, is het totaal aantal opgegeven motieven hoger dan het aantal ingevulde enquêteformulieren. Er werd 427 keer een motief genoemd door de 301 respondenten. Het meest genoemde motief was dat van "tijdverdrijf/gezelligheid", namelijk door 2/3 van de respondenten of 202. Het motief "om extra geld te verdienen" werd door bijna de helft (48%) van alle respondenten genoemd (144). "Om eigen bedrijf te beginnen" werd 30 keer genoemd (= 10%), "het is mijn beroep" 25 keer (=8%) en "anders" 26 keer (=9%). Bij deze laatste categorie kwamen onder meer voor: "hobby", "omdat het een ver-

slaving is" en "opruimen zolder". Bij deze opsomming dient aangetekend te worden dat er sprake kan zijn van een ondervertegenwoordiging van de 2e, 3e en 4e groep. Reden hiervoor is de angst die er bij menig standhouder aanwezig was voor controlerende instanties van de belastingen, sociale dienst, etc.

- *Motieven per leeftijdsgroep*

In alle bovengenoemde leeftijdsgroepen was "tijdverdrijf/gezelligheid" het meest genoemde motief, zoals blijkt uit tabel 4

Tabel 4. Gezelligheidsmotief per leeftijdsgroep

	aantal	% v/d groep
11 t/m 25 jaar	44	73
26 t/m 40 jaar	87	65
41 t/m 55 jaar	58	64
56 jaar en ouder	13	72

Het op de tweede plaats komende motief was ook voor alle leeftijdsgroepen hetzelfde, namelijk "om extra geld te verdienen" (tabel 5).

Tabel 5. Extra inkomsten-motief per leeftijdsgroep

	aantal	% v/d groep
11 t/m 25 jaar	38	63
26 t/m 40 jaar	56	42
41 t/m 55 jaar	42	47
56 jaar en ouder	8	44

In de jongste groep werden de andere motieven nauwelijks genoemd. Het zogenaamde "starters"-motief ("om een eigen bedrijf te beginnen") werd 4 keer genoemd (= 7% van die leeftijdsgroep), het beroepsmotief 2 keer (= 3%) en andere motieven 5 keer (= 8%).

Het "starters"-motief werd in de leeftijdsgroep 26-40 jaar 19 keer genoemd (= 14%) en in de categorie van 41-55 jaar

7 keer (= 8%). Het zal geen verbazing wekken dat dit motief in de oudste leeftijdsgroep niet genoemd werd. Van alle "starters" viel 2/3 in de leeftijdsklasse van 26-40 jaar.

De reden "het is mijn beroep" werd het meest genoemd in de derde leeftijdsklasse (41-55 jaar), namelijk 12 keer (= 13% van die groep), terwijl het 10 keer (= 8%) in de groep 26 t/m 40-jarigen en één keer (= 6%) in de groep van boven de vijftig genoemd werd. In totaal viel de helft van de "beroepsbeoefenaren in de leeftijdscategorie van 41-55 jaar.

Samenvattend kan gezegd worden dat de "starters" in overgrote meerderheid in de dynamische leeftijdsgroep zaten. Ze komen nauwelijks voor bij de jongeren en in beperkte mate bij de groep van middelbare leeftijd. In die laatste groep zitten juist degenen die al gestart zijn, en als zelfstandige op de ZMB hun brood verdienen. Opvallend is tenslotte dat vooral de jongeren een extra (zak)centje proberen bij te verdienen op de ZMB.

- Relatie woonplaats - motivatie.

Bij het vergelijken van de regio's van herkomst van de respondenten en de door hen opgegeven reden voor deelname aan de ZMB blijken er geen grote verschillen op te treden tussen de groepen uit de verschillende regio's.

Alleen bij de regio "Rest van Nederland" was de categorie "om een eigen bedrijf te beginnen" relatief sterk vertegenwoordigd (beide met 14% tegenover 10% voor de hele groep).

Bij het motief "om extra geld te verdienen" blijkt alleen de groep Amsterdammers enigszins naar boven af te wijken: 51% van hen noemde dit motief. De standhouders uit de "Rest van Nederland" (70%) en de mensen uit de "Rest van Noord-Holland" (68%).

De enige zeer voorzichtige conclusie die men zou kunnen trekken is dat de hardere (economische) motieven iets belangrijker

zijn voor hen die verder van de ZMB af wonen dan voor hen die in de directe omgeving wonen.

- Relatie motieven - aantal keer van deelname.

Bij de relatie tussen de opgegeven motieven en het aantal keer dat men op de ZMB blijkt dat degenen die om economische redenen op de ZMB staan er het meest frequent staan. Van hen die er stonden "om een eigen bedrijf te beginnen" stond 84% er iedere zaterdag. Dit percentage lag voor de beroepsbeoefenaren zelfs op 92%. Duidelijk lager lag het aantal mensen dat iedere zaterdag op de ZMB staat bij de groepen die als motief opgaven "gezelligheid/tijdverdrijf" en "om extra geld te verdienen", namelijk op 57% en 55%. De groep die andere motieven opgaf nam het minst vaak deel: 32% iedere zaterdag, maar meer dan de helft (54%) minder dan twee keer per maand. Schokkend is dit niet, daar men niet bezig kan blijven met het opruimen van de zolder.

Opvallend is dat de categorie "twee of drie keer per maand" de minst genoemde is (16%). Dit zou kunnen betekenen dat men of iedere zaterdag deelneemt aan de ZMB óf veel meer op incidentele basis. Verder is er een aanwijzing dat hoe commerciëler de activiteiten zijn waar men zich mee bezig houdt, des te frequenter men participeert.

- Relatie motieven - verdiensten.

Van de 127 mensen die bij een baas zeiden te werken, noemden 96 (=76 %) "tijdsverdrijf/gezelligheid" als motief en 62 (= 49%) "om extra geld te verdienen". Dit tweede motief werd alleen in de groep die van een uitkering afhankelijk was, relatief vaker genoemd, namelijk door 27 van de 51 respondenten (= 53%). Even vaak werd in deze groep standhouders "tijdverdrijf/gezelligheid" als motief genoemd. Ook in de groep respondenten wier partner verdiende, werd het gezelligheidsmotief het meest genoemd, namelijk 31 keer door de 42 mensen die tot deze categorie behoorden (= 74%). In deze groep

werd het "om extra geld te verdienen" door 17 mensen (= 40%) als reden voor deelname aan de ZMB genoemd.

Alleen in de groep zelfstandigen werd "tijdverdrijf/gezelligheid" door een minderheid genoemd, namelijk door 21 van de 52 personen (= 40%). Dit is even vaak als het motief "het is mijn beroep" (19 keer = 37%). In deze groep werden de extra verdiensten het minst vaak genoemd als motief, namelijk 16 keer (=31%). Relatief vaak werd wel het "starters" motief genoemd, namelijk 8 maal of 15% van de zelfstandigen. Dit komt neer op 27% van alle starters.

Absoluut gezien was het grootste aantal "starters" afkomstig uit de groep "werknemers", namelijk 12 of 40% van de "starters". Dit was echter slechts 9% van degenen die bij een baas zeiden te werken. Verder zei van de uitkeringsafhankelijken ook nog eens 16% aan de ZMB deel te nemen om een eigen bedrijf te beginnen.

Algemene conclusie kan zijn dat de ZMB voor al haar participanten twee hoofdfuncties heeft, namelijk van tijdverdrijf/gezelligheid, en als extra inkomstenbron. Vanwege het*Zwarte Markt gebeuren zal dit tweede motief in werkelijkheid waarschijnlijk vaker voorkomen. Ook het enorme aantal mensen dat iedere zaterdag zei te komen, wijst in die richting. Immers, je kunt wel voor de gezelligheid komen, maar als het je iedere zaterdag opnieuw geld kost, dan houd je er toch na verloop van tijd mee op. Ook de via interviews verkregen informatie wijst in die richting (zie hieronder). Ondanks dat moet ook vastgesteld worden dat de gezelligheid en de sociale contacten voor velen erg belangrijk zijn. Dit geldt zowel voor hen met een baan die wel eens met andere mensen in contact willen komen, als voor hen zonder betaald werk (uitkeringstrekkers, mensen met een verdienende partner), voor wie de ZMB veelal één van de weinige mogelijkheden biedt om in contact met mensen te komen (zie ook hieronder).

* grijze karakter van de

Als voortbrenger van nieuwe bedrijven lijkt de betekenis van de Zwarte Markt beperkt, ofschoon een moment-opname geen volledig beeld geeft, en het mogelijk is dat de "starters" relatief oververtegenwoordigd waren in de non-responsgroep. Wanneer men kijkt naar de periode van participatie van de "starters" valt deze in tweeën uiteen, namelijk langdurige en korte deelname. De groep die er tussenin valt, zou best al eens gestart kunnen zijn. Dit na te gaan op grond van de enquêteresultaten is onmogelijk en vergt nader onderzoek.

IV.3. De geïnterviewden.

In de periode van september tot november werd een zestiental gesprekken gevoerd met standhouders van de Zwarte Markt. In een aantal gevallen betrof het een gesprek met meer deelnemers aan de markt. Het ging in deze gevallen meestal om man en vrouw. Het daadwerkelijk aantal geïnterviewden ligt hierdoor hoger. Nadien is met enkelen van hen op de markt hernieuwd contact geweest. Naast deze contacten hebben we met tal van andere kooplui informele gesprekken gevoerd tijdens de marktdagen. De daarin opgedane ervaringen en indrukken hebben eveneens hun neerslag gevonden in de onderstaande interviewverwerking.

De deelnemers aan de gesprekken varieerden in leeftijd van 23 tot 58 jaar, de meerderheid was ouder dan 35. De achtergrond van deze personen vertoonde een grote verscheidenheid. In inkomensklasse varieerde het van de "echte minima" tot twee keer modaal, in opleidingsniveau van afgebroken lager onderwijs tot jurist. Het aantal werkenden en als niet werkend geregistreerden hield elkaar redelijk in evenwicht, namelijk resp. 8 en 6, terwijl een klein aantal afhankelijk was van de partner of ongeregelde inkomsten had. Even groot was bijna de verscheidenheid van de handelswaar waarmee men aan de ZMB deelnam: van boeken, postzegels en meubels tot instrumenten voor gespecialiseerde beroepsgroepen. Evenzo

handelde een deel "zwart" en een deel geheel volgens de regels. Onder alle geïnterviewden bevonden zich zes vrouwen, echter slechts één daarvan stond los van haar partner met eigen handelswaar op de ZMB. Het merendeel van de groep met wie een gesprek gevoerd is, stond regelmatig op de markt; in één gesprek slechts ging het om twee zogenaamde "zolder-opruimers"

- *motieven*

Net als in de enquête nam de vraag waarom aan de ZMB werd deelgenomen ook in de gesprekken een belangrijke plaats in. Uit alle gesprekken kwam naar voren dat het sociale aspect een belangrijke rol speelde. In tegenstelling tot wat vaak beweerd wordt, was dat element voor de uitkeringsafhankelijken duidelijk belangrijker dan voor hen die een baan hadden. Welliswaar was het feit dat op de Zwarte Markt ook geld verdiend werd een noodzakelijke voorwaarde voor de uitkeringsafhankelijken, maar zeker geen voldoende. Gezien hun veelal benarde situatie konden zij zich niet veroorloven geld toe te leggen op hun ZMB-participatie. In alle gesprekken met deze mensen werd echter de stellige indruk verkregen dat het voldoende was om quitte te draaien (d.w.z. de kosten eruit te halen) of een zeer kleine zakcent aan over te houden. Hieronder wordt nog nader op de financiële kant van de zaak ingegaan.

Het sociale aspect was echter van overheersend belang. Allen gaven op een of andere manier te kennen dat de ZMB voor hen betekende dat ze uit hun sociale isolement konden treden en weer iets zinnings in het leven te doen kregen. Een aantal sprak in dit verband zelfs van een "therapie". Extreem voorbeeld maar daarom misschien juist zo tekenend was een 40-jarige man die al 11 jaar in de W.A.O. zat. Deze man vertelde

"Je bent een ouwe zak op je veertigste"

dat hij in de periode dat hij in de W.A.O. zat steeds meer

was gaan drinken, tot op het laatst een krat pils per dag! Vanaf het moment dat hij aan de ZMB deelneemt heeft hij radicaal kunnen stoppen met deze gewoonte. Nu koopt hij af en toe eens een flesje cognac van de opbrengst op de Zwarte Markt. De werkzaamheden op de ZMB en de voorbereidingen daarvan (inkoop of anderszins vergaren van de handel) zorgde ervoor dat weer enige structuur in het leven gebracht werd, dat men wat te doen had. Daarnaast betekende het ook in het contact met familie, kennissen etc., dat men niet langer hoefde te zeggen dat men niets deed; men had een verhaal. Hierbij waren zaken als het eigen initiatief, het zelf baas zijn en de eigen invulling die men aan zijn bezigheden kon geven belangrijk. Dit des te meer omdat het uitzicht op een baan zeer beperkt was.

"U komt nooit, nooit meer aan de slag,
zeiden ze tegen me"

Een aantal van deze personen gaf te kennen "geen mens te zijn om niets te doen".

Ook de sociale contacten die men op de ZMB opdeed werden door alle gesprekspartners genoemd als een positieve factor. Dit gold voor zowel de uitkeringsafhankelijken als voor degenen die een baan hadden. Enige malen werden situaties op het werk als motief aangevoerd voor de participatie aan het Zwarte Markt-gebeuren: geen of te weinig sociale contacten, eentonig werk, nieuwe baas met nieuwe regels, etc.

"Als ik hier bezig ben, dan leef ik. Dat kan ik van mijn werk niet zeggen".

Zoals hierboven reeds gezegd is waren ook de verdiensten voor de geïnterviewden van belang. Het verschil zit in het feit dat het voor de verdieners een voldoende en voor de uitkeringsafhankelijken een noodzakelijke voorwaarde leek te zijn. Bij

de laatste groep werd vaker dan bij de eerste gezegd dat men naar de ZMB zou blijven gaan, ook indien men er niets aan overhield. Een aantal keer werd gezegd dat de betekenis van verdiensten steeds groter werd door alle kortingen op de uitkeringen. Tot nu toe werd het verdiende geld vooral aan extraatjes uitgegeven, maar de verwachting was dat het steeds meer aan het huishoudbudget besteed zou moeten worden.

"Als ik dat niet had was het armoe, de ZMB maakt het voor ons leuk".

Voor de mensen met een baan was dit laatste niet het geval. Deze besteedden het op de ZMB verdiende geld alleen maar aan zaken die ze anders niet zouden kunnen kopen of doen. Zo werden onder meer genoemd het iedere zondagavond uit eten gaan en het kopen van dure kleren voor de kinderen. Dit mag echter niet als onbelangrijk worden afgedaan. Eén van de geïnterviewden sprak over zijn activiteiten op de zwarte markt als "een tweede leven", wat de betekenis ervan ondubbelzinnig duidelijk maakt.

Naast deze twee hoofdmotieven, die ook al uit de enquêtes naar voren kwamen, was er nog een tweetal andere motieven, die naar voren kwamen. Een keer was dit het opruimen van een zolder. Hoewel dit op zich geen structurele bezigheid is moet ook hiervan de betekenis niet onderschat worden. De ervaring was in dit geval zo positief -zowel financieel als de belevenis- dat de betrokkenen zeiden zeker opnieuw naar de Zwarte Markt te zullen gaan, indien ze weer spulletjes hadden waar ze vanaf wilden. Het enthousiasme zal eveneens een stimulerende werking op de omgeving hebben en de ten verkoop aangeboden spullen worden opnieuw in de gebruikssfeer gebracht.

Het laatste motief dat in de interviews naar voren kwam was het "starters"-motief. In één geval was dit ook echt de voornaamste bedoeling geweest, terwijl het in de andere ge-

vallen meer op de achtergrond meespeelde. In die gevallen betrof het het opdoen van ervaring, het kijken of er iets in het handeltje zou zitten, etc.

De wens tot formalisering van de handel leefde echter maar bij een enkeling. Zo deze bestond werd daarbij steeds weer gezegd dat dat wel heel moeilijk zou zijn, omdat de belasting "je zo weet te vinden". Vaak kwam dit voort uit een beperkte

"Zwart handelen is in deze tijd een vorm van startsubsidie".

kennis van de mogelijkheden die er bestaan voor het beginnen van eigen bedrijfjes en het verkrijgen van premies, subsidies, etc. Zelfs degene die de Zwarte Markt ook echt als startplaats gekozen had en met zijn bedrijfje nu succesvol is, gaf ook te kennen dat het klimaat voor het starten van kleine bedrijfjes slecht is.

In bredere zin kan gesteld worden dat elk van de deelnemers aan de ZMB als "starter" kan worden beschouwd (exclusief de beroepshandel). De ontwikkelde activiteiten werden serieus genomen -men is trots op zijn/haar handel en die van anderen- en ze gingen gepaard met vaste opvattingen over handel bedrijven. Daarnaast was het voor de meesten het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden en nieuwe vormen van tijdsbesteding. Hierboven werd reeds gezegd dat de verdiensten één van de motieven vormden voor de deelname aan de Zwarte Markt. Op het meer kwantitatieve aspect van de financiën zal nu nader ingegaan worden.

verdiensten

Ten aanzien van de verdiensten op de ZMB kunnen de volgende algemene opmerkingen gemaakt worden.

Er bestaan grote verschillen tussen de opgegeven maximale en minimale omzet- en winstcijfers. Zo bedroeg de laagst opgegeven winst f 100,- per maand, terwijl als hoogste winst

f 3500,- per maand werd genoemd. De omzetcijfers vertoonden een overeenkomstig beeld; ze liepen uiteenvan f 500,- tot f 5000,- maandelijks. Uit de aan ons verstrekte gegevens kan een gemiddelde omzet en winst per maand van resp. f 2600,- en f 1200,- berekend worden. Aan deze cijfers moet een beperkte waarde gehecht worden. Hiervoor zijn twee belangrijke redenen: ten eerste rechtvaardigt het geringe aantal geïnterviewden geen algemene uitspraken. Ten tweede geven de grote verschillen tussen de opgegeven bedragen ook geen indicatie in de richting van een gemiddelde omzet of winst. Het hanteren van andere statistische methoden is gezien de beperkte aantal interviews zinloos.

Overige factoren die algemene uitspraken omtrent inkomsten op de ZMB bemoeilijkt zijn het sterk uiteenlopende karakter van de aangeboden handelswaar en de verschillende verkoopstechnieken.

De totale omzet op de ZMB is dan ook moeilijk te bepalen. Een zeer voorzichtige schatting komt uit op een bedrag van rond de 1,5 miljoen per jaar. (Dit is exclusief de omzet van het bedrijf de ZMB BV.)

De individuele handelaar lijkt in sommige gevallen een vrij redelijk extra inkomen aan de ZMB over te houden. Wanneer dit echter wordt afgezet tegen de inspanning die hiervoor geleverd moet worden, blijkt veelal van een relatief laag inkomen per uur sprake te zijn. Werkweken van 40 uur om op zaterdag f 80,- te verdienen, doen ook weer vermoeden dat voor velen het financiële aspect niet het belangrijkste is. De administratie van de verdiensten gaf een dergelijk beeld te zien. Slechts in enkele gevallen werd er een georganiseerde boekhouding bijgehouden. In de gevallen dat wel van boekhouding sprake was, gebeurde dit vaak op ettelijke losse velletjes, kleine notitieboekjes en dergelijke. Hoewel dit een uiterst amateuristische indruk gaf waren de betrokkenen ervan overtuigd serieus bezig te zijn.

Lage verdiensten waren in een aantal gevallen ook terug te voeren op een gebrekkige kennis van de handelswaar. Zo verkocht

een van de geïnterviewden glazen onderzettertjes voor 1 gulden per stuk op de ZMB, terwijl deze in de Amsterdamse Spiegelstraat voor het veertigvoudige te koop waren.

De verdiensten werden veelal geherinvesteerd in ZMB-activiteiten. Met name bij ^{*}die in het bezit waren van een vaste baan, was dit het geval. Volgens eigen zeggen maakte de zekerheid van een vast inkomen die deze baan gaf dat mogelijk. Een groot deel van de verdiensten bleef verborgen voor de fiscus, dan wel de betrokken uitkeringsinstanties. Wanneer wel verdiensten aan de belastingen werden doorgegeven, was vaak sprake van een extreem lage opgave of van verschillende vormen van belastingontwijking door het opvoeren van veel aftrekposten.

"Je kunt een gulden in de collectepot doen of een dubbeltje, er zijn altijd wel mazen te vinden".

Ten aanzien van de verdiensten kan nog worden opgemerkt dat de kooplieden over het algemeen een goed inzicht hadden in de perioden van goede handel. Over een maand genomen werd de eerste zaterdag als goed ervaren. De mensen kochten dan duidelijk veel meer. De laatste zaterdag van de maand werd de Zwarte Markt voor een groot deel bezocht door zogenaamde KVP-ers ("Knijpen, Voelen, Pleite"). Op de zaterdagen zelf varieerde na een top tussen 7 en 9 uur 's morgens, de beste verkooptijd voor de verschillende kooplieden.

Tegenover de verdiensten staan de investeringen. De grootste investering is vooral die in tijd. Over het algemeen zijn de geldelijke investeringen relatief laag. Vaak wordt handelswaar verkregen via vrienden, kennissen en familie. Ook is een deel van de spullen die op de ZMB worden aangeboden afkomstig uit de vuilnisbak of van het grote huisvuil. Urenlange opknappbeurten zorgen ervoor dat deze zaken op de markt weer verkoopbaar zijn. De aanschaf van gereedschap voor dergelijke

bewerkingen beperkte zich veelal tot lichte handwerktuigen. Een aantal maal was door de geïnterviewden een aparte schuur of autobox in gebruik genomen voor opslag of bewerking van de handelswaar.

In een enkel geval was er sprake van hoge investeringen. Het ging dan om auto's of speciale aanhangwagentjes, bestemd voor aan- en afvoer van de handel of om investeringen om de handel uit te breiden tot buiten de ZMB. Begrijpelijk echter, gezien het karakter van de ZMB, was de bereidheid tot grote investeringen bij de meeste geïnterviewden slechts in beperkte mate aanwezig.

- organisatie

Om meer zicht te krijgen op de wijze waarop aan de Zwarte Markt activiteiten van de standhouders vorm gegeven is, zal hieronder aandacht besteed worden aan enige aspecten betreffende de organisatie.

In de regel blijken de verschillende handelsactiviteiten ondernomen te worden door een persoon. Soms worden zij daarin ondersteund door echtgen(o)ot(e) of een ander familielid. Slechts een keer kwam het voor dat een hulp tegen betaling was aangetrokken. Eén van de geïnterviewden had zijn bedrijf ondergebracht in een coöperatieve vereniging, die haar activiteiten ook buiten het Beverwijkse ontplooid. Hier is in feite sprake van een gestart bedrijf met een indrukwekkende bedrijfsorganisatie.

Onkosten werden door alle participanten bestreden uit de opbrengsten van hun handeltje. Menige onkostenpost werd echter niet meegerekend in het vaststellen van omzet en/of winst. Voorbeeld hiervan is onder andere een mede ten bate van de ZMB-activiteiten aangeschafte grotere auto (stationcar i.p.v. personenauto). Een aantal participanten wist deze uitgave echter zeer laag te houden door afgedankte spullen opnieuw te gebruiken. Enige voorbeelden: oud serviesgoed om te beschilderen, oude schilderijlijsten om te restaureren en om voor eigen werk te gebruiken, tweede keus materialen toch te verwerken.

Ook de tamelijk specifieke en bijna niet te vermijden opslagkosten wisten de meeste participanten zeer beperkt te houden.

Standhouders in de Blauwe Boet kennen de bijzondere situatie dat ze tegen f 25,- extra hun koopwaar in de box waarin ze verkopen kunnen achterlaten. De meeste andere ZMB-participanten hadden, indien nodig natuurlijk, hun producten thuis opgeslagen. Slechts een enkeling huurde een loods of autobox. Meestal ging het dan om volumineuse of meer kostbare goederen, bijvoorbeeld meubels. In een aantal gevallen fungeerde ook de huiskamer als opslagruimte, niet altijd tot volle tevredenheid van alle gezinsleden.

Over de inkoop kan gezegd worden dat de toeleveringskanalen en verwervingsvormen voor benodigde materialen en goederen zeer uiteenlopend zijn. Een en ander is terug te brengen tot de ruilrelaties geld-geld, goed-goed, dienst-geld en dienst-goed. Deelnemers aan deze ruilvormen bewegen zich dienovereenkomstig tussen formeel en informeel. Winkels, groothandels en grossiers, veilingen, markten, particulieren, faillissementen, eigen inboedel en afval zijn als voorbeelden te noemen.

Eigenlijk kan gesteld worden dat de producten of grondstoffen en half-fabricaten voor producten die op de zwarte markt verhandeld worden overal vandaan komen, zonder dat daarmee direct duidelijk is of ze aan het formele of informele circuit onttrokken worden. Wel is zeker dat dikwijls materialen (opnieuw) gebruikt worden die door de reguliere economie afgeschreven waren.

Bij de inkoop bedient men zich van vele verschillende toeleveringsbronnen, de verkoop daarentegen moet zich van een beperkt aantal afzetkanalen bedienen. Afnemers zijn de bezoekers van de ZMB, andere standhouders, bezoekers van braderieën waarop een aantal kooplieden 's zomers ook staat en particulieren die een bepaalde koopman ook buiten de markt weten

te vinden. In één geval werd geleverd aan een grootwinkelbedrijf.

Het onofficiële handelscircuit fungeert dus zowel als "reserve-afzetkanaal" voor de reguliere economie, als ook als "toeleveringssector". Er is sprake van een wisselwerking.

Opgemerkt moet worden dat de Zwarte Markt handelaar er doorgaans een zeer klantgerichte verkooptechniek op nahoudt. Enerzijds komt dit gedrag voort uit de wetenschap dat alleen op deze manier een bevredigende omzet gehaald kan worden, anderzijds uit de eigen behoefte aan gezelligheid en sociaal contact. In veel gesprekken werd ons duidelijk gemaakt hoeveel plezier men beleefde aan het handel drijven.

De prijszetting bij verkoop is een moeilijk punt. Door een relatief grote groep wordt de prijs van het product op dezelfde manier bepaald als in de reguliere economie: inkoopkosten + bedrijfskosten + afschrijving + winst. Anderen baseren hun prijs alleen op de inkoopkosten. Dat daarbij niet altijd beschikt wordt over juiste kennis van de werkelijke waarde zal duidelijk zijn. Weer anderen laten meer ethische motieven overwegen of beoordelen de klant eerst op draagkracht. De prijszetting is meestal ook niet absoluut; binnen

"Als ik echt zie, je hebt het niet, geef ik het rustig zo".

zekere grenzen valt eraan te tornen.

"Bij een boek van f 100,- valt over een tientje te praten. Biedt men echter voor een dergelijk werkje f 25,-, dan vertrouw ik hen toe dat ze een klap van een geeltje kunnen krijgen".

Hoe de prijs daadwerkelijk tot stand komt is dus niet zonder meer duidelijk. In elk geval hangt de prijszetting ook samen met de organisatievorm die de marktkooplui met elkaar overeen

gekomen zijn. Op de ZMB gelden niet de wetten en afspraken van de reguliere economie, daarom moeten daar eigen "wetten" en regels voor in de plaats komen. Dat betreft onder andere:

concurrentie: - als één iemand een bepaald product voert is het niet de bedoeling dat iemand anders dat erbij gaat pakken (wel kan het het produkt gaan voeren ten voordele van beiden)

- dit betekent niet dat er geen sprake is van concurrentie. Het is echter moeilijk vast te stellen of prijzen het resultaat zijn van volkomen concurrentie, van afspraken of van afkijken wat anderen "ervoor" vragen.

orde: - kooplieden letten bij tijdelijke afwezigheid op elkaars kraam en voeren zelfs handel voor elkaar.

- men let voor elkaar op stelende bezoekers.

- stelende kooplieden worden van de markt verwijderd.

onderling gemaakte afspraken met betrekking tot prijszetting worden gehouden vanuit een eergevoel.

dienstverlening:

- kooplieden helpen elkaar bij het maken en repareren van producten.

scholing:

- diploma's en dergelijke zijn niet vereist. in tegendeel, het wordt gewaardeerd wanneer men als "groentje" met een handeltje begint. men wisselt doorgaans veel "weetjes" en kennis over produkt, prijs en verkoopmogelijkheden uit. het leerproces bestaat dus uit het in de praktijk kijken, luisteren, proberen, etc.

Dat op de ZMB niet de regels gehanteerd worden die daarbuiten wel aanvaard worden, komt niet in de laatste plaats voort uit de onvrede met die maatschappelijke organisatie. Bureaucratie, belastingsysteem, winstbejag, concurrentie en politiek (in willekeurige volgorde) roepen vaak onbegrip en zelfs daadwerkelijk verzet op bij degenen die nu gezamenlijk de Zwarte Markt vormen. Deze indruk heeft zich tijdens de vele gesprekken die gevoerd zijn aan ons opgedrongen.



HOOFDSTUK V. DE POLITIEK EN HET BEDRIJFSLEVEN

V.1. De gemeente Beverwijk

Na een aanvankelijk enigszins terughoudende opstelling, heeft de gemeente Beverwijk zich op het standpunt gesteld dat er geen bezwaar bestaat tegen de Zwarte Markt op haar grondgebied, mits alle wettelijke voorschriften die op de verschillende activiteiten van toepassing zijn worden nageleefd. Deze stellingname van de gemeente is consequent doorgevoerd in het beleid. Dit leidde er onder meer toe dat de gemeente weigerde in te gaan op een verzoek van de Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel de ZMB te sluiten en dit standpunt ook bij de Raad van State afd. Rechtspraak verdedigde.

Het afgelopen jaar is van de zijde van de gemeente zelfs meer dan een neutrale houding waar te nemen. Binnen de gemeenteraad, bestaande uit 8 vertegenwoordigers van het CDA, 6 van PvdA, 5 van VVD, 4 "klein links", 1 D"66 en één lid voor Gemeente Belang, is een overgrote meerderheid te vinden voor openstelling van de ZMB op zondag indien hiervoor wettelijk mogelijkheden zouden bestaan. Om deze wens kracht bij te zetten, wendde de Raad zich in maart 1983 tot de vaste commissie voor economische zaken der Tweede Kamer. De slotpassage van deze brief, waarin de ZMB een geslaagd initiatief werd genoemd, luidde als volgt:

"Wij dringen er dan ook bij U op aan vanuit Uw commissie het initiatief te nemen een manifestatie als de Zwarte Markt op zondagen mogelijk te maken. Gegeven het feit, dat wijziging van de Winkelsluitingswet 1976 een lange en gecompliceerde weg is om tot dit doel te geraken, komt het ons voor dat Uw actie allereerst gericht zou moeten zijn op verandering van de ontheffingsmogelijkheden".

Van de vaste commissie is sindsdien niets meer vernomen,

hoewel men in Beverwijk informeel wel te horen heeft gekregen dat de kwestie van de zondagsopenstelling "heel gevoelig" ligt in de Tweede Kamer (zie ook V.2.).

De positieve opstelling van de gemeente t.o.v. de Zwarte Markt is te verklaren uit enerzijds het feit dat de gemeente weinig klachten bereiken omtrent dit gebeuren en anderzijds er wel degelijk sprake is van positieve aspecten voor Beverwijk.

Een succesvolle Zwarte Markt op haar grondgebied betekent ook een promotie van de gemeente en een groot deel van de bezoekers van de ZMB bezoekt ook de binnenstad van Beverwijk, of zoals een woordvoerder van de gemeente het stelde:

"Als het regent op de Parallelweg (ZMB) druppelt het op de Breestraat".

V.2. De landelijke politiek

Het fenomeen ZMB op zichzelf speelt in de landelijke politiek geen enkele rol van betekenis. Gevraagd naar hun standpunt over het Beverwijkse verschijnsel, verwijzen de grote politieke partijen naar de Winkelsluitingswet. In het kader van de deregulering zal de regering met een wijziging van die wet komen. Daarover lopen de meningen uiteen. De fractie van de VVD lijkt het verst te willen gaan in het wegnemen van de beperkingen op dit gebied en ook de PvdA lijkt vooralsnog weinig problemen te hebben met een zekere versoepeling van de Winkelsluitingswet. Beide partijen stellen wel als voorwaarde dat de kleinere middenstand niet het slachtoffer mag worden en de PvdA heeft als extra voorwaarde dat het niet mag leiden tot een extra belasting van werknemers in de detailhandel en het grootwinkelbedrijf.

Meer problemen lijkt het CDA met een nieuwe regeling te hebben. Ten aanzien van een versoepeling legt deze partij de nadruk op de verplichte sluiting op de zondag. Zij is voorlopig slechts bereid tot een ontheffing voor vier zondagen

in plaats van de huidige twee.

In schril contrast hiermee staan de onlangs naar buiten gekomen opvattingen van staatssecretaris Van Zeil (CDA, economische zaken). Hij is bereid de gemeenten de bevoegdheid te geven tot het verlenen van vrijstelling van de wettelijke openingstijden met name voor toeristische doeleinden. In het seizoen tussen 1 april en 10 oktober kan voor ten hoogste 20 uur per week ontheffing van de verboden worden verleend, volgens Van Zeil zijn plannen. Buiten dat seizoen geldt een maximum van 15 uur.

Op grond hiervan lijkt de mogelijkheid tot openstelling van de ZMB op zondag zeer reëel. Aan tonen dat de ZMB een toeristische functie heeft is daartoe voldoende. Dat lijkt geen onmogelijke opgave.

V.3. De Beverwijkse Ondernemers Centrale

De Beverwijkse Ondernemers Centrale (BOC) is een standsorganisatie en vertegenwoordigt als zodanig diverse delen van het bedrijfsleven, van middenstand tot industrie. Samen met de Ondernemers Centrales uit Velsen (VOC) en Heemskerk (HOC) diende de BOC bij de start van de ZMB een bezwaarschrift in. Dit bezwaar werd door B&W van Beverwijk aangehouden tot de evaluatie van de eerste zes weken ZMB-gebeuren (zie hoofdstuk III). De centrales hebben hun bezwaar daarna niet meer herhaald, ook niet nadat de Officier van Justitie hen had geattendeerd op de mogelijkheid van een kort geding tegen de organisator van de ZMB.

Vanaf dat moment hebben BOC, HOC en VOC een terughoudende, neutrale opstelling ten opzichte van de ZMB ingenomen. Bekend is bij de BOC wel dat op de ZMB reguliere handelswaar wordt aangeboden. Ten aanzien van een eventuele zondagsopenstelling stelt de BOC zich positief op, mits aan de volgende

voorwaarden voldaan wordt:

- het recreatieve aspect moet voorop staan,
- de wettelijke beperkingen moeten in acht genomen worden.

Gevraagd naar de houding van de BOC ten aanzien van een opening van de ZMB als toeristische attractie werd gezegd dat dit niet op protesten van die kant zou stuiten.

V.4. De Meubelboulevard

Op de rand van industrieterrein "De Pijp" bevindt zich een concentratie van grote meubelbedrijven, de zogenaamde meubelboulevard. De meubelboulevard is niet direct vertegenwoordigd in de BOC, maar heeft een eigen promotievereniging.

Namens deze vereniging stelde de heer Reymers dat de promotievereniging geen uitgesproken standpunt heeft ten aanzien van de ZMB. De meubelboulevard heeft last noch voordeel van dit gebeuren, dat volgens de heer Reymers voor een geheel andere doelgroep bestemd is.

Een eventuele openstelling op zondag van de ZMB zou de meubelboulevard niet ongelegen komen, aangezien ook de meubelbedrijven graag op zondag geopend willen zijn. Volgens de heer Reymers zouden ook de meubelwinkels "een stuk recreatie" brengen en als zodanig op zondag geopend kunnen zijn. Pogingen van één van de grote meubelbedrijven om op de ZMB restpartijen te verkopen zijn op niets uitgelopen.

Gezamenlijk adverteren met de ZMB leek de heer Reymers niet zinvol; zowel het product als de doelgroep verschillen te veel.



HOOFDSTUK VI. ALGEMENE CONCLUSIES

1. Uit het onderzoek komt naar voren dat de ZMB een uiterst belangrijke functie vervult voor de participanten van de markt. Hoewel de motieven moeilijk te scheiden zijn, lijkt de opvatting gerechtvaardigd dat het inkomensaspect voor de deelnemers niet belangrijker is dan de functie van de ZMB als mogelijkheid sociale contacten op te doen.
2. De op de ZMB verkregen inkomsten staan over het algemeen in geen verhouding tot de daarvoor geleverde prestatie in de vorm van arbeidstijd. Uit bedrijfseconomisch oogpunt zou derhalve een meerderheid van de handeltjes onrendabel zijn.
3. Door velen op de ZMB werden de zelfstandigheid en het handel drijven als positief ervaren; het eigen baas zijn, een positie die voor velen in het officiële arbeidsbestel niet is weggelegd, was daarbij van belang.
4. Arbeid op de ZMB geeft meer tevredenheid, extra inkomsten en dient als "veiligheidsventiel" voor spanningen die zich bij de betrokkenen zouden kunnen voordoen als gevolg van onvrede met hun situatie.
5. Afgezien van een enkel geval lijkt er voor de fiscus geen reden te zijn om de ZMB te bezoeken. Niet alleen in het licht van kosten en haten lijkt dit zinloos, maar vooral uit een oogpunt van sociale rechtvaardigheid is dit ongewenst (vanwege de eerder genoemde sociale functie voor de participanten).
6. De groei van activiteiten op de ZMB is niet alleen een gevolg van een toenemende werkloosheid. Ook andere arbeidsmarktaspecten spelen een belangrijke rol, zoals ontevredenheid over de werksituatie.

7. Activiteiten op de ZMB maken deel uit van een ontwikkeling die niet tijdelijk is, doch structureel-maatschappelijke achtergronden heeft.
8. Gezien de verwachte toekomstige ontwikkeling, waarin de samenleving geconfronteerd wordt met een waarschijnlijk niet afnemend aantal werklozen, kan van de ZMB gezegd worden dat zij een omgeving vormt, waar pogingen tot een nieuwe zinvolle invulling van beschikbare "vrije" tijd te komen, plaats vinden.
Concreet biedt de ZMB een groot aantal mensen de mogelijkheid om voor het eerst "ondernemer" te zijn. In die zin kan de ZMB gezien worden als een maatschappelijk incubatie-milieu, zoals Jansen die voor de Campertstraat en Omgeving in Amsterdam omschreven heeft (Jansen, 1982).
Belangrijke aspecten van de ZMB die dit bevorderen zijn het onofficiële karakter en de relatief lage huur van een standje.
9. Middels de onofficiële handel worden producten die door de reguliere economie niet (meer) gebruikt worden (opnieuw) in gebruik genomen. Er is dus in zekere zin sprake van de creatie van maatschappelijk kapitaal.
10. Gezien de inkomenspositie van vele participanten is het aannemelijk dat inkomsten uit de onofficiële handel snel weer voor consumptie gebruikt worden, waardoor een maatschappelijke geldvernietiging in deze zin niet aannemelijk is.
11. De onofficiële handel wordt door sommigen gebruikt om ervaring op een specifiek (vak)terrein op te doen. Dit hoeft niet te leiden tot nieuwe bedrijvigheid in eerder bedoelde zin, maar kan ook de herintredingskans op de arbeidsmarkt van de betrokkenen vergroten.
12. Dit overziend kan gesteld worden dat de informele en formele sector geen duidelijk te scheiden delen van de economie zijn.

Er bestaan relaties tussen de twee te onderscheiden circuits en er moet dus sprake zijn van één samenhangend geheel.

13. De ZMB heeft een boven-regionale betekenis voor wat betreft de herkomst van handelaren. Voor wat betreft de bezoekers is dit niet onderzocht.

HOOFDSTUK VII. AANBEVELINGEN

VII.1. Aanbevelingen voor de Zwarte Markt

Bij het formuleren van deze aanbevelingen zijn we uitgegaan van het huidige karakter van de Zwarte Markt, gekenmerkt door een grote verscheidenheid en de informele aard van de handel. Het belang van de deelnemers hebben wij centraal gesteld, immers zij bepalen dit karakter en het succes van de Zwarte Markt BV is zodoende vooral van hen afhankelijk. Als eerste, algemene richtlijn voor toekomstig beleid van de ZMB BV., dient daarom benadrukt te worden dat het oor voortdurend te luister moet worden gelegd bij de standhouders. Te voeren beleid zou zoveel als mogelijk op deze groep moeten worden afgestemd. Concreet kunnen drie aanbevelingen voor beleid genoemd worden.

- Uit de vele gesprekken die wij voerden, bleek vaak een onbekendheid met de wet- en regelgeving die voor de betrokkenen van belang was. Daarnaast heerste een zeker wantrouwen t.a.v. instanties op het gebied van advisering en begeleiding (bijvoorbeeld de K.v.K.). Het lijkt daarom een goede gedachte ten behoeve van de marktlieden een consulent aan te stellen. Deze persoon kan helpen bij eventuele pogingen tot het formaliseren van handel, problemen met instanties als de belastingdienst e.d. Van groot belang bij een dergelijke functie is de vertrouwensband die er tussen consulent en marktlieden moet bestaan.
- Gezien de situatie waarin veel deelnemers aan de ZMB verkeren en de omzetten die door velen gemaakt worden, lijkt het verstandig de huurprijs voor een standplaats niet te verhogen. Dit zou de lage toegangsdrempel van de ZMB doen verdwijnen, een eigenschap die juist voor de grote diversiteit en daarvoor de charme van de ZMB heeft gezorgd.

- Met het vorige punt hangt samen, dat naar onze mening het aantal maandkaarten niet uitgebreid dient te worden. Ook dit zou het karakter van de ZMB schade aandoen. Evenzo zou gewaakt moeten worden voor een te grote vertegenwoordiging van beroepshandelaren op de ZMB. Wanneer dat wel zou gebeuren, ontnemt het de ZMB zijn bestaansrecht.

VII.2. Aanbevelingen voor beleid

Het doen van aanbevelingen ten aanzien van beleid maakte geen onderdeel uit van onze onderzoeksopdracht. Tijdens de loop van het onderzoek werd echter steeds duidelijker dat de ZMB niet een op zich zelf staand verschijnsel is, maar te plaatsen valt binnen een bredere maatschappelijke ontwikkeling. Wij veroorloven ons daarom de vrijheid enkele opmerkingen over het beleid te maken.

De belangrijkste aanbeveling is het overgaan op een beleid dat daadwerkelijk gericht is op het creëren van werkgelegenheid. Het lijkt een "open deur aanbeveling", echter zij moet genoemd worden. Veel deelnemers aan de ZMB en aan de schemerzone in het algemeen, zijn verstoken van betaalde arbeid en de gevolgen hiervan (sociaal isolement, gebrek aan inkomsten) zijn aanleiding om te gaan schemeren. Binnen een werkgelegenheidsbeleid zou aansluiting gevonden kunnen worden bij de ontwikkelingen die zich in de schemerzone voordoen. Het ruimte scheppen voor de ontplooiing van diverse activiteiten lijkt in dit verband een belangrijk aspect.

Ruimte scheppen in figuurlijke zin, door de drempels voor het zelfstandig worden te verlagen. Wij menen dat hierbij niet in eerste instantie aan financiële regelingen als startsubsidies e.d. gedacht hoeft te worden. Belangrijker lijkt het duidelijkheid te scheppen in de veelheid ge- en verboden, regelingen en instanties, die met name door de deelnemers aan

de schemerzone als één groot en ondoorzichtig oerwoud wordt ervaren. Dit betekent overigens niet dat uitsluitend aan deregulering gedacht moet worden, maar vooral aan het concentreren van bevoegdheden op decentraal niveau. Het is niet voor niets dat de wijkagent niet geassocieerd wordt met het logge politie-apparaat. Binnen de bestaande wetgeving moet eveneens meer mogelijkheden verschaft worden aan experimenteersituaties. Zwarte markten, zoals de ZMB, zijn hiervan een voorbeeld. Uiteraard dient hierbij met overige belangen die in het geding zijn rekening gehouden te worden. In letterlijke zin zou van overheidswege ruimte geschapen kunnen worden door het bestemmen van (grote) panden voor dergelijke experimenten. De reeds opererende bedrijfsverzamelgebouwen zijn in verband een voorbeeld. Tenslotte, wil de overheid een wildgroei van schemeractiviteiten voorkomen, dan dient zij het vertrouwen van de bevolking in haar beleid te herwinnen. Zolang dat niet het geval is en haar beleid geen punten van herkenning onder grote delen van de bevolking vindt, dan zal de bereidheid weer "in de pas te lopen" niet toenemen.

HOOFDSTUK VIII. AANBEVELINGEN VOOR VERDER ONDERZOEK

Eventueel nader onderzoek in het in dit rapport aangesneden probleemveld, zou op twee niveaus kunnen liggen. Allereerst is er de rechtstreeks met de ZMB verbonden problematiek. Op grond van de hierboven gepresenteerde gegevens, kan gezegd worden dat zowel bij de directie van de ZMB als bij vele standhouders het verlangen bestaat om de poorten van de ZMB op zondag weer open te mogen zetten. Het zal duidelijk zijn dat op grond van het aangetoonde belang van de ZMB voor de participanten, de wenselijkheid hiervan door ons onderschreven wordt. Zelfs bij een wijziging van de winkelsluitingswet, zoals die onlangs is aangekondigd, zal het echter noodzakelijk zijn om aan te tonen dat de ZMB een toeristisch karakter heeft. Dit is namelijk de grond om ontheffing te verkrijgen van het verbod op zondag open te zijn. Onderzoek meer gericht op de bezoekers zou nodig zijn om dat aan te tonen.

Naast dit direct op de ZMB gerichte onderzoek, is er ook naast dit direct op de ZMB gerichte onderzoek, is er ook behoefte aan meer studie van de informele sector of schemerzone in zijn algemeenheid. Bij dergelijke studies zou niet het vaststellen van de omvang in financiële zin voorop moeten staan. Onderzoek dient zich te richten op het bepalen van de positie die de schemerzone inneemt binnen de economie. Wat is het belang van een dergelijke sector voor de deelnemers daaraan, in hoeverre bestaat er een verwevenheid tussen de schemerzone en de formele sector en welke oorzaken en motieven liggen ten grondslag aan de schemerzone. Ten aanzien van dat laatste zal met name ook onderzoek nodig zijn naar de mate waarin een verband bestaat tussen (vermeende) toename van de regelgeving en controle ten aanzien van arbeidsactiviteiten door de overheid en de toename van de participatie aan de schemerzone.

SAMENVATTING

In 1980 startte in Beverwijk de Zwarte Markt. Binnen deze markt concentreerden zich allerlei vormen van onofficiële handel. Deze activiteiten maken deel uit van een bredere ontwikkeling, namelijk de groei van een zogenaamde grijze sector binnen de economie. Deze grijze sector bestaat uit activiteiten die buiten officiële structuren plaatsvinden en derhalve niet geregistreerd kunnen worden. Bezigheden van deze aard oefenen een positief effect uit op de inkomenssituatie van de deelne(e)m(st)ers. In het rapport is een verslag te vinden van het onderzoek met behulp van enquête en diepte-interviews naar de achtergronden en motieven van de deelne(e)m(st)ers en de betekenis die de Zwarte Markt voor hen heeft.

Voor Nederland was de samenbundeling van dergelijke activiteiten in de vorm van een geregelde markt, een uniek verschijnsel. Geen wonder dat daarom betrokken instanties als de gemeente Beverwijk en de ondernemerscentrale aldaar zich aanvankelijk wat terughoudend opstelden. Er bestonden echter geen wettelijke belemmeringen voor de Zwarte Markt Beverwijk en drie jaar later draait zij nog steeds, met veel succes.

De deelne(e)m(st)ers zijn afkomstig uit heel Nederland, het merendeel uit het gebied binnen een straal van 50 km. van Beverwijk. Onder hen zitten zowel uitkeringsafhankelijken als ook een groot aantal mensen met een baan of in het bezit van een eigen zaak. Voor beide groepen bleek de mogelijkheid om te doen binnen dit deel van de grijze economie een minstens zo belangrijk motief als de extra inkomsten die verkregen werden, hoewel de inkomsten voor de groep uitkeringsafhankelijken wel als noodzakelijke voorwaarde geacht werden. De verdiensten op de Zwarte Markt liepen sterk uiteen. De organisatie van hun handel wordt veelal gebruik gemaakt van bestaande sociale netwerken; vrienden, kennissen en familie zorgen

voor handelswaar of nieuwe afzetmogelijkheden. Er bestaan echter ook vele directe relaties tussen deze grijze sector en de formele, gereguleerde sector binnen de economie. Er is geen duidelijke scheiding aan te geven. Wel zijn een aantal functies van de informele sector, in de vorm waarin die op de Zwarte Markt in Beverwijk werd waargenomen, te noemen die een positieve invloed op de economie hebben. Met name zijn dit het instandhouden van maatschappelijk kapitaal en het creëren van human capital. Gezien deze en andere positieve functies komt uit het onderzoek de conclusie naar voren dat de Zwarte Markt Beverwijk, zeker in het licht van toekomstige maatschappelijke ontwikkelingen, een uitermate geschikte experimenteersituatie vormt. Hieraan kan worden toegevoegd dat de Zwarte Markt Beverwijk BV. een economisch gezond bedrijf lijkt te zijn.



LITERATUUR

- Blokland, J.,
Het Officieuze Circuit: een nadere begripsbepaling.
Statistisch Magazine nr. 2 1982
- Bawly, D.,
The Subterranean Economy. New York 1982
- Del Boca, D. & F. Forte,
Recent Empirical Surveys and theoretical interpretations of parallel economy. In: Tanzi, V., The underground economy in the United States and abroad. Hoxington, 1982
- De Grazia, R.,
Le Travail Clandestin, situations dans les pays industrialisés à économie de marché. BIT, Genève 1983
- Heertje, A., M. Allen,
& H. Cohen,
The Black Economy. London 1982
- Jansen, A.C.M. & A.F. Koopman,
Ondernemers in de Camperstraat en omgeving E.G.I. paper XXI Amsterdam 1982
- Lambooy, J.G.,
Steeds meer werk in de schemerzone. Parool-Achtergrond, 18 nov. 1983
- Lozano, B.,
Informal Sector Workers: walking out the system's front door?
International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 7 nr 3 1983
- Pollmann, T.,
"Zo goed als nieuw". Bijlage VN 30 oct. '82
- Vuijsje, H. & J. Sluijter
De lappendeken-economie (1).
HP, 17 sept. 1983
- Vuijsje, H. & F. Hopel,
De lappendeken-economie (2)
HP, 24 sept. 1983

Enqueteformulier.

GEACHTE STANDHOUDER,

Zoals U in het Zwarte Markt Vlagschrift heeft kunnen lezen, vindt op dit moment op de Zwarte Markt een onderzoekje plaats door de Universiteit in samenwerking met onderzoeksburo Regioplan. Het onderzoek bestaat uit een aantal interviews met standhouders en een kleine enquête onder alle kooplieden op de markt. Zowel de interviews als de enquêtes zijn volstrekt anoniem; doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het hele reilen en zeilen van de Zwarte Markt.

Voor de "mini-enquête" die wij houden, verzoeken wij U de onderstaande vragen te beantwoorden. In de loop van de middag zullen wij de formulieren weer komen ophalen.

Alvast bedankt voor de medewerking.

1. Wat is uw leeftijd: man/vrouw

Wat is uw woonplaats:

2. Hoe vaak per maand staat U op de Zwarte Markt: 1- Elke zaterdag
2- twee of drie keer per maand
3- minder

Sinds wanneer:

3. Waarom staat U op de Zwarte Markt: 1- tijdverdrijf/gezelligheid
2- om eigen bedrijf te beginnen
3- om extra geld te verdienen
4- het is mijn beroep
5- anders, namelijk.....

U MAG BIJ DEZE VRAAG TWEE ANTWOORDEN AANKRUISEN.

4. Welke andere inkomstenbron hebt U naast uw inkomsten op de zwarte markt:
1- werk bij baas
2- zelfstandige
3- uitkering: namelijk
4- partner verdient
5- anders:.....

U KUNT DE BOVENSTAANDE VRAGEN BEANTWOORDEN DOOR AANKRUISING VAN
HET ANTWOORD VAN UW KEUZE.

BIJLAGE II:

Leidraad vraaggesprek.

1. Participant

- geslacht
- leeftijd
- burgerlijke staat
- kinderen
- opleiding, niveau en type
- vast inkomen
- wat voor betaald werk nu of in verleden
- in wat voor soort bedrijf
- sinds wanneer
- belevenis
- in geval van ontslag: waarom
- belevenis werkloosheid

2. Type activiteiten

- aard van de activiteiten
- organisatie
- scholing/ vaardigheden
- huisvesting
- productiemiddelen
- investeringen
- ruilvorm (geld of goed)
- lasten
- werktijden
- verdiensten; waarvan "wit"

3. Omvang en betekenis

- inkoop (formeel, informeel, anders)
- afzet (formeel, informeel, anders)
- betekenis voor budget

4. Motieven

- sociale contacten
- eigen bedrijf starten
- extra inkomsten
- beroepsmatig
- levensvisie
- anders

5. Wens tot formalisering

- voorwaarden
- gedane inspanningen
- kennis van wat te doen
- eerdere pogingen

BIJLAGE III:

ANDERE VLOOIENMARKTEN IN DEN LANDE:

(situatie oktober 1983)

PLAATS

FREQUENTIE

Eelde	wekelijks
Makkinga (Frl)	laatste zaterdag in de maand
IJhorst (bij Staphorst)	eerste " " " "
Hoogeveen	tweede " " " "
	(deze drie vormen een circuit)
Weerselo (bij Almelo)	elke zaterdag
Apeldoorn	" "
Cuyk	" "
Vleuten (Zwarte Beurs)	" "
Waddinxveen	" "
R'dam Zuid (Ommoord)	" "
Breda	-
Bergen op Zoom	- rouleert (circuit)
Goes	-
Goirle (bij Tilburg)	elke zaterdag
Eerbeek	elke zondagochtend (al 25 jaar)

Bron: Marktmeester Z.M.B.

Deze marktplaatsen zijn terug te vinden op de kaarten op
bladzijde 26 en 27.