

De aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor institutionele vastgoedbeleggers

Een onderzoek naar de ontwikkeling van Nederlandse binnenstedelijke winkelgebieden en een verklaring voor de huurprijs(ontwikkeling) tussen 2005 en 2012

α.s.r.
de nederlandse
verzekerings
maatschappij
voor alle
verzekeringen



Universiteit Utrecht

Lizzy Isabel Butink
Afstudeerscriptie | juli 2013
Master **Economische Geografie**



De aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor institutionele vastgoedbeleggers

Een onderzoek naar de ontwikkeling van Nederlandse binnenstedelijke winkelgebieden en een verklaring voor de huurprijs(ontwikkeling) tussen 2005 en 2012

Afstudeerscriptie

L.I. Butink 3360830

Master Economische geografie
Faculteit Geowetenschappen
Universiteit Utrecht
Juli 2013

Begeleider Universiteit Utrecht: dr. H. Olden
Begeleider ASR Vastgoed Vermogensbeheer: drs. B. I. Louw

Met gepaste trots presenteer ik u het eindresultaat van mijn onderzoek naar de aantrekkelijkheid van Nederlandse binnenstedelijke winkelgebieden. Met dit onderzoek rond ik mijn master Economische geografie aan de Universiteit van Utrecht af. Mijn interesse voor bedrijvigheid en stedelijke gebieden, gecombineerd met het opgroeien in een gezin waar retail, kleding(winkels) en onroerend goed veel besproken onderwerpen zijn, vormen een goede basis voor het uitvoeren van deze scriptie. Het intern uitvoeren van dit onderzoek bij de Researchafdeling van ASR Vastgoed Vermogensbeheer heb ik als zeer positief ervaren. Ik vond het zeer leerzaam om eens langs mijn oude vertrouwde 'geografische bril' heen te kijken en ben dan ook van mening dat commercieel vastgoed en (economische) geografie een erg interessante combinatie is.

Ik wil graag mijn dank betuigen aan mijn ASR-begeleider Bart Louw. Hij heeft het voor mij mogelijk gemaakt om gebruik te kunnen maken van twee zeer unieke datasets. Ook hebben zijn inzichten en enthousiasme voor dit onderwerp een zeer positief effect op mij gehad. Daarnaast wil ik tevens Sander Radix bedanken. Ook zijn inzichten, maar vooral zijn onderzoek-skills hebben zeker een steentje bijdragen aan het resultaat van dit onderzoek. Dank ben ik tevens verschuldigd aan Han Olden, mijn begeleider vanuit Universiteit Utrecht. Onze voortgangsgesprekken en zijn opbouwende kritiek gaven een extra steuntje in de rug. Frank van Oort wil ik bedanken voor de tijd die hij genomen heeft om al mijn statistische vragen te beantwoorden. Tot slot wil ik Niels bedanken voor zijn voortdurende interesse, begrip en steun.

Het is klaar. Tijd voor iets anders.

Lizzy Isabel Butink
25 juli 2013, Utrecht

Voorwoord	5
Hoofdstuk 1: Inleiding	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Doel	8
1.3 Vraagstelling	9
1.4 Maatschappelijke relevantie	9
1.5 Wetenschappelijke relevantie en uitkomsten eerder onderzoek	10
1.6 Leeswijzer	11
Hoofdstuk 2: Theoretisch kader	12
2.1 Theoretische achtergronden	12
2.1.1 Het begin: Von Thünen en Weber	12
2.1.2 Het eerste winkelmodel: Christaller's Centrale Plaatsen Theorie	12
2.1.3 Reilly, Hotelling, Nelson, Alonso en Florida	13
2.1.4 Tot slot	14
2.2 De ontwikkeling van de Nederlandse binnenstad als winkelgebied	14
2.2.1 Historische marktplaatsen	14
2.2.2 Exponentiële groei van de winkelvoorraad	14
2.2.3 Nieuwe typen winkelgebieden buiten de binnenstad	15
2.2.4 Jaren '80 en '90	15
2.2.5 Zwaar weer en het belang van beleving	16
2.3 Beleggen in winkelvastgoed	16
2.3.1 Beleggen	16
2.3.2 Resultaat: rendement en risico	17
2.3.3 Voor- en nadelen van beleggen in vastgoed	18
2.3.4 Het vierkwadrantenmodel	19
2.3.5 Ontwikkeling van beleggen in winkelvastgoed	20
2.4 Invloeden op de aantrekkelijkheid van binnensteden	21
2.4.1 Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren	21
2.4.2 Winkelvoorraad	22
2.4.3 Drukbeeld	23
2.4.4 Nabijheid van andere winkels en winkelcentra	23
2.4.5 Kenmerken winkelbestand	24
2.4.6 Bereikbaarheid	26
2.4.7 Cultuur, ontspanning en horeca	26
2.4.8 Conceptueel model	27
Hoofdstuk 3: Methodologie	28
3.1 Vraagstelling	28
3.1.1 Centrale vraag en deelvragen	28
3.1.2 Operationalisering	28
3.2 Onderzoeksmethode	30
3.2.1 Deelvraag 1	30
3.2.2 Deelvraag 2 en 3	30
3.2.3 Deelvraag 4	31
3.3 Dataverantwoording	32
3.3.1 Winkelbeleggingsdata - IPD	32
3.3.2 Winkelvoorraad- en passantendata - Locatus	32
3.3.3 Demografisch en macro-economische data - CBS	33
3.3.4 Macro-economische data - Experian	33
3.3.5 Eigen indeling en Arc GIS	33
3.4 Selectie onderzoekseenheden: binnensteden	34

Hoofdstuk 4: De resultaten	35
4.1 Deelvraag 1: Ontwikkeling binnensteden als winkelgebied	35
4.1.1 Rendementen	35
4.1.2 Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren	38
4.1.3 Winkelvoorraad	40
4.1.4 Druktebeeld	41
4.1.5 Nabijheid concurrentie	43
4.1.6 Kenmerken winkelbestand	44
4.1.7 Bereikbaarheid	46
4.1.8 Cultuur, ontspanning en horeca	47
4.2 Deelvraag 2: Verklaring huurprijs	48
4.2.1 Voorwaarden regressiemodel	48
4.2.2 Beantwoording hypothesen	49
4.3 Deelvraag 3: Verklaring huurprijsontwikkeling	52
4.3.1 Voorwaarden regressiemodel	52
4.3.2 Beantwoording hypothesen	53
4.4 Deelvraag 4: Aantrekkelijkheid van binnensteden	56
4.4.1 Vergelijking 57 binnensteden op aantrekkelijkheid	56
Hoofdstuk 5: Conclusie	59
5.1 Ontwikkeling van de binnenstedelijke winkelgebieden	59
5.2 Verklaring huurprijs	61
5.3 Verklaring huurprijsontwikkeling	62
5.4 Aantrekkelijkheid van binnensteden	62
Hoofdstuk 6: Reflectie en aanbevelingen	64
6.1 Reflectie en aanbevelingen vervolgonderzoek	64
6.2 Aanbevelingen praktijk	65
Literatuurlijst	67
Bijlagen	71
1. Operationalisering variabelen	71
2. Voorwaarden en regressiemodel huurprijs	74
3. Voorwaarden en regressiemodel huurprijsontwikkeling	86
4. Locatus indeling branches	98
5. Kaart Arc GIS variabele 'WVO15km'	99

1.1 Aanleiding

De Nederlandse winkelmarkt is volop aan verandering onderhevig. Retailers worden de laatste jaren geconfronteerd met een afnemend consumentenvertrouwen, oplopende internetbestedingen en een toenemende concurrentie van (internationale) ketens zoals de Mediamarkt en de Zara. Ook leeft het winkelaanbod al jaren boven haar stand en staat de kracht van binnensteden als winkellandschap onder druk door schaalvergroting van winkels en de kracht van perifere winkellocaties (Evers e.a., 2011; Nozeman e.a., 2012; FD, 2013).

Deze huidige ontwikkelingen zijn niet alleen van invloed op het aanpassingsvermogen van retailers en overheden, ook treft het winkelvastgoedbeleggers als ASR Vastgoed Vermogensbeheer, de opdrachtgever van dit onderzoek. Omdat de hoeveelheid fysieke winkels door bovenstaande conjuncturele en structurele ontwikkelingen aanzienlijk blijkt in te krimpen en sommige locaties en type winkels het aanzienlijk beter doen dan andere, is het voor deze institutionele vastgoedbelegger van groot belang de juiste locaties te kunnen herkennen (FD, 2013).

Van oudsher zijn de historische kernen van steden de plaats voor economische, culturele en bestuurlijke activiteit. Ook vandaag de dag is nog bijna de helft van alle winkels gevestigd in deze centrale winkelgebieden (Locatus, 2012). Vooral de historische binnensteden van grote steden zijn volgens onderzoek van Vastned (2012) geliefd onder winkelend Nederland. Het winkelaanbod is groot en divers, de bereikbaarheid vaak goed en ook culturele en ontspannende voorzieningen maken de binnenstad een aantrekkelijke verblijfplaats. Het zijn dan ook vooral de panden op de toplocaties van deze binnensteden welke volgens velen de interesse van retailers en vastgoedbeleggers wekken (JLL, 2012; ABN AMRO, 2012, pp.1; DTZ Zadelhof, 2013, pp.17; DTNP, 2011, pp.12). Daarnaast wordt veelvuldig gesuggereerd dat de grootste Randstedelijke binnensteden, zoals Amsterdam, Rotterdam en Utrecht, de beste locaties betreffen voor het bezit van winkelvastgoed (JLL, 2013; Nozeman, e.a. 2012, pp. 70; Bolt, 1995). Dit onder meer door de gedachte dat op de A1-locaties in deze steden de passantenstromen het hoogst zijn, het verzorgingsgebied het grootst, de leegstand het laagst en, als belangrijke pijler voor vastgoedbeleggers, de rendement-risico-verhoudingen het interessantst (Nozeman, e.a. 2012, pp. 70; PBL, 2012, pp.20; DTNP, 2011, pp.7). Daadwerkelijk onderzoek naar de aantrekkelijkheid van deze steden, ten opzichte van middelgrote steden zoals Amersfoort, Almere, Gouda of Zwolle, ontbreekt echter vooralsnog. De voorkeur van vastgoedbeleggers voor de grootste Nederlandse binnensteden lijkt dan ook een groot subjectief karakter te hebben. Zo stellen Van Gool e.a. (2007, pp.25) over de investering in dit type winkelvastgoed: *'... vanwege het aansprekende karakter en de status die aan vastgoed kan worden ontleend, kunnen er emotionele en functionele bindingen ontstaan die verstoring kunnen werken...'*

Tevens is er weinig kwantitatief onderzoek uitgevoerd naar welke karakteristieken binnensteden werkelijk interessant maken voor het bezit van winkelvastgoed voor beleggers. Bestaat er daadwerkelijk een verband tussen de aantrekkelijkheid van een binnenstad en de hoogte van de leegstand, passantenstromen en aanwezigheid van voldoende parkeerplaatsen? Een samenspel van economische en demografische factoren zoals besteedbaar inkomen en bevolkingsomvang aan de ene zijde en karakteristieken van binnensteden en haar winkels zoals branchering en grootte van winkels aan de andere zijde, zou een gedetailleerd en kwantitatief onderbouwd overzicht kunnen bieden betreffende de aantrekkelijkheid van het beleggen in de verschillende Nederlandse binnensteden.

1.2 Doel

Het doel van dit onderzoek is tweeledig. Het eerste doel is een gedetailleerd inzicht te verschaffen in de aantrekkelijkheid van de 57 grootste Nederlandse binnensteden¹ aan de hand van dertig, voornamelijk economisch-demografische en winkelmarkt karakteristieken. De beschikbare data over rendementen en huurprijzen op binnenstadsniveau van de Investment Property Databank (IPD), de database van Locatus, marktleider op gebied van verzamelen van winkelinformatie en tot slot de databases van Experian en CBS voor demografische cijfers, maken het mogelijk een zeer gedetailleerd inzicht te geven in de ontwikkeling van verschillende eigenschappen van binnensteden. Dit onderzoek richt zich op harde, objectief

¹ Zie hoofdstuk 3 voor de selectie van de binnensteden

meetbare, factoren zoals 'passantenstromen' en 'parkeermogelijkheden'. Softe factoren zoals 'sfeer', 'belevenis' en 'individuele onderhandelingskracht' zullen vanwege hun subjectieve karakter en datatekort niet worden meegenomen.

Na dit explorerende deel zal ten tweede getoetst worden welke variabelen² van significante invloed zijn op de aantrekkelijkheid van een binnenstad voor een vastgoedbelegger. Dit wordt gemeten via de huurprijs en huurprijsontwikkeling van het winkelvastgoed in een binnenstad. Deze twee maten zijn zeer belangrijke en bepalende graadmeters voor de rendementsbepaling van een object voor vastgoedbeleggers. Vervolgens wordt bekeken in hoeverre de 57 binnensteden als 'aantrekkelijk' kunnen worden beschouwd.

Het onderzoek is interessant voor partijen zoals overheden, retailers en ontwikkelaars, maar de hoofddoelgroep is de institutionele belegger in direct vastgoed. Dit vanwege het feit dat dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van ASR Vastgoed Vermogensbeheer, een institutionele belegger welke circa 4,0 miljard belegd in vastgoed waarvan 1,4 miljard in winkelvastgoed. Het feit dat de (winkel)vastgoedmarkt in een negatieve spiraal zit, maakt dit onderzoek tevens erg interessant om vanuit het oogpunt van de vastgoedbelegger uit te voeren.

1.3 Vraagstelling

Vanuit bovenstaand doel is de volgende centrale vraag geformuleerd:

Hoe hebben de binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland zich ontwikkeld op gebied van economisch-demografische en winkelmarkt karakteristieken en in hoeverre zijn deze karakteristieken van invloed op de aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor de institutionele vastgoedbelegger tussen 2005 en 2012?

Om uiteindelijk tot beantwoording van deze centrale vraag te komen, worden onderstaande deelvragen gesteld:

1. *Hoe presteerden de 57 grootste binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland op gebied van economisch-demografische en winkelmarkt karakteristieken tussen 2005 en 2012?*
2. *Welke factoren zijn van invloed op de huurprijs per m² WVO van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?*
3. *De ontwikkelingen van welke factoren zijn van invloed op de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?*
4. *Welke binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland lijken op basis van uitgevoerde analyses het meest aantrekkelijk te zijn voor het bezit van winkelvastgoed?*

1.4 Maatschappelijke relevantie

De ontwikkelingen op de Nederlandse retailmarkt houden de gemoederen al jaren bezig. De fysieke retailmarkt, en met name de binnensteden liggen onder druk, terwijl ze vaak het bruisende en historische hart van steden vormen. De komst van e-shopping, de versterkende kracht van buitenstedelijke winkelgebieden, de afnemende consumentenbestedingen en schaalvergroting van winkels blijken van invloed op de aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als winkelgebied (JLL, 2012; JLL, 2013; DTNP, 2012; FGHbank, 2013). Tevens zijn veel aanbieders van niet-dagelijkse producten gefocust op A1-locaties en willen daarbij met name in de grootste steden gevestigd zijn. Deze zowel conjuncturele als structurele ontwikkelingen waarbij de behoefte aan het aantal vierkante meters winkelruimte afneemt, hebben een concurrerende werking tussen binnensteden tot gevolg (JLL, 2012; JLL, 2013; DTNP, 2012; FGHbank, 2013).

Deze ontwikkelingen zijn voor overheden, retailers, beleggers, ontwikkelaars en adviseurs van uiterst belang om in de gaten te houden en snel op in te spelen. Dit onderzoek zal dan ook voor het eerst specifiek de ontwikkeling van zowel grote als middelgrote binnensteden tegen elkaar af zetten. Hoe hebben de 57 verschillende binnensteden zich ontwikkeld en op welke punten blijven ze achter bij concurrerende steden. Vooral de middelgrote binnensteden zoals Amersfoort, Leeuwarden, Gouda en Zwolle zijn erg interessant om te onderzoeken omdat uit verschillende bronnen naar voren komt dat retailers hun focus

² Zie hoofdstuk 3 voor de selectie van variabelen

tegenwoordig vooral leggen op de grootste Nederlandse steden en het aantal m² WVO (Winkel Vloer Oppervlak) blijkt te krimpen (JLL, 2012; DTNP, 2012; Evers e.a., 2011; Nozeman e.a., 2012). Is het daadwerkelijk interessanter om vastgoed te bezitten in de 'veiligere' grootste steden of is deze aanname uit de lucht gegrepen? Dit onderzoek hoopt een bijdrage te kunnen leveren aan dit vraagstuk.

1.5 Wetenschappelijke relevantie en uitkomsten eerder onderzoek

De retailsector wordt vanuit veel verschillen invalshoeken in de gaten gehouden; de hoeveelheid boeken, artikelen en nieuwsberichten over de retailmarkt en de winkelvastgoedmarkt is dan ook groot te noemen (Nozeman e.a., 2012; FGHbank, 2013; NVM Business, 2013). Ook de historische locaties van deze markt, de binnensteden, krijgen veel aandacht door het belang van deze locaties op beide markten (JLL, 2013; PropertyNL, 2013; Nozeman e.a. 2012; Van Gool e.a, 2007; Van Duren, 1995; Spierings, 2006). Deze nieuwsberichten en onderzoeken zijn echter veelal kwalitatief van aard, onderbouwing met harde cijfers blijft vaak uit. Tevens worden bij de vergelijking van winkelmarkten vooral steden in hun totaliteit (inclusief wijkwinkelcentra en PDV-locaties) bestudeerd. Dit geeft echter een vertekend beeld want cijfers over de ontwikkeling van een stad in zijn totaliteit vormen geen goede afspiegeling van de ontwikkeling van haar binnenstad.

Ook een onderzoek waarbij daadwerkelijk de ontwikkeling van 57 binnensteden tegen elkaar zijn afgezet, is niet uitgevoerd terwijl er juist nu zoveel ontwikkelingen op de retailmarkt gaande zijn. Het winkelbestand blijkt te krimpen en niet duidelijk is of alle binnenstedelijke winkelgebieden gezond zullen blijven (Evers e.a., 2011; Nozeman e.a., 2012). Welke binnensteden staan er op dit moment beter voor en zijn daarom interessant om als vastgoedbelegger in te investeren? Dat is dat wat dit onderzoek met behulp van rendementsdata (IPD), winkelgebiedkarakteristieken (Locatus) en demografische en macro-economische data (Experian en CBS) op binnenstadsniveau, tracht bij te dragen aan de wetenschap. Ook het uitvoeren van regressie-analyses waarbij een dertigtal variabelen worden afgezet tegen de huurprijs en huurprijsontwikkeling van binnensteden is weinig uitgevoerd.

Er zijn de afgelopen jaren een aantal interessante en vergelijkbare onderzoeken uitgevoerd die in relatie staan met dit onderzoek. Het boek *'Het Nederlandse winkellandschap in transitie'* onder redactie van Nozeman, Van der Post en Langendoen (2012), bevat een uitgebreide uiteenzetting over de verschillende invloeden vanuit verschillende hoeken op de aantrekkelijkheid van winkellandschappen. Uit het onderzoek bleken onder andere de ontwikkeling van de regionale economie, bevolkingsontwikkeling, inkomen, grootte van een winkelcentrum, verzorgingsgebied, ligging, aanwezigheid van een 'creative class' en parkeervoorzieningen van invloed te zijn op het succes van een winkelgebied. Er worden verschillende type winkellandschappen en verschillen tussen regio's besproken, maar een uitvoerige bespreking van verschillende Nederlandse binnensteden wordt niet gemaakt. Tevens gaat het boek niet verder dan het benoemen van mogelijke invloeden, er is geen kwantitatief onderzoek uitgevoerd.

Een interessant onderzoek dat wel kwantitatief getoetst heeft, is het onderzoek van Van de Staak (2010). Dit afstudeeronderzoek focust op huurprijsbepalende factoren in winkelcentra. De sterkste relaties kende de huurprijs volgens Van de Staak met 'passantenaantallen' (31%), 'kenmerken winkelunit' (24%), 'het relatieve drukteniveau' (17%), 'functionele hiërarchie' (15%), 'kenmerken huurder' (7%) en 'schaarste op de markt' (6%). Hoewel Van de Staak ingaat op verschillen tussen steden van verschillende omvang, worden de 19 opgenomen binnensteden zelf niet beoordeeld. Het huidige onderzoek doet dit wel en betreft tevens meer variabelen en meer binnensteden (57).

Een ander vergelijkend onderzoek is *'Renderen door te segmenteren?'* geschreven door Voskamp (2005). Deze masterproof onderzoekt aan de hand van het REN-model welke locatiefactoren van invloed zijn op het rendement en risico van een belegging in kantoren. Ook al betreft het onderzoek een andere onderzoekseenheid, namelijk kantoorlocaties en niet winkellocaties, het doel en de onderzoeksmethode komen sterk overeen. Interessante uitkomsten waren dat de kantorenvorraad sterk positief samenhangt met het aantal inwoners van de stad en de hoogte van de markthuurl.

Schrader -Van Meel voerde in 2012 het onderzoek *'City factors explaining retail real estate market rents in Europe'* uit. Mank onderzocht tegelijkertijd *'City attractiveness in retail real estate investments'*. In opdracht van institutioneel vastgoedbelegger Corio deden beiden kwantitatief onderzoek naar de invloed van onder andere welvaart, nabijheid van andere grote steden, aantal forensen, criminaliteit, toerisme en gezondheidsniveau op de huurprijs in 57 grote Europese steden. Ze concludeerden dat de grootte van het

verzorgingsgebied van een stad het sterkste invloed had op het huurniveau. Daarnaast waren onder andere het besteedbaar inkomen, de aanwezigheid van internationale ketens, de productiviteit, de bereikbaarheid en het belang van een stad als basis van de zakelijke dienstverleningsector van invloed (Schrader-Van Meel, 2012; Mank, 2012). Waar Mank en Schrader-Van Meel stelden dat landen niet vergelijkbaar zijn met hun grootste steden betreffende de aantrekkelijkheid voor institutionele beleggers, stelt dit huidige onderzoek dat steden niet vergeleken kunnen worden met haar binnensteden en onderzoekt daarom alleen de binnensteden zelf. Ook gaan Schrader-Van Meel en Mank niet in op het succes van de steden an sich, alleen de variabelen worden behandeld.

Met het huidige onderzoek kunnen er aan de hand van zeer recente, omvangrijke en kostbare datasets, gedetailleerdere analyses uitgevoerd worden voor de grootste 57 Nederlandse binnensteden. Waar Nozeman e.a. (2012) generaliserende uitspraken deden over de aantrekkelijkheid van winkels in (binnen)steden, Van de Staak focuste op huurprijsbepalende factoren in winkelcentra, Voskamp Nederlandse kantoorlocaties onderzocht en Mank en Schrader-Van Meel de aantrekkelijkheid van 57 Europese steden onder de loep namen, kan het huidige onderzoek aan de wetenschap bijdragen door daadwerkelijke overeenkomsten en verschillen in aantrekkelijkheid tussen 57 Nederlandse binnensteden te analyseren. De uitkomsten van de eerdere onderzoeken worden echter als zeer bruikbaar beschouwd als basis voor het samenstellen van een set te onderzoeken variabelen.

1.6 Leeswijzer

Na deze inleiding vervolgt dit onderzoek met een theoretisch hoofdstuk. Dit theoretische kader start met een overzicht van een aantal basistheorieën betreffende het (vestigings)gedrag van retailers (paragraaf 2.1). De volgende paragraaf gaat in op de ontwikkeling van de Nederlandse binnensteden als winkelgebied. Paragraaf 2.3 behandelt het thema 'Beleggen in winkelvastgoed'. Hier wordt uiteengezet wat de prestatie-maten van aantrekkelijkheid van winkelvastgoed zijn en hoe deze aantrekkelijkheid in dit onderzoek zal worden gemeten. Tot slot behandelt hoofdstuk 2 uitvoerig de mogelijke invloeden op de aantrekkelijkheid van een binnenstad zoals demografische factoren, de grootte van de winkelvoorraad en de bereikbaarheid. Hoofdstuk 3 gaat vervolgens in op de methodiek van het empirische onderzoek. Hoofdstuk 4 behandelt per deelvraag de resultaten. Omdat de beantwoording van de eerste deelvraag omvangrijk is, wordt de snelle lezer aangeraden zich te beperken tot de samenvattingen aan het begin van elk thema. De conclusie van het resultatenhoofdstuk zal per deelvraag in hoofdstuk 5 aan bod komen. Tot slot wordt er in hoofdstuk 6 een reflectie op het onderzoek gegeven en aan de hand daarvan aanbevelingen voor vervolgonderzoek en de praktijk gegeven.

Figuur 1.1: Opzet onderzoek



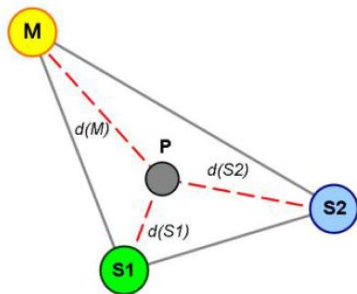
In dit hoofdstuk wordt aan de hand van bestaande literatuur een theoretisch raamwerk gevormd voor het empirische gedeelte van dit onderzoek. Dit theoretische kader start met een overzicht van theorieën waarbij de focus op de vestigingsplaatskeuze van retailers en het ontstaan en de locatie van winkelgebieden ligt. Tevens geven deze theorieën een eerste aanzet voor karakteristieken die van invloed kunnen zijn op de aantrekkelijkheid van binnensteden. In paragraaf 2.2 wordt de geschiedenis en de huidige positie van de binnenstad als winkelgebied aangehaald. In de daaropvolgende paragraaf wordt een beknopte omschrijving gegeven van het beleggen in (winkel)vastgoed, de voor- en nadelen en de huidige ontwikkelingen op de winkelvastgoedmarkt. In paragraaf 2.4 worden variabelen besproken die vanuit de theorie relevante variabelen lijken voor het empirische hoofdstuk. Dit hoofdstuk sluit af met een conceptueel model.

2.1 Theoretische achtergronden

Gestart wordt met een overzicht van een aantal basistheorieën betreffende het gedrag van met name retailers en consumenten en daaraan gelieerde reikwijdtes van producten, clustervorming en huurprijzen. Deze, voornamelijk vanuit economische en geografische onderzoeksvelden ontstane theorieën worden hieronder in chronologische volgorde uiteengezet³.

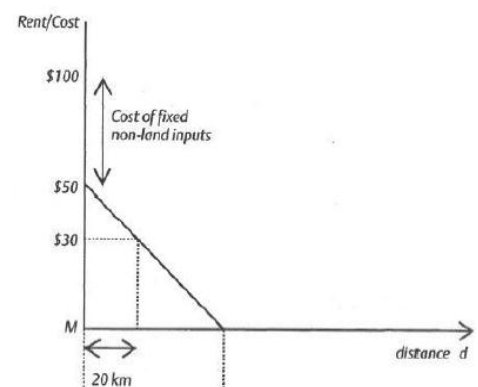
2.1.1 Het begin: Von Thünen en Weber

Aan de basis van de locatietheorieën staan de 'Land-use Theory' van de Duitse econoom Von Thünen en de 'Industrial Location Theory' van de tevens Duitse econoom Weber. Beide theorieën zijn gebaseerd op het optimaliseren van de winst door het minimaliseren van de productiekosten. Deze gedachtegang vloeit voort vanuit de zogenoemde klassieke economie, welke uitgaat van een vrije markt. Von Thünen was de eerste econoom (1826) die het begrip locatie in zijn theorieën opnam. Hij stelde namelijk dat de prijs van landbouwproducten niet alleen door de grondprijs, maar ook door transportkosten wordt bepaald. Zo ontstond er verschil in ideale locaties voor landbouwproducten (figuur 2.1). De theorie van Weber uit 1909 wordt echter als eerste echt invloedrijke locatietheorie in de stedelijke en regionale economie beschouwd. Weber bediscussieerde namelijk voor het eerst de optimale locatie voor een industrieel bedrijf. Deze optimale locatie zal net zoals bij Von Thünen de locatie zijn waar de transportkosten minimaal zijn (figuur 2.2.). Beide theorieën zijn echter erg simpel en verouderd en zijn daarom minder geschikt om in de huidige werkelijkheid te worden toegepast (McCann, 2001; Atzema e.a., 2009, pp. 53-64).



Figuur 2.2: De Weber driehoek (bron: Hofstra University)

Figuur 2.1: Land-rent gradient Van Thünen (bron: Urban and Regional Economics, 2001)

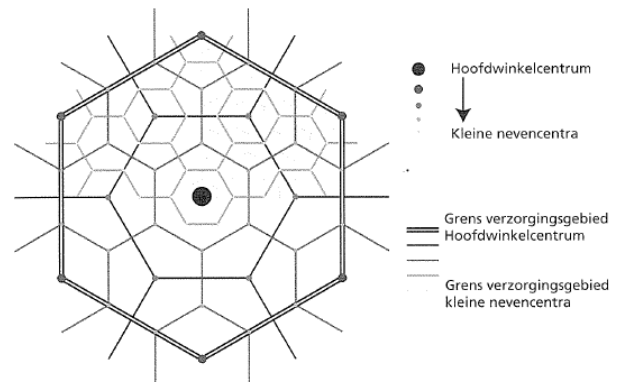


2.1.2 Het eerste winkelmodel: Christaller's Centrale Plaatsen Theorie

Waar Von Thünen en Weber nog locatietheorieën voor de agrarische en industriële sector opstelden, stelde de Duitse geograaf Christaller als eerste een locatietheorie op voor de winkelmarkt. Zijn 'Centrale Plaatsen Theorie' (1933) is de basis van de Nederlandse detailhandelsplanning en is anno 2013 nog steeds een zeer gerespecteerde theorie (Craig e.a., 1984; Evers e.a., 2011; Nozeman e.a., 2012). Deze geograaf stelde dat de vraag naar een bepaald goed of dienst afneemt naarmate de afstand tussen de consument en de locatie van afname toeneemt. Elk goed of dienst heeft zijn eigen reikwijdte, de consument is over het algemeen bereid verder te reizen voor een niet-alledaags goed, zoals een bed, dan voor de aankoop van het avondeten. Daar voegt Christaller aan toe dat elk goed of dienst een minimale vraag moet hebben in een marktgebied. Producten die relatief weinig worden gekocht (een bed) vragen een groter marktgebied

³ Theorieën betreffende consumentenbeleving zoals die van Pine & Gilmore (1999) en de behoeftepiramide van Maslow (1943) worden niet besproken vanwege het feit dat dit onderzoek focust op de aantrekkelijkheid van 'harde factoren'.

dan producten die relatief veel worden gekocht (het avondeten). Wanneer een marktgebied niet toereikend genoeg is voor de aanbieder van dat product zal het dan ook niet overleven. Daarom zijn aanbieders van de hoogwaardigere, niet-dagelijkse producten zoals de Bijenkorf en V&D volgens de Centrale Plaatsen Theorie gevestigd in grotere steden welke ook kleinere omliggende steden en dorpen bedienen. En zitten er op meerdere plaatsen, ook in de omliggende steden en dorpen aanbieders van relatief goedkope, dagelijkse producten, zoals de Etos en de Jumbo. Op deze manier ontstaat er een hiërarchie waarbij de steden of winkelgebieden bovenin deze hiërarchie alle vormen van goederen en diensten (dagelijkse en niet-dagelijkse producten) aanbieden en steden of winkelgebieden, welke slechts dagelijkse voorzieningen aanbieden, lager in deze rangorde geplaatst zijn (figuur 2.3). Deze hiërarchie kan volgens Christaller zowel tussen als binnen steden worden toegepast waarbij in Nederland vooral binnensteden (kernwinkelcentra) en grote steden als Amsterdam en Utrecht aan de top van de hiërarchie staan (Atzema e.a., 2009, pp.129).



Figuur 2.3: Centrale plaatsen theorie (bron: Evers e.a., 2011, pp. 57)

Bolt (1995) borduurt verder op het werk van Christaller met zijn '*interstedelijke hiërarchie van winkelcentra*'. Steden met meer dan 100.000 m² WVO, een hoog percentage modewinkels en grote warenhuizen, staan aan het hoofd van zijn hiërarchie. Daaronder volgen de steden met een regionaal verzorgingsgebied met 30.000 tot 50.000 m² WVO. De derde laag bestaat uit streekverzorgende centra, gevolgd door dorpscentra zonder 'bovenlokale verzorgingsfunctie' (Bolt, 2003; Nozeman e.a., 2012, pp.71).

2.1.3 Reilly, Hotelling, Nelson, Alonso en Florida

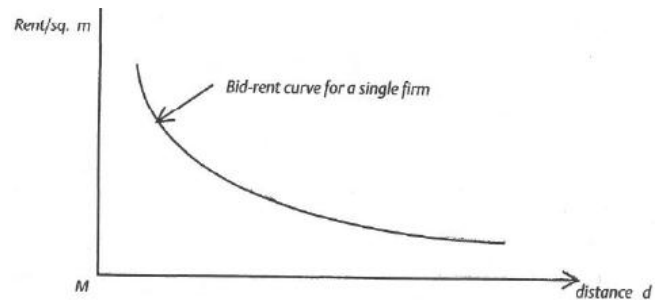
Ook het ruimtelijke interactiemodel van Reilly stamt uit dezelfde tijd als Christaller's theorie (1931). Reilly werd geïnspireerd door de zwaartekrachtwetten van Newton en veronderstelde met zijn '*law of retail gravitation*' dat de aantrekkingskracht van de detailhandel in steden op consumenten afhankelijk is van het inwonersaantal van de stad. Daarbij is echter de afstand die mensen bereid zijn af te leggen van invloed. De consument maakt een afweging tussen het aanbod van een stad en de moeite (kosten/tijd) om zich hier naar toe te verplaatsen (Bolt, 2003 pp. 48-61; Atzema e.a., 2009, pp. 129; Clarkson e.a., 2006). Dit betekent normaliter dat mensen het meest dichtstbijzijnde en best bereikbare winkelgebied kiezen. De komst van de vaak goed bereikbare PDV-locaties heeft de positie van binnensteden hierdoor aangetast.

Een andere uit dezelfde jaren ontstane locatietheorie is de '*Spatial Competition Theory*' van Hotelling (1929). Deze Amerikaanse statisticus legt de basis voor het verklaren van agglomeratie-effecten en veronderstelt dat een retailer de beste vestigingslocatie niet alleen bepaald op basis van het optimale bereik van consumenten zoals Christaller dat deed, maar dat hij voornamelijk zal reageren op het vestigingsgedrag van zijn concurrenten. Hij stelt dat retailers uiteindelijk in elkaars buurt gevestigd zijn om van elkaars aanwezigheid te kunnen profiteren en tevens een zo optimale markt te kunnen bedienen. Hotelling gebruikt het voorbeeld van een duopolistische markt waarbij twee ijsverkopers beide in het midden van een strand gaan staan met de rug naar elkaar toe. Hierdoor hebben ze gezamenlijk een zo groot mogelijk aantrekkingskracht en kunnen ze toch een zo groot mogelijke eigen markt bedienen. Concluderend stelt de Amerikaanse statisticus dat marktconcurrentie leidt tot een ruimtelijke clustering van retailers (Atzema e.a., 2009, pp. 76-77).

Nelson (1958) onderzocht ook de rol van concentratie, maar in tegenstelling tot Hotelling redeneerde hij vanuit de oogpunt van de consument. Het is een verlangen van de consument dat bedrijven in elkaars nabijheid gevestigd zijn. Op deze manier kan de consument producten vergelijken voordat hij tot aankoop overgaat. Dit is vooral in de mode-, luxe- en woonbranche van belang, voor de dagelijkse boodschappen vindt er minder vergelijking plaats. Tevens kan de consument op deze manier meerdere aankopen tegelijkertijd doen wat hem tijd en geld bespaart (Atzema e.a., 2009; Bolt, 2003; De Groot e.a., 2010). Volgens Nelson is een winkelcentrum met clustering van winkels in dezelfde branche dan ook een belangrijke conditie voor het succes van een winkelcentrum, belangrijker zelfs dan de toegankelijkheid van het centrum (Bolt, 2003). Aan de ene kant zal een clustering leiden tot concurrentie, aan de andere kant zal het meer consumenten trekken wat gunstig is voor het winkelcentrum. Alonso veronderstelt

vervolgens in 1964 met zijn 'bit-rent curve model' dat door het feit dat een bedrijf bereid is meer huur te betalen op plaatsen van een sterke clustering, de huurprijzen toenemen naarmate de afstand (d) tot het economisch centrum (M) afneemt (figuur 2.4). De Amerikaanse planoloog bereidde dit model verder uit door bid rent curves te berekenen voor verschillende sectoren (Atzema e.a., 2009, pp. 75). Vanwege het feit dat het per sector verschilt hoeveel huur bedrijven bereid zijn te betalen, zijn de sectoren volgens Alonso op verschillende locaties gevestigd. Ondanks dat Alonso onderscheidt maakte tussen de service-, retail-, fabrieks- en distributiesector kan ditzelfde principe worden toegepast op de verschillende branches op de retailmarkt. Zo zijn winkels voor niet-dagelijkse voorzieningen bereid meer huur te betalen dan winkels voor dagelijkse voorzieningen en daarom centraler gevestigd.

Figuur 2.4: Bid-rent curve model (bron: McCann, 2001)



De Amerikaanse socioloog Florida stelt tot slot dat een grootstedelijk centrum met veel voorzieningen meer consumenten trekt dan een centrum met minder voorzieningen (Florida, 2002). Hierdoor wil elke gemeente een zo groot mogelijk winkelareaal bezitten en blijven ze m^2 WVO toevoegen terwijl hier niet per se vraag naar is. Gevolg hiervan is dat Nederland een overaanbod aan winkels heeft en dat gemeenten elkaars concurrent aan het worden zijn, waarbij de kleinste centra het moeten ontgelden (PBL, 2012, pp.20).

2.1.4 Tot slot

Uit bovenstaande theorieën kan worden opgemaakt dat retailers zich ten eerste zouden bezighouden met het minimaliseren van productiekosten (Von Thünen en Weber). Ook zou elke winkel(branche) een eigen reikwijdte kennen door de bereidheid van een consument deze te winkel bezoeken. Hierdoor zou er in theorie sprake zijn van een hiërarchische retailmarkt zowel tussen, als binnen steden (Christaller). De aantrekkelijkheid van een locatie zou vervolgens grotendeels door de (regionale) bevolkingsdichtheid worden bepaald aangezien consumenten veelal het meest dichtstbijzijnde winkelcentrum kiezen (Reilly). Ook zou concentratie en clustering van winkels van belang zijn voor het aantrekken van consumenten (Nelson). In hoeverre retailers vervolgens bereid zijn om zich op een bepaalde locatie te vestigen, stuwt de huurprijs (Alonso). Een winkelcentrum trekt tot slot meer consumenten wanneer het voorzieningenniveau van dit centrum toe neemt (Florida). Al deze aannames zullen in het kiezen van de variabelen voor het empirische deel van het onderzoek worden meegenomen.

2.2 De ontwikkeling van de Nederlandse binnenstad als winkelgebied

Retailers kunnen tegenwoordig in Nederland op veel verschillende locaties gehuisvest zijn. Toch is de oorspronkelijke locatie van handel, de binnenstad, tot op de dag van vandaag een veel bezocht en daarom belangrijk winkelgebied. In deze paragraaf wordt kort de historie van het Nederlandse winkellandschap beschreven om te vervolgen met de huidige positie van binnensteden.

2.2.1 Historische marktplaatsen

De markt op het centrale plein van een stad was eeuwenlang de locatie voor het drijven van handel. Het straatnaambordje Markt of Marktplaats valt anno 2013 dan ook nog in veel steden en dorpen te ontdekken. Vanaf het moment dat het marktplaats, de vraag en daarmee het aanbod van goederen niet meer aan kon, ontstonden er op andere plaatsen in de stad gespecialiseerde markten zoals de Melkmarkt, Kaasmarkt of Ganzenmarkt (Nozeman e.a., 2012, pp. 23; ABN AMRO, 2013, pp.23). De eerste gevestigde winkels ontstonden vervolgens rondom deze markten, maar de eerste moderne winkels stammen pas uit de tweede helft van de negentiende eeuw. Hierbij verdween vaak de directe band met het ambacht en fungeerden winkels meer als doorgeefluik van goederen uit fabrieken (Nozeman e.a., 2012, pp.23).

2.2.2 Exponentiële groei van de winkelvoorraad

Tot 1900 kent Nederland nog een sterk agrarisch karakter, waardoor het merendeel van de Nederlandse bevolking buiten steden woont. De urbanisatiegraad en het winkelbestand is dan ook nog gering te noemen. Maar door de bloei van de handel en de komst van industrialisatie breiden winkelstraten zich beetje bij beetje uit en veranderden de binnensteden langzaam van *producer cities* naar *consumer cities*

(Marlet, 2009, pp.226). Ook de eerste warenhuizen, zoals de Winkel van Sinkel aan de Oude Gracht in Utrecht, komen op en worden door hun ruime aanbod van producten een belangrijke trekkracht voor de grotere steden. Na WO II is het winkelbestand echter weer behoorlijk uitgedund door faillissement of beschadiging, maar door de snel groeiende bevolking en toenemende koopkracht bieden de jaren 50 grote kansen voor retailers in de binnensteden. Ook wordt voor het eerst planmatig besloten dat nieuwbouwwijken eigen winkelvoorzieningen krijgen. Een belangrijk uitgangspunt blijft dat inwoners te voet hun dagelijkse boodschappen moeten kunnen halen, waardoor tot 1985 het winkelbestand exponentieel groeide. Opvallend is dat het aantal m² WVO sterk groeit, 70% tussen 1968 en 1981, terwijl het aantal winkels ongeveer gelijk blijft (125.000). Er is sprake van substantiële schaalvergroting waarbij kleinere winkels het moeten ontgelden. De zelfstandige winkelier wordt meer en meer van haar troon gestoten door de filiaalwinkels en grootwinkelbedrijven (Nozeman e.a., 2012, pp.25-30).

2.2.3 Nieuwe typen winkelgebieden buiten de binnenstad

Door de vergaande suburbanisatie in de jaren zeventig ontstaat er een lastig vraagstuk omtrent de decentralisatie van het winkelbestand waarbij tegelijkertijd bestaande structuren beschermd moeten blijven. *'De oppervlakte van de winkelunits in (historische) binnensteden sluiten minder goed aan bij de eisen van sommige retailers. Het gevolg hiervan is dat winkelformules die traditioneel in de binnenstad gevestigd zijn in toenemende mate verplaatst zijn naar nieuwe winkellocaties (ofwel een kleinere winkelunit in de binnenstad combineren met een grotere winkelunit op een perifere locatie)'* (Evers e.a., 2011, pp.91). Vooral de wens van retailers met volumineuze producten om zich op perifere locaties te vestigen waar ruimte en bereikbaarheid als belangrijke pullfactoren gelden, zet de concurrentiepositie van binnensteden onder druk (PBL, 2010, pp.55; Nozeman e.a., 2012, pp. 33). Om de bestaande winkelgebieden te beschermen wordt er in 1973 het PDV-beleid ingevoerd (DTNP, 2010, pp.5). Slechts branches met 'volumineuze handel', zoals boten, auto's en grove bouwmaterialen, mogen zich buiten de bestaande gebieden vestigen. Vanaf 1984 worden hier woonwinkels, bouwmarkten en tuincentra aan toegevoegd. Toch wordt er steeds vaker afgevraagd, door zowel consument als retailer, hoe gewenst het nog is om *'uit te gaan van een uniforme landelijke afbakening van branches die wel of niet perifeer mogen'*, aldus DTNP, 2010, pp. 5.

Het zijn volgens Evers e.a. (2011, pp.90) vooral de secundaire en tertiaire winkelgebieden in binnensteden (aanloop- en ringstraten) welke worden bedreigd. Deze locaties hebben vaak een relatief hogere leegstand, kunnen te maken hebben met verloedering, weinig belevingswaarde en een lage veiligheid.

De aantrekkelijkheid van de binnenstad (ten opzichte van andere locaties, ook qua verzorgingsgebied) zorgt er echter wel voor dat retailers er gevestigd willen blijven (Evers e.a., 2011, pp.91). Lastig in tijden van schaalvergroting en een grote vraag naar winkelpanden, is echter het versnipperde eigendom van het vastgoed. Daarom wordt er vanaf eind jaren 60 steeds vaker voor gekozen om in de binnenstad zelf nieuwe winkelgebieden te ontwikkelen. Zo ontstaan er vanaf eind jaren 60 de eerste overdekte binnenstedelijk winkelcentra. Deze overdekte winkelcentra ontstaan vaak aangrenzend aan het historische centrum. Een groot voordeel is dat de inrichting optimaal kan worden aangepast aan de vraag (grootte van winkels et cetera) (Nozeman e.a., 2012, pp 31-33; Evers e.a., 2011, pp. 91).

2.2.4 Jaren '80 en '90

Het winkelbestand in de binnensteden breidt in de jaren '80 verder uit door de blijvende bevolkingsgroei in vooral de steden en stijgende consumentenbestedingen. Door de behoefte aan grotere winkels ontstaan er winkels met meerdere verdiepingen en worden naastgelegen panden aan elkaar verbonden. Het feit dat kantoren, ziekenhuizen en universiteiten steeds vaker binnensteden verlaten zorgt na een herontwikkeling voor meer aanbod voor de hoge vraag naar binnenstedelijke winkels (PBL, 2010, pp.55; Nozeman e.a., 2012, pp.38). Vanaf de jaren '90 winnen binnensteden volgens Evers e.a. (2011) meer terrein door het VINEX-beleid, *'nieuwbouw in bestaand stedelijk gebied'*. Tevens worden deze jaren andere functies, zoals horeca en culturele voorzieningen, in de binnenstad toegevoegd waardoor consumenten niet alleen getriggerd worden om te komen winkelen, maar dit ook weet te combineren met een lunchafspraak, borrel of een filmpje. Binnensteden zijn verblijfsgebieden geworden (Nozeman e.a., 2012, pp. 38)

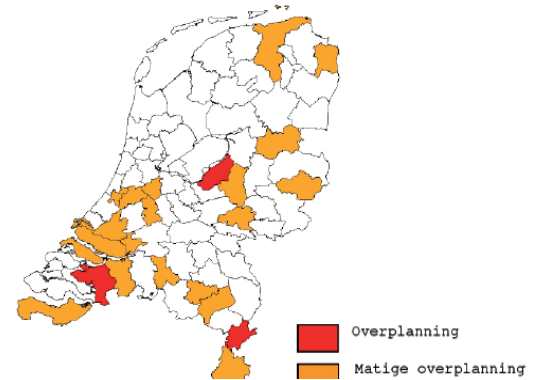
De groei van winkels in Nederlandse binnensteden blijft toenemen in tegenstelling tot ontwikkelingen in andere Europese landen, welke de ontwikkeling van (grootschalige) shoppingmalls aan de randen van steden wel toestaan. Waar in de meeste landen de historische binnenstad slechts nog een klein deel van het winkellandschap beslaat, vertegenwoordigden de Nederlandse stadskernen met meer dan 6 miljoen m² WVO nog altijd 27% van de totale markt. *'Als gekeken wordt naar het omzetniveau en de vastgoedwaarde, dan is het aandeel nog veel groter'*, aldus ABN AMRO (2013, pp.23).

De bloei van de Nederlandse binnenstad komt de bereikbaarheid van binnensteden echter niet ten goede; overvolle wegen en parkeerplaatsen zijn tijdens piekdagen niet te vermijden. Tevens worden binnensteden en met name de hoofdstraten steeds uniformer door de filialisering. Buiten de hoofdstraten (A1-locaties) liggen huurniveaus lager wat kansen biedt voor speciaal-winkeltjes, horeca of winkels met een goedkoper assortiment.

2.2.5 Zwaar weer en het belang van beleving

Vanaf 2005 slaat de trend van een almaar groeiende bevolking en toevoeging van winkeloppervlakte om. Er worden minder nieuwe wijken gebouwd, bestedingen dalen, winkelcentra zijn herontwikkeld, het concept van een mega-mall lijkt in Nederland tot nog toe niet te slagen en het toevoegen van nieuwe meters blijkt minder rendabel (Nozeman e.a., 2012, pp. 72). Ook online-shopping is sinds de eeuwwisseling van negatieve invloed op de behoefte aan nieuwe winkelmeters. De Nederlandse winkelhiërarchie zoals Christaller die omschreef blijkt minder op te gaan. Er ontstaat in steden zoals Amsterdam en Rotterdam polycentrische structuren met meerdere belangrijke winkelgebieden zoals Amsterdam Arena en Rotterdam Alexander (Nozeman e.a., 2012, pp. 72).

Door conjuncturele ontwikkelingen (afnemende bestedingen), maar ook door structurele ontwikkelingen (bevolkingskrimp, kracht van online shoppen) is er momenteel sprake van een overcapaciteit aan winkels en zelfs winkelcentra (DTNP, 2012; ESD², 2012, pp. 3; Van Gool e.a., 2007 pp. 262). Steden worden steeds meer concurrenten, en toch blijven ze bouwen 'in ons dichtbewinkelde land' (figuur 2.5) (Nozeman e.a., 2012, pp.76). Zelfs regio's waar sprake is van bevolkingskrimp zijn voornemens hun winkelareaal te vergroten (HBD, 2011). Door het feit dat ze uit dezelfde vijver vissen zal nog meer faillissement en leegstand de uitkomst zijn. Tevens komen huurprijzen onder druk te staan (zie ook DiPasquale en Wheaton, paragraaf 2.3.4).



Figuur 2.5: Demografische ontwikkeling versus winkelplanning (Bron HBD, 2011)

Volgens Nozeman e.a. (2012) moeten binnensteden zich gaan onderscheiden om populair te blijven. Authenticiteit, gezelligheid, typisch lokale elementen en speciaalwinkels moeten consumenten voor zich winnen. Ook stelt hij dat 'tijdelijke winkels, pop-up stores en spannende combinaties van horeca en retail in de toekomst steeds meer voor het zo gewenste 'onderscheidend vermogen' zullen zorgen' (Nozeman, 2012, pp. 89).

Anno 2013 zijn binnensteden nog steeds belangrijke (winkel)gebieden in Nederland waarbij ook 'het belang van het behoud van het cultureel erfgoed in de historische binnensteden' volgens Evers e.a. meespeelt (Evers e.a., 2011, pp.89). Doel en indeling zijn wel aan verandering onderhevig. Binnensteden trekken vandaag de dag vooral nog consumenten die recreatief komen winkelen, ookwel 'funshopping' genoemd. Sommigen beweren dat het de bezoeker veelal meer gaat om de beleving dan om een aankoop, deels omdat oriëntering steeds meer op het web plaats vindt (Evers e.a., 2011, pp.90; Molenaar, 2011, 34-35; ABN AMRO, 2013, pp.30; DTNP, 2011, pp.10). De vraag is of alle binnensteden toekomstbestendig zijn.

2.3 Beleggen in winkelvastgoed

Na de beschrijving van een aantal belangrijke basistheorieën aangaande het ontstaan en functioneren van winkelcentra en een omschrijving van de ontwikkeling en huidige positie van Nederlandse binnensteden, vormt deze paragraaf een beschrijving van het winkelvastgoed gezien vanuit de (institutionele) vastgoedbelegger. Tevens worden de variabelen, waarvan de aantrekkelijkheid van binnensteden in dit onderzoek worden afgeleid, de huurprijs en huurprijsontwikkeling, nader toegelicht. Uitgelegd wordt waarom zij kunnen dienen als interessante graadmeters voor de bepaling van de aantrekkelijkheid van een binnenstad voor een institutioneel vastgoedbelegger.

2.3.1 Beleggen

Er wordt van een belegging gesproken wanneer geld uitgezet wordt tegen een financiële vergoeding. Uit een belegging kan er naast de werving van directe inkomsten, tevens een vermogen worden opgebouwd. Door beleggers wordt er gestreefd naar een hogere geldelijke opbrengst dan wanneer hetzelfde bedrag in 'spaarproducten zou zijn vastgelegd' (Van Gool, 2007, pp.20 - 24). In ogeschouw moet echter worden genomen dat beleggen door onzekere omstandigheden, een risicovollere activiteit dan sparen is. Het

kapitaal dat vandaag wordt geïnvesteerd heeft namelijk een onzekere waarde in de toekomst (Nozeman e.a., 2012, pp.228). Ook moet er rekening gehouden worden met liquiditeit en kapitaalbeperkingen en zijn gedetailleerde kennis van zaken en managementvaardigheden van uiterst belang. Om het beleggingsrisico te minimaliseren beleggen instituties bijna zonder uitzondering in zowel vastgoed (onroerend goed) als in aandelen en obligaties (Nozeman e.a., 2012, pp.228). Ook binnen deze markten, c.q. asset classes, wordt de portefeuille strategisch verdeeld.

'De onroerendgoedmarkt maakt net als de markten voor goederen en diensten deel uit van de economie, waardoor vastgoed onderwerp is van economisch handelen', Wheaton & DiPasquale (1996). Door de jaren heen is vastgoed naast aandelen en obligaties een belangrijke asset class geworden waarin institutionele beleggers investeren. Beleggen in vastgoed wordt door Van Gool, Jager en Weisz (2007, pp.19) gedefinieerd als *'het vastleggen van vermogen in vastgoed, direct dan wel indirect, met het doel om uit de exploitatie van het vastgoed en de eventuele verkoop een stroom geldelijke opbrengsten te realiseren'*. Een directe belegging betreft een belegging in stenen, een indirecte belegging betreft een belegging in vastgoedaandelen (Van Gool, 2007, pp.20).

Eigenaren van direct vastgoed zijn onder te verdelen in eigenaargebruikers en beleggers. De groep beleggers is verder op te splitsen naar particuliere en institutionele beleggers. Deze scriptie beperkt zich tot de laatste groep, institutionele beleggers. Het zijn pensioenfondsen, verzekeraars en beleggingsinstellingen (beurs en niet-beursgenoteerd) welke onder deze titel vallen. Volgens het CBS zijn institutionele beleggers dan ook *'instellingen die door hun activiteiten de beschikking krijgen over gelden die ze moeten beleggen'* (Nozeman e.a., 2012, pp.228). Deze gelden betreffen veelal pensioen- en verzekeringspremies. Tevens bieden ze (particuliere) beleggers via zogenaamde vastgoedbeleggingsfondsen mogelijkheden tot *'beleggen met een gewenst risicoprofiel'* (Nozeman e.a., 2012, pp.228).

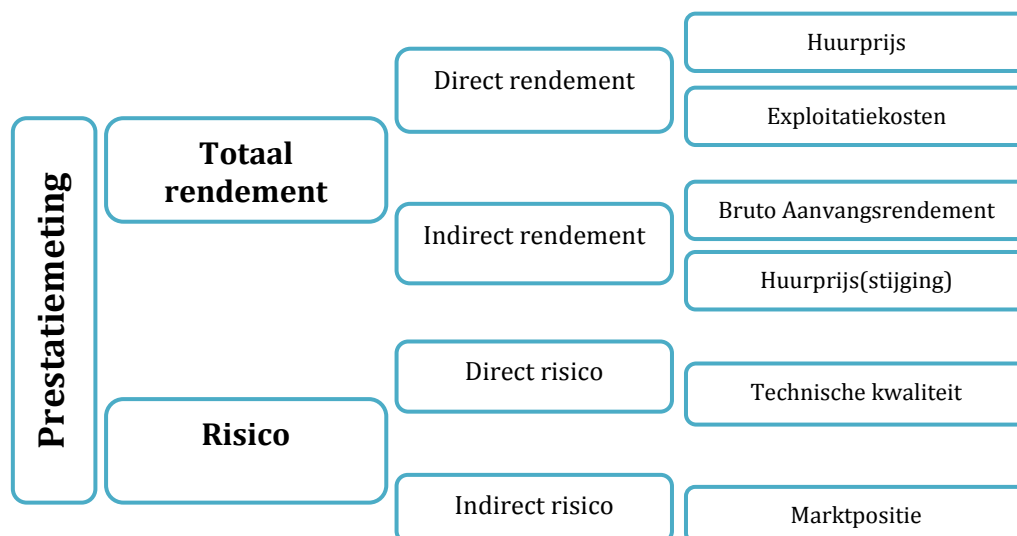
2.3.2 Resultaat: rendement en risico

'Het financieel resultaat dat beleggers in vastgoed behalen op hun investeringen wordt uitgedrukt in het rendement', Evers e.a. (2011, pp.159). Het behaalde rendement omvat direct rendement, *'de inkomsten uit de exploitatie van het vastgoed'*, en indirect rendement, *'de waardestijging van het vastgoed'*. Het directe rendement wordt bepaald door de huurprijs (de opbrengsten) te verminderen met de exploitatiekosten en de dan verkregen netto opbrengsten te delen door de getaxeerde waarde (ofwel: direct rendement = netto huur / waarde). De waardestijging in de tijd wordt beïnvloed door de huurprijs(stijging) en het bruto aanvansrendement (BAR). Het BAR is zowel een output als een input. Het kan berekend worden (output) door de bruto jaarhuur te delen op de waarde. Het dient in de vastgoedsector echter ook als communicatiemiddel en marktindicator om beleggerssentiment te duiden. Het BAR is net als de huur(stijging) een belangrijke variabele waarna gekeken wordt. Hierbij geldt: hoe hoger het BAR, hoe lager de beleggingswaarde.

Naast rendement vormt risico ook een belangrijk begrip voor de financiële prestatiemeting van vastgoed. Hierbij spelen vooral de technische kwaliteit van het (winkel)object en de marktpositie een belangrijke rol (Van Gool e.a., 2007, pp.42; Nozeman e.a., 2012, pp.247). Volgens Nozeman e.a. (2012) zal er constant een afweging gemaakt worden *'tussen de hoogte van het rendement dat de belegger bij een te lopen risico minimaal wenst te behalen of de hoogte van het risico dat hij bij een bepaald rendementsniveau nog bereid is te accepteren'*. Hierbij wordt risico vaak uitgedrukt als volatiliteit van het rendement, welke wordt berekend door de standaarddeviatie van de rendementen uit het verleden.

Logischerwijs verschilt het rendement en het risico per (winkel)object. Hierbij spelen de kwaliteit van het object, de locatie en de verhouding tussen vraag en aanbod belangrijke rollen. Waarde en huurprijs van het object komen onder andere tot stand door middel van een vergelijkend onderzoek.

Figuur 2.6: Financiële prestatiemeting vastgoed (eigen werk)



Volgens Majoor en Lokerse (2010) blijkt locatie de belangrijkste factor. Evers e.a. (2011, pp.16) geeft hier gehoor aan door te stellen dat in vergelijking met perifere detailhandelslocaties en winkelcentra, binnenstedelijke winkels lagere aanvangsrendementen en een hogere huurwaarde per vierkante winkelmeter kennen. Nozeman e.a. (2012, pp.70) opperen tevens dat ‘aanvangsrendementen voor vergelijkbare producten in de periferie generiek hoger liggen dan die in de Randstad. De verschillen lijken vooral verklaard te worden vanuit een hogere beleggersconcurrentie in de Randstad, waardoor inkooprijzen relatief hoog zijn’. Tot slot is ook de locatie binnen een winkelgebied van groot belang voor het rendement van een object (Evers e.a., 2011, pp.160; Nozeman e.a., 2012, pp.97) Vooral grotere binnensteden kennen toplocaties (A1 en A2 locaties) en minder goede locaties (B1,B2 en C-locaties).

Huurprijs en -ontwikkeling als graadmeters voor aantrekkelijkheid binnensteden

In het empirische deel van dit onderzoek wordt, zoals besproken in de inleiding, getoetst welke variabelen van invloed zijn op de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden als investeringsmilieu voor vastgoedbeleggers. Deze aantrekkelijkheid kan, kijkend naar de prestatiemeting van figuur 2.6, door verschillende factoren worden vertegenwoordigd. In eerste instantie zijn de variabelen totaal, direct en indirect rendement overwogen om de aantrekkelijkheid te meten. Deze zijn echter opgebouwd uit meerdere variabelen (huurprijs(stijging), exploitatiekosten en BAR) waardoor een eventueel verband niet uitwijst aan welke variabele dat verband te danken valt. Daarom is gekozen om de huurprijs en huurprijsontwikkeling als de twee maten te nemen om de aantrekkelijk van een binnenstad te vertegenwoordigen. Deze variabelen zijn niet verder onder te verdelen in andere variabelen en zijn tevens zeer belangrijke en bepalende graadmeters voor (institutionele) vastgoedbeleggers. Wanneer er naar vergelijkende onderzoeken wordt gekeken, blijkt dat deze ook vaak huurprijs als te verklaren variabele gebruiken (Mank, 2012; Schrader – Van Meel, 2012; Van de Staak, 2010).

2.3.3 Voor- en nadelen van beleggen in vastgoed

Van Gool e.a. (2007) en Nozeman e.a. (2012) noemen allereerst dat een belegging in vastgoed als aantrekkelijk wordt beschouwd in een portefeuille met andere beleggingsmarkten zoals aandelen en staatsobligaties. Door een negatieve correlatie met het rendement van andere beleggingsmarkten is er een verlaagd risico. Ook bieden rendementen van vastgoedbeleggingen over het algemeen ‘een betere bescherming tegen inflatie’. Dit zou vooral worden veroorzaakt ‘door de indexatie in de huur van veel huurcontracten, de stijging van de bouwkosten met vaak meer dan de inflatie en het voortdurend stijgen van de waarde van de nu eenmaal schaarse grond,’ aldus Van Gool e.a.(2007, pp.24). Vervolgens wordt gesteld dat er bij vastgoedbeleggingen sprake is van ‘een vrij stabiele stroom van directe inkomsten’ door de lange levensduur en langlopende huurcontracten. Locatie en kwaliteit van het object zijn daarbij echter wel belangrijk. Tevens moet rekening worden gehouden met het feit dat de lengte van huurcontracten tegenwoordig aan het afnemen is door de teruglopende vraag. Ook de solvabiliteit van de huurder is hierbij belangrijk.

Een nadeel van 'de lange levensduur' van vastgoed betreft het risico van structurele (fysieke status van het pand) en economische (vraag-eisen) veroudering. (Van Gool e.a., 2007 pp. 23-25; Evers e.a., 2011, pp 134-135). Ook de 'fysiek ondeelbaarheid van vastgoed' zal veelal van negatieve invloed zijn op de vraag, tevens is vastgoed 'plaatsgebonden' waardoor de koper naast het gebouw tegelijkertijd een locatie koopt. Deze locatie heeft invloed op de aanschafprijs van het pand en maakt de aanschaf tevens kwetsbaar voor veranderingen in de omgeving (economisch en/of fysiek). Daarnaast is de vastgoedmarkt erg 'heterogeen' door zowel de heterogeniteit van het pand als de locatie wat prijsbepaling en aansluiting van vraag en aanbod ingewikkeld maakt (Evers e.a., 2011, pp. 134-135; Van Gool, 2007, pp.21-22).

De vastgoedmarkt is volgens Van Gool e.a. (2007, pp. 25) 'een zeer kennis- en managementintensieve beleggingsvorm, die een veel grotere acquisitie- en managementapparaat vereist dan een nominaal even grote portefeuille van aandelen of obligaties'. Als eigenaar van een winkelobject is het belangrijk op de hoogte te zijn van markteigenschappen zoals branchesamenstelling, consumentenbestedingen en omgevingsfactoren zoals demografische en infrastructurele ontwikkelingen. Daarnaast zijn 'beleggingstransacties kostbaar' en heeft (winkel)vastgoed een relatief lange contractduur. Hierdoor is er sprake van weinig transparantie (over o.a. prijsvorming) en werkt de markt minder flexibel waardoor de vastgoedbeleggingsmarkt wordt bestempeld als één met 'onvolledige informatie en marktimperfecties' (Evers e.a., 2011, pp. 135; Van Gool e.a., 2007, pp. 24). Vastgoedbeleggers kunnen hier echter tevens hun voordeel mee doen door 'een kennis- en informatievoorsprong op te bouwen'. Zoals uit het vierkwadrantenmodel blijkt (figuur 2.7), is deze markt 'verbonden met de grond- en gebruikersmarkt' welke van (sterke) invloed zijn op de belegging. Tot slot is 'de overheid van invloed' op de vraag naar en aanbod van vastgoed. Nederland kent een tamelijk strikt ruimtelijke orderingsbeleid dat van grote invloed is op de aanbod van locaties en de hoeveelheid daarvan. Tevens beïnvloedt de overheid de vraag door het verstrekken van subsidies (-huur, voor gebiedsontwikkeling) en bijvoorbeeld branchebeperkingen op PDV-locaties (Evers e.a., 2011, pp. 135-136; Van Gool, 2007, pp.25).

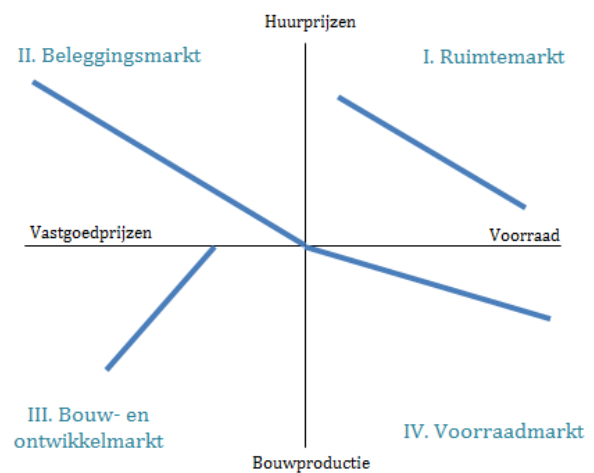
2.3.4 Het vierkwadrantenmodel

Theorieën in paragraaf 2.1.3 gaan allemaal uit van de gebruikersmarkt van vastgoed. Ontwikkelingen op de winkel- en vastgoedmarkt zijn echter afhankelijk van 4 verschillende markten en daarnaast is ook de overheid van invloed (Evers e.a., 2011, pp. 193 - 208). Het ontwikkelproces van (winkel)vastgoed kan worden uitgelegd aan de hand van het 'vierkwadrantenmodel' van DiPasquale en Wheaton (1996) (figuur 2.7) (Van Gool e.a., 2007, pp.38).

De beschrijving van het model start in kwadrant I. Hier komen vraag en aanbod van vastgoed samen. De vraag naar (winkel)ruimte neemt af bij een stijgende huurprijs. Het tweede kwadraat geeft vervolgens de relatie tussen huur en de waarde van vastgoed weer. De (beleggings)waarde van vastgoed stijgt waar de huurprijs toeneemt. Vervolgens omschrijft kwadrant III dat de bouwproductie (inclusief herontwikkeling) toeneemt wanneer de waarde van vastgoed stijgt. Deze lijn begint niet in de oorsprong (0) omdat er pas gebouwd wordt wanneer de vastgoedprijs de bouwkosten overstijgt. Dit is tevens het kwadrant waar de (lokale) overheid een rol speelt door hun gevoerde RO-beleid. In het laatste kwadrant koppelen DiPasquale en Wheaton de bouwproductie aan de voorraadmarkt, hoe meer ontwikkeling hoe hoger het totale aanbod van de ruimtemarkt (PBL, 2013, pp.38-40).

Het feit dat 4 markten vanuit eigen (financiële) motief handelen, heeft op de winkelmarkt gezorgd voor een overschot aan winkelruimte. Waar de huurprijzen zouden moeten dalen bij een verbreding van de voorraadmarkt, gebeurt dit vaak niet. De vraag naar (winkel)vastgoed op goede locaties (A1-locaties) en aantrekkelijke panden neemt namelijk niet af. Gevolg is dat er leegstand op vooral ongunstige locaties (B- en C-locaties) en in niet-marktconforme panden ontstaat. Ook blijven gemeenten ondanks oplopende leegstand de productie op voeren om hun verzorgingsgebied te vergroten (PBL, 2012, pp.20; ASRE, 2013). Concluderend kan worden gesteld dat er door de aanwezigheid van verschillende actoren op de winkel- en vastgoedmarkt er tegengestelde belangen bestaan en er hierdoor geen automatisch herstel op

Figuur 2.7: Vierkwadrantenmodel (bron: PBL, 2013, eigen bewerking)



deze markten plaats vindt. Er geldt wel een redelijk streng grond- en ruimtelijk ordeningsbeleid, maar toch is dit niet voldoende om vraag en aanbod in evenwicht te houden (Evers e.a., 2011, pp. 193 – 208; ASRE, 2013; PBL, 2013, pp. 38-40).

2.3.5 Ontwikkeling van beleggen in winkelvastgoed

In deze paragraaf wordt ingegaan op ontstaansgeschiedenis van beleggen in vastgoed. Ook de huidige trends op gebied van beleggen in winkelvastgoed worden besproken. Hierbij is de toenemende kloof tussen top- en secundaire locaties een belangrijk thema.

Historie

Ook al was grootschalig grondbezit tot circa het jaar 1500 meer gedreven vanuit machtsbasis dan vanuit beleggingsvorm, er bestonden reeds vastgoedbeleggingen. Vooral regenten zagen onroerend goed bezit als een interessante inkomstenbron. Tot in 1900 waren het met name beleggingen in 'grond, boerderijen, woningen en een enkele winkel', volgens Van Gool e.a. (2007, pp.248). Al aan het begin van de 19^e eeuw waren er schommelingen te zien in marktverhoudingen en prijzen door economische groei, bevolkingsgroei en toenemend aanbod van grond en panden. Onder andere door de Industriële revolutie werd er eind 19^e eeuw ook geïnvesteerd in fabrieken, warenhuizen en kantoorgebouwen. Pas rond 1900 ontstonden vastgoedfondsen, deze kwamen veelvuldig voort uit bouw- en exploitatiemaatschappijen. Na de tweede wereldoorlog speelden vastgoedfondsen allereerst een rol bij de wederopbouw en vanaf 1950 nam de vraag naar 'bedrijfshallen, winkels en kantoren' fors toe door een stijging van de welvaart. Ook particuliere beleggers werden door fiscale vrijstellingen gestimuleerd te ontwikkelen. Vooral door het feit dat de combinatie eigendom en gebruik economisch gezien niet optimaal was, steeg de vraag naar huurobjecten (vooral winkels en kantoren) exponentieel. En door de toename van het aantal institutionele beleggers nam tevens de vraag naar beleggingsvastgoed toe. Al met al nam de vraag naar ruimte toe en was Nederland in de ban van centralisering en filialisering waardoor het aantal winkels sterk toe nam. Alles zat in een stroomversnelling totdat schaalvergroting geen productiviteitsstijging meer tot gevolg had. Ook de welvaart daalde toen er in 1973 een oliecrisis ontstond. Nederland kampte met een inflatie van 10% en de rentes liepen op. Institutionele beleggers waren plots geïnteresseerd in buitenlandse objecten (Van Gool e.a., 2007, pp.250).

Pas vanaf 1985 was de Nederlandse economie, en ook de vastgoedmarkt, weer stabiel te noemen. Institutionele beleggers kregen steeds grotere en internationaal verspreide portefeuilles. Deze expansie werd echter in 1990 door een in Amerika ontstane vastgoedcrisis de kop ingedrukt. Ook al nam de vraag naar kantoor- en winkelpanden af, men bleef bouwen, waardoor er een overaanbod ontstond en met name internationale vastgoedbeleggers hard werden getroffen. In de jaren tussen midden jaren '90 en 2000 trok de economie weer aan, maar in 2001 herhaalde zich de malaise van de beginjaren '90 weer. Vooral de leegstand in kantoren was relatief hoog, zo'n 12% van de totale voorraad. Ook de aantrekkelijkheid van B- en C- locaties op de winkelmarkt nam af. Dit had volgens Van Gool e.a. (2007, pp.252) te maken met '*een lage economische groei, de invoering van de euro en een verminderend consumentenvertrouwen*'. Ondanks het wisselende succes op de vastgoedmarkt tussen 1950 en nu, is het totaal aan directe vastgoedbeleggingen van institutionele beleggers gegroeid van €13 miljard in 1980 naar €46 miljard in 2011 (CBS Statline, 2013).

Huidige ontwikkelingen

Onder andere door de Europese schuldencrisis is het Nederlandse beleggingsklimaat vanaf 2008 aan het verslechteren. Het feit dat er minder vreemd vermogen beschikbaar is, schuldratio's kritischer bekeken worden door financiers en het vertrouwen in het beleggen in Nederlands vastgoed is afgenomen, dragen volgens ABN AMRO (2012) bij aan een daling van nieuwe beleggingen in vastgoed. FGHbank merkt een verschuiving op tussen de verschillende vastgoedmarkten waarbij in 2012 beleggers minder in de aankoop van winkelpanden investeerden, terwijl de investeringen in woningen en kantoorpanden groeiden. Door de negatieve ontwikkelingen op de retailmarkt nemen de risico's voor vastgoedbeleggers toe (FGHbank, 2013, pp.29; ABN AMRO, 2012, pp. 1). De leegstand neemt tevens nog steeds toe. Begin 2013 wordt 6,9% van de winkelvoorraad te huur of te koop aangeboden in tegenstelling tot 4,6% in 2005 (Locatus Online, 2013). Vastgoedeigenaren moeten dan ook steeds vaker genoegen nemen met dalende huuropbrengsten om leegstand te voorkomen. In 2012 daalde de huurprijs gemiddeld 5% tot €214 per m² (NVM Business, 2013, pp. 1).

Interessant is de toenemende kloof tussen top- en secundaire locaties. De vraag naar winkelpanden op A1-locaties blijft onverminderd hoog terwijl tegelijkertijd leegstand op B- en C-locaties groter wordt (ABN AMRO, 2012, pp.1; DTZ Zadelhof, 2013, pp.17; DTNP, 2011, pp.12). Het zijn dan ook niet de beste

winkellocaties en grote steden waar de vraag naar winkelruimte problematisch wordt volgens de FGHbank (2012). Deze stelt namelijk dat met name de kleine en middelgrote gemeenten (tot circa 80.000 inwoners) het onderspit moeten delven en vastgoedbeleggers zich focussen op de toplocaties in binnensteden en de grootste steden van Nederland. Ook uit onderzoek van Jones Lang LaSalle (JLL) blijkt dat beleggers hun pijlen vooral gericht hebben op A1-locaties van de grootste steden en *'hierbij middelgrote en kleine steden links laten liggen'* (JLL, 2012). In steden met meer dan 100.000 inwoners daalde de gemiddelde huurprijs slechts met 0,1%, op de A1-locaties in kleinere steden was dit circa 1,6% tussen 2011 en 2012. JLL (2013) stelt zelfs dat *'alleen tophuurprijzen van solitaire winkelruimten in de grootste winkelsteden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Eindhoven en Haarlem nog een lichte groei tonen'* (FGHbank, 2013, pp. 33-34; NVM Business, 2013, pp. 4).

2.4 Invloeden op de aantrekkelijkheid van binnensteden

Deze paragraaf continueert met een uiteenzetting van variabelen die volgens de bestaande literatuur van invloed kunnen zijn op de huurprijs en -ontwikkeling van winkelvastgoed in binnensteden. De twee maten waarmee in dit onderzoek de aantrekkelijkheid van binnensteden als investeringsmilieu voor winkelvastgoedbeleggers wordt gemeten. Op basis van deze informatie worden er per thema hypothesen opgesteld die in het empirische gedeelte getoetst zullen worden (zie einde elk thema).

De hypothesen zijn opgesteld voor de relatie met de huurprijs. De variabelen die een ontwikkeling kennen, zoals de bevolkingsomvang en de passantenstromen, worden ook voor de huurprijsontwikkeling getoetst. Dit staat aangegeven met een asterix (*). Voor de precieze operationalisering van de variabelen en de reden waarom bepaalde variabelen, zoals internetbestedingen en autobereikbaarheid, niet zijn opgenomen, wordt doorverwezen naar bijlage 1.

2.4.1 Ligging en economisch- demografische omgevingsfactoren

Ligging en de omvang en samenstelling van het regionale verzorgingsgebied worden in meerdere onderzoeken als belangrijke factoren aangehaald voor de mate van het succes van een winkelgebied en daarmee ook de hoogte van de huurprijzen van winkels (o.a. Schrader – Van Meel, 2012; Mank, 2012).

Ligging in Nederland

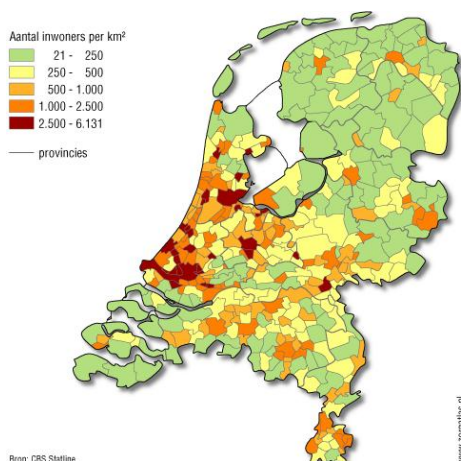
Nozeman e.a. (2012) stellen dat huurprijzen in winkelcentra in de Randstad hoger liggen dan vergelijkbare winkelcentra in de 'Niet-Randstad'. Hiervoor draagt hij een tweetal redenen aan. Allereerst zal er door de sterke focus van beleggers een hogere beleggersconcurrentie zijn in de Randstad, dan in de rest van Nederland. Dit heeft volgens Nozeman zowel doorwerking op de waardebepaling van het vastgoed, als op de hoogte van de huurprijzen. Ten tweede zouden haalbare detailhandelsomzetten in de Randstad hoger liggen door een relatief hoog besteedbaar inkomen per persoon en een relatief grote werkgelegenheid. Hierdoor neemt de vraag naar winkelruimte toe waardoor huurprijzen kunnen stijgen. Kortom, aantrekkelijk voor het bezit van winkelvastgoed aldaar (Nozeman e.a., 2012, pp.70).

Bevolkingsontwikkeling

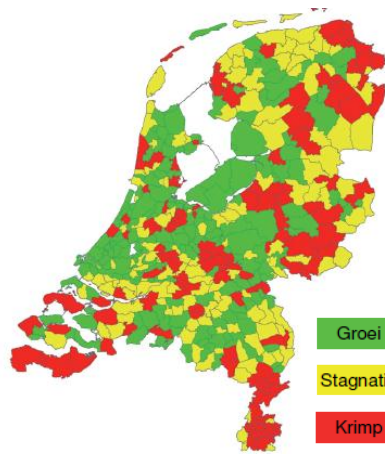
Volgens vele onderzoeken staat bevolkingsomvang en -samenstelling in relatie met het succes van een binnenstad (o.a. Marlet, 2009; DTNP, 2011; Schrader – Van Meel, 2012; Mank, 2012). Hoe hoger de bevolkingsdichtheid en het daaraan gelieerde verzorgingsgebied van een stad of regio, hoe hoger het draagvlak voor voorzieningen en daarmee de vraag naar winkelruimte (PBL, 2012, pp.20). Het feit dat de Nederlandse bevolking niet evenredig op het Nederlandse grondgebied gehuisvest is, zorgt voor een grotere concentratie van winkels in gebieden waar de bevolkingsdichtheid het hoogst is. Deze gebieden betreffen vooral grote steden en de Randstad. De noordelijke provincies en Zeeland kennen daarentegen met 21 tot 250 inwoners per km² de laagste dichtheid (figuur 2.8) (RVM, 2013). Demografische krimp kan voor een afname van het draagvlak voor voorzieningen en daarmee de kwantitatieve vraag naar winkelruimte op lokale schaal tot gevolg hebben (Van Gool, 2007, pp.262). Ook Nijsten (2010, pp.50) is van mening dat voor huurprijswijziging rekening gehouden moet worden met de toe- of afname van het aantal inwoners van het verzorgingsgebied. In Nederland wordt verwacht dat de bevolking tot 2030 nog met 10% zal groeien (Van Gool, 2007, pp.262). Deze groei heeft echter een regionaal (en zelfs een lokaal) karakter. Noord en Zuid-Holland, Flevoland en delen van Brabant en Gelderland kennen nog een bevolkingsgroei, terwijl met name de grensregio's Zuid-Limburg, Noord-Oost-Groningen, Noord-Friesland en Zeeuws-Vlaanderen te maken hebben met een bevolkingskrimp (Nozeman e.a., 2012, pp.69; RVM, 2013; HBD, 2011 pp. 4) (figuur 2.9).

Naast de omvang van het verzorgingsgebied van een winkelcentrum wordt verondersteld dat vergrijzing nadelig is voor de hoogte van de consumentenbestedingen en daarom voor het winkelareaal (DTNP, 2011, pp.6; Roots Beleidsadvies, 2013). Door met name de babyboom na WO II en de stijgende levensverwachting, neemt het aantal 65-plusser de komende jaren exponentieel toe (HBD, 2011; RVM, 2013). In figuur 2.10 is zichtbaar dat vergrijzing een regionaal karakter kent en daarom kunnen de consumentenuitgaven in de regio's met een hoog percentage 65-plussers lager liggen (RVM, 2013).

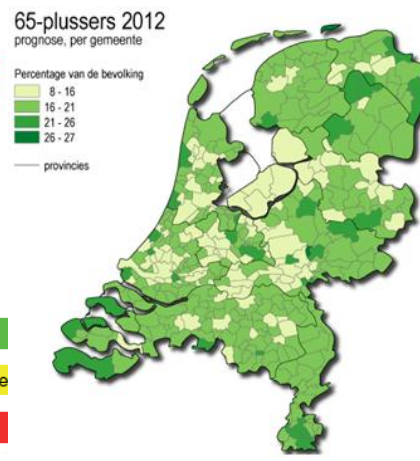
Figuur 2.8: Bevolkingsdichtheid 2012 (Bron RVM, 2013)



Figuur 2.9: Demografische ontwikkeling 2010 - 2025 (Bron HBD, 2011)



Figuur 2.10: Omvang 65-plussers (Bron: RVM, 2013)



Regionale economie en inkomen

De regionale economische groei wijkt weinig af van de van Nederlandse economische groei volgens Nozeman e.a. (2012). Dit patroon van gelijkmatige economische groei valt te verklaren door het feit dat Nederland geen gebieden kent met een eenzijdige productiestructuur. Tevens kent Nederland al tientallen jaren een regionaal stimuleringsbeleid dat de economische groei in evenwicht houdt (Nozeman e.a., 2012, pp.68). Toch is de 'ontwikkeling van de regionale economie' volgens Nozeman e.a. vooral in mindere tijden van invloed op de winkelmarkt. 'De werkloosheid kan regionaal sterk oplopen en kan gevolgen hebben voor de bestedingen die in winkels worden gedaan', aldus Nozeman e.a. (2012, pp.68). Tevens bestaan er in Nederland inkomensverschillen tussen regio's. Hierbij worden de hoogste inkomens in de Randstad gemeten. Deze regionale inkomensverschillen kunnen naast de regionale economische groei (BRP) van invloed zijn op de hoogte van de detailhandelsbestedingen, de vraag naar winkelruimte en daarom op het huurprijsniveau (Nozeman e.a., 2012, pp.70).

Hypothesen ligging en economisch- demografische omgevingsfactoren:

1. Een binnenstad in de Randstad kent een hogere huurprijs dan een binnenstad buiten de Randstad
2. Hoe groter het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijs*
3. Hoe groter het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijs*
4. Hoe hoger het regionaal besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijs*

2.4.2 Winkelvoorraad

Op 1 januari 2013 bedroeg het totale Nederlandse winkelverkoopvloeroppervlak (WVO) 31 miljoen vierkante meter, welke 222.863 verkooppunten omvatte (Locatus, 2013). 'In vergelijking met de omringende landen is de detailhandelsstructuur van Nederland bijzonder: er zijn relatief veel winkels per inwoners binnen een korte afstand van de woonplaats en er is relatief weinig aanbod van perifere detailhandel', aldus Evers e.a. (2011, pp.193). Uit onderzoeken van Locatus komt dan ook naar voren dat het anno 2013 nog steeds de centrale winkelgebieden zijn welke de meeste winkels huisvesten (tabel 2.1).

Tabel 2.1: indeling winkelcentra Locatus (Bron: Locatus, 2013)		verkooppunten	
		aantal	WVO in m ²
Centrale winkelgebieden	Binnenstad	22.238	2.132.338
	Hoofdwinkelgebied groot	19.788	2.541.157
	Hoofdwinkelgebied klein	18.997	2.452.810
	Kernverzorgend centrum groot	19.129	2.319.024
	Kernverzorgend centrum klein	21.669	2.443.791

	Kernverzorgend supermarktcentrum	212	30.649
Ondersteunende winkelgebieden	Binnenstedelijke winkelstraat	11.424	884.058
	Buurtcentrum	5.476	644.135
	Stadsdeelcentrum	2.995	494.570
	Supermarktcentrum	1.272	303.042
	Wijkcentrum groot	7.025	744.283
	Wijkcentrum klein	12.143	1.587.304
Overige winkelgebieden	Grootschalige concentratie	4.300	4.639.990
	Speciaal Winkelgebied	704	126.620
	Verspreide bewinkeling	75.491	9.695.039
Nederland		222.863	31.038.810

Tussen de centrale winkelgebieden verschilt de omvang van het aantal winkels echter aanzienlijk. De binnenstad van Amsterdam bezit met 2.016 winkels het grootste winkelareaal en Hoofddorp met 202 winkels de kleinste (Locatus, 2013). Ook al speelt de kwaliteit van een winkelcentrum een belangrijke rol, verondersteld wordt dat de omvang van de winkelvoorraad een positief effect heeft op het succes van een winkelcentrum. Hoe groter het aanbod waaruit de consument kan kiezen, des te aantrekkelijker het is om in dat winkelcentrum aankopen te doen (DTNP, 2011, pp.10; Nozeman, e.a. 2012, pp. 70; Atzema e.a., 2009, pp.129; Bolt, 1995). Verwacht wordt dat het winkeloppervlakte in de aankomende jaren zal krimpen, vooral door toename van e-shopping (FD, 2013). Retailers zullen namelijk niet meer in alle centrale winkelgebieden gevestigd willen zitten. Dit heeft een versterkende werking op de tweedeling van het huurprijsniveau tussen kleinere en grotere centrale winkelgebieden (Nozeman e.a., 2012, pp.71).

Hypothese winkelvoorraad:

5. Hoe groter de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs*

2.4.3 Drukbeeld

Ook passantenstromen en detailhandelsomzetten zijn veel genoemde variabelen die in verband zouden staan met de huurprijs (Locatus, 2013; Nozeman e.a., 2012, Nijsten, 2010; Bolt, 2003). Uit het onderzoek van Van de Staak (2012) kwam zelfs naar voren dat de verklaring van de huurprijs door passantenstromen het sterkst was.

Passantenstromen & detailhandelsomzetten

Bij het beoordelen van een locatie wordt door zowel retailers als vastgoedeigenaren gekeken naar de hoogte van de passantenstroom in de straat(deel) waar het pand zich bevindt (Bolt, 2003). De gedachte is hoe meer passanten, hoe hoger de detailhandelsomzetten. Volgens Nijsten (2010, pp.50) hebben passantenstromen zelfs een 'risicodempend effect op het rendement van winkelvastgoed'. Wanneer passantenstromen teruglopen, worden (delen van) winkelcentra minder interessant en neemt de vraag naar winkelruimtes af. Daarmee kan er ook een negatieve huurprijsontwikkeling in gang worden gezet. Binnensteden met een groot aanbod van winkels hebben over het algemeen het grootste verzorgingsgebied en kennen daarom ook hogere passantenstromen en detailhandelsomzetten (PBL, 2012, pp.20). Trend is wel dat winkelstraten steeds minder passanten aantrekken. Volgens Locatus (2013) is er de afgelopen jaren een daling van zo'n 10% zichtbaar doordat er minder 'fysiek' gewinkeld wordt. Ook detailhandelsomzetten nemen af volgens DTNP (2011, pp.5): *'..de omzet bleef achter bij de groei van het winkeloppervlak; daardoor nam de omzet per m² met ± 10% af. Deels komt dit voort uit de trend van schaalvergroting (kostenreductie). Veel (vooral kleinere) spelers komen echter onder druk te staan en worden verdrongen'*.

Hypothese drukbeeld:

6. Hoe groter het aantal passanten, hoe hoger de huurprijs*

7. Hoe hoger de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijs*

2.4.4 Nabijheid van andere winkels en winkelcentra

Al eerder is naar voren gekomen dat Nederlandse steden door hun overaanbod aan winkels steeds meer elkaars concurrent geworden zijn. Zelfs met een fysiek kleiner wordende winkelmarkt blijven gemeenten hun winkelareaal vergroten om een zo groot mogelijk verzorgingsgebied te bewerkstelligen (PBL, 2012, pp.20). Hierdoor is de ligging van een binnenstad ten opzichte van andere winkelcentra volgens Nozeman e.a. van belang; *'een ligging in de slagschaduw van een grote stad kan nadelig uitwerken. Dit geldt voor steden als Vlaardingen of Almelo'*, en *'Ook een minder nageleefde hiërarchie zoals Christaller deze heeft*

ontwikkeld door onder andere perifere winkelgebieden, malls en winkelcentra in de periferie met kenmerken van reguliere winkelcentra zorgt voor meer concurrentie voor binnensteden', aldus Nozeman e.a. (2012, pp.72). Verondersteld wordt dan ook dat het voor een binnenstad aantrekkelijker is als er zowel in de nabije omgeving, als in de rest van de stad weinig concurrerende winkel(gebieden) aanwezig zijn. Vooral als er andere centra bestaan voor niet-dagelijkse voorzieningen zoals Amsterdam Arena en Rotterdam Alexander.

Hypothese nabijheid van andere winkelcentra:

8. Hoe groter de nabije concurrentie van andere winkelgebieden, hoe lager de huurprijs*

2.4.5 Kenmerken winkelbestand

Dit thema bespreekt de kenmerken van het winkelbestand die de aantrekkelijkheid van een binnenstad zouden kunnen beïnvloeden. Ingegaan wordt op schaalvergroting van winkels, filialisering, leegstand, aanwezigheid van winkels voor dagelijkse voorzieningen en tot slot de invloed van de branchering.

Schaalvergroting van winkels

Het winkelvloeroppervlak is in Nederland de afgelopen jaren 8 jaar met 14% toegenomen. Winkels zijn vooral groter geworden, het aantal verkooppunten is namelijk weinig gegroeid (DTNP, 2011; pp.4, Locatus, 2013). Het feit dat de vraag naar grotere winkelruimtes door (internationale) winkelketens steeds verder toeneemt, zorgt ervoor dat de winkelpanden van binnensteden steeds minder goed aansluiten bij de vraag (DTNP, 2010, pp.1; Evers e.a., 2011, pp.91; ABN AMRO, 2013, pp.21). Door deze trends wordt het voor sommige retailers lastiger een geschikte winkelruimte in de bestaande structuur van een binnenstad te vinden (DTNP, 2010, pp.1). Volgens Evers e.a. (2011, pp. 91) heeft dit tot gevolg dat *'winkelformules die traditioneel in de binnenstad gevestigd zijn in toenemende mate verplaatst zijn naar nieuwe winkellocaties ofwel een kleinere winkelunit in de binnenstad combineren met een grotere winkelunit op een perifere locatie'*. Het gevolg van deze veronderstellingen kan zijn dat de vraag naar winkelruimte in de binnenstad zal afnemen en dit vervolgens leidt tot een dalende huurprijs. Kanttekening moet echter geplaatst worden bij deze aanname. Haringsma (2002) en Bolt (1995) veronderstellen namelijk dat de huurprijs per vierkante meter afneemt naarmate het winkelpand groter wordt. Dit omdat de omzet per extra vierkante meter daalt. Toch zal de huurprijs uiteindelijk door de vraag bepaald worden, daarom wordt vastgehouden aan de veronderstellingen van DTNP, Evers e.a. en ABN AMRO dat huurprijzen stijgen naarmate winkelpanden groter zijn.

Filialen versus zelfstandige ondernemers

Het Nederlandse straatbeeld is de afgelopen jaren steeds sterker vormgegeven door winkelketens waardoor vooral de hoofdwinkelstraten in binnensteden meer en meer op elkaar zijn gaan lijken (DTNP, 2011, pp.8). Volgens Marlet (2009, pp.226) wordt er dan ook geklaagd over *'de eenheidsworst aan filialen van winkelketens'*. Ook uit consumentenonderzoeken komt veelvuldig naar voren dat *'de consument verrast wil worden'*, aldus Nozeman e.a. (2012, pp.39). Er zou sinds de jaren negentig een verlangen heersen naar een *'authentieke binnenstad met kleinschalige specialistische winkeltjes'*. Steden zouden zich dan ook vooral kunnen onderscheiden door een divers winkelaanbod, zelfstandige ondernemers zouden 'couleur locale' kunnen bieden (DTNP, 2013; Marlet, 2009, pp.226). Ondanks deze geluiden blijkt dat de consument tegelijkertijd veel waarde hecht aan de aanwezigheid van bekende merken bij de keuze voor het bezoeken van een winkelcentrum (DTNP, 2013; Nozeman e.a., 2012, pp.39). De aanwezigheid van warenhuizen wordt door Nozeman bijvoorbeeld als *'de belangrijkste trekker'* voor steden beschouwd. *'Met het vertrek van het V&D warenhuis verdween in Almelo en Vlaardingen 'de kers op de taart', voor veel consumenten aanleiding om deze steden over te slaan en letterlijk door te rijden naar een nabijgelegen stad, met een completer winkelaanbod'* (Nozeman e.a., 2012, pp.72). Bij het doen van aankopen zijn tevens herkenbaarheid en prijs van groot belang. Hier kunnen filiaalbedrijven volgens DTNP (2013) veel beter op inspelen dan kleine speciaalzaakjes. Ook stelt dit adviesbureau dat *'een sterk aanbod van winkelketens een grote aantrekkingskracht heeft op consumenten en tevens de overlevingskansen van zelfstandigen stijgt door de grote passantenstromen'* (DTNP, 2013).

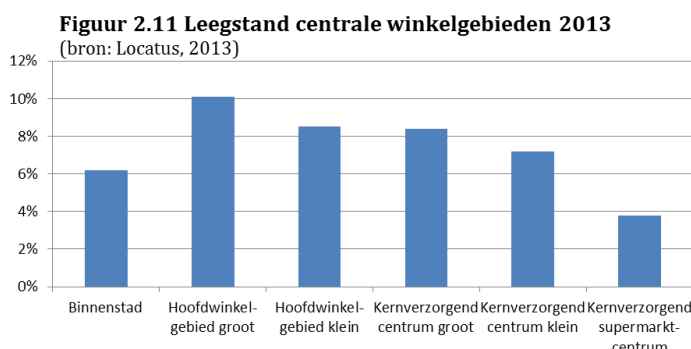
Er wordt gesuggereerd dat er samenhang bestaat tussen zowel de aanwezigheid van filialen, als de aanwezigheid van speciaalzaakjes voor de attractiviteit van binnensteden. Een divers aanbod kan tot een hogere attractiviteit leiden, de uitgaven worden echter vooral in filiaalwinkels gedaan. Ook zijn filiaalwinkels in tegenstelling tot de meeste zelfstandigen in staat de hoge huurprijzen op de hoofdwinkelstraten te betalen. Volgens Nozeman e.a. (2012, pp.87) kunnen deze prijzen *'alleen door goed georganiseerde grootschalige winkelbedrijven worden opgebracht'*.

Leegstand

Al vanaf 2006 is er sprake van een constante stijging van de Nederlandse winkelleegstand (ABN AMRO, 2013, pp.22, Locatus Online, 2013). CBS stelt dat het aantal faillissementen in de detailhandel op het moment per maand rond de 80 bedrijven ligt. In 2012 gingen er zo'n 800 bedrijven failliet, een nominale stijging van 21% ten opzichte van 2011 en 62% meer dan in 2008 (CBS, 2013b).

Uit onderzoek van het Nicis Institute (2012) komt naar voren dat winkelleegstand in de perifere gebieden sneller stijgt dan dichtbevolkte gebieden zoals de Randstad. Dit heeft volgens het Nicis tevens te maken met het verschil in economische activiteit. Ook ligt het leegstandsniveau relatief lager in binnensteden dan in andere winkelgebieden (figuur 2.11) (Locatus, 2013). Locatie blijkt voor leegstandsrisico

belangrijker dan de omvang van een winkelgebied volgens ABN AMRO (2013). De toplocaties in winkelgebieden waar de passantenstromen het hoogst zijn, A1 en A2-locaties, laten in alle soorten winkelgebieden slechts een beperkte leegstand (sgroei) zien (Locatus, 2013). Dit terwijl de leegstand op locaties welke relatief lagere passantenstromen kennen en minder centraal liggen, B/C-locaties een grotere leegstandsgroei kennen. Ook al ligt de leegstand in binnensteden relatief laag, het heeft een negatieve uitwerking op de aantrekkelijkheid van het winkelgebied. Lege winkelpanden ogen ongezellig en aftands, en doen economische malaise vermoeden. Retailers zullen niet snel een pand huren op een locatie waar omliggende panden leeg staan (ABN AMRO, 2013, pp.25; CBS, 2013b). Dit kan vervolgens negatief doorwerken op de huurprijsontwikkeling.



Winkels voor dagelijkse voorzieningen versus niet-dagelijkse voorzieningen

Door de teruglopende consumentenbestedingen en de komst van e-shopping worden vooral de omzetten van fysieke winkels voor niet-dagelijkse voorzieningen geraakt (zoals schoenenwinkels, sportzaken en reisbureaus). Waar men zichzelf in de eerste levensbehoeftes zal moeten blijven voorzien, zijn bestedingen in niet-dagelijkse voorzieningen meer inkomens-elastisch en lopen daarom door de economische crisis terug (ABN AMRO, 2013, pp.5; Roots Beleidsadvies, 2013). Daarnaast is het aandeel online bestedingen in niet-dagelijkse producten aanzienlijk harder aan het stijgen dan voor dagelijkse producten (tabel 2.2). Deze ontwikkelingen hebben een doorwerking op de omzetten, faillissementen en uiteindelijk de hoogte van huurprijzen en leegstand. Daarom is het interessant te onderzoeken of het aandeel winkels in de dagelijkse sector (t.o.v. de niet-dagelijkse sector) van invloed is op de huurprijs van een binnenstad.

Tabel 2.2 Aandeel online bestedingen (bron: HDB, 2011)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
Aandeel dagelijks	0,5%	2,5%	3,2%	4,2%	5,8%	7,1%	8,2%	9,3%	10,2%
Aandeel totale detailhandel	0,3%	1,5%	1,8%	2,5%	3,3%	4,0%	4,5%	5,0%	5,5%

Branchering

'Aantal modewinkels in winkelgebied bepaalt de huur', betreft de titel van een artikel van Majoor en Lokerse uit 2010. Ook Bolt (1995) stelt dat een hoog percentage modewinkels de aantrekkelijkheid van een winkelcentrum versterkt. Voor de omvang van de overige detailhandelsbranches ('In/om huis', 'Vrije tijd' en 'Detailhandel overig', zie branchering Locatus, bijlage 4) zijn echter geen mogelijke invloeden op de hoogte van de huurprijs verondersteld. Om deze reden worden het aantal winkels van alle branches opgenomen in het onderzoek. Hierbij is de vooronderstelling opgesteld dat in ieder geval de mate van aanwezigheid van winkels in de branche 'Mode & Luxe' positief van invloed is op de huurprijs.

Hypothesen kenmerken winkelbestand:

9. Hoe groter de omvang van winkelpanden, hoe hoger de huurprijs*
10. Hoe groter het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijs*
11. Hoe groter het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijs*
12. Hoe lager de leegstand, hoe hoger de huurprijs*
13. Hoe hoger het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijs*
14. Hoe hoger het aandeel winkels in de branche 'Mode & Luxe', hoe hoger de huurprijs*

2.4.6 Bereikbaarheid

De consument komt niet graag winkelen in een winkelgebied waar de bereikbaarheid slecht is (Nijsten, 2010, pp.50; Vastgoedmarkt, 2013; Goudappel Coffeng, 2008; Nozeman e.a. 2012, pp. 80). In dit onderzoek wordt de kwaliteit van de bereikbaarheid van een binnenstad gemeten aan de hand van de parkeercapaciteit en de aanwezigheid en afstand tot het dichtstbijzijnde treinstation⁴.

'No parking, no business'

Een goede autobereikbaarheid en het hebben van eigen parkeervoorzieningen zijn van groot belang voor de aantrekkelijkheid van een winkelcentrum (Vastgoedmarkt, 2013; Goudappel Coffeng, 2008; Nozeman e.a. 2012, pp. 80). Een stadsring rond het centrum met parkeergarages waar klanten op verschillende locaties kunnen parkeren is volgens Nozeman e.a. (2012, pp. 80) vooral een succesformule. Goudappel Coffeng heeft in 2008 kwantitatief onderzoek uitgevoerd naar de relatie tussen detailhandelomzetten en parkeren. Hieruit kwam naar voren dat er in hoofdwinkelgebieden, waaronder binnensteden, er een zwakke, doch positieve relatie tussen parkeercapaciteit en de omzet per m² WVO bleek te bestaan (Goudappel Coffeng, 2008). Uit consumentenonderzoek komt tevens naar voren dat de autobezoeker de belangrijkste 'omzetbrenger' is (Nozeman e.a., 2012, pp.81). Het is daarom noodzakelijk voldoende parkeerplaatsen aan te kunnen bieden. Toch is volgens Nozeman e.a. *'parkeergelegenheid een schaars goed in Nederland'*. Parkeren op een maaiveld is steeds minder aan de orde en parkeergarages bieden voor als nog vaak te weinig capaciteit. Zo zou er in binnensteden gemiddeld maar één parkeerplaats per 43 m² WVO zijn terwijl één per 21 m² WVO de parkeernorm is (Nozeman e.a., 2012, pp. 81).

Afstand tot treinstation

Naast de voorzieningen voor autogebruikers, wordt ook de bereikbaarheid van de binnenstad met het openbaar vervoer door Roots Beleidsadvies (2013) als belangrijke factor aangehaald. Ook Stichting Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk (CVS) (2001, pp.781) stelt; *'Door een goede openbaarvervoerbereikbaarheid kan een winkel, recreatiepark, bedrijf of organisatie meer klanten trekken, waardoor de omzet stijgt'*. De OV-bereikbaarheid van een binnenstad is gunstig wanneer het treinstation op loopafstand ligt. Verondersteld wordt dat bezoekersaantallen hierdoor toenemen, wat de aantrekkelijkheid van een binnenstad voor retailers zal verhogen.

Hypothese bereikbaarheid:

15. Hoe beter de bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs*

2.4.6 Cultuur, ontspanning en horeca

De waardering voor binnensteden door de Nederlandse consument hangt volgens velen sterk samen met haar esthetische schoonheid (Marlet, 2009, pp.230; Nozeman e.a., 2012, pp.73; Koornstra, 2011, pp.43; Strabo, 2010; FGHbank, 2013, pp.34). De consument prefereert een historische binnenstad boven een sterk planmatig ontwikkeld winkelcentrum. Hierbij zouden 'sfeer' en 'couleur locale' bepalende factoren zijn. *'In de toekomst zou dit onderscheid nog wel eens sterker kunnen worden, gezien het verder toenemend belang van recreatief winkelen,'* aldus Nozeman e.a. (2012, pp.73).

Daarnaast leent een binnenstad zich goed voor een 'dagje uit' waarbij (fun)shoppen, terrassen, culturele en ontspannende activiteiten goed met elkaar gecombineerd kunnen worden (Marlet, 2009, pp.230). Volgens Nozeman e.a. (2012, pp.83) kan *'..een aantrekkelijke mix van horeca, terrassen, aankleding en acties/evenementen de functie van het aloude winkelcentrum dan ook verbreden'*. Ook Glaeser e.a. (2001) stelt dat voor de aantrekkelijkheid van een stad een variëteit aan diensten en culturele aspecten belangrijke indicatoren zijn. Wanneer deze binnensteden aantrekkelijk zijn voor consumenten, zijn deze dat ook voor retailers en beleggers wat een stuwende werking kan hebben op de huurprijs (Glaeser e.a., 2001).

Hypothesen cultuur, ontspanning en horeca:

16. De aanwezigheid van een historische kern heeft een positieve invloed op de huurprijs

17. Hoe groter het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijs*

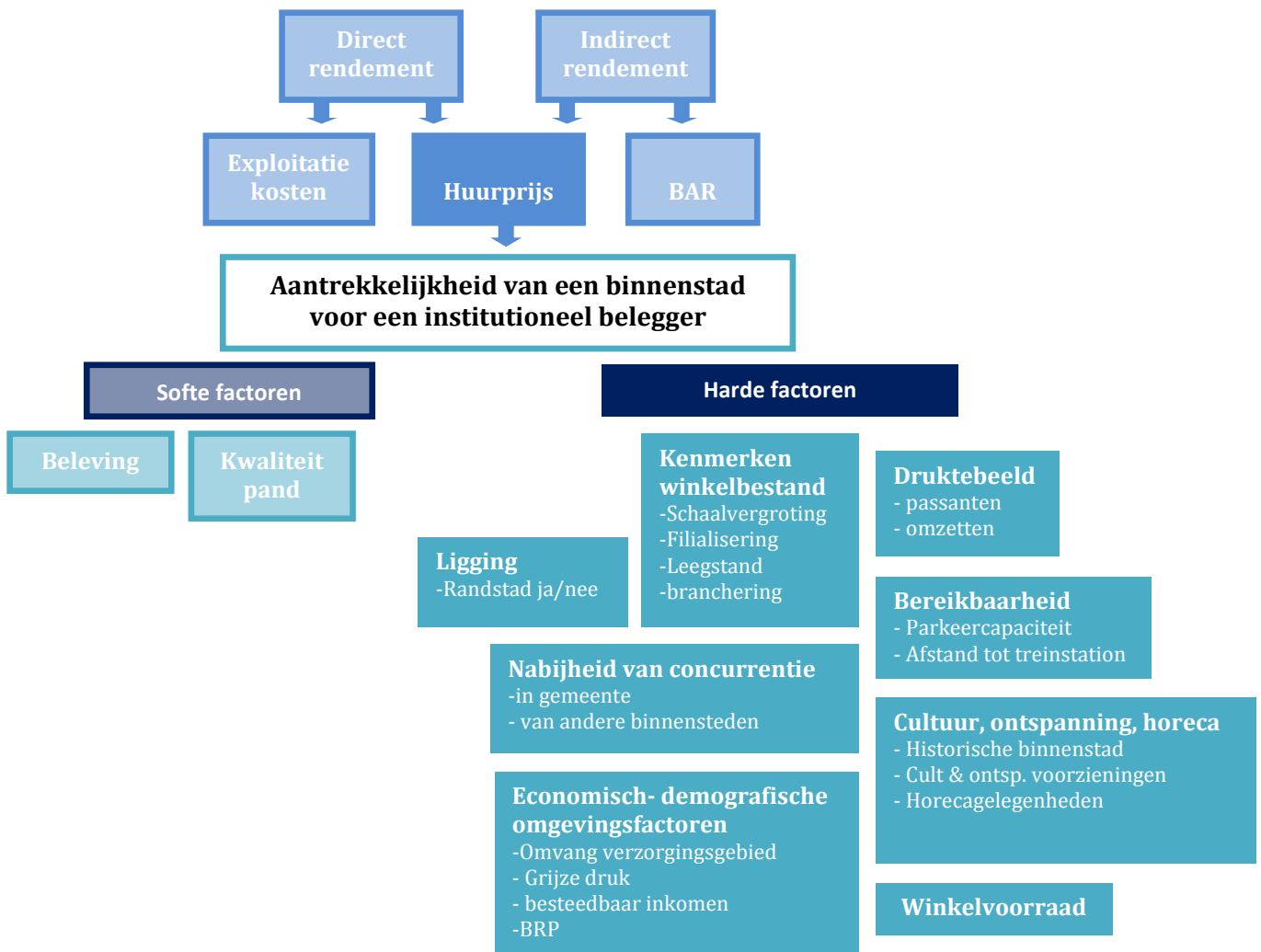
18. Hoe hoger het percentage horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijs*

⁴ Ook de autobereikbaarheid zou in het onderzoek worden opgenomen, dit is echter wegens data-redenen niet haalbaar gebleken (zie bijlage 1).

2.5 Conceptueel model

Tot slot zijn de prestatie-maten van de aantrekkelijkheid van een binnenstad en de belangrijkste factoren die deze aantrekkelijkheid zouden verklaren, weergegeven in een conceptueel model (figuur 2.12). Er zijn verschillende prestatie-maten, maar zoals in paragraaf 2.3.2 besproken, zal dit onderzoek zich focussen op de huurprijs. Er zijn zowel harde als softe factoren die van invloed blijken op de aantrekkelijkheid. Dit onderzoek analyseert echter enkel de harde, objectief meetbare, factoren. De samenstelling van de blokken waarin de factoren zijn weergegeven, betreffen tevens de thema's waarin de factoren in het verschillende hoofdstukken behandeld zullen worden.

Figuur 2.12 Conceptueel model



In dit hoofdstuk wordt uiteengezet aan de hand van welke beweegredenen en methodiek het onderzoek uitgevoerd zal worden. Er wordt ingegaan op de keuze van de gebruikte methoden, analyses en data om voor het onderzoek tot optimale onderzoeksresultaten te komen. Allereerst worden de centrale vraag en de deelvragen geoperationaliseerd met behulp van de hypothesen. Vervolgens wordt in paragraaf 3.2 de keuze voor het type onderzoek besproken. Paragraaf 3.3 continueert met de dataverantwoording en paragraaf 3.4 behandelt tot slot de selectie van de onderzoekseenheden, de binnensteden.

3.1 Vraagstelling

In deze paragraaf wordt stilgestaan bij de operationalisatie van de centrale vraag, deelvragen en hypothesen die leidraad voor dit onderzoek vormen.

3.1.1 Centrale vraag en deelvragen

Hoe hebben de binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland zich ontwikkeld op gebied van economisch-demografische en winkelmarkt karakteristieken en in hoeverre zijn deze karakteristieken van invloed op de aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor de institutionele vastgoedbelegger tussen 2005 en 2012?

Om uiteindelijk tot beantwoording van deze centrale vraag te komen, worden onderstaande deelvragen gesteld:

1. *Hoe presteerden de 57 grootste binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland op gebied van rendementen, economisch-demografische en binnenstedelijke karakteristieken tussen 2005 en 2012?*
2. *Welke factoren zijn van invloed op de huurprijs per m² WVO van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?*
3. *De ontwikkelingen van welke factoren zijn van invloed op de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?*
4. *Welke binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland lijken op basis van uitgevoerde het meest aantrekkelijk te zijn voor het bezit van winkelvastgoed?*

3.1.2 Operationalisering

De reden om dit onderzoek vanuit het oogpunt van de institutionele vastgoedbelegger uit te voeren, hangt vooral samen met het feit dat dit onderzoek uitgevoerd is in opdracht van ASR Vastgoed Vermogensbeheer. De afdeling Research was voornemens een gedetailleerd onderzoek uit te voeren naar aanwijsbare verschillen tussen Nederlandse binnensteden wat betreft de aantrekkelijkheid voor het bezit van winkelvastgoed. Vaak worden vooral de binnensteden van Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Den Haag, aangewezen als meest interessante locaties voor het bezit van winkelvastgoed. Wat precieze verschillen zijn met en tussen middelgrote steden, zoals Apeldoorn, Delft en Amersfoort, is echter niet goed in kaart gebracht. Tevens staat de rol van binnensteden als winkelcentrum tegenwoordig onder druk. Getwijfeld wordt of alle binnensteden levensvatbaar blijven, dit maakt dit onderzoek extra interessant.

Er is gekozen om niet de hele winkelvoorraad van Nederlandse steden met elkaar te vergelijken maar enkel dat van de binnensteden. Ondanks dat binnensteden onder druk liggen, zijn binnensteden belangrijke winkellocaties en daarom ook van groot belang voor (winkel)vastgoedbeleggers. Tevens zijn deze locaties niet te vergelijken met het overige winkelareaal van een stad. Huurprijzen, passantenstromen en voorzieningen kunnen sterk afwijken. De beschikking over data op binnenstadniveau maakt het mogelijk zeer gedetailleerde toetsen en uitspraken te doen over deze belangrijke winkelgebieden. Belangrijk is te vermelden dat de onderzoekseenheden de binnensteden zelf, en niet de winkelpanden/objecten, betreffen. Dit onderzoek dient namelijk het doel een binnenstad in zijn totaliteit te vergelijken met andere binnensteden. Hierdoor worden zaken zoals kwaliteit van de panden en individuele onderhandelingskracht achterwege gelaten. Welke binnensteden zijn opgenomen, hangt samen met de omvang van de binnensteden en de beschikbaarheid van data. Zie paragraaf 3.4 voor verdere uitleg betreffende de selectie van de onderzoekseenheden.

De reden om onderzoek te doen naar een historische tijdreeks (2005 – 2012), betreft het feit dat uitkomsten dan krachtiger worden omdat ze niet voor één jaar maar voor 8 jaar opgaan. De keuze om in 2005 te starten hangt samen met de beschikbaarheid van betrouwbare data. In eerste instantie was de

gedachte om in 1995 te starten aangezien dat het oprichtingsjaar twee belangrijke databronnen betreft (IPD en Locatus). Locatus heeft echter aangegeven dat hun data pas vanaf 2005 als betrouwbaar en consistent kan worden bestempeld.

Om de aantrekkelijkheid van binnensteden te onderzoeken is er, zoals uitvoerig in paragraaf 2.3.2 staat beschreven, voor gekozen de huurprijs en huurprijsontwikkeling van het winkelvastgoed in binnensteden als de te verklaren factoren te gebruiken. De variabelen totaal, direct en indirect rendement zijn overwogen om te toetsen, maar deze zijn opgebouwd uit meerdere variabelen (huurprijs, waarde vastgoed, operationaliseringskosten) waardoor een eventueel verband niet uitwijst aan welke variabele dat te danken valt. Ook de mate van leegstand in een winkelcentrum wordt in verscheidene onderzoeken en nieuwsberichten als maatstaf genomen voor het meten van de aantrekkelijkheid van steden (o.a. Roots Beleidadvies, 2013; Locatus, 2013). Hoe meer leegstand, hoe slechter het met een winkelcentrum zou gaan. Echter, leegstand hoeft niet per se de aantrekkelijkheid van een binnenstad aan te tasten.

Tot slot zijn de (verklarende) variabelen die in het onderzoek worden opgenomen, afgeleid uit de theorie (hoofdstuk 2). Onder andere rendementen, economisch-demografische omgevingsfactoren en binnenstedelijke karakteristieken zijn in dit onderzoek opgenomen. In deelvraag 1 wordt hun ontwikkeling in de verschillende 57 binnensteden besproken. In deelvraag 2 en 3 wordt onderzocht of, en in hoeverre, ze de huurprijs(ontwikkeling) kunnen verklaren. Hypothesen zijn opgesteld en zullen in het resultatenhoofdstuk afgezet worden tegen de onderzoeksresultaten. Volgens Baarda en De Goede (2006) wordt deze manier van onderzoek een toetsingsonderzoek genoemd. Tabel 3.1 bevat een overzicht van alle hypothesen, de bijbehorende variabelen en databronnen. De weergegeven hypothesen zijn opgesteld voor het verband met de huurprijs, voor de hypothesen met een asterisk (*) is echter ook het verband met de ontwikkeling van de huurprijs (deelvraag 3) getoetst. Zie bijlage 1 voor een gedetailleerde uitleg van de variabelen die gebruikt zijn om de hypothesen te beantwoorden. Ook variabelen die in eerste instantie in het onderzoek opgenomen zouden worden, zoals de invloed van internetbestedingen en koopzondagen, maar door de afwezigheid van geschikte data uit het onderzoek gehaald moesten worden, staan hier vermeld.

Hypothesen	Variabelen	Bron
Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren:		
Een binnenstad in de Randstad kent een hogere huurprijs dan een binnenstad buiten de Randstad	Ligging binnenstad op provincie-niveau, contractuurprijs per m ² WVO	IPD
Hoe groter het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijs*	Niet-dagelijks secundaire verzorgingsgebied, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe groter het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijs*	Grijze druk, contractuurprijs m ²	CBS, IPD
Hoe hoger het besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijs*	Besteedbaar inkomen gemeente, BRP COROP-gebieden, contractuurprijs per m ² WVO	CBS, IPD
Winkelvoorraad:		
Hoe groter de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs*	Aantal winkels, aantal m ² WVO, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Drukbeeld:		
Hoe groter het aantal passanten, hoe hoger de huurprijs*	Aantal passanten op drukste punt, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe hoger de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijs*	Detailhandelsomzetten gemeente (per m ² WVO), contractuurprijs per m ² WVO	CBS/ experia n, IPD
Nabijheid concurrentie:		
Hoe groter de nabije concurrentie van andere winkelgebieden, hoe lager de huurprijs	m ² WVO binnenstad, m ² WVO gemeente, m ² WVO binnen 15 km, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, Arc GIS, IPD
Kenmerken winkelbestand:		
Hoe groter de winkelpanden, hoe hoger de huurprijs*	m ² WVO per winkel (gemiddeld), contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe groter het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijs*	Percentage filialen, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe groter het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijs*	Aantal warenhuizen, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe lager het percentage leegstand, hoe hoger de huurprijs*	Percentage leegstand, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe hoger het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijs*	Percentage winkels in dagelijkse voorzieningen, contractuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD

Hoe hoger het aandeel winkels in de branche 'Mode&Luxe', hoe hoger de huurprijs*	Percentage winkels in 'Mode & Luxe', contracthuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Bereikbaarheid:		
Hoe beter de bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs*	Aantal m ² WVO per parkeerplaats (in parkeergarages), loopafstand tussen treinstation en begin winkelstraten, contracthuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Cultuur, ontspanning en horeca:		
De aanwezigheid van een historische kern heeft een positieve invloed op de huurprijs	Aanwezigheid historische kern, contracthuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe groter het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijs*	Aantal culturele en ontspannende voorzieningen, contracthuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD
Hoe hoger het percentage horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijs*	Percentage horecagelegenheden, contracthuurprijs per m ² WVO	Locatus, IPD

3.2 Onderzoeksmethode

De centrale vraag kan worden opgedeeld in 3 delen; het onderzoek naar ontwikkeling van Nederlands 57 grootste binnensteden, het onderzoek naar welke factoren van invloed zijn op de huurprijs van een Nederlandse binnenstad en het onderzoek naar welke factoren van invloed zijn op de huurprijsontwikkeling van een Nederlandse binnenstad. Omdat in dit onderzoek een vergelijking wordt gemaakt tussen 57 verschillende Nederlandse binnensteden op basis van 30 verschillende variabelen en voor de tijdsreeks 2005 tot en met 2012 zal het onderzoek een kwantitatief onderzoek betreffen (Boeije e.a., 2009). Voor het vraagstuk hoe de 57 binnensteden zich de afgelopen 8 jaar hebben ontwikkeld en welke variabelen van invloed zijn op de huurprijs(ontwikkeling) is een dusdanige hoeveelheid aan getalsmatige gegevens noodzakelijk om een correct en gedetailleerd beeld te kunnen schetsen. Zowel kwalitatief onderzoek aan de hand van interviews als kwantitatief onderzoek aan de hand van enquêtes, zou hier niet volstaan of te tijdrovend zijn door de omvang (Boeije e.a., 2009).

3.2.1 Deelvraag 1

De eerste deelvraag omvat een beschrijvend onderzoek naar hoe de binnensteden zich van 2005 – 2012 hebben ontwikkeld. Voor dit onderzoek worden een dertigtal variabelen in kaart gebracht en gekeken wordt hoe de binnensteden ten opzichte van elkaar scoren. Omdat er tot op heden geen soortgelijk onderzoek is uitgevoerd, wordt er voor dit deel niet gewerkt met hypothesen. Het is vooral bedoeld om twee belangrijke en kostbare datasets die voor weinig partijen beschikbaar zijn met elkaar te combineren en de ontwikkeling van de binnensteden zo gedetailleerd mogelijk te omschrijven. Voor het inzichtelijk maken van de ontwikkeling van de binnensteden wordt gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek. Met behulp van tabellen, scatterplots en grafieken in Microsoft Excel wordt er op een zo overzichtelijk mogelijk manier gewerkt. Vanwege de grote hoeveelheid binnensteden en variabelen zijn de variabelen in thema's verdeeld en start elke thema met een korte samenvatting (zie voor thema's tabel 3.1).

3.2.2 Deelvraag 2 en 3

Om de relatie tussen de huurprijs (deelvraag 2) of huurprijsontwikkeling (deelvraag 3) en de 30 economisch-geografisch en binnenstedelijke factoren te kunnen analyseren, zijn er met het programma SPSS Statistics Data Editor 19.0 verschillende multiple lineaire regressieanalyses uitgevoerd (via de Entermethode). Een lineaire regressie is hier op zijn plaats aangezien de afhankelijke variabelen op interval/ratio-schaal gemeten zijn (Field, 2009, pp. 199 – 205). Met deze regressie wordt getoetst of, en in hoeverre, de verklarende variabelen (X) van invloed zijn op de huurprijs en de huurprijsontwikkeling (Y, te verklaren variabelen) (zie figuur 3.1). Regressie coëfficiënt (b) zal de sterkte van de relatie van X met Y aangeven. Het geeft weer met hoeveel eenheden (standaard deviaties) Y verandert, als X met één eenheid (standaard deviatie) toeneemt (Field, 2009, pp. 781; De Vocht, 2008, pp. 193). Het significantieniveau (P) zal hierbij de betrouwbaarheid van het verband aangeven (99% = P<.01, 95% = P<.05 en 90% = P<.1). Omdat de dataset meerdere jaren bestrijkt (2005 tot en met 2012) wordt er zowel voor de regressie met de huurprijs als de huurprijsontwikkeling gepoolde regressies uitgevoerd. Hierdoor gelden uitkomsten voor alle jaren, maar kan er voor de invloed van de verschillende jaren gecontroleerd worden. Dit wordt ook wel een robuustheid test genoemd (Van Oort, 2013). Voor de verklaring van de huurprijsontwikkeling ($Y = Y_{nieuw}/Y_{oud}$) is gekozen om de ontwikkeling van verklarende variabelen ($X = X_{nieuw}/X_{oud}$) te toetsen aan de huurprijsontwikkeling

Figuur 3.1 Formules

Huurprijs:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots$$

Huurprijsontwikkeling:

$$Y (Y_{nieuw}/Y_{oud}) = b_1 X_1 (X_{nieuw}/X_{oud}) + b_2 X_2 (X_{nieuw}/X_{oud}) + \dots$$

(figuur 3.1). Ook het afzetten van de basisjaren van de verklarende variabelen ($X = X_{oud}$) is echter een optie om de huurprijsontwikkeling te verklaren (Van Oort, 2013). Hieruit bleken geen significante verbanden, dit veronderstelt dat de verklaring van de huurprijsontwikkeling niet op deze manier gezocht moet worden. Aangezien de formule uit figuur 3.1 wel significante verbanden aantoonde, wordt deze formule gebruikt voor het beantwoorden van de derde deelvraag.

Voor het uitvoeren van een multiple lineaire regressie moet er voldaan worden aan een aantal veronderstellingen, te weten:

- a) Het aantal onderzoekseenheden (N) is minimaal 30;
- b) De verdeling moet normaal verdeeld zijn;
- c) Er moet een lineair verband zijn;
- d) Er mag geen sprake zijn van heteroscedasticiteit;
- e) En er mag tevens geen sprake zijn van multicollineariteit (Field, 2009, p. 220).

Bovenstaande voorwaarden worden getoetst door voor de afhankelijke variabelen een histogram, een normale P-Plot van de residuen en een spreidingsdiagram te maken. Om te analyseren of de verdeling normaal verdeeld is wordt er gekeken naar de histogrammen en de normale P-Plots van de residuen. Of de verdeling lineair en homoscedastisch is, wordt geconcludeerd aan de hand van twee spreidingsdiagrammen (*ZRESID - *ZPRED en *SRESID - *ZPRED) (Field, 2009, pp. 229). Wanneer de punten in deze figuur willekeurig verdeeld lijken en de meeste punten rond het gemiddelde liggen, is de verdeling lineair en homoscedastisch. Of er ten slotte sprake is van multicollineariteit, een te hoge onderlinge correlatie tussen de onafhankelijke variabelen, wordt met de Pearsons Square ($>0,9$) getest. In het resultatenhoofdstuk worden de uitkomsten van deze toetsen behandeld.

De keuze voor het uitvoeren van de regressies via de Enter-methode (6 stappen) hangt samen met het feit dat bepaalde variabelen, vanuit bestaande literatuur en vergelijkende onderzoeken, belangrijker worden geacht dan andere variabelen. Gesuggereerd wordt bijvoorbeeld dat vooral de omvang van het verzorgingsgebied en het winkelgebied van invloed zijn. Deze worden dan ook als eerste in het model gezet. Vervolgens zijn de variabelen per thema's (zie tabel 3.1) in het regressiemodel toegevoegd (zie bijlage 2 en 3). Bekeken kan worden hoeveel verklaarde variantie er per stap bij is gekomen.

Het voornemen was om van alle variabelen het logaritme op te nemen in de regressies omdat dit voor een betere normale verdeling zorgt. Voorwaarde hiervoor is echter dat waarden niet negatief mogen zijn (Field, 2009, pp. 159-160). Bij de huurprijsregressie was dit geen probleem, maar gezien het feit de huurprijsontwikkeling veel negatieve waarden kent, zijn er voor deze laatste regressievergelijking geen logaritmes, maar de normale waarden opgenomen⁵.

Om te onderzoeken of een bepaald jaar een significante invloed heeft gehad op de huurprijs (gepoolde regressie) zijn alle 8 jaren als controlevariabele opgenomen in de laatste stap van beide regressiemodellen. Er zijn dummies gemaakt waarbij het eerste jaar, 2005, als referentiecategorie is gebruikt (Field, 2009, pp. 254). Ook voor de andere categorale variabele 'ligging', zijn dummies gemaakt. Vanwege het lage aantal woningen en culturele en ontspannende voorzieningen kunnen deze cijfers niet relatief gemaakt worden. Gekozen is daarom dat ook deze variabelen categoriaal behandeld worden. Voor alle 3 de variabelen zijn 3 categorieën gemaakt welke vervolgens als dummies in de vergelijkingen zijn toegevoegd (zie bijlage 1).

3.2.3 Deelvraag 4

In deelvraag 4 wordt weergegeven welke binnensteden op basis van de uitkomsten van het tweede en derde deel van het onderzoek aantrekkelijke locaties zijn om winkelveerhuur te bezitten. De significante verbanden worden gewogen aan de hand van de regressie coëfficiënt (b) om uiteindelijk met behulp van Microsoft Excel een rangorde te kunnen maken van de 57 binnensteden.

⁵ Huurprijsontwikkeling zou in eerste instantie als verklarende variabele in de regressie van de huurprijs worden opgenomen. Omdat van deze geen logaritme getrokken kon worden, is eerst gekeken of er een verband bestond tussen beiden. Dit bleek niet het geval en daarom is de huurprijsontwikkeling uit de huurprijsregressie gelaten.

3.3 Dataverantwoording

Voor het onderzoek is gebruikt gemaakt van een viertal datasets, samengesteld door de IPD, Locatus, het CBS en Experian. Hieronder worden deze organisaties en de keuze voor hun data nader toegelicht. Tevens zijn een aantal variabelen zelf (en/of met behulp van Arc GIS) samengesteld. Uitleg hierover staat vermeld in paragraaf 3.3.5.

3.3.1 Winkelbeleggingsdata - IPD

De te verklaren variabelen, de contractuurprijs per m² en de contractuurprijsontwikkeling, kunnen in Nederland niet per object opgevraagd worden. Het berekenen van een gemiddelde huurprijs per m² per binnenstad waarin alle panden zijn opgenomen, is dan ook niet haalbaar. De prestaties van vastgoed, waaronder ook de huurprijs, worden echter wel gemeten door diverse benchmarks. Dit onderzoek maakt gebruik van de 'IPD Nederlandse vastgoedindex' welke een bekende en veel gebruikte benchmark is voor institutionele investeerders in Nederlands direct vastgoed. 'IPD (*Investment Property Databank*) is een wereldwijd werkzaam informatiebedrijf dat zich sinds 1995 in Nederland toelegt op de onafhankelijke meting van het bedrijfseconomisch presteren van investeren in vastgoed', aldus het bedrijf zelf (IPD, 2013). Deze performance is gebaseerd op de vastgoedportefeuilles van deelnemende fondsen zoals Corio, Bouwinvest, CBRE, Altera Vastgoed en ASR Vastgoed en dekt 34% van het Nederlandse institutionele beleggingsvastgoed. In 1995 was dit nog 75% maar met de komst van buitenlandse beleggers, welke niet willen deelnemen, is dit percentage bijna gehalveerd (Nozeman e.a., 2012, pp.235; Vlak, 2012). Ook al dekt deze index niet alle winkelobjecten in binnensteden, het is de beste optie om een waarheidsgetrouwe indicatie te berekenen. IPD berekent zowel markt- als contractuurprijzen. Tijdens een bespreking met deze partij op 4 april jongleden is geconcludeerd dat contractuurprijzen betrouwbaarder zijn dan de markthuurprijzen en daarom relevanter om in het onderzoek op te nemen. Belangrijk is te vermelden dat de door de IPD geleverde contractuurprijsontwikkeling niet de direct afgeleide is van de geleverde huurprijs. De huurprijs (per m²) wordt op basis van het totaal aantal standing investments (aangehouden investeringen) berekend (gewogen). De huurprijsontwikkeling wordt enkel afgeleid van de objecten die op beide meetpunten (t=nieuw/oud) in de portefeuille zaten. Gebleken is echter dat er een aantal opvallend grote ontwikkelingen zijn. Omdat er geen reden was, ook na navraag bij de IPD, om aan te nemen dat deze ontwikkelingen een goede afspiegeling vormden voor de huurprijsontwikkeling van het winkelvastgoed in binnensteden, zijn deze 15 ontwikkelingen (-8% - +8%) niet meegenomen in de analyses (Field, 2009, pp.153).

Het feit dat de IPD rendementscijfers per type winkelgebied, in dit geval binnensteden, kan berekenen, is een extra reden om voor dit informatiebedrijf te kiezen. Tevens reikt hun dataverzameling terug tot 1995. De IPD handhaaft dezelfde winkelgebiedstypering als Locatus waardoor hier geen mismatch in ontstaat. De IPD heeft echter niet voor alle 57 binnensteden die onderzocht zouden worden voldoende metingen om er gegronde uitspraken en/of berekeningen over te kunnen doen. Zo is de norm bij het IPD dat van minimaal 3 verschillende beleggers en 4 verschillende objecten de huur- en rendementscijfers beschikbaar moeten zijn. Voor dit onderzoek hebben we een minimum van 20 huurders (dat kunnen minder objecten zijn aangezien sommige objecten uit meerdere winkelruimtes bestaan) aangehouden om de invloed van één contract te minimaliseren. Door deze beslissing blijven er per regressie 41 binnensteden over (tabel 3.3).

3.3.2 Winkelvoorraad- en passantendata - Locatus

'Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven door het jaarlijks bezoeken van alle winkelgebieden in Nederland', aldus Locatus (2012, pp. 3). Locatus is marktleider op het gebied van het verzamelen van winkelinformatie in de Benelux en noteert sinds 1995 gedetailleerde winkelgegevens. Informatie zoals adresgegevens en m² WVO van verkooppunten, naam en type winkelgebied, winkelformule en branching worden geregistreerd in de zogenoemde 'Verkooppunt Verkenner'. Daarnaast verzamelt Locatus ook specifieke informatie betreffende verzorgingsgebieden, winkelpassanten, digitale plattegronden en openbare parkeergarages. De binnen- en buitendienst van Locatus controleert winkels op naam, adres en branche. Variabelen waarvoor tellingen plaats moeten vinden als passantenstromen worden minimaal eens in de 3 jaar uitgevoerd op een gemiddelde zaterdag op 24 telpunten 3 maal per dag, gedurende 5 minuten. Overige gegevens worden bijgehouden middels het afnemen van enquêtes, telefonisch onderzoek of andere middelen (Locatus, 2012).

De keuze voor het gebruiken van de data van deze organisatie hangt vooral samen met de betrouwbaarheid en de vele mogelijkheden die deze data biedt. Door het feit dat de data volgens Locatus

vanaf 2005 als zeer betrouwbaar en consistent mag worden beschouwd en er gefilterd kan worden op type winkelgebied, kunnen de ontwikkelingen van de Nederlandse binnensteden op basis van tientallen variabelen worden onderzocht. Ook hebben het gesprek met Locatus op 27 maart jongleden en het feit dat ASR al sinds 2010 gebruik van de dataverzameling van Locatus, de keuze voor het gebruik van deze data verder versterkt.

Het feit dat Locatus winkelgebiedstypering noteert, maakt het mogelijk de data te selecteren voor alleen de binnensteden (tabel 3.2). Aangezien de typering 'Binnenstad' van Locatus slechts 17 steden telt (centra met meer dan 400 detailhandel winkels⁶) en dit onderzoek juist ook centra van middelgrote steden wil onderzoeken, wordt ook de typering 'Hoofdwinkelgebied groot' opgenomen. Dit betreft de centra van steden tussen de 200 – 400 detailhandel winkels zoals Almelo, Amersfoort en Gouda.

		aantal winkels
Centrale winkelgebieden	Binnenstad	> 400
	Hoofdwinkelgebied groot	200 – 400
	Hoofdwinkelgebied klein	100 - 200
	Kernverzorgend centrum groot	50 -100
	Kernverzorgend centrum klein	5 – 50
	Kernverzorgend supermarktcentrum	3 -4
Ondersteunende winkelgebieden	Binnenstedelijke winkelstraat	> 50
	Buurtcentrum	5 – 9
	Stadsdeelcentrum	> 50
	Supermarktcentrum	3 - 4
	Wijkcentrum groot	25 – 50
	Wijkcentrum klein	< 25
Overige winkelgebieden	Grootschalige concentratie	>5
	Speciaal Winkelgebied	-
	Verspreide bewinkeling	-

3.3.3 Demografische en macro-economische data - CBS

Naast huurprijzen en karakteristieken van binnensteden zelf, kunnen ook demografische en economische cijfers een deel van de ontwikkeling van een binnenstad zichtbaar maken. Locatus verzamelt interessante gegevens over het verzorgingsgebied van een winkelgebied, dit betreffen echter alleen demografische cijfers. Besteedbaar inkomen en de ontwikkeling van de regionale economie worden niet opgenomen. Daarom worden voor deze economische variabelen gebruik gemaakt van data van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), welke de wettelijke verantwoordelijkheid draagt voor de nationale demografische en macro- economische statistieken (CBS, 2013). Idealiter zouden de economische variabelen per verzorgingsgebied worden meegenomen in het onderzoek, het CBS noteert data echter niet op die schaal. Daarom is er voor gekozen de grijze druk, het besteedbaar inkomen en het BRP per gemeente of COROP op te nemen.

3.3.4 Macro-economische data - Experian

Ter aanvulling van de data van het CBS is de database van Experian, 'verstreker van informatie en analyse- en marketingservices aan bedrijven en consumenten', gebruikt (Experian, 2013a). Waar het CBS geen informatie had betreffende detailhandelsomzetten, heeft Experian deze wel. Opgemerkt moet worden dat deze omzetten enkel op gemeenteniveau voorhanden zijn. Toch is vanwege het verwachte belang, besloten deze detailhandelsomzetten mee te nemen in de analyses.

3.3.5 Eigen indeling en Arc GIS

Er zijn enkele variabelen waar geen 'kant-en-klare' data van bestaat. De ligging van een binnenstad, de afstand tot het treinstation, de concurrentie van andere nabijgelegen binnensteden en het feit of een binnenstad als historisch kon worden bestempeld, zijn eigenhandig geanalyseerd. Voor de afstand tot het treinstation is met behulp van de routebeschrijver van Google Maps voor elke binnenstad de looptijd van het treinstation naar het begin van de hoofdwinkelstraat berekend. Omdat er geen precies punt is waar het winkelgebied aan te wijzen is, zijn de binnensteden in klassen ingedeeld (0 – 5 minuten, 5 – 10 minuten et cetera). Voor het in kaart brengen van de concurrentie vanuit nabijgelegen binnensteden is met behulp van het geografische informatiesysteem Arc GIS berekend welke andere binnensteden in een straal van 15 kilometer van een binnenstad gelegen zijn. Met behulp van de 'Buffertool' is er voor elke binnenstad (de postcode(s)) berekend welk gebied hemelsbreed in een straal van 15 kilometer bereikt kon worden en welke andere binnensteden daar in lagen. Arc GIS is tevens gebruikt voor het visualiseren van resultaten.

⁶ Detailhandelwinkel Locatus: Verkooppunten met betrekking tot de detailhandel, Locatus typering 11. Dagelijks, 22. Mode&Luxe, 35. Vrije tijd, 37. In/Om Huis en 38. Detailhandel Overig (Locatus, 2013).

3.4 Selectie onderzoekseenheden: binnensteden

Het begrip 'binnenstad' kan op verschillende manieren worden omschreven. Zo omschrijft de Van Dale het als 'kern van de stad, centrum' en Wikipedia als 'het (meestal historische) deel van een stad dat door de aanwezigheid van winkels en andere openbare voorzieningen de centrumfunctie vervult in een stad' (Van Dale, 2013; Wikipedia, 2013). Tot hoe ver een binnenstad reikt en welke stad al dan niet een 'echte' binnenstad bezit, is discutabel. Vanwege het feit dat gewerkt wordt met data van Locatus, wordt hun indeling voor type winkelgebieden ook in dit onderzoek aangehouden. De IPD houdt tevens de indeling van Locatus aan.

Een gebrek aan voldoende rendementsdata bij de IPD maakt het niet mogelijk alle 57 binnensteden in de regressies analyses op te nemen. Voor verschillende binnensteden zijn er in de jaren 2005 tot en met 2012 te weinig beleggers (minimaal 3), te weinig objecten (minimaal 4) of te weinig huurders (minimaal 20) geweest waardoor hiervoor geen betrouwbare cijfers voorhanden is. Onderstaande tabel toont aan welke 57 binnensteden in het onderzoek zijn opgenomen en welke binnensteden al dan niet opgenomen zijn in regressies betreffende de huurprijs (1) en de huurprijsontwikkeling (2).

Tabel 3.3 Selectie onderzoekseenheden							
Binnenstad	aantal winkels 2012	Regressies		Binnenstad	Aantal winkels 2012	Regressies	
		1	2			1	2
Alkmaar	472	X		Hilversum	386	X	X
Almelo	210			Hoofddorp	202		
Almere	268	X	X	Hoorn	324	X	X
Alphen a/d Rijn	207	X	X	Leeuwarden	382	X	X
Amersfoort	333	X	X	Leiden	553	X	X
Amsterdam	2.016	X	X	Maastricht	671	X	
Apeldoorn	323	X	X	Meppel	202		
Arnhem	458	X	X	Middelburg	307	X	X
Assen	278		X	Nijmegen	482	X	X
Bergen op Zoom	265	X	X	Oosterhout	238	X	X
Breda	519	X	X	Oss	227	X	X
Bussum	206			Purmerend	258		
Delft	305	X	X	Roermond	301	X	X
Den Bosch	538	X	X	Roosendaal	265		X
Den Haag	774	X	X	Rotterdam	692	X	X
Deventer	315	X	X	Schiedam	198		
Doetinchem	231	X	X	Sittard	249		
Dordrecht	410	X	X	Sneek	226	X	X
Drachten	207			Tilburg	329	X	X
Ede	211			Utrecht	720	X	X
Eindhoven	418		X	Veenendaal	262		
Emmen	272	X	X	Venlo	291	X	X
Enschede	347	X	X	Vlaardingen	218	X	X
Goes	261	X	X	Weert	221		
Gouda	325	X		Zaandam	237	X	X
Groningen	662	X	X	Zeist	281	X	X
Haarlem	584	X	X	Zutphen	264		
Heerlen	264	X	X	Zwolle	337	X	X
Hengelo	217						

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het kwantitatieve onderzoek besproken. Met behulp van tabellen, grafieken en scatterplots worden per deelvraag en vervolgens per hypothese (bij deelvraag 2 en 3) de belangrijkste resultaten behandeld om uiteindelijk de centrale vraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden.

4.1 Deelvraag 1: Ontwikkeling binnensteden als winkelgebied

Het empirische onderzoek start met een analyse van de ontwikkeling van de Nederlandse binnenstedelijke winkelgebieden tussen 2005 en 2012. De belangrijkste bevindingen worden hier besproken om in de conclusie antwoord te kunnen geven op de deelvraag:

Hoe presteerden de 57 grootste binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland op gebied van rendementen, economisch-demografische en binnenstedelijke karakteristieken tussen 2005 en 2012?

De snelle lezer wordt aangeraden enkel de eerste alinea van elke thema te lezen, deze bevat namelijk een beknopte samenvatting.

4.1.1 Rendementen

Samenvatting - Over het algemeen zijn de rendementen in de Nederlandse binnensteden de afgelopen 8 jaar sterk gedaald (van een TR van 15% in 2005 tot een TR van 3% in 2012). Binnensteden blijken daarmee niet af te wijken van andere type winkelcentra. De rendementsdaling valt vooral te verklaren door de waardedaling van het vastgoed, het directe rendement is vrij stabiel gebleven. Binnensteden die in 2012 relatief hoge indirecte rendementen kenden, zijn vooral de grotere binnensteden zoals die van Amsterdam, Rotterdam en Utrecht. De (contract)huurprijs is licht gestegen en is in 2012 met name het hoogst in de grootste steden en het laagst in Overijssel, Friesland en Limburg. Tot slot zijn bruto aanvangsrendementen vooral nadelig in de perifeer gelegen kleinere binnensteden zoals Emmen, Roosendaal, Doetinchem en Zutphen.

Totaal rendement

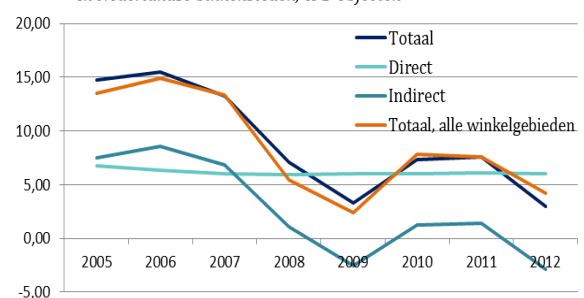
Het totaal rendement is de afgelopen jaren gedaald van 14,78% in 2005 naar 2,98% in 2012, waarbij alleen de jaren 2010 en 2011 een opleving hebben gekend. Opmerkelijk is dat ook in de overige Nederlandse winkelgebieden ditzelfde patroon te herkennen valt. Binnensteden blijken het dus niet per se beter te doen dan andere type winkelcentra zoals werd gesuggereerd door onder andere FGHbank (2012) en JLL (2012). Binnensteden die in 2012 de hoogste totaal rendementen hadden, waren de grote binnensteden van Amsterdam (9,4), Utrecht (7,9), Rotterdam (7,3), Groningen (7,1) en Enschede (7,0 - 10,0%). De binnensteden van kleinere, over het algemeen perifeer gelegen steden zoals Sneek, Dordrecht, Assen, Oss, Doetinchem, Hilversum, Roermond, Zwolle en Zutphen, kenden allen een negatief totaal rendement (respectievelijk -3,6 tot -0,2). Tot voorheen waren er zelden negatieve totaal rendementen aan te wijzen. Opgemerkt moet worden dat rendementen van deze laatst genoemde binnensteden in 2011 nog beduidend hoger lagen, gemiddeld tussen de 6% en 7%. Door de jaarlijkse schommelingen van de totaal rendementen in binnensteden is het lastig een voorspelling te doen voor de toekomstige rendementen van de binnensteden. Duidelijk is in ieder geval dat totaal rendementen voor winkelvastgoed aanzienlijk gedaald zijn de afgelopen 8 jaar.

Direct rendement

In vergelijking met de totaal rendementen zijn de directe rendementen weinig en geleidelijk afgenomen. Waar het directe rendement in 2005 gemiddeld op 6,78% lag, ligt deze in 2012 op 6,0%. Deze geleidelijke afname is ook in de meeste binnensteden waarneembaar. Binnensteden die wat betreft het direct rendement de afgelopen 8 jaar het meest moesten inleveren zijn de grote binnensteden van Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Eindhoven (afname tussen de 33% en 28%). Binnensteden die een wel (lichte) stijging van het direct rendement kenden zijn de binnensteden van de kleinere steden Arnhem, Emmen,

Figuur 4.1 Rendement winkelvastgoed

In Nederlandse binnensteden, IPD objecten



Heerlen, Roosendaal en Deventer. Wanneer gekeken wordt naar de hoogte van het direct rendement in 2012 springen Emmen en Zeist er uit. Binnensteden met de laagste directe rendementen in dit jaar zijn dezelfde binnensteden als waar de rendementen het hardst waren gedaald namelijk Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Eindhoven.

Tabel 4.1 Direct rendement binnensteden, 2012

Emmen	7,6	Drachten	6,5	Hilversum	6,0	Zwolle	5,6
Zeist	7,2	Almere	6,5	Nijmegen	6,0	Zutphen	5,6
Roosendaal	6,8	Zaandam	6,4	Gouda	5,9	Leiden	5,5
Deventer	6,7	Bergen op Zoom	6,4	Venlo	5,9	Groningen	5,5
Oss	6,7	Middelburg	6,4	Alkmaar	5,9	Maastricht	5,4
Tilburg	6,7	Roermond	6,4	Apeldoorn	5,8	Haarlem	5,1
Doetinchem	6,6	Sneek	6,3	Dordrecht	5,8	Eindhoven	4,7
Alphen a/d Rijn	6,6	Oosterhout	6,2	Breda	5,8	Rotterdam	4,4
Heerlen	6,6	Arnhem	6,2	Amersfoort	5,7	Den Haag	4,2
Assen	6,5	Vlaardingen	6,2	Den Bosch	5,7	Amsterdam	3,8
Delft	6,5	Enschede	6,2	Leeuwarden	5,7		
Goes	6,5	Hoorn	6,1	Utrecht	5,6	Gemiddeld	6,0

Indirect rendement

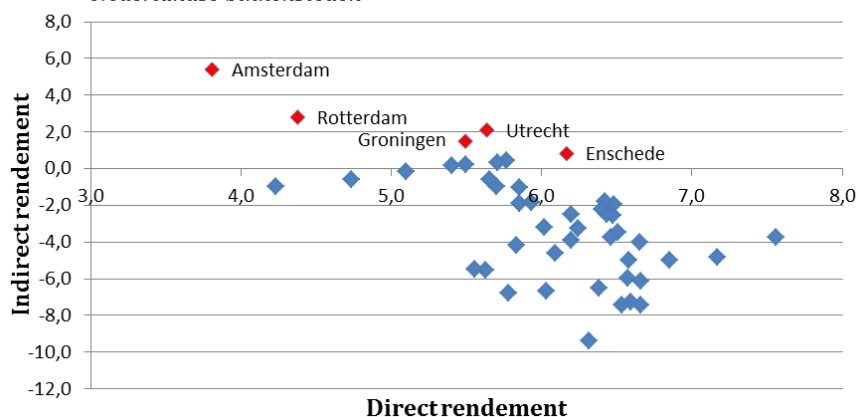
De ontwikkeling (2005 – 2012) van het indirecte rendement komt zeer duidelijk overeen met die van het totaal rendement. Dit rendementstype is gedaald van 7,54% in 2005 naar -2,85% in 2012. Net als bij het totaal rendement kenden de grotere binnensteden de hoogste indirecte rendementen in 2012. Ook de hekkensluiters zijn dezelfde binnensteden als bij het totaal rendement.

Tabel 4.2 Indirect rendement binnensteden, 2012

Amsterdam	5,4	Den Haag	-1,0	Oosterhout	-3,3	Zwolle	-5,6
Rotterdam	2,8	Den Bosch	-1,0	Delft	-3,5	Heerlen	-6,0
Utrecht	2,1	Venlo	-1,0	Almere	-3,7	Deventer	-6,1
Groningen	1,5	Bergen op Zoom	-1,8	Emmen	-3,7	Roermond	-6,5
Enschede	0,8	Gouda	-1,9	Arnhem	-3,9	Hilversum	-6,7
Breda	0,5	Alkmaar	-1,9	Tilburg	-4,0	Dordrecht	-6,8
Amersfoort	0,3	Goes	-1,9	Apeldoorn	-4,2	Doetinchem	-7,3
Leiden	0,2	Middelburg	-2,2	Hoorn	-4,6	Assen	-7,4
Maastricht	0,2	Vlaardingen	-2,5	Zeist	-4,8	Oss	-7,4
Haarlem	-0,2	Zaandam	-2,5	Roosendaal	-5,0	Sneek	-9,4
Leeuwarden	-0,6	Drachten	-2,5	Alphen a/d Rijn	-5,0		
Eindhoven	-0,6	Nijmegen	-3,2	Zutphen	-5,5	Gemiddeld	-2,85

Wanneer het directe en indirecte rendement van de binnensteden (2012) tegen elkaar af wordt gezet in een spreidingdiagram, blijkt er een grote spreiding te bestaan (figuur 4.2). Waar binnensteden met een relatief hoog direct rendement veelal een negatief indirect rendement kennen, kennen binnensteden met een relatief laag direct rendement daarentegen een positief indirect rendement. Uitschieters met een relatief goede verhouding tussen direct en indirect rendement zijn de grotere binnensteden van Utrecht, Groningen, Enschede, Rotterdam en Amsterdam.

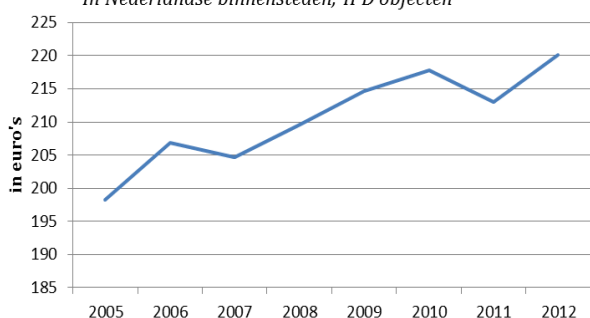
Figuur 4.2 Spreiding direct en indirect rendement 2012
Nederlandse binnensteden



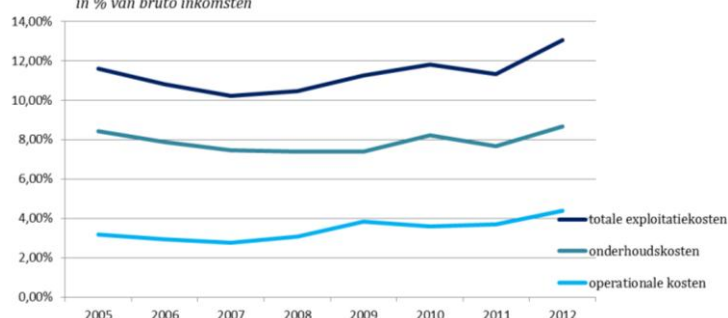
Contractuurprijsontwikkeling

Met gemiddeld 11% (nominaal) zijn de contractuurprijzen in Nederlandse binnensteden de afgelopen 8 jaar gestegen⁷ (figuur 4.3). Zowel grote centraal gelegen steden (Amsterdam, Utrecht, Rotterdam) als kleinere perifeer gelegen steden (Roermond, Middelburg, Hoorn en Sneek) maakten de grootste jaarlijkse huurgroei tussen 2005 en 2012 door (tussen 1,5% en 2,4% per jaar). Steden die jaarlijks de laagste, en zelfs negatieve, huurontwikkeling doormaakten zijn de binnensteden van vooral oostelijk gelegen steden zoals Zwolle, Emmen, Arnhem en Nijmegen. Ook de binnensteden van Almere, Zeist en Goes scoren slecht. Door sterk stijgende exploitatiekosten (en waardedaling van het vastgoed) is het direct rendement stabiel gebleven (figuur 4.1 en 4.4). In de relatief grotere binnensteden van Rotterdam, Amsterdam, Maastricht, Utrecht en Arnhem ligt in 2012 de contractuurprijs het hoogst. Met name in de Overijsselse binnensteden ligt de huurprijs het laagst. Ook andere minder centraal gelegen steden zoals Sneek, Heerlen, Roermond en Groningen kennen een ondergemiddelde huurprijs.

Figuur 4.3 Contractuurprijs per m²
In Nederlandse binnensteden, IPD objecten



Figuur 4.4 Exploitatiekosten winkelvastgoed in Nederlandse binnensteden
in % van bruto inkomsten



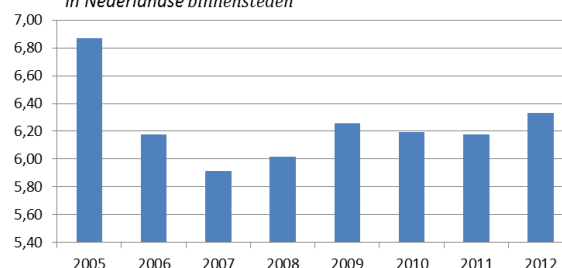
Tabel 4.3 Contractuurprijs, 2012, in hele euro's

Rotterdam	350	Nijmegen	247	Oss	210	Heerlen	164
Amsterdam	318	Den Haag	241	Apeldoorn	200	Bergen op Zoom	164
Maastricht	308	Doetinchem	240	Delft	197	Haarlem	162
Utrecht	303	Vlaardingen	238	Oosterhout	195	Sneek	159
Arnhem	301	Gouda	238	Emmen	194	Zwolle	158
Breda	275	Hilversum	235	Venlo	191	Zaandam	150
Enschede	271	Tilburg	235	Goes	190	Leeuwarden	144
Den Bosch	266	Almere	222	Dordrecht	187	Deventer	129
Amersfoort	258	Hoorn	222	Groningen	184		
Alphen a/d Rijn	254	Zeist	214	Middelburg	174		
Leiden	254	Alkmaar	211	Roermond	171	Gemiddeld	220

Bruto aanvangsrendement

De maat die wordt gebruikt voor risico-inschatting, het bruto aanvangsrendement (BAR), kent een wisselvallige ontwikkeling. Tussen 2005 en 2007 nam het BAR gemiddeld bijna een hele procent af (6,87% naar 5,92%) maar steeg tot 2009 weer naar 6,25%. Tussen 2009 en 2011 zette het BAR een lichte daling in, om 2012 uit te komen op 6,33%. De afgelopen 5 jaar kent de binnenstad van Amsterdam de laagste BAR (gemiddeld 4,80%). In 2012 zijn vooral de grootste binnensteden onder een BAR van 6% gebleven (figuur 4.5). Het zijn de kleinere binnensteden in perifere gebieden en jonge binnensteden die de minst aantrekkelijke aanvangsrendementen kenden.

Figuur 4.5 Aanvangsrendement
In Nederlandse binnensteden



Tabel 4.4 Binnensteden BAR < 6, 2012

Amsterdam	4,59	Den Bosch	5,37	Haarlem	5,51	Leeuwarden	5,74
Rotterdam	4,93	Maastricht	5,37	Leiden	5,59	Zwolle	5,94
Utrecht	5,26	Eindhoven	5,50	Breda	5,72	Venlo	5,95
Den Haag	5,34						

⁷ Er is in dit onderzoek niet gecorrigeerd voor inflatie.

4.1.2 Ligging en economisch- demografische omgevingsfactoren

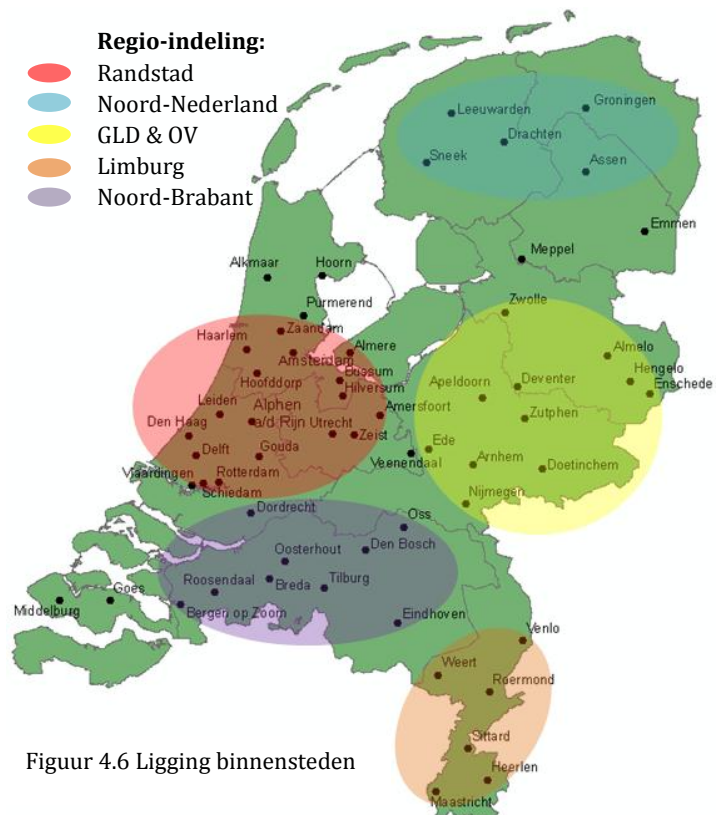
Samenvatting – Er wordt vaak gesteld dat het succes van een binnenstad afhankelijk is van de ligging, omvang en samenstelling van het verzorgingsgebied en de daarmee samenhangende detailhandelsomzetten (Marlet, 2009, pp.111; DTNP, 2011, pp. PBL, 2012, pp.20, Nozeman, 2012, pp.68). Uit dit onderzoek is gebleken dat de rendementen in de grote binnensteden in de Randstad maar ook in Groningen, Enschede en Maastricht relatief het hoogst zijn. De omvang van een verzorgingsgebied is met 9% gestegen en bedraagt in 2012 gemiddeld 170.000 inwoners. Hierbij hangt de omvang van het winkelcentrum positief samen met de omvang van het verzorgingsgebied. Tevens neemt het verzorgingsgebied exponentieel toe bij een toename van de grootte van een binnenstad. Het zijn vooral de binnensteden met meer dan 100.000 vierkante winkelmeters die de meeste inwoners per winkelmeter kennen. Wat betreft de samenstelling van het verzorgingsgebied kennen vooral kleinere perifere gemeenten (Goes, Weert en Smalingerland) en gemeenten in de buurt van grote steden (Bussum, Zeist en Vlaardingen) een relatief hoog percentage 65plussers. Het besteedbaar inkomen van de gemeenten loopt zeer uiteen. In Twente, Zuid-Limburg en Noord-Nederland liggen deze inkomens de afgelopen jaren het laagst (18.500 euro in 2012) en in Midden-Nederland het hoogst (24.000 euro in 2012). Kijkend naar het BRP is het vooral de provincie Zuid-Holland die de lijst aanvoert. In Noord-Holland, Friesland en Groningen is BRP het laagst, maar ook Limburg en Flevoland kenden een sterke daling (6%).

Ligging in Nederland

Vanuit de theorie wordt verondersteld dat het voor winkelveestgoedbeleggers aantrekkelijk is om in Randstedelijke binnensteden te investeren (Nozeman e.a., 2012, pp.70). Kijkend naar de rendementcijfers blijken naast de binnensteden van Amsterdam, Utrecht en Rotterdam ook het noordelijke Groningen, het Twentse Enschede en het Brabantse Breda goed te scoren. Wel moet worden opgemerkt dat de Randstad in tegenstelling tot de andere regio's geen binnensteden heeft die in de groep behoren met de laagste rendementen. Brabantse binnensteden blijken daarnaast ook vaak relatief hoge rendementen te kennen. Of er daadwerkelijk een verband bestaat tussen de ligging van een binnenstad (regio) en de aantrekkelijkheid van een binnenstad wordt in de volgende deelvraag besproken.

Verzorgingsgebied

Zoals uit het theoretisch kader bleek, kan de aantrekkelijkheid van een binnenstad voor retailers en vastgoedbeleggers oplopen wanneer het aantal inwoners van het verzorgingsgebied toeneemt (o.a. Marlet, 2009, pp.111; DTNP, 2011, pp.6). In 2011⁸ was de gemiddelde omvang van een verzorgingsgebied circa 170.000 inwoners, 9% groter dan in 2005. De binnensteden met grote verzorgingsgebieden zijn veelal de qua aantal winkel en -meters omvangrijkste Nederlandse steden. Almere heeft zich echter aan deze lijst toegevoegd door de enorme stijging van het aantal m² winkelvloeroppervlak de afgelopen jaren. Binnensteden die in 2011 de kleinste verzorgingsgebieden kenden zijn Bussum, Sneek, Middelburg en Weert (35.000 – 50.000 inwoners). Wanneer de groei van het verzorgingsgebied tussen 2005 – 2011 wordt berekend, zijn het de binnensteden van Zutphen, Assen en Almere welke het meest boven de gemiddelde groei van 9% uitstijgen (circa 60%). De binnensteden van Sittard, Amersfoort, Vlaardingen, Doetinchem, Hilversum, Gouda en Eindhoven hebben te maken met een krimpend verzorgingsgebied.



Figuur 4.6 Ligging binnensteden

⁸ Voor deze variabele is niet het jaar 2012 maar het jaar 2011 uitgewerkt omdat bij verschillende steden er bijzondere grote stijgingen van 2011 naar 2012 waarneembaar waren. Lastig is te verklaren hoe deze stijgingen tot stand zijn gekomen. Zie methodologie.

Uit dit onderzoek blijkt dat met name de binnensteden die meer dan 100.000 m² WVO beslaan, relatief veel inwoners per vierkante winkelmeter kennen (2,44 – 3,85 inwoners). Gezien haar relatief lagere aantal m² WVO heeft vooral de binnenstad van Almere een hoog aantal inwoners per m² WVO (3,69). Ook Doetinchem, Delft en Schiedam hebben relatief veel inwoners per m² WVO ondanks het relatief lage aantal vierkante winkelmeters. Ongeacht het feit dat de binnensteden van Arnhem, Enschede, Breda en Maastricht tot de omvangrijkste behoren, hebben zij juist een relatief laag aantal inwoners per m² WVO. Verondersteld kan worden dat de omvang van een verzorgingsgebied exponentieel toeneemt bij een toename van het aantal winkelmeters.

Gemeente	Aantal inwoners per m ² WVO	Gemeente	Aantal inwoners per m ² WVO	Gemeente	Aantal inwoners per m ² WVO	Gemeente	Aantal inwoners per m ² WVO
Rotterdam	3,85	Eindhoven	2,02	Zaandam	1,62	Hilversum	1,22
Almere	3,69	Alphen a/d Rijn	2,01	Breda	1,61	Ede	1,21
Utrecht	3,60	Zwolle	1,97	Alkmaar	1,55	Emmen	1,19
Amsterdam	3,59	Vlaardingen	1,93	Bergen op Zoom	1,55	Roosendaal	1,16
Den Haag	3,38	Sittard	1,90	Roermond	1,54	Venlo	1,13
Nijmegen	2,90	Dordrecht	1,89	Zutphen	1,53	Hoorn	1,12
Groningen	2,53	Leiden	1,83	Oss	1,51	Drachten	1,08
Tilburg	2,50	Hengelo	1,83	Assen	1,43	Veenendaal	1,00
Den Bosch	2,44	Gouda	1,75	Maastricht	1,41	Bussum	0,99
Doetinchem	2,31	Arnhem	1,75	Heerlen	1,39	Sneek	0,97
Delft	2,26	Zeist	1,73	Hoofddorp	1,38	Weert	0,88
Schiedam	2,23	Enschede	1,73	Almelo	1,37	Middelburg	0,84
Haarlem	2,21	Meppel	1,70	Deventer	1,25		
Purmerend	2,17	Amersfoort	1,66	Goes	1,25		
Apeldoorn	2,08	Leeuwarden	1,64	Oosterhout	1,23	Gemiddeld	1,82

Grijze druk

In 2012 bestaat een kwart van de bevolking in de gemeenten van de 57 grootste binnensteden uit 65-plussers. Een hoog percentage 65-plussers kan van negatieve invloed zijn op detailhandelsomzetten en daarmee op het succes van winkelgebieden (HBD, 2011; RVM, 2013). Over het algemeen zijn het de gemeenten gelegen in perifere gebieden zoals Goes, Weert en Middelburg, of steden in de buurt van grote gemeenten zoals Bussum, Zeist en Vlaardingen welke een bovengemiddelde grijze druk kennen. Grotere steden blijken over het algemeen minder last te hebben van een grijze druk. 90% van de gemeenten hebben de afgelopen 8 jaar een vergrijzing tussen de 3 en 30% meegemaakt. De gemeenten Utrecht, Bussum, Den Haag, Groningen, Rotterdam en Amsterdam kenden als enige geen stijging van het aandeel 65-plussers. In 6 gemeenten lag de stijging boven de 25%, namelijk in Heerlen, Oosterhout, Hoorn, Weert, Alphen aan de Rijn en Purmerend. Dit beeld komt overeen met het onderzoek van de RVM welke in paragraaf 3.1.1 werd aangehaald (RVM, 2013).

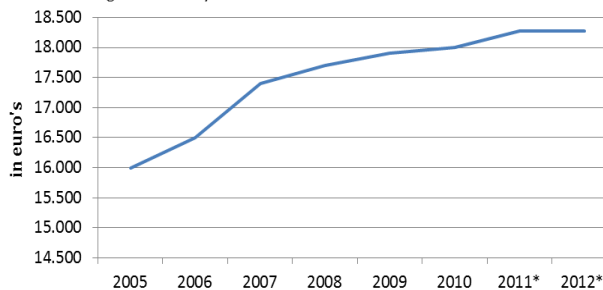
Gemeente	2012	'05-'12	Gemeente	2012	'05-'12	Gemeente	2012	'05-'12
Bussum	34,6%	-3,4%	Roermond	28,3%	17,4%	Hoorn	23,7%	28,8%
Goes	34,3%	15,9%	Almelo	27,7%	17,4%	Den Bosch	23,4%	15,3%
Weert	32,8%	28,1%	Zutphen	27,3%	23,0%	Tilburg	22,8%	13,4%
Middelburg	32,4%	20,4%	Meppel	27,3%	15,7%	Rotterdam	22,8%	-0,9%
Zeist	32,3%	10,6%	Ede	27,2%	15,7%	Alphen a/d Rijn	22,7%	26,8%
Vlaardingen	32,3%	9,5%	Oss	27,1%	21,0%	Zwolle	21,7%	6,9%
Sneek	32,1%	-	Assen	27,1%	16,8%	Heerlen	21,3%	29,9%
Sittard	32,1%	18,0%	Purmerend	26,6%	26,7%	Nijmegen	21,2%	6,5%
Hengelo	32,0%	12,3%	Zaandam	26,4%	15,8%	Delft	20,9%	4,5%
Drachten	31,3%	19,9%	Breda	26,3%	9,1%	Den Haag	20,8%	-3,3%
Emmen	31,1%	17,8%	Gouda	26,2%	20,7%	Amersfoort	20,5%	7,9%
Oosterhout	30,7%	29,5%	Dordrecht	26,2%	14,4%	Arnhem	20,3%	3,6%
Hoofddorp	30,7%	5,1%	Eindhoven	25,4%	5,4%	Leiden	19,4%	13,5%
Roosendaal	30,1%	24,4%	Schiedam	25,4%	2,8%	Amsterdam	16,6%	-0,6%
Apeldoorn	30,0%	17,2%	Haarlem	25,2%	5,0%	Groningen	16,4%	-1,8%
Venlo	29,7%	18,3%	Veenendaal	25,0%	22,0%	Utrecht	14,7%	-8,1%
Bergen op Zoom	29,4%	21,5%	Deventer	25,0%	10,6%	Almere	12,9%	13,2%

Maastricht	29,4%	12,2%	Enschede	24,6%	12,8%			
Hilversum	28,9%	14,7%	Leeuwarden	24,5%	7,0%			
Doetinchem	28,7%	22,1%	Alkmaar	24,4%	19,6%	Gemiddeld	26,1%	13,7%

Besteedbaar inkomen

Het besteedbaar inkomen is de afgelopen 8 jaar met 14,14% gestegen⁹ (figuur 4.7). Gemeenten die een bovengemiddelde inkomensgroei doormaakten waren Utrecht, Emmen en Haarlem (15,5 – 16,0%). De laagste inkomensgroei kenden de gemeenten Sittard-Geleen, Meppel, Den Haag, Veenendaal en Zaanstad (12,7 – 13,0%). Kijkend naar de besteedbare inkomens in 2012 zijn er grotere verschillen aan te wijzen (gemiddeld 20.000 euro). In Twente, Zuid-Limburg en Noord-Nederland zijn de inkomens duidelijk het laagst (18.000 – 19.000 euro) en in Bussum, Zeist, Hilversum en Hoofddorp het hoogst (22.500 – 27.000 euro).

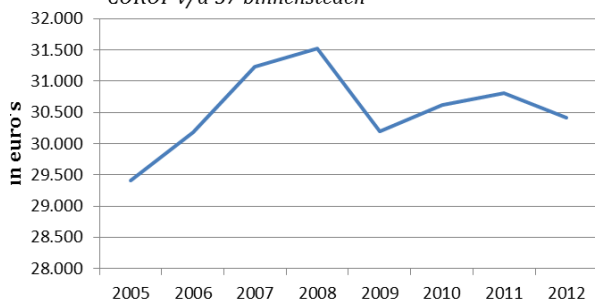
Figuur 4.7 Ontwikkeling besteedbaar inkomen
gemeenten v/d 57 binnensteden



Bruto Regionaal Product

In tegenstelling tot de ontwikkeling van het besteedbaar inkomen is bij het BRP de economische malaise van 2008 goed zichtbaar (figuur 4.8). Vooral COROP-gebieden in Limburg, Flevoland, en Noord- en Oost-Nederland kende dit jaar een sterke daling (5 – 6%). Waar van 2009 tot 2011 een stijging van het BRP heeft plaatsgevonden zette 2012 weer een daling in. Overall kenden de COROP-gebieden een jaarlijkse verandering tussen -0,94% in COROP 'Noord-Drenthe' en 1,48% in COROP 'Overig Groningen'. Er is echter geen duidelijk ontwikkelingspatroon te herkennen. Kijkend naar het niveau van het BRP in 2012 zijn het met name COROP-gebieden in Zuid-Holland en rondom de steden Amsterdam, Groningen en Utrecht die de lijst aanvoeren (35.000 - 55.000 euro). Het BRP is het laagst in de provincies Noord-Holland, Friesland en Groningen en rond Arnhem en Nijmegen (21.000 - 23.000 euro).

Figuur 4.8 Bruto Regionaal Product
COROP v/d 57 binnensteden



5.1.3 Winkelvoorraad

Samenvatting - Met uitzondering van Amsterdam bestaan de Nederlandse binnensteden uit 200 tot 900 winkels en over het algemeen zijn deze aantallen in de loop der jaren weinig veranderd. Naast de exponentiële groei van het aantal winkels in Almere en Hoofddorp, zijn het vooral kleinere binnensteden zoals Ede en Bergen op Zoom welke een groei kenden. Binnensteden in de omgeving van Rotterdam en perifeer gelegen binnensteden kenden daarentegen de grootste krimp. In tegenstelling tot het aantal winkels is het aantal winkelmeters wel met 8% tussen 2005 en 2012 toegenomen wat een schaalvergroting van de winkels betekent. De kleinste binnensteden zijn overal in het land gevestigd, de grootste binnensteden zijn echter vooral in de Randstad gelegen.

Aantal winkels

67% van de binnensteden heeft in 2012 tussen de 200 en 400 winkels¹⁰. In de overige 19 binnensteden ligt het aantal winkels, met uitzondering van Amsterdam (2.122), tussen de 400 en 900 winkels. Het aantal winkels is in de Nederlandse binnenstad de afgelopen 8 jaar gemiddeld met 0,87% gestegen. De binnensteden van Almere en Hoofddorp zijn echter, door hun uitbreidingen van respectievelijk 60,71% en 30,18% tussen 2005 – 2012, van zeer grote invloed op dit gemiddelde. Zonder deze steden uit Flevoland is het gemiddelde aantal winkels per binnenstad met 0,72% gedaald. Verder zijn het de binnensteden van Arnhem, Tilburg en daarnaast vooral kleinere binnensteden, zoals Ede, Bergen op Zoom, Doetinchem en Middelburg, die een groei van het winkelareaal kenden (6 – 15%). Binnensteden die de grootste negatieve

⁹ Gemeenten van de 57 te onderzoeken binnensteden en er is niet gecorrigeerd voor inflatie.

¹⁰ Winkels betreffen hier winkels in de detailhandel, dit zijn de groepen 'Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije tijd, In/Om huis, Detailhandel Overig en Leegstand'.

groei kenden (10 - 15%) liggen onder andere in omgeving van Rotterdam (Vlaardingen, Dordrecht) en in perifeer gelegen steden (Drachten, Heerlen). Daarnaast kennen ook grotere steden, zoals Hilversum en Den Haag, een terugloop.

Tabel 4.7 Ontwikkeling omvang aantal winkels binnensteden, 2005 -2012

Vlaardingen	-14,29%	Groningen	-5,76%	Leeuwarden	-1,27%	Amsterdam	1,97%	Alphen a/d Rijn	5,88%
Drachten	-12,55%	Utrecht	-5,05%	Zwolle	-1,01%	Assen	2,87%	Middelburg	6,47%
Dordrecht	-10,90%	Leiden	-4,42%	Enschede	-0,72%	Goes	3,10%	Doetinchem	6,94%
Zaandam	-10,29%	Hoorn	-3,68%	Purmerend	-0,71%	Oss	3,37%	Bergen op Zoom	6,98%
Heerlen	-9,60%	Roermond	-3,53%	Almelo	-0,70%	Venlo	3,49%	Tilburg	10,22%
Hilversum	-8,70%	Zeist	-3,25%	Roosendaal	-0,54%	Maastricht	3,62%	Ede	14,04%
Den Haag	-8,59%	Apeldoorn	-2,89%	Alkmaar	-0,19%	Eindhoven	3,97%	Arnhem	14,62%
Gouda	-8,55%	Emmen	-2,69%	Delft	0,28%	Hengelo	4,03%	Hoofddorp	30,18%
Amersfoort	-7,90%	Haarlem	-2,52%	Sneek	1,20%	Deventer	4,05%	Almere	60,71%
Weert	-7,64%	Bussum	-2,40%	Meppel	1,32%	Veenendaal	4,30%		
Sittard	-7,51%	Den Bosch	-1,93%	Nijmegen	1,43%	Rotterdam	4,95%		
Schiedam	-6,19%	Breda	-1,56%	Oosterhout	1,93%	Zutphen	5,17%	Gemiddeld	0,87%

Winkelvloeroppervlak

In tegenstelling tot de bijna onveranderde omvang van het winkelareaal is er in het merendeel van de binnensteden tussen 2005 en 2012 een toename geweest van het aantal m² WVO (gemiddeld 8%). Hieruit kan worden opgemaakt dat winkels over het algemeen groter zijn geworden in binnensteden. Hierbij voerden Almere en Hoofddorp wederom de lijst aan met een groei van respectievelijk 110,81% en 82,63%. Naast deze binnensteden hebben de binnensteden van Tilburg, Arnhem, Zaandam, Bergen op Zoom, Delft en Maastricht tevens een relatief hoge groei doorgemaakt van tussen de 20- 30%. Van de binnensteden met een dalend aantal winkelmeters voerden Drachten, Vlaardingen, Heerlen, Amersfoort en Dordrecht de lijst aan (-8% - -15%). Gemiddeld bestond een binnenstad in 2012 uit 82.284 m² WVO. De kleinste binnensteden bevinden zich verspreid over het land (Bussum, Sneek, Purmerend, Vlaardingen en Meppel) terwijl de grootste binnensteden, op Groningen na, in de Randstad gelegen zijn (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Groningen en Utrecht).

5.1.4 Drukbeeld

Samenvatting - De meeste binnensteden tellen op een drukke dag tussen de 20.000 en 30.000 passanten. De hoogte van dit aantal staat over het algemeen in relatie met de omvang van een binnenstad en is tussen 2005 en 2012 in 70% van de binnensteden afgenomen (19%). Naast de Utrechtse binnenstad kennen met name kleinere binnensteden een toename van het aantal passanten. Ook detailhandelsomzetten zijn de afgelopen jaren afgenomen (10%) door onder andere e-shopping en teruglopende consumentenbestedingen (Evers e.a., 2011, pp.90; Molenaar, 2011, 34-35). Het zijn niet uitsluitend de grootste binnensteden die de hoogste omzetten per m² WVO kennen, ook Schiedam, Hoofddorp, Nijmegen, Zeist en Alphen aan den Rijn staan in de top 10. Het zijn duidelijk de binnensteden in de perifere gemeenten die de laagste omzetten per m² WVO kennen. Wanneer tot slot detailhandelsomzetten met passantenstromen vergeleken worden, lijkt er een positieve relatie te bestaan.

Passantenstromen

In 2012 was de gemiddelde hoogte van het aantal passanten in een binnenstad op het drukste punt op een zaterdag 32.000 passanten. Al sinds jaar en dag zijn passantenstromen in de Utrechtse binnenstad het hoogst. Er komen op het drukste punt op een zaterdag zelfs twee keer zo veel passanten dan de nummer twee op de lijst, de binnenstad van Den Bosch. Echter, van grote invloed zal de loopstroom vanaf Utrecht Centraal Station door het aaneengelegene winkelcentrum Hoog Catherijne zijn. Ook in andere binnensteden waar winkelstraten tussen drukbezochte stations en bijvoorbeeld kantoren en universiteiten liggen, wordt de hoogte van passantenstromen sterk beïnvloed. In hoeverre deze stroom 'voorbijgangers' ook daadwerkelijk omzet voor winkeliers genereert valt te bediscussiëren. Toch wordt aangenomen dat een vergelijking van de passantenstromen tussen de verschillende binnensteden over het algemeen een duidelijk drukbeeld geeft.

Tabel 4.8 Passantenstroom 2012, op het drukste punt op een zaterdag gemeten

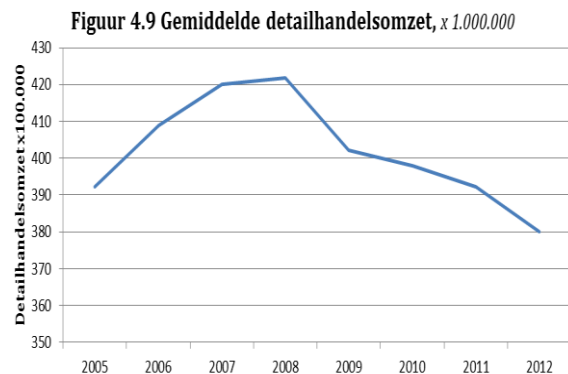
Utrecht	102.600	Delft	39.600	Emmen	25.400	Assen	20.700
Den Bosch	66.000	Heerlen	38.900	Oosterhout	24.700	Zutphen	20.300
Maastricht	55.600	Dordrecht	38.500	Hoofddorp	24.650	Bergen op Zoom	19.500
Amsterdam	52.800	Leiden	38.000	Roosendaal	24.400	Hengelo	18.300
Breda	52.200	Deventer	35.700	Doetinchem	24.200	Zeist	17.200
Rotterdam	51.800	Haarlem	35.400	Almelo	23.600	Purmerend	17.200
Eindhoven	47.300	Den Haag	34.700	Middelburg	23.300	Oss	17.100
Groningen	45.200	Almere	34.300	Zaandam	22.800	Sittard	17.100
Nijmegen	44.100	Tilburg	33.300	Ede	22.500	Vlaardingen	16.200
Apeldoorn	43.800	Veenendaal	31.000	Alphen a/d Rijn	22.400	Meppel	14.000
Venlo	42.600	Alkmaar	30.700	Leeuwarden	22.000	Schiedam	10.900
Enschede	42.100	Gouda	29.300	Goes	21.800	Bussum	10.100
Zwolle	41.300	Roermond	27.900	Hoorn	21.600		
Arnhem	41.100	Hilversum	27.400	Weert	21.500		
Amersfoort	39.700	Sneek	25.900	Drachten	21.200	Gemiddeld	32.000

Uit bovenstaande tabel blijkt dat voor meer dan éénderde van de binnensteden (37%) hun drukst gepasseerde punt tussen de 20.000 – 30.000 passanten telt. De hoogte van de passantenstroom staat over het algemeen in relatie met de omvang van de binnenstad. Naast Utrecht hebben de binnensteden van Den Bosch, Venlo, Zwolle, Amersfoort, Deventer, Sneek opvallend hoge passantenstromen ten opzichte van hun omvang. In Den Haag, Assen en Zeist valt de hoogte van de passantenstroom juist tegen.

Wanneer er naar de ontwikkeling van de passantenstromen gekeken wordt, blijkt 70% van binnensteden gemiddeld een negatieve groei van 19% te hebben doorgemaakt. Vooral in de binnensteden van Breda, Vlaardingen, Rotterdam, Zaandam en Almelo daalden passantenstromen hard (-30 - -40%). De binnensteden van Utrecht, Ede, Delft en Oosterhout kenden daarentegen een positieve passantenstroomontwikkeling (15 - 34%). Gesteld kan worden dat met name grotere binnensteden kampen met dalende passantenstromen door onder andere e-shopping en dalende consumentenbestedingen (Evers e.a., 2011, pp.90; Molenaar, 2011, 34-35).

Detailhandelsomzetten

Nederlandse detailhandelsomzetten zijn vanaf 2008 met 10% afgenomen (figuur 4.9). Waar in 2008 de gemiddelde omzet per gemeente nog boven 420 miljoen reikte, is dit in 4 jaar tijd gedaald naar 380 miljoen. In 2012 voerde de gemeente Amsterdam met een omzet van 4 miljard deze lijst aan, maar ook Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven kenden destijds miljardenomzetten. Het merendeel van de steden had echter een omzet van tussen de 300 en 700 miljoen. Logischerwijs zijn de omzetverschillen deels te verklaren door de omvang van het winkelareaal van de steden. Wanneer de omzet per m² WVO bekeken wordt blijkt Leiden in 2012 de hoogste omzetten te kennen. Het zijn niet perse de grootste binnensteden die de hoogste omzetten per m² WVO kennen, ook Schiedam, Hoofddorp, Nijmegen, Zeist en Alphen aan den Rijn staan in de top 10. Het zijn heel duidelijk de binnensteden in de perifere gemeenten die de laagste omzetten per m² WVO kennen. Wanneer tot slot detailhandelsomzetten met passantenstromen vergeleken worden, lijkt er een positieve relatie te bestaan. Binnensteden met relatief hoge omzetten hebben ook relatief hoge passantenstromen (en vice versa) (tabel 4.8 en tabel 4.9).

**Tabel 4.9 Omzet in euro's per m² WVO - gemeente, 2012**

Leiden	3.661	Tilburg	2.737	Haarlem	2.115	Veenendaal	1.662
Amsterdam	3.604	Hilversum	2.732	Sittard	2.114	Venlo	1.655
Schiedam	3.431	Gouda	2.669	Oss	2.109	Doetinchem	1.645
Utrecht	3.394	Maastricht	2.572	Groningen	2.104	Alkmaar	1.599
Rotterdam	3.344	Den Bosch	2.567	Zaandam	2.069	Drachten	1.577
Den Haag	3.293	Arnhem	2.546	Bergen op Zoom	2.065	Middelburg	1.551

Hoofddorp	3.215	Apeldoorn	2.538	Delft	1.929	Goes	1.503
Nijmegen	3.162	Dordrecht	2.513	Enschede	1.906	Emmen	1.500
Zeist	3.099	Oosterhout	2.510	Leeuwarden	1.906	Zutphen	1.499
Alphen a/d Rijn	3.035	Vlaardingen	2.484	Hoorn	1.824	Heerlen	1.440
Ede	2.966	Eindhoven	2.377	Hengelo	1.813	Roermond	1.353
Zwolle	2.811	Breda	2.339	Almelo	1.811	Sneek	949
Almere	2.771	Purmerend	2.314	Bussum	1.797		
Amersfoort	2.762	Roosendaal	2.205	Assen	1.765		
Weert	2.176	Deventer	2.118	Meppel	1.716	Gemiddeld	2.297

5.1.5 Nabijheid concurrentie

Samenvatting - Binnensteden gelegen in grote steden, zoals Amsterdam en Rotterdam, hebben meer concurrentie van andere winkel(gebieden) binnen de gemeentegrenzen dan kleinere binnensteden nabij grote binnensteden, zoals Zeist en Hilversum. Trend is dat vooral perifeer gelegen binnensteden terrein aan het verliezen zijn wat zowel door een toename van winkelmeters elders in de gemeente door een afname van het winkelmeters in de binnenstad wordt veroorzaakt. Kijkend naar de concurrentie van binnensteden binnen een straal van 15 kilometer blijken vooral binnensteden in Noord-Nederland en Limburg door het aanhouden van het Christalleriaanse model weinig in elkaars vaarwater te liggen. In de Randstad liggen de binnensteden daarentegen zeer dicht bij elkaar. Vooral de kleinere binnensteden van Delft, Purmerend, Vlaardingen en Schiedam kennen hierdoor veel concurrentie binnen 15 kilometer van andere, grotere binnensteden.

Concurrentie winkels in de gemeente

Wanneer gekeken wordt naar het percentage m² WVO van een gemeente dat in de binnenstad gevestigd is, zijn er grote verschillen waarneembaar. De binnensteden van Rotterdam (20,93%), Amsterdam (23,20%), Emmen (24,18%), Hoofddorp (24,33%) en Zaandam (24,43%) hebben relatief weinig winkelmeters ten opzichte van het m² WVO in de gehele gemeente. Kleinere binnensteden nabij grote binnensteden zoals Zeist, Hilversum en Bussum bezitten relatief de meeste winkelmeters (55 - 65%). Kijkend naar de ontwikkeling van de grootte van de binnensteden, ten opzichte van het percentage winkelmeters elders in de gemeente, blijken binnensteden terrein aan het verliezen te zijn. Slechts 12 van de 57 binnensteden kent een toename van het percentage winkelmeters ten opzichte van het aantal winkelmeters in de rest van de gemeente (tabel 4.10). De binnensteden die het meest hebben verloren, zijn met name gelegen in perifere gebieden zoals Sneek, Heerlen, Middelburg, Roermond en Drachten (-20 - -50%). In deze binnensteden is ofwel het absolute aantal m² WVO gedaald ofwel het aantal winkelmeters elders in de gemeente is toegenomen.

Tabel 4.10 Toename m² WVO t.o.v. rest stad, in %, 2005-2012

Almere	49,18%
Hoofddorp	19,22%
Tilburg	16,08%
Bergen op Zoom	13,22%
Arnhem	10,10%
Maastricht	8,75%
Ede	7,40%
Eindhoven	6,29%
Deventer	5,97%
Zaandam	3,35%
Veenendaal	2,13%
Den Haag	0,10%
Overige binnensteden	daling

Concurrentie omliggende binnensteden

Waar Noord-Nederland en Limburg het Christalleriaanse model lijken aan te houden, zijn er andere gebieden aan te wijzen waar de binnensteden erg dicht bij elkaar liggen (figuur 4.6). Wanneer winkelmeters van een binnenstad in verhouding worden gezet met de winkelmeters van alle binnensteden uit het onderzoek binnen een afstand van 15 kilometer, kennen Delft, Purmerend, Vlaardingen en Schiedam de meeste concurrentie. Vooral binnensteden in de Randstad hebben veelvuldig te maken met de aanwezigheid van nabij gelegen binnensteden, maar ook Hengelo, Oosterhout en Deventer hebben te maken met aanwezigheid van nabijgelegen grotere binnensteden. 22 binnensteden ondervinden geen concurrentie van binnensteden binnen een straal van 15 kilometer.

Tabel 4.11 Verhouding winkelmeters binnenstad - winkelmeters binnen 15 km, 2012

Delft	10,33%	Sittard	40,78%	Almelo	61,81%	Leeuwarden	100,00%
Purmerend	11,40%	Haarlem	41,18%	Enschede	64,77%	Maastricht	100,00%
Vlaardingen	12,40%	Bergen op Zoom	43,93%	Amsterdam	68,24%	Meppel	100,00%
Schiedam	13,42%	Ede	45,16%	Breda	70,60%	Middelburg	100,00%
Bussum	16,44%	Nijmegen	47,64%	Almere	71,93%	Oss	100,00%
Hoofddorp	16,71%	Utrecht	48,15%	Alkmaar	100,00%	Roermond	100,00%
Zaandam	20,36%	Arnhem	52,36%	Assen	100,00%	Den Bosch	100,00%

Zeist	22,32%	Amersfoort	53,18%	Doetinchem	100,00%	Sneek	100,00%
Alphen a/d Rijn	24,44%	Gouda	53,95%	Dordrecht	100,00%	Tilburg	100,00%
Hengelo	25,72%	Veenendaal	54,84%	Drachten	100,00%	Venlo	100,00%
Leiden	27,80%	Den Haag	56,04%	Eindhoven	100,00%	Weert	100,00%
Oosterhout	29,40%	Roosendaal	56,07%	Emmen	100,00%	Zwolle	100,00%
Deventer	32,71%	Apeldoorn	57,94%	Goes	100,00%		
Hilversum	34,08%	Rotterdam	58,50%	Groningen	100,00%		
Zutphen	40,46%	Heerlen	59,22%	Hoorn	100,00%	Gemiddeld	63,90%

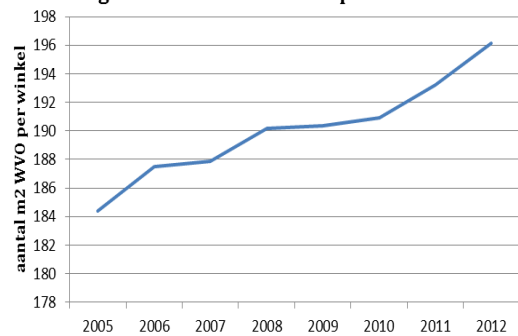
5.1.6 Kenmerken winkelbestand

Samenvatting - De gemiddelde groei van de grootte van winkels is in binnensteden met 6,5% kleiner dan de gemiddelde landelijke groei (14%). De relatief jonge binnensteden van Zaandam, Hoofddorp en Almere kenden echter wel een aanzienlijke schaalvergroting van winkels (30 - 40%). Ook zou er sprake zijn van filialisering van het winkelaanbod, dit is met een toename van 28% in 2005 naar 31% in 2012 geen ontwikkeling te noemen. Mogelijk zijn het vooral de hoofdwinkelstraten die door filiaalwinkels worden gevuld. De afgelopen 8 jaar zijn er tevens weinig veranderingen opgetreden wat betreft het aantal warenhuizen. Elke binnenstad huisvest minimaal één Hema en heeft gemiddeld twee warenhuizen. In 2012 zijn Amsterdam (9), Groningen (4), Heerlen (4) en Utrecht (4) de steden met de meeste warenhuizen. De leegstand is de afgelopen jaren wel toegenomen. De grootste leegstand kent de binnenstad van Schiedam en, zoals onderzoek van het Nicis Institute (2012) al uitwees, daarnaast met name binnensteden gelegen in (perifere) grensgemeenten (13 - 17%). Tot slot heeft de branchesamenstelling de afgelopen 8 jaar weinig bijzonderheden doorgemaakt. De branche 'Mode & Luxe' blijft de grootste groep (27%) gevolgd door de horecagelegenheden (20%). Vooral de middelgrote binnensteden hebben een oververtegenwoordiging van winkels in de branche 'Mode & Luxe'. Feit dat in de grootste binnensteden deze percentages lager liggen komt door de relatief hoge aanwezigheid van horecagelegenheden en culturele en ontspannende voorzieningen. Bolt (1995) zijn theorie dat steden met een hoog percentage modewinkels aan het hoofd van de winkelhiërarchie staan, gaat dus niet volledig op.

Schaalvergroting winkels

De oppervlakte van Nederlandse winkelruimtes is de afgelopen 8 jaar met gemiddeld 14% toegenomen (DTNP, 2011; pp.4, Locatus, 2013) In binnensteden is deze groei minder groot (6,5%) (figuur 4.10). In éénvijfde van de binnensteden is er zelfs sprake geweest van een daling van het aantal m² WVO per winkel. Dit waren grotere (Rotterdam en Amersfoort) maar voornamelijk kleinere binnensteden (zoals Zutphen, Oosterhout en Meppel). De relatief jonge binnensteden van Zaandam, Hoofddorp en Almere kenden de grootste schaalvergroting van winkels (30 - 40%). Reden voor deze grote schaalvergroting van winkels betreft voornamelijk nieuwbouw waarbij weinig tot geen rekening gehouden hoeft te worden met bestaande bebouwing. Maar ook in de historische binnensteden van Deventer, Delft en Maastricht is sprake van grote schaalvergroting van winkels (respectievelijk 31%, 26% en 24%). In 2012 waren de winkels in de binnensteden van Hoofddorp, Almere, Zaandam, Eindhoven, Heerlen, Doetinchem en Rotterdam het grootst (250 - 330 m²). De winkels in de historische binnensteden van Amsterdam, Gouda en Leiden zijn het kleinst (120 - 140 m²).

Figuur 4.10 Groei m² WVO per winkel



Filialen versus zelfstandige ondernemers

Er zou in Nederland sprake zijn van een filialisering van de retailmarkt (DTNP, 2013; Marlet, 2009, pp.226; Nozeman e.a., 2011, pp. 87). Echter, in de afgelopen 8 jaar is de Nederlandse binnensteden het aandeel filialen ten opzichte van het aantal zelfstandige ondernemers van 28% gestegen naar 31% filialen. Er is sprake van een groei, maar het aandeel filialen in binnensteden laag. Mogelijk zijn het vooral de hoofdwinkelstraten die door filiaalwinkels worden gevuld. De binnensteden die de afgelopen 8 jaar procentueel het meest gestegen, zijn binnensteden die ver onder de gemiddelde filialiseringpercentages lagen zoals Amsterdam, Den Haag, Maastricht, Delft en Venlo. Vooral de kleinere binnensteden zoals Hoofddorp, Veenendaal, Ede, Alphen aan den Rijn en Emmen kenden in 2012 de hoger dan gemiddelde

filialiseringspercentages. De binnensteden van Schiedam (18%) en Amsterdam (14%) kenden in 2012 het laagste aandeel filialen.

Warenhuizen

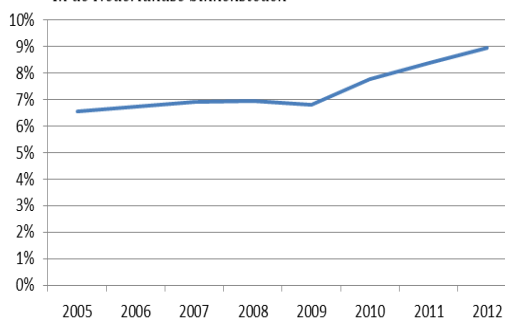
De Nederlandse binnenstad heeft gemiddeld twee warenhuizen (Hema, V&D, Bijenkorf of zelfstandige). Feit is dat alle 57 binnensteden minimaal één Hema hebben. Ook blijken er geen binnensteden te zijn die wel een Bijenkorf maar geen V&D te huisvesten. De afgelopen 8 jaar zijn er zeer weinig veranderingen opgetreden wat betreft het aantal warenhuizen. Per saldo hebben alleen de binnensteden van Roosendaal en Roermond beiden één warenhuis verloren. In 8 binnensteden is er de afgelopen jaar minimaal één warenhuis bijgekomen (Venlo, Ede, Leiden, Hoorn, Amsterdam, Purmerend, Haarlem, Groningen en Bergen op Zoom). In 2012 zijn Amsterdam (9), Groningen (4), Heerlen (4) en Utrecht (4) de steden met de meeste warenhuizen.

Leegstand

De leegstand in Nederlandse binnensteden is vooral vanaf 2009 gestaag aan het toenemen. Ook in binnensteden geldt deze trend en de leegstand bedraagt in 2012 gemiddeld 9%. De binnenstad van Schiedam voert al jarenlang de lijst aan met leegstandcijfers rond de 20%. Andere binnensteden die kampen met relatief hoge leegstandcijfers (13 - 17%) zijn met name gelegen in grensgemeenten zoals Almelo, Venlo, Heerlen, Sittard, Roosendaal en Hengelo. Ondanks dat elke binnenstad kampt met leegstand en er voor vele binnensteden geldt dat de leegstand de afgelopen jaren beetje bij beetje is toegenomen, zijn er ook steden waar de leegstand relatief laag is gebleven en de afgelopen jaren zelfs gedaald is. Zo ligt de leegstand in Amsterdam, Purmerend en Utrecht, al jaren onder de 4%. In de binnensteden van Meppel, Drachten, Roermond, Amersfoort en Amsterdam is de leegstand de afgelopen 8 jaar tussen de 8 en 33% afgenomen. Opvallend is dat afname van leegstand met name voor komt in binnensteden welke al een relatief lage leegstand kenden.

Figuur 4.11 Ontwikkeling leegstand

In de Nederlandse binnensteden



Tabel 4.12 Leegstand binnensteden, 2012

Schiedam	21,22%	Leeuwarden	10,53%	Zeist	8,40%	Meppel	5,87%
Almelo	16,67%	Maastricht	10,44%	Zaandam	8,25%	Den Bosch	5,76%
Venlo	15,53%	Breda	10,16%	Zutphen	8,12%	Hoofddorp	5,70%
Heerlen	14,97%	Oss	10,00%	Eindhoven	8,11%	Haarlem	5,70%
Sittard	13,83%	Weert	9,98%	Rotterdam	8,08%	Hoorn	5,54%
Roosendaal	13,75%	Tilburg	9,68%	Doetinchem	7,99%	Alphen a/d Rijn	5,37%
Hengelo	13,06%	Middelburg	9,58%	Sneek	7,63%	Oosterhout	5,31%
Veenendaal	11,98%	Hilversum	9,29%	Den Haag	7,49%	Leiden	5,01%
Bergen op Zoom	11,96%	Arnhem	9,20%	Alkmaar	7,39%	Drachten	4,53%
Enschede	11,46%	Bussum	9,14%	Goes	7,33%	Utrecht	3,90%
Dordrecht	11,36%	Apeldoorn	8,99%	Zwolle	6,93%	Purmerend	3,27%
Ede	11,34%	Emmen	8,63%	Groningen	6,87%	Amsterdam	1,58%
Deventer	11,09%	Roermond	8,54%	Delft	6,33%		
Vlaardingen	11,03%	Almere	8,47%	Nijmegen	6,22%		
Gouda	10,74%	Assen	8,45%	Amersfoort	6,06%	Gemiddeld	8,94%

Winkels voor dagelijkse voorzieningen

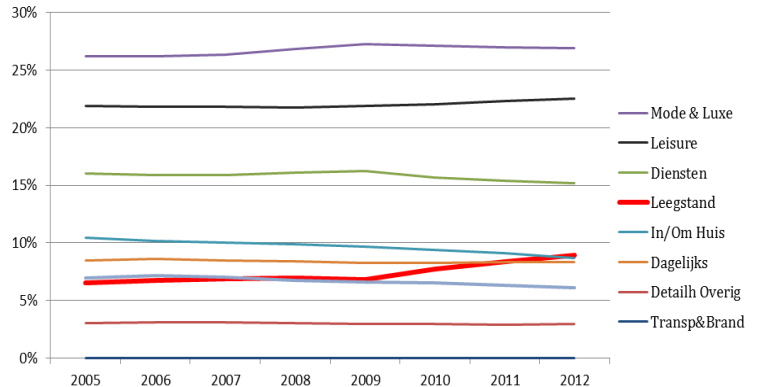
De verhouding winkels voor dagelijkse versus niet-dagelijkse voorzieningen is in de loop der jaren in de Nederlandse binnensteden zeer weinig veranderd. Het aandeel 'dagelijkse voorzieningen' lag tussen de 8,24 - 8,60%. Er blijkt vooralsnog geen samenhang te zijn met de grootte van een binnenstad en het aandeel winkels dagelijkse voorzieningen. Binnensteden die in 2012 het meest afwijken van het gemiddelde (8,36%) winkels voor dagelijkse voorzieningen zijn Hoofddorp (12,03%), Almere (11,57%), Vlaardingen (11,49%), Eindhoven (5,05%), Arnhem (5,43%) en Deventer (5,71%).

Samenstelling branches

Locatus hanteert voor binnensteden 8 hoofdbranches welke over het algemeen de afgelopen 8 jaar weinig bijzonderheden hebben doorgemaakt (figuur 4.12). Opvallend is echter wel de lichte 'knik' in de

lijndiagram in 2009. Groepen zoals 'Mode & Luxe'¹¹, 'Diensten', 'In/Om Huis' en 'Vrije tijd' blijken vanaf hier in te hebben moeten leveren voor de groep 'Leegstand'. Het aandeel winkels in 'Mode & Luxe' is de afgelopen 8 jaar de grootste groep geweest in de Nederlandse binnensteden (27%). Gedacht moet worden aan kleding- en schoenenzaken, warenhuizen, juweliers, opticiens en cadeauwinkels. Het aandeel 'Leisure' is met 22,53% in 2012 de op één na grootste groep. Deze groep bestaat voornamelijk uit horecagelegenheden, culturele en ontspannende voorzieningen. Vervolgens maken de branches 'dagelijks' (bakker, supermarkt, drogist, apotheek, parfumerie) en 'In/om huis' (Plant en Dier, fietsenmaker, DHZ, Bruin & Witgoed) beiden voor circa 8,5% uit van het winkelbestand. Circa 10% van het aantal winkels behoort tot de branche 'Vrije tijd' (Sport & Spel, Hobby, Media). Tot slot valt 5% van in de winkels in de branche 'Detailhandel overig', te weten 2^e handswinkels, automatieken, smartshops, en souvenirwinkels.

Figuur 4.12 Ontwikkeling samenstelling branche's in Nederlandse binnensteden



Voor de middelgrote binnensteden hebben een oververtegenwoordiging van winkels in de branche 'Mode & Luxe'. Feit dat in de grootste binnensteden deze percentages lager liggen komt door de relatief hoge aanwezigheid van horecagelegenheden en culturele en ontspannende voorzieningen. Ook het aandeel winkels met betrekking tot de branche 'In/om Huis' zoals fietsenmakers en dierenwinkels is ondervertegenwoordigd in de grootste binnensteden. Met name de kleinste binnensteden zoals Meppel en Hoofddorp huisvesten relatief veel van dit soort winkels. Tot slot is er voor de aanwezigheid van winkels in de kleinste branche 'Vrije tijd' geen duidelijk beeld op te maken.

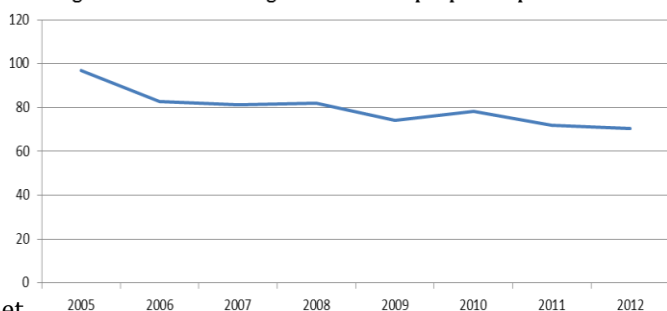
5.1.7 Bereikbaarheid

Samenvatting - Wat betreft de parkeercapaciteit van parkeergarages heeft een binnenstad gemiddeld één parkeerplaats per 70 m² WVO, terwijl dit volgens Nozeman e.a. (2012) één per 21 m² WVO zou moeten zijn. Er blijkt echter wel een groot verschil te bestaan tussen de binnensteden, waarbij een zestiental binnensteden met 27 - 40 m² WVO per parkeerplaats prima scoort. Positief is ook de afname van het gemiddelde aantal winkelmeters per parkeerplaats tussen 2005 en 2012. Daarnaast is voordelig dat bezoekers die met het openbaar vervoer reizen, in 65% van de binnensteden maximaal 10 minuten moeten lopen om de winkelstraat te bereiken. De dichtbevolkte Randstad blijkt per trein niet beter ontsloten te zijn en evenmin ligt de afstand tot een treinstation in kleinere steden lager.

Parkeercapaciteit

Nozeman e.a. (2012, pp.81) stelt dat binnensteden zouden moeten streven naar één parkeerplaats per 21 m² WVO. Wanneer er gekeken wordt naar de parkeerplaatsen in binnenstedelijke parkeergarages blijkt in 2012 geen enkele binnenstad hieraan te voldoen. Gemiddeld heeft een binnenstad één parkeerplaats per 70 m² WVO. Wel is er door toename van het aantal parkeerplaatsen, gemiddeld een afname van het aantal m² WVO per parkeerplaats (figuur 4.13). Rekening moet gehouden worden met het feit dat parkeren op maaivelden wegens gebrek aan data niet meegenomen is en het aantal parkeerplaatsen per binnenstad hierdoor hoger kan liggen. Wanneer enkel naar de parkeerplaatsen in de garages gekeken wordt blijken er grote verschillen te bestaan tussen de binnensteden, variërend van 27 m² WVO per parkeerplaats in Almere tot 353 m² WVO in Doetinchem (tabel 4.13).

Figuur 4.13 Ontwikkeling aantal m² WVO per parkeerplaats

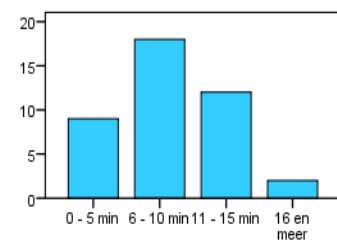


¹¹ Zie bijlage 4 voor complete brancheringlijst.

Tabel 4.13 M ² WVO per parkeerplaats, 2012	Binnensteden, op volgorde van ranking
27 – 40 m ² WVO	Almere, Eindhoven, Dordrecht, Heerlen, Tilburg, Enschede, Breda, Utrecht, Rotterdam, Deventer, Venlo, Den Haag, Apeldoorn, Maastricht, Groningen, Amersfoort
40 – 60 m ² WVO	Hilversum, Almelo, Hoofddorp, Arnhem, Vlaardingen, Zwolle, Assen, Haarlem, Alphen aan den Rijn, Oosterhout, Weert, Purmerend, Zaandam, Hengelo, Roosendaal, Veenendaal, Zeist, Delft
60 – 80 m ² WVO	Amsterdam, Roermond, Alkmaar, Den Bosch, Ede, Schiedam, Middelburg, Nijmegen, Bussum, Goes
80 – 100 m ² WVO	Leeuwarden, Leiden, Bergen op Zoom
100 – 354 m ² WVO	Gouda, Emmen, Sittard, Hoorn, Meppel, Oss, Drachten, Doetinchem

Loopafstand tot het treinstation

Alle steden, op Drachten en Oosterhout na, beschikken over een treinstation. De loopafstand tot het winkelgebied in de binnenstad loopt echter uiteen van een aantal minuten in Hengelo en Zutphen tot 37 minuten in Zeist. In 40% van de binnensteden moet de bezoeker 5 – 10 minuten lopen naar het treinstation. In 30% van de binnensteden is dit 11 – 15 minuten. In de binnensteden van Eindhoven, Hilversum, Utrecht, Almere, Bergen op Zoom, Ede, Emmen, Gouda, Heerlen, Hengelo, Roermond, Zaandam en Zutphen ligt het treinstation slechts maximaal 5 minuten verwijderd van de rand van het winkelgebied (figuur 4.14). Uit deze analyse blijkt niet dat de dichtbevolkte Randstad per trein beter ontsloten is. Evenmin is de afstand tot een treinstation in kleinere steden niet lager.



Figuur 4.14: Aantal minuten lopen treinstation tot winkelstraat

5.1.8 Cultuur, ontspanning en horeca

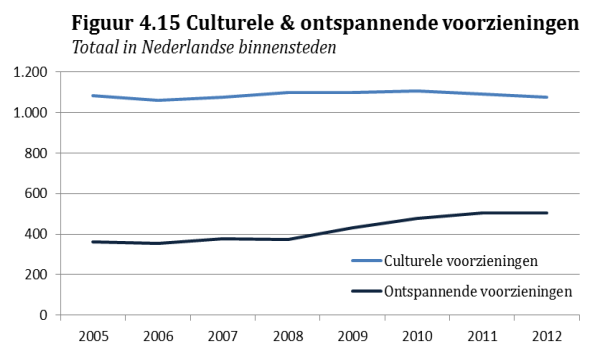
Samenvatting - Het merendeel van de Nederlandse binnensteden heeft een historische aangezicht. Binnen de literatuur heerst de opvatting dat deze esthetische schoonheid bijdraagt aan de voortdurende populariteit van binnensteden als winkelgebied (Marlet, 2009, pp.230; Nozeman e.a., 2012, pp.73; Koornstra 2011, pp.43; Strabo, 2010; FGHbank, 2013, pp.34). Voor het bezoeken van culturele en ontspannende voorzieningen zoals bioscopen en musea moeten vooral de grotere binnensteden worden aangedaan. Bij een redelijk stabiel aantal van culturele voorzieningen in de binnenstad, is het aanbod ontspannende voorzieningen de afgelopen 8 jaar toegenomen. De aanwezigheid van horecagelegenheden is de afgelopen jaren vrij stabiel geweest (19%). Waar de binnensteden van Amsterdam, Delft, Eindhoven en Den Haag relatief het grootste aanbod hebben, zijn het de binnensteden van kleinere, vaak op perifere locaties gelegen steden die relatief weinig horecagelegenheden aanbieden.

Historische kern

Nederland kent relatief veel vooroorlogse binnensteden. Vanuit de literatuur wordt verondersteld dat hun esthetische schoonheid bijdraagt aan de voortdurende populariteit van binnensteden als winkelgebied (Marlet, 2009; Nozeman e.a., 2012; Koornstra 2011; Strabo, 2010). Het merendeel van de binnensteden uit dit onderzoek wordt dan ook als 'een historische binnenstad' beschouwd. Typische voorbeelden zijn Leiden, Delft en de Hanzesteden Arnhem, Deventer, Zwolle. Onder de relatief jonge en/of planmatig opgezette binnensteden vallen onder andere Almere en Rotterdam.

Culturele & ontspannende voorzieningen

Bij een gelijkblijvend aanbod aan culturele voorzieningen, zoals bioscopen en musea, is er de afgelopen jaren er een toename geweest van het aantal ontspannende voorzieningen, zoals bowlingbanen en zonnestudio's, in binnensteden (figuur 4.15). Naast Amsterdam, Rotterdam en Den Haag hebben ook kleinere binnensteden zoals Deventer, Delft en Bergen op Zoom hun aanbod aanzienlijk versterkt. Logischerwijs huisvesten vooral grotere binnensteden zoals Den Haag, Utrecht, Maastricht en Leiden een breed scala aan culturele en ontspannende voorzieningen. Amsterdam steekt daar, met bijna 300



mogelijkheden, met kop en schouders bovenuit. Het zijn de relatief rustige binnensteden van Emmen, Assen, Oosterhout, Meppel en Venlo die de minste activiteiten op dit vlak aanbieden.

Horecagelegenheden

Tot slot ligt het aandeel horecagelegenheden de afgelopen jaren gemiddeld rond de 19% van alle verkooppunten in de Nederlandse binnenstad. In de binnensteden van Amsterdam, Delft, Eindhoven, Den Haag, Utrecht en Groningen lag dit percentage in 2012 echter het hoogst, namelijk tussen de 25% en 37% (universiteit, toerisme). Binnensteden die relatief weinig horecagelegenheden huisvestten zijn de binnensteden van kleinere, vaak op perifere locaties gelegen steden (Hoofddorp, Veenendaal, Almelo, Meppel, Zutphen, Bussum, Emmen, Sneek, Zeist en Schiedam, tussen 12- 15%).

Amsterdam	36,93%	Haarlem	21,61%	Hoorn	17,79%	Dordrecht	15,55%
Delft	27,34%	Apeldoorn	21,55%	Deventer	17,75%	Alphen a/d Rijn	15,25%
Eindhoven	26,20%	Zwolle	21,42%	Bergen op Zoom	17,57%	Schiedam	14,93%
Den Haag	25,55%	Zaandam	21,11%	Doetinchem	17,53%	Zeist	14,80%
Utrecht	25,43%	Breda	21,10%	Alkmaar	17,12%	Sneek	14,76%
Groningen	25,40%	Enschede	20,57%	Middelburg	17,07%	Emmen	14,32%
Rotterdam	24,44%	Venlo	19,72%	Vlaardingen	17,01%	Bussum	14,25%
Nijmegen	24,25%	Hilversum	19,52%	Drachten	17,00%	Zutphen	14,10%
Maastricht	24,13%	Roermond	19,40%	Roosendaal	16,98%	Meppel	13,97%
Leiden	24,11%	Weert	19,26%	Goes	16,67%	Almelo	13,89%
Arnhem	23,95%	Oss	19,09%	Almere	16,53%	Veenendaal	13,36%
Leeuwarden	23,41%	Hengelo	18,92%	Assen	16,29%	Hoofddorp	12,03%
Tilburg	23,20%	Purmerend	18,74%	Gouda	16,03%		
Amersfoort	22,17%	Ede	17,88%	Sittard	15,96%		
Den Bosch	21,94%	Heerlen	17,83%	Oosterhout	15,70%	Gemiddeld	19,30%

4.2 Deelvraag 2: Verklaring huurprijs

Om theorieën en bijbehorende hypothesen uit het theoretisch kader te toetsen, wordt er in deze paragraaf een multivariate lineaire regressie voor de huurprijs uitgevoerd. Allereerst worden de voorwaarden en de algemene verklaring van het model besproken. Paragraaf 4.3.2 gaat vervolgens per hypothese in op de uitkomsten van de regressie om in de conclusie antwoord te kunnen geven op deelvraag 2:

Welke factoren zijn van invloed op de huurprijs per m² WVO van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?

4.2.1 Voorwaarden regressiemodel

Allereerst is gekeken of er sprake is van multicollineariteit tussen de te verklaren variabelen. Het feit dat de Pearson's Square (r) meerdere malen tussen de 0,7 en 0,9 blijkt uit te komen, betekent dat meerdere variabelen een te hoge correlatie met elkaar hebben (bijlage 2, tabel 2.4). Gekozen is daarom om variabelen die meerdere malen te hoog correleerden met anderen uit het model te laten. Dit zijn 'inwoners verzorgingsgebied per m² WVO', 'omvang bezoekersaantallen' en 'aantal m² WVO'. Op deze manier kunnen de meeste hypothesen beantwoord worden. Er blijft een hoge correlatie over (,788) tussen 'de inwoners van het verzorgingsgebied' en 'het aantal verkooppunten', toch is er voor gekozen, gezien het verwachte belang van beiden voor de huurprijsverklaring, op te nemen in het model (DTNP, 2011; Nozeman, e.a. 2012; Atzema e.a., 2009; Bolt, 1995).

Gesteld kan worden dat het regressiemodel dermate normaal verdeeld is dat dit geen problemen oplevert (bijlage 2, figuur 2.1). Ook valt het model lineair te noemen en valt er uit de scatterplots op te maken dat er geen sprake is van heteroscedasticiteit (bijlage 2, figuur 2.2, 2.3 en 2.4).

Uit de ANOVA blijkt dat alle zes stappen van het model significant zijn. De R² toont aan dat de verklarende kracht van het model tevens per stap stijgt. Waarbij het model bij stap 1 32% van de variantie verklaart, is dit in stap 3 49% en tot slot bij stap 6 65% (bijlage 2, tabel 2.1 en 2.2). Concluderend kan worden gesteld dat het toevoegen van extra variabelen de verklarende kracht van het model versterkt en dat de uiteindelijke verklarende kracht redelijk hoog te noemen is.

4.2.2 Beantwoording hypothesen

Hieronder volgt aan de hand van de opgestelde hypothesen een beschrijving van de uitkomsten van de regressievergelijking. Tabel 4.15 geeft een overzicht van de significante uitkomsten. Voor alle uitkomsten en de opbouw van het regressiemodel zie bijlage 2, tabel 2.3.

Percentage horecagelegenheden	,634***	Winkels 'Dagelijks'	,227*
Mate van filialisering	,564***	DUMMIE ligging NL - Limburg	-,180**
Bruto regionaal product	,529***	Hoogte passantenstroom	,152**
Winkels 'Vrije tijd'	-,529***	Verhouding WVObin/WVOgem	,143*
Winkels 'Mode & Luxe'	,433**	Mate van leegstand	,125***
DUMMIE ligging NL - Fr & Gr	-,303***	DUMMIE loopafstand tot trein	-,055*
Aantal verkooppunten	,236**		
R² = ,65 N = 315 Significantieniveau: ***(P<.01) ** (P<.05) * (P<.1)			

Economisch-demografische omgevingsfactoren en ligging

Een binnenstad in de Randstad kent een hogere huurprijs dan een binnenstad buiten de Randstad

Vanuit de theorie wordt gesuggereerd dat huurprijzen in binnensteden in de Randstad over het algemeen hoger zouden liggen dan in de rest van Nederland. Wanneer huurprijzen uit verschillende landsdelen tegen de huurprijzen van binnensteden uit de Randstad worden afgezet, blijkt dat vooral de provincies Friesland en Groningen negatief uit de bus komen. Wanneer een binnenstad puur hypothetisch van de Randstad naar Noord-Nederland verplaatsen zou worden, zouden huurprijzen dalen ($P < ,01$, $b = -,303$). Deze veronderstelling gaat in mindere mate ook op voor de binnensteden in Limburg ($P < ,05$, $b = -,180$). Voor de vergelijking met de overige, meer centraal gelegen landsdelen blijkt er geen significant verband te bestaan met de hoogte van de huurprijs in de Randstad. Concluderend kan deze hypothese alleen worden aangenomen voor de provincies Groningen, Friesland en Limburg. In overig Nederland blijkt de huurprijs door de ligging niet significant lager te liggen dan in de Randstad.

Hoe groter het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijs

In de eerste 3 stappen van de regressieanalyse is er een significant positieve relatie tussen de grootte van het verzorgingsgebied en de hoogte van de huurprijs waarneembaar. Deze relatie is met een regressie coëfficiënt van ,10 echter niet sterk te noemen. Deze significante relatie verdwijnt tevens bij het toevoegen van variabelen met betrekking tot branchering, leegstand, filialisering en culturele en ontspannende voorzieningen (stap 4, 5 en 6). Geconcludeerd kan worden dat de grootte van het verzorgingsgebied op het eerste oog van belang is, maar wanneer ook specifiekere variabelen worden meegenomen er geen significante relatie blijkt te bestaan met de huurprijs. Hierdoor kan deze hypothese niet worden aangenomen.

Hoe groter het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijs

Het percentage 65-plussers blijkt niet significant samen te hangen met de hoogte van de huurprijs. De koopkracht blijkt (nog) niet te dalen door een relatieve oververtegenwoordiging van ouderen. Deze hypothese wordt dan ook verworpen.

Hoe hoger het besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijs

Waar de samenhang tussen het besteedbaar inkomen en de huurprijs in de eerste stap nog een positief significant verband kent ($b = ,501$), verdwijnt bij het toevoegen van extra variabelen in vervolgstappen de significantie en wordt het verband negatief. Gesteld kan worden dat het gemiddeld besteedbaar inkomen van de inwoners uit de gemeente niet samenhangt met de hoogte van de huurprijs. Opgemerkt moet worden dat het besteedbaar inkomen van de mensen uit het verzorgingsgebied in plaats van de gemeente andere uitkomsten zou kunnen bieden, deze informatie is echter niet voorhanden.

Wat naast het besteedbaar inkomen in de regressie is opgenomen, is het bruto regionaal product per COROP-gebied. Deze waardes blijken een significante en sterk positieve relatie te hebben met de hoogte van de huurprijs. Wanneer de verklaringskracht van het model toeneemt blijft het verband significant ($P < ,01$) en neemt de regressie coëfficiënt zelfs toe (stap 1 $b = ,278$, stap 6 $b = ,529$). Waar het besteedbaar inkomen van de inwoners uit de gemeente niet significant blijkt samen te hangen met de hoogte van de huurprijs, is er een sterk positieve samenhang tussen huurprijs en bruto regionaal product. Daarom kan deze hypothese slechts gedeeltelijk worden aangenomen.

Winkelvoorraad

Hoe groter de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs

In de eerste 4 stappen van het model bestaat er een positief significant verband tussen het aantal verkooppunten in een binnenstad en de hoogte van de huurprijs ($P < ,05$, $b = ,236$). De sterkte en de significantie neemt echter af bij het toevoegen van variabelen met betrekking tot culturele en ontspannende voorzieningen, terwijl de verklaaringskracht van het model (licht) toeneemt. Het feit dat het aantal horecagelegenheden, welke onder deze voorzieningen vallen, een zeer sterk positief verband met de huurprijs kent, betekent dat de omvang van het aantal winkels niet meer van belang is voor de huurprijs wanneer er naar de invloed van het aantal horecagelegenheden wordt gekeken.

De tweede variabele voor het toetsen van de relatie tussen huurprijs en de omvang van een binnenstad is 'de omvang van het aantal m² WVO'. Deze kon vanwege een te hoge correlatie met het aantal winkels ($r = ,892$) niet opgenomen worden in de regressie. Na het aangetoonde verband tussen 'het aantal winkels' en 'de huurprijs' kan echter wel worden verondersteld dat 'de omvang van het aantal m² WVO' zal samenhangen met de huurprijs.

De hypothese wordt aangenomen, wel met de kanttekening dat het verband verdwijnt wanneer er de invloed van het aantal horecagelegenheden wordt meegenomen.

Drukbeeld

Hoe groter het aantal passanten, hoe hoger de huurprijs

De relatie tussen de huurprijs en 'de hoogte van het aantal passanten op het drukste punt in een binnenstad' blijkt hetzelfde proces door te maken als 'de omvang van een binnenstad'. In de eerste stappen van het model bestaat er een significant verband ($b = ,152$). De sterkte en de significantie verdwijnen echter bij het toevoegen van de variabelen met betrekking tot culturele en ontspannende voorzieningen. Het sterke verband tussen het aantal horecagelegenheden en de huurprijs blijkt ook de relatie tussen het aantal passanten en de huurprijs teniet te doen. Toch wordt de hypothese aangenomen omdat de relatie in de overige stappen van het model wel significant is ($P < ,004$).

Hoe hoger de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijs

De detailhandelsomzetten staan niet in verband met de huurprijs ($P = ,996$). Hoeveel een retailer omzet, beïnvloedt de hoogte van de huurprijs niet. De hoogste detailhandelsomzetten worden dus niet perse gehaald in de binnensteden met de hoogste huurprijzen.

Nabijheid van concurrentie

Hoe groter de nabije concurrentie van andere winkelgebieden, hoe lager de huurprijs

Er blijkt geen verband te bestaan tussen de huurprijs en het aandeel winkelmeters van een binnenstad in een straal van 15 kilometer. Hoe ver binnensteden uit elkaar liggen, is niet van invloed op de hoogte van de huurprijs. Een positieve relatie tussen de verhouding winkelmeters binnenstad/winkelmeters gemeente en de huurprijs bestaat echter wel ($P < ,1$ en $b = ,143$). Een relatief lager aandeel winkelmeters in de binnenstad ten opzichte van het aandeel winkelmeters in de rest van de gemeente, is van negatieve invloed op de hoogte van de huurprijs. Doordat de huurprijs alleen door de mate van concurrentie vanuit de overige winkellocaties in de gemeente zelf wordt beïnvloedt, en niet door concurrentie vanuit andere binnensteden in een straal van 15 km, kan ook deze hypothese slechts gedeeltelijk worden aangenomen.

Kenmerken winkelbestand

Hoe groter de winkelpanden, hoe hoger de huurprijs

Waar in de eerste stap van het model de gemiddelde grootte van een winkelpand en de hoogte van de huurprijs een significant ($P < ,01$) en positief verband kennen ($b = ,269$), verdwijnt de significantie van dit verband al snel door de toevoeging van extra variabelen zoals omzet, leegstand, filialisering en concurrentie. Door Haringsma (2002) en Bolt (1995) wordt ook al verondersteld dat de huur per vierkante meter afneemt naarmate het winkelpand groter wordt, omdat de omzet per extra vierkante meter daalt. Dit gegeven blijkt belangrijker dan aansluiting van de winkelpanden in binnensteden met de vraag. Blijkbaar blijven binnensteden interessant genoeg, waardoor huurprijzen niet hoeven te dalen. Deze hypothese wordt verworpen.

Hoe groter het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijs

Er bestaat een significant en sterk positief verband tussen beiden ($P < ,01$, $b = ,564$). Het percentage filialen blijkt sterk samen te hangen met de hoogte van de huurprijs. De kracht is zelfs het grootst in de laatste stap van het model, na het toevoegen van alle variabelen en de controle voor de jaren. Een binnenstad met een relatief hoog percentage filialen ten opzichte van het aandeel zelfstandige

ondernemers heeft gemiddeld hogere huurprijzen. De causaliteit van het verband is echter lastig te bepalen. Gedacht wordt aan een zelfversterkend proces waarbij de aanwezigheid van veel filialen de huurprijs stuwt en een relatief hoge huurprijs de aanwezigheid van meer filialen tot gevolg heeft. De hypothese wordt in ieder geval aangenomen.

Hoe groter het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijs

Vanuit de literatuur wordt gesuggereerd dat de aanwezigheid van een warenhuis van invloed is op de huurprijs. Dit kan echter niet worden getoetst aangezien alle binnensteden uit het onderzoek minimaal één warenhuis huisvesten. Daarom wordt gekeken of het aantal warenhuizen positief samenhangt met de huurprijs. Er blijkt echter geen positief verband tussen het aantal warenhuizen en de hoogte van de huurprijs te zijn. Het toevoegen van een extra warenhuis in een binnenstad is niet van invloed op de huurprijs in binnensteden. De hypothese wordt dan ook verworpen.

Hoe lager het percentage leegstand, hoe hoger de huurprijs

Opmerkelijk is de relatie tussen leegstand en de huurprijs. Bij de eerste twee stappen is de verhouding zwak positief en niet significant. Bij de toevoeging van variabelen met betrekking tot culturele en ontspannende voorzieningen en de controle voor de jaren ontstaat er echter een positief en significant verband ($b = ,125$, $P < ,05$). Opmerkelijk is het feit dat de mate van leegstand een positief, in plaats van een negatief, verband kent met de huurprijs. Een relatief lage mate van leegstand hangt blijkbaar niet samen met een relatief hoge huurprijs. Redenatie hierachter kan zijn dat leegstand zich vooral op C-locaties bevindt, en niet op A- en B-locaties waar de beleggers die aangesloten zijn bij de IPD zich veelal bevinden. De hypothese wordt verworpen.

Hoe hoger het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijs

Het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen en de hoogte van de huurprijs blijken positief samen te hangen. Door het toevoegen van extra variabelen wordt de significantie en de samenhang sterker. Na de controle voor de verschillende jaren neemt de kracht lichtelijk af maar blijft wel significant. Hieruit blijkt dat in alle jaren, hoewel in meer of mindere mate, er een significant verband bestond tussen het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen en de huurprijs. Deze hypothese wordt aangenomen.

Hoe hoger het aandeel winkels in de branche 'Mode & Luxe', hoe hoger de huurprijs

Kijkend naar de overige branches (Mode & Luxe, Vrije tijd, In/om huis en Detailhandel overig) blijken er twee sterke verbanden te bestaan. Allereerst een significant sterk positief verband tussen 'Mode & Luxe' en de huurprijs ($b = ,433$). Daarnaast bestaat er juist een significant sterk negatief tussen de branche 'Vrije tijd' en de huurprijs ($b = -,529$). De overige branches hebben geen invloed op de hoogte van de huurprijs. Concluderend kan worden gesteld dat een relatief grote aanwezigheid van winkels in Mode & Luxe positief in relatie staat met de hoogte van de huurprijs, terwijl een relatieve oververtegenwoordiging van winkels in 'Vrije tijd' negatief in relatie staat met de huurprijs.

Bereikbaarheid

Hoe beter de bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs

De bereikbaarheid is gemeten aan de hand van het aantal parkeerplaatsen per m² WVO en de loopafstand tot het meest dichtstbijzijnde station. De eerste variabele kent geen samenhang met de huurprijs. Mogelijk kan het feit dat alleen de capaciteit van parkeergarages voorhanden was, en niet de parkeerplaatsen op maaivelden en andere openlucht locaties, hierbij een versturende werking hebben gehad.

De afstand tot het treinstation en de huurprijs kennen echter wel een redelijk zwak, doch significant verband. Hoe verder het lopen is naar het treinstation, hoe lager de gemiddelde huurprijs in een binnenstad. Dit verband blijkt niet voor alle jaren op te gaan aangezien de sterkte afneemt en de significantie verdwijnt wanneer er wordt gecontroleerd voor de verschillende jaren. Toch wordt aangenomen dat de loopafstand tot het treinstation van invloed is op de huurprijs. Conclusie is dan ook dat deze bereikbaarheidshypothese slechts gedeeltelijk wordt aangenomen.

Cultuur, ontspanning en horeca

De aanwezigheid van een historische kern heeft een positieve invloed op de huurprijs

Bovenstaande hypothese moet worden verworpen gezien het feit dat er geen significant blijkt te bestaan tussen binnensteden met al dan niet een historische aangezicht en de hoogte van de huurprijs. Wellicht een logische uitkomst omdat ook kleine, perifeer gelegen binnensteden zoals Leeuwarden en Sneek een historisch aangezicht kennen maar daardoor niet als aantrekkelijk vastgoedbelegging gelden.

Hoe groter het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijs

Zowel het aantal culturele als ontspannende voorzieningen blijken niet samen te hangen met de hoogte van de huurprijs. De verbanden zijn verre van significant te noemen ($P > ,600$). Ook al zal het aantal bezoekers van een binnenstad toenemen door de aanwezigheid van culturele en ontspannende voorzieningen, het maakt het bezit van winkelvastgoed in zo'n binnenstad niet aantrekkelijker.

Hoe hoger het percentage horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijs

Van alle gevonden verbanden is dit verband het sterkt ($b = ,634$). Binnensteden met een relatief hoog percentage horecagelegenheden kennen gemiddeld een hogere huurprijs dan binnensteden met een relatief laag percentage horecagelegenheden. De verklaringen van uit de theorie belangrijk gebleken variabelen blijken, door het opnemen van deze variabele in de regressie, af te nemen of zelfs te verdwijnen. Zo verdwenen de significante relaties van de 'huurprijs' met 'het aantal passanten' en 'het aantal verkooppunten' bij het opnemen van de variabele 'horecagelegenheden'. De hypothese wordt aangenomen.

Tabel 4.16 Hypothesen & resultaat	
Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren:	
Een binnenstad in de Randstad kent een hogere huurprijs dan een binnenstad buiten de Randstad	DEELS
Hoe groter het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe groter het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijs	NEE
Hoe hoger het besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijs	DEELS
Winkelvoorraad:	
Hoe groter de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs	JA
Drukbeeld & nabijheid concurrentie:	
Hoe groter het aantal passanten, hoe hoger de huurprijs	JA
Hoe hoger de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe groter de nabije concurrentie van andere winkelgebieden, hoe lager de huurprijs	DEELS
Kenmerken winkelbestand:	
Hoe groter de winkelpanden, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe groter het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijs	JA
Hoe groter het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe lager het percentage leegstand, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe hoger het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijs	JA
Hoe hoger het aandeel winkels in de branche 'Mode & Luxe', hoe hoger de huurprijs	JA
Bereikbaarheid:	
Hoe beter de bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijs	DEELS
Cultuur, ontspanning en horeca:	
De aanwezigheid van een historische kern heeft een positieve invloed op de huurprijs	NEE
Hoe groter het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe hoger het percentage horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijs	JA

4.3 Deelvraag 3: Verklaring huurprijsontwikkeling

Om theorieën en bijbehorende hypothesen uit het theoretisch kader te toetsen wordt er in dit hoofdstuk een multivariate lineaire regressie voor de huurprijsontwikkeling uitgevoerd. Allereerst worden de voorwaarden en de algemene verklaring van het model besproken. Paragraaf 4.3.2 gaat vervolgens in op de belangrijkste uitkomsten van de regressievergelijking om in de conclusie antwoord te kunnen geven op deelvraag 3:

De ontwikkelingen van welke factoren zijn van invloed op de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in Nederlandse binnenstedelijk winkelgebieden tussen 2005 en 2012?

4.3.1 Voorwaarden regressiemodel

Allereerst is gekeken of er sprake is van multicollineariteit tussen de te verklaren variabelen. Het feit dat de Pearson's Square (r) meerdere malen tussen de 0,7 en 0,9 blijkt uit te komen, betekent dat meerdere variabelen een te hoge correlatie met elkaar hebben (bijlage 3, tabel 3.4). Gekozen is om de variabelen 'ontwikkeling aantal m^2 WVO', 'ontwikkeling inwoners verzorgingsgebied per m^2 WVO' en 'Dummie 06/07' uit het model te laten. Op deze manier kunnen de meeste hypothesen beantwoord worden. In tegenstelling tot de regressie met betrekking tot de huurprijs voldoet dit model minder goed aan de

voorwaarden. Aangenomen kan echter worden dat het model dermate normaal verdeeld en lineair is dat dit geen problemen oplevert (ondanks er geen logaritmes konden worden opgenomen). Ook valt uit de scatterplots op te maken dat het model weinig heteroscedastisch is (bijlage 3, figuur 3.1, 3.2 en 3.3).

Ondanks de verklarende kracht in elke stap van het model toeneemt, toont de R^2 aan dat de verklarende kracht van uiteindelijke model met 28% laag is. De 11 significante verbanden zijn dan ook zwak te noemen. Uit de ANOVA blijkt tevens dat alleen de laatste 3 stappen van het model significant zijn (bijlage 3, tabel 3.1 en 3.2).

4.3.2 Beantwoording hypothesen

Hieronder volgt aan de hand van de opgestelde hypothesen een beschrijving van de uitkomsten van de regressievergelijking. Gebleken is dat er relatief weinig sterke en positieve relaties met de huurprijsontwikkeling waarneembaar zijn. Tabel 4.17 geeft een beknopt overzicht van de significante uitkomsten, voor totale uitkomsten en opbouw van het regressiemodel zie bijlage 2, tabel 3.3.

Ontwikkeling WVObin/WVOgem	-,141***	Ontwikkeling % winkels 'Vrije tijd'	-,039**
Ontwikkeling m ² WVO per winkel	,134***	Ontwikkeling aantal passanten	-,030***
Ontwikkeling aantal verkooppunten	,124***	Ontwikkeling parkeercapaciteit	,021**
Ontwikkeling % horecagelegenheden	-,116**	Ontwikkeling aantal warenhuizen	-,014*
Ontwikkeling BRP	-,095**	Ontwikkeling ontspan. voorzieningen	,006***
Ontwikkeling detailhandelsomzetten	,056*		
R² = ,28 N = 268 Significantieniveau: ***(P<.01) ** (P<.05) * (P<.1)			

Economisch-demografische omgevingsfactoren

Hoe groter de toename van het aantal mensen in het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijsontwikkeling
 Waar er tussen de grootte van het verzorgingsgebied en de huurprijs nog enigszins een verband bleek te bestaan, is dit niet het geval bij de huurprijsontwikkeling. Een toename van het aantal mensen in het verzorgingsgebied van een binnenstad staat niet in relatie met de ontwikkeling van de huurprijs van winkelvastgoed in binnensteden. Deze hypothese wordt dan ook verworpen.

Hoe groter de ontwikkeling van het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijsontwikkeling

Ook de ontwikkeling van het percentage 65-plusser blijkt niet significant samen te hangen met de huurprijsontwikkeling. De koopkracht blijkt (nog) niet te dalen door een relatieve oververtegenwoordiging van ouderen. Deze hypothese wordt verworpen.

Hoe hoger de ontwikkeling van het besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

De ontwikkeling van de economische situatie van een regio rondom een binnenstad, grotendeels gelieerd aan het verzorgingsgebied, hangt niet (besteedbaar inkomen) of zelfs negatief (BRP) samen met de huurprijsontwikkeling. Opmerkelijk is het significante en negatieve verband tussen de ontwikkeling van het BRP en de ontwikkeling van de huurprijs ($b = -,095$). Terwijl er tussen de huurprijs en het BRP een sterk positief significant verband bestaat, blijkt de huurprijs te dalen bij een stijging van het BRP. De ontwikkeling van de economische situatie van de regio kent dus geen positief samenspel met de huurprijsontwikkeling. Een binnenstad wordt voor retailers aantrekkelijker vanwege de lage huurprijs wanneer de ontwikkeling van het BRP niet positief, maar juist negatief is. Opgemerkt moet worden dat dit verband niet voor alle jaren op gaat aangezien de significantie van het verband verdwijnt wanneer er wordt gecontroleerd voor de verschillende jaren. De hypothese wordt verworpen.

Winkelvoorraad

Hoe groter de toename van de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Er bestaat een significant en positief verband ($b = ,124$) tussen de ontwikkelingen van het aantal winkels en de huurprijs. Ondanks dat Nederland momenteel een overschot aan winkels heeft, lijkt het wat betreft de hoogte van de huurprijs interessant om verder uit te breiden. De kans is echter groot dat als alle gemeenten dat de komen jaren doen, het verband negatief wordt (PBL, 2012). Het feit dat de 'ontwikkeling van het aantal m² WVO' sterk correleerde met de 'ontwikkeling van het aantal winkels' kan tevens worden gesuggereerd dat deze samenhangt met de huurprijsontwikkeling. Ook al verliest het verband tussen ontwikkeling van de huurprijs en het aantal winkels haar significantie bij de controle voor de verschillende jaren, deze hypothese wordt aangenomen.

Drukbeeld

Hoe groter de toename van het aantal passanten, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

De ontwikkeling van het aantal passanten kent een negatief zwak, maar significant verband met de huurprijsontwikkeling ($b = -,030$). Een verklaring hiervoor kan mogelijk gezocht worden in het feit ongeacht het succes van een winkelgebied, passantenstromen aan het dalen zijn onder invloed van de slechte economische situatie sinds 2008 en de opkomst van e-shopping. Waar de hoogte van de passantenstroom wel in positief verband stond met de huurprijs ($b = ,152$), blijken de ontwikkelingen van het aantal passanten en de huurprijs negatief met elkaar in verband te staan. De hypothese wordt verworpen.

Hoe hoger de ontwikkeling van de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Een positief verband tussen de omzetontwikkeling en huurprijsontwikkeling is waarneembaar. Deze relatie is echter zwak en ontstaat pas in de vijfde stap van het model bij het toevoegen van de variabelen met betrekking tot de ontwikkeling van culturele en ontspannende voorzieningen in een binnenstad. Toch kan er worden verondersteld dat wanneer consumenten meer gaan uitgeven, het 'succes' van de binnenstad toeneemt en daarmee ook de huurprijzen van het winkelvastgoed. Deze hypothese wordt aangenomen.

Nabijheid van concurrentie

Hoe groter de toename van nabije concurrentie, hoe lager de huurprijsontwikkeling

In de literatuur en in de vorige deelvraag werd verondersteld dat een relatief grote concentratie van andere winkelgebieden in de gemeente van een binnenstad van negatieve invloed was op de hoogte van de huurprijs. Uit deze regressie komt echter naar voren dat een afname van deze binnengemeentelijke concurrentie significant in verband staat met een negatieve huurprijsontwikkeling. Met andere woorden, een toenemende aanwezigheid van veel andere winkelmeters in de gemeente blijkt bewonderenswaardig een positief verband te kennen met de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in binnensteden. De hypothese wordt verworpen.

Kenmerken winkelbestand

Hoe groter toename van de omvang van winkelpanden, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Waar de omvang van een winkelpand niet in relatie bleek te staan met de huurprijs, staat de ontwikkeling van de omvang van winkelpanden wel in verband met de huurprijsontwikkeling ($b = ,134$). Wanneer panden groter worden, neemt ook de huurprijs toe. Dit ondanks de gedachte dat huurprijzen per vierkante meter afnemen naar mate een winkelpand groter wordt (Haringsma, 2002; Bolt, 1995). Het positieve verband sluit aan bij de aanname van Evers e.a. (2011, pp. 91) dat de vraag naar grotere winkelruimtes, onder andere door (internationale) ketens, verder toeneemt en daardoor huurprijzen kunnen oplopen. Deze hypothese kan worden aangenomen.

Hoe groter de ontwikkeling van het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Waar de mate van filialisering een belangrijke determinant voor de huurprijs was, bestaat er geen verband tussen de ontwikkeling van beiden. Huurprijzen blijken niet te stijgen door een toe- of afname van het aantal filialen in een binnenstad. De hypothese wordt verworpen.

Hoe groter de ontwikkeling van het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Hier bestaat een zwak, doch significant en negatief verband tussen de ontwikkeling van het aantal warenhuizen in een binnenstad en de huurprijsontwikkeling van het winkelvastgoed ($b = -,014$). Dit is een bijzonder verband gezien het feit dat de aanwezigheid van warenhuizen vanuit de literatuur juist een positieve werking zou hebben op de aantrekkelijkheid van een binnenstad. De hypothese wordt in ieder geval verworpen.

Hoe groter van leegstandsontwikkeling, hoe lager de huurprijsontwikkeling

Slechts in één stap van het model (stap 5) is er een significant negatief verband tussen de ontwikkeling van het percentage leegstand en de huurprijsontwikkeling aanwijsbaar. Dit verband is echter zeer zwak en is in alle andere stappen niet aanwezig. De hypothese wordt dan ook verworpen.

Hoe hoger de ontwikkeling van het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Het significante en positieve verband tussen de omvang van het aantal winkels voor dagelijkse voorzieningen en de huurprijs gaat niet op voor de ontwikkeling van beiden. De huurprijsontwikkeling wordt niet verklaard door een toename van winkels in dagelijkse voorzieningen of vice versa. De hypothese wordt verworpen.

Hoe hoger de ontwikkeling van aandeel winkels in de branche 'Mode & Luxe', hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Kijkend naar de invloed van de branchering blijkt, net zoals bij de huurprijs (deelvraag 2), een toename van het percentage winkels in de branche 'Vrij tijd' een zwakke, doch negatieve invloed op de huurprijsontwikkeling te hebben. De significantie verdwijnt dan ook na de controle voor de verschillende jaren in stap 6 van het model. De ontwikkeling van de andere branches (Mode & Luxe, In/om huis en Detailhandel overig) staan niet in verband met de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in binnensteden.

Bereikbaarheid

Hoe groter de verbetering bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Tussen de ontwikkeling van de parkeercapaciteit en de ontwikkeling van de huurprijs bestaat in alle zes stappen van het model een zwak, doch significant en positief verband ($b = ,021$). Zoals Goudappel Coffeng (2003) al stelde; binnensteden zouden er goed aan doen de parkeercapaciteit te verbeteren voor een verbeterde aantrekkelijkheid en daarom optimalere huurprijs. Echter, het zeer zwakke verband geeft aan dat het geen doorslaggevende factor is. Wel kan worden verondersteld dat de afwezigheid van parkeercapaciteit, van negatieve invloed zou kunnen zijn op de huurprijsontwikkeling. De hypothese wordt aangenomen.

Cultuur, ontspanning en horeca

Hoe groter de toename van het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

Waar een toename van het aantal culturele voorzieningen niet in relatie staat met de huurprijsontwikkeling, kent de ontwikkeling van het aantal ontspannende voorzieningen wel een positieve significant verband met de huurprijsontwikkeling. De regressie coëfficiënt is alleen zo klein ($,006$) dat het niet als een belangrijk verband mag worden beschouwd. Deze hypothese wordt in zijn totaliteit verworpen.

Hoe groter de toename van horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijsontwikkeling

In tegenstelling tot het sterk positieve verband met de huurprijs, kent de ontwikkeling van het percentage horecavoorzieningen een negatief verband met de huurprijsontwikkeling ($b = -,060$). Ook al zouden horecavoorzieningen, zoals Nozeman (2012) en Glaeser (2011) stelden, de aantrekkelijkheid voor een bezoek aan een binnenstad vergroten, het blijkt negatief bij te dragen aan de ontwikkeling van de huurprijs van het winkelvastgoed. Deze hypothese wordt verworpen.

Tabel 4.18 Hypothesen & resultaat	
Economisch-demografische omgevingsfactoren:	
Hoe groter de toename van het aantal mensen in het verzorgingsgebied, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe groter de ontwikkeling van het aandeel 65-plussers in het verzorgingsgebied, hoe lager de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe hoger de ontwikkeling van het besteedbaar inkomen en het BRP, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Winkelvoorraad:	
Hoe groter de toename van de omvang van een binnenstad, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	JA
Drukbeeld:	
Hoe groter de toename van het aantal passanten, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe hoger de ontwikkeling van de detailhandelsomzetten, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	JA
Nabijheid concurrentie:	
Hoe groter de toename van nabije concurrentie, hoe lager de huurprijsontwikkeling	NEE
Kenmerken winkelbestand:	
Hoe groter toename van de omvang van winkelpanden, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	JA
Hoe groter de ontwikkeling van het aandeel filialen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE

Hoe groter de ontwikkeling van het aantal warenhuizen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe groter van leegstandsontwikkeling, hoe lager de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe hoger het aandeel winkels in dagelijkse voorzieningen, hoe hoger de huurprijs	NEE
Hoe hoger de ontwikkeling van aandeel winkels in de branche 'Mode & Luxe', hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Bereikbaarheid:	
Hoe groter de verbetering bereikbaarheid van een binnenstad, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	JA
Cultuur, ontspanning en horeca:	
Hoe groter de toename van het aantal culturele en ontspannende voorzieningen, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE
Hoe groter de toename van horecagelegenheden, hoe hoger de huurprijsontwikkeling	NEE

4.4 Deelvraag 4: Aantrekkelijkheid van binnensteden

Nu de ontwikkeling van het Nederlandse binnenstedelijke winkelgebied is geanalyseerd verbanden met de huurprijs en –ontwikkeling zijn aangetoond, kan bepaald worden welke binnensteden daadwerkelijk interessant zijn als investeringsmilieu voor een institutionele vastgoedbelegger. Aan de hand van een gewogen ranking wordt getracht antwoord te geven op de vierde en tevens laatste deelvraag:

Welke binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland lijken op basis van uitgevoerde analyses het meest aantrekkelijk te zijn voor het bezit van winkelvastgoed?

5.4.1 Vergelijking 57 binnensteden op aantrekkelijkheid

De aantrekkelijkheid van een binnenstad als investeringsmilieu voor institutionele vastgoedbelegger is in dit onderzoek onderzocht aan de hand van de huurprijs en –ontwikkeling van het winkelvastgoed. Op basis van de significante verbanden tussen deze en de 30 verschillende variabelen zijn de binnensteden gerangschikt. Het feit dat er voor de huurprijsontwikkeling, in tegenstelling tot de huurprijs, een zeer zwakke verklarende variantie is gevonden (28%) en de verbanden zelf ook niet sterk te noemen zijn, worden alleen de significante verbanden met de huurprijs meegenomen¹². Met behulp van de 12 aangetoonde verbanden is een ranking gemaakt van de 57 binnensteden waarbij de variabelen gewogen zijn (tabel 5.19).

Top en flop

Het zijn de binnensteden van Eindhoven, Rotterdam, Den Bosch, Veenendaal en Utrecht welke als meest aantrekkelijk worden beschouwd. De enige variabele waar alle 5 binnensteden goed op scoren is de korte loopafstand tot het treinstation. Voor de overige variabelen scoren ze zowel erg goed als erg slecht. De perifeer gelegen Sneek, Zutphen, Leeuwarden, Almelo en Assen zijn de 5 laagst gewaardeerde binnensteden. De variabelen waar deze vooral slecht op scoren zijn het aantal horecagelegenheden, het BRP, de ligging en het aantal winkels in de branche 'Vrije tijd'. Over het algemeen kan worden opgemerkt dat de 57 binnensteden niet perse op alle variabelen goed, gemiddeld of slecht scoren.

Omvang

Kijkend naar de omvang van het aantal winkels van een binnenstad, wordt zichtbaar dat relatief veel van de kleinste binnensteden, tussen de 200 en 215 winkels, tot de minst aantrekkelijke behoren. Daarnaast kunnen ook middelgrote binnensteden zoals Dordrecht en Leeuwarden (circa 400 winkels) als niet aantrekkelijk worden beschouwd (47^e en 55^e plaats). Gesteld kan worden dat de 20 minst aantrekkelijke binnensteden zowel grotere als kleinere binnensteden betreffen. Echter, de 11 binnensteden met meer dan 500 winkels vallen, op Groningen na, buiten deze categorie. Zoals verwacht (DTNP, 2011, pp.10; Nozeman, e.a. 2012, pp. 70; Atzema e.a., 2009, pp.129; Bolt, 1995) betreft de top 10 dan over het algemeen ook de grootste binnensteden (340 – 2.046 winkels). Maar er zijn ook uitzonderingen. De kleinere binnensteden van Veenendaal, Oosterhout (circa 250 winkels) staan op een 4^e en 9^e plaats. Kortom, er bestaat geen eenduidig patroon bestaat tussen de omvang van een binnenstad en de mate van aantrekkelijkheid, maar over het algemeen staan de grote binnensteden in de top en eindigen de kleine binnensteden vaker als minst aantrekkelijk.

¹² Het significantie verband met de leegstand is vanwege data-issues niet meegenomen.

Geografische ligging

De binnensteden die in de top 10 van de ranking zijn geëindigd, bevinden zich, op Enschede en Maastricht na, in West- en Midden-Nederland en de provincie Noord-Brabant. Een verklaring voor het feit dat perifeer gelegen Maastricht en Enschede zo aantrekkelijk zijn in tegenstelling tot andere perifeer gelegen binnensteden, kan te maken hebben met het feit dat zij een internationaal georiënteerd achterland bedienen. Kijkend naar de top 20 blijven Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant nog steeds de belangrijkste locaties. Echter, door de aantrekkelijkheid van Zwolle, Apeldoorn en Doetinchem (respectievelijk 15^e, 19^e en 20^e plaats), blijken ook Salland en Gelderland belangrijke binnensteden te herbergen. De binnensteden die in de flop 10 staan, zijn hoofdzakelijk in het perifere Noord- en Oost-Nederland gevestigd, maar ook Sittard, Bussum en Middelburg maken hier deel van uit. Binnensteden die tevens mager scoorden (37^e tot 47^e plaats) zijn gelegen in Zeeland, Noord-Noord-Holland, Zuid-Zuid-Holland en Drenthe. Tot slot zijn binnensteden welke in de middenmoot (20^e tot 37^e plek) geëindigd zijn, voornamelijk gelegen in Limburg, de Randstad en Zuid-West-Gelderland (Ede, Arnhem en Nijmegen).

Tabel 4.19 Ranking binnensteden

Rank	Binnenstad	Hor-eca	fili-aal	BRP	Vrije Tijd	Mode&Luxe	FR&GR	Winkelvoor-raad	Dage-lijks	Lim-burg	Pas-sant	Wvo bin	Trein
1	Eindhoven	3	15	20	15	3	1	15	57	1	7	38	1
2	Rotterdam	7	23	11	6	37	1	3	42	1	6	57	1
3	Den Bosch	15	38	21	11	5	1	10	41	1	2	26	1
4	Veenendaal	56	3	7	29	2	1	38	7	1	25	10	1
5	Utrecht	5	35	7	41	17	1	5	40	1	1	49	1
6	Amsterdam	1	57	3	3	53	1	1	22	1	4	56	37
7	Maastricht	9	46	29	1	15	1	4	38	52	3	6	37
8	Enschede	21	14	42	16	10	1	18	32	1	12	36	37
9	Oosterhout	45	9	14	13	7	1	48	26	1	32	12	37
10	Breda	20	31	14	27	25	1	8	50	1	5	40	37
11	Den Haag	4	52	18	4	46	1	2	44	1	22	52	37
12	Amersfoort	14	16	7	52	21	1	25	51	1	15	51	37
13	Oss	26	21	21	7	39	1	46	19	1	52	33	1
14	Alphen a/d Rijn	47	5	1	53	11	1	54	11	1	40	15	1
15	Zwolle	18	19	23	49	8	1	22	54	1	13	35	37
16	Tilburg	13	13	37	47	18	1	20	39	1	24	44	1
17	Hilversum	23	26	27	20	48	1	17	36	1	29	2	1
18	Gouda	43	43	1	9	49	1	21	10	1	27	19	1
19	Apeldoorn	17	11	25	51	28	1	19	53	1	10	37	1
20	Doetinchem	34	10	33	42	4	1	50	24	1	35	17	1
21	Arnhem	11	22	50	39	16	1	12	56	1	14	21	1
22	Venlo	22	34	36	14	14	1	23	30	52	11	41	1
23	Nijmegen	8	41	50	19	29	1	11	49	1	9	14	37
24	Zeist	49	25	7	18	31	1	33	31	1	50	1	37
25	Almere	41	2	49	35	20	1	38	2	1	23	30	1
26	Ede	29	4	25	45	35	1	51	17	1	39	22	1
27	Roermond	24	30	39	10	13	1	30	34	52	28	46	1
28	Weert	25	17	39	5	34	1	47	33	52	44	9	1
29	Heerlen	30	20	29	12	36	1	29	28	52	17	48	1
30	Purmerend	28	24	3	50	32	1	44	25	1	50	28	1
31	Hoofddorp	57	1	3	56	12	1	57	1	1	33	54	37
32	Bergen op Zoom	33	37	14	17	41	1	32	37	1	48	24	1
33	Roosendaal	39	36	14	21	51	1	26	21	1	34	13	37
34	Leiden	10	53	35	30	52	1	9	23	1	19	4	37
35	Vlaardingen	37	45	11	8	54	1	48	3	1	54	25	1
36	Haarlem	16	49	52	23	22	1	7	52	1	21	18	37
37	Delft	2	51	19	38	56	1	30	35	1	16	45	1
38	Groningen	6	55	6	26	50	53	6	45	1	8	31	37
39	Alkmaar	35	39	41	32	9	1	13	47	1	26	39	37
40	Hengelo OV	27	28	42	25	26	1	43	46	1	49	43	1
41	Meppel	54	12	38	36	24	1	55	6	1	55	5	1
42	Goes	40	32	46	46	6	1	41	5	1	42	16	1
43	Emmen	51	6	54	43	1	1	34	27	1	31	55	1
44	Zaandam	19	18	56	22	57	1	44	13	1	38	53	1

45	Schiedam	48	56	11	2	55	1	37	20	1	56	11	37
46	Hoorn	31	42	53	28	27	1	27	18	1	43	29	1
47	Dordrecht	46	48	24	40	47	1	14	29	1	18	8	1
48	Middelburg	36	50	46	31	40	1	28	14	1	37	7	1
49	Sittard	44	29	29	34	30	1	36	12	52	52	47	1
50	Drachten	38	8	45	48	23	53	56	8	1	45	23	37
51	Deventer	32	44	48	33	43	1	24	55	1	20	27	1
52	Bussum	52	47	27	37	38	1	53	9	1	57	3	1
53	Assen	42	7	55	57	19	53	35	16	1	46	20	37
54	Almelo	55	33	42	24	44	1	42	43	1	36	34	37
55	Leeuwarden	12	54	32	44	42	53	16	48	1	41	42	37
56	Zutphen	53	40	33	55	45	1	40	4	1	47	32	1
57	Sneek	50	27	57	54	33	53	52	15	1	30	50	1
	Weging(%)	15,91	14,15	13,27	13,27	10,87	7,6	5,92	5,70	4,52	3,81	3,59	1,38

Figuur 4.16 Aantrekkelijkheid van de binnensteden



Vaststaand feit is dat niet alle Nederlandse binnensteden een even aantrekkelijk investeringsmilieu zijn voor institutionele vastgoedbeleggers. Welke al dan niet aantrekkelijk zijn, en wat de redenatie daarachter is, is niet veelvuldig op een kwantitatieve manier onderzocht. Dit onderzoek heeft getracht door de ontwikkeling van de binnenstedelijke winkelgebieden te analyseren en statistisch te toetsen welke variabelen van invloed zijn op de hoogte van de huurprijs van het winkelvastgoed. Een poging is gedaan om het verschil in aantrekkelijkheid van alle 57 Nederlandse binnensteden in kaart te brengen. De deelvragen zullen in dit concluderende hoofdstuk beantwoord worden om antwoord te geven op de volgende centrale vraag:

Hoe hebben de binnenstedelijke winkelgebieden van Nederland zich ontwikkeld op gebied van economisch-demografische en winkelmarkt karakteristieken en in hoeverre zijn deze karakteristieken van invloed op de aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor de institutionele vastgoedbelegger tussen 2005 en 2012?

De belangrijkste conclusie van dit onderzoek is het feit dat variabelen die vanuit andere onderzoeken van sterke invloed bleken op de huurprijs, zoals de omvang van het aantal winkels, het verzorgingsgebied en de passantenstromen, minder belangrijk blijken wanneer ook andere meer specifieke karakteristieken worden onderzocht. Vooral de mate van de aanwezigheid van horecagelegenheden blijkt een belangrijke factor voor de huurprijsverklaring van het winkelvastgoed in binnensteden. Ook de mate van filialisering en de branchesamenstelling hebben een relatief hoge bijdrage aan de verklaring van de huurprijs. Dit neemt niet weg dat de genoemde 'klassieke' variabelen belangrijke maatstaven blijven voor het bepalen van de aantrekkelijkheid van binnensteden als investeringsmilieu. Het geeft echter wel aan dat ook andere, specifiekere karakteristieken bekeken moeten worden.

5.1 Ontwikkeling van de binnenstedelijke winkelgebieden

Het eerste deel van voorliggend onderzoek betrof een analyse van de ontwikkeling van de Nederlandse binnenstedelijke winkelgebieden tussen 2005 en 2012. Aangenomen kan worden dat grote, centraal gelegen binnensteden een positievere ontwikkeling hebben doorgemaakt dan kleine, perifeer gelegen binnensteden. Dit is echter wat zwart-wit gesteld. Daarom volgt hieronder een gedetailleerdere beschrijving van de uitkomsten van de analyses, gecombineerd met de theoretische veronderstellingen.

Rendementen

Kijkend naar de ontwikkeling van binnenstedelijke rendementen, kan vastgehouden worden aan de uitspraken van ABN AMRO (2012) en de FGHbank (2013). De totaal rendementen zijn, met name door waardedaling van het vastgoed, namelijk sterk gedaald (van een TR van 15% in 2005 tot een TR van 3% in 2012). Opmerkelijk is dat ook in de overige Nederlandse winkelgebieden ditzelfde patroon te herkennen valt. Binnensteden blijken het dus niet per se beter te doen dan andere type winkelcentra zoals werd gesuggereerd door onder andere FGHbank (2012) en JLL (2012). In 2012 blijken de grootste binnensteden qua totaal rendement het meest aantrekkelijk te zijn. Kleine, perifeer gelegen binnensteden scoren over het algemeen het slechts.

Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren

Qua ligging is gebleken dat grote Randstedelijke binnensteden, maar ook de binnensteden van Groningen, Enschede en Maastricht goed scoren. Analyses met betrekking tot economisch- demografische omgevingsfactoren tonen aan dat verzorgingsgebieden van binnensteden groter worden. Tevens neemt het verzorgingsgebied exponentieel toe bij een toename van de grootte van een binnenstad. Het zijn dan ook vooral de binnensteden met meer dan 100.000 vierkante winkelmeters die de meeste inwoners (van de gemeente) per winkelmeter kennen. Deze trend strookt met de opvattingen van Nelson (1958), Florida(2002) en DTNP (2011) betreffende een vergrootte aantrekkelijkheid van een binnenstad naarmate de omvang van het aanbod toeneemt.

Wat betreft de samenstelling van het verzorgingsgebied stijgt, zoals verwacht, het percentage 65-plussers en kennen vooral kleinere perifere gemeenten en gemeenten in de buurt van grote steden een relatief hoog vertegenwoordiging van deze leeftijdsgroep (RVM, 2013).

Het besteedbaar inkomen is toegenomen, maar loopt, anders dan Nozeman e.a. (2012) stellen, zeer uiteen tussen regio's. In Twente, Zuid-Limburg en Noord-Nederland liggen deze inkomens de afgelopen jaren het laagst (circa 18.500 euro in 2012) en in Midden-Nederland het hoogst (circa 24.000 euro in 2012). Kijkend naar het BRP zijn het vooral de steden in de provincie Zuid-Holland die de lijst aanvoeren. In Noord-Holland, Friesland en Groningen is het BRP het laagst, maar ook Limburg en Flevoland kenden een sterke verslechtering (-6%).

Winkelvoorraad

Verdergaand met de ontwikkeling van het aantal winkels zijn deze in de loop der jaren weinig veranderd. Naast de exponentiële groei van het aantal winkels in Almere en Hoofddorp zijn het vooral kleinere binnensteden welke een groei kenden. Binnensteden in de omgeving van Rotterdam en perifeer gelegen binnensteden kenden daarentegen een grote krimp. In tegenstelling tot het aantal winkels, is het aantal winkelmeters wel met 8% toegenomen tussen 2005 en 2012, wat een schaalvergroting van de winkels betekent. De binnensteden met de minste winkels (circa 220 winkels) zijn overal in het land gelegen, terwijl de grootste binnensteden (circa 600 winkels) met name in de Randstad te vinden zijn.

Drukbeeld

Zowel de omvang van de passantenstromen (-19%) als de detailhandelsomzetten (-10%) zijn tussen 2005 en 2012 afgenomen. Deze ontwikkeling valt volgens onder andere Evers e.a. (2011, pp.90) en Molenaar (2011, 34-35) te wijten aan de komst van e-shopping en teruglopende consumentenbestedingen. Passantenstromen staan positief in relatie met de omvang van een binnenstad. Het zijn echter niet per se de grootste binnensteden die de hoogste omzetten per m² WVO kennen. De laagste omzetten per m² WVO liggen wel duidelijk in de echt perifeer gelegen binnensteden, zoals in Sneek, Roermond en Heerlen. Er blijkt tot slot sprake een positieve relatie te bestaan tussen detailhandelsomzetten en passantenstromen in binnensteden.

Nabijheid van concurrentie

Binnensteden van de grote steden hebben meer concurrentie van andere winkelcentra binnen de gemeentegrenzen dan de kleinere binnensteden. Trend is daarnaast dat vooral perifeer in het land gelegen binnensteden terrein aan het verliezen zijn. Dit wordt veroorzaakt door zowel een toename van winkelmeters elders in de gemeente als door een afname van het winkelmeters in de binnenstad zelf. Kijkend naar de concurrentie van binnensteden binnen een straal van 15 kilometer blijken vooral binnensteden in Noord-Nederland en Limburg weinig in elkaars vaarwater te liggen. In de Randstad liggen de binnensteden daarentegen zeer dicht bij elkaar. Vooral de kleinere Randstedelijke binnensteden kennen, zoals Nozeman e.a. (2012, pp. 72) al stelde, hierdoor veel concurrentie van andere, grotere binnensteden.

Kenmerken winkelbestand

Beweerd wordt dat er in Nederland sprake is van een toename van het winkelvloeroppervlak per winkel en filialisering van het winkelaanbod (DTNP, 2011; Locatus, 2013). De gemiddelde groei van de grootte van winkels is in binnensteden met 6,5% echter kleiner dan de landelijke groei (14%) en ook een toename van de omvang van percentage filialen van 28% in 2005 naar 31% in 2012 is geen sterke ontwikkeling te noemen.

De leegstand is de afgelopen jaren wel toegenomen. De grootste leegstand kent de binnenstad van Schiedam en, zoals onderzoek van het Nicis Institute (2012) al uitwees, daarnaast met name de binnensteden van grensgemeenten (13 - 17%) zoals Almelo, Venlo, Heerlen, Sittard en Roosendaal.

Tot slot heeft de branchesamenstelling de afgelopen 8 jaar weinig veranderingen doorgemaakt. De branche 'Mode & Luxe' blijft de grootste groep (27%) gevolgd door de horecagelegenheden (20%). Vooral de middelgrote binnensteden hebben een oververtegenwoordiging van winkels in deze branche. Het feit dat in de grootste binnensteden deze percentages lager liggen, komt door de relatief hoge aanwezigheid van horecagelegenheden en culturele en ontspannende voorzieningen. Bolt (1995) zijn theorie dat steden met een hoog percentage modewinkels aan het hoofd van de winkelhiërarchie staan, gaat dus niet op.

Bereikbaarheid

Kijkend naar de parkeercapaciteit heeft een binnenstad gemiddeld één parkeerplaats per 70 m² WVO terwijl dit volgens Nozeman e.a. (2012) één per 21 m² WVO zou moeten zijn. Er blijkt echter wel een groot verschil te bestaan tussen de binnensteden, waarbij een zestiental binnensteden met 27 - 40 m² WVO per parkeerplaats prima lijken te scoren. Positief is tevens de afname van het gemiddelde aantal winkelmeters per parkeerplaats tussen 2005 en 2012. Tevens is positief dat bezoekers die met het

openbaar vervoer reizen, in 65% van de binnensteden maximaal 10 minuten moeten lopen om de winkelstraat te bereiken. De dichtbevolkte Randstad blijkt per trein niet beter ontsloten te zijn en evenmin ligt de afstand tot een treinstation in kleinere steden lager.

Cultuur, ontspanning en horeca

Het merendeel van de Nederlandse binnensteden heeft een historische aangezicht. Deze esthetische schoonheid zou dan ook bijdragen aan de voortdurende populariteit van binnensteden als winkelgebied (Koornstra 2011, pp.43; Strabo, 2010; FGHbank, 2013, pp.34).

Voor het bezoeken van culturele en ontspannende voorzieningen moeten met name grotere binnensteden worden aangedaan. Bij een redelijk stabiel aantal van culturele voorzieningen zoals musea en bioscopen in de binnenstad, is het aanbod ontspannende voorzieningen zoals casino's en bowlingbanen de afgelopen 8 jaar toegenomen.

Tot slot is de aanwezigheid van horecagelegenheden de afgelopen jaren vrij stabiel geweest (19%). Waar de binnensteden van Amsterdam, Delft, Eindhoven en Den Haag relatief het meeste aanbod hebben, zijn het de binnensteden van kleinere, vaak op perifere locaties gelegen steden die relatief weinig horecagelegenheden aanbieden.

5.2 Verklaring huurprijs

In het tweede en derde deel van het onderzoek werd getoetst welke variabelen van significante invloed waren op de aantrekkelijkheid van een binnenstad voor een winkelvastgoedbelegger. Dit werd in de tweede deelvraag aan de hand van de huurprijs van het winkelvastgoed gemeten. Gesteld kan worden dat de uiteindelijke verklaringskracht van de variabelen uit dit model (65%) redelijk hoog te noemen is. Of, en in hoeverre, de variabelen van invloed waren, wordt hieronder uiteengezet. Hierbij worden ook de theoretische veronderstellingen besproken.

Allereerst moet worden opgemerkt dat variabelen die vanuit andere onderzoeken (o.a. Marlet, 2009; DTNP, 2011; Schrader – Van Meel, 2012; Mank, 2012; Nijsten, 2010) van sterke invloed bleken, zoals de omvang van het aantal winkels, het verzorgingsgebied en de passantenstromen, hun vaak sterke relatie met de huurprijs verliezen wanneer er in het regressiemodel voor meer specifieke karakteristieken wordt gecontroleerd. Vooral het meenemen van 'het percentage horecagelegenheden', maar ook 'de mate van filialisering' en 'branchering' zorgen voor een hogere verklaringskracht van het model en minder sterke verbanden tussen 'de hoogte van de huurprijs' en de klassieke 'passantenstromen', 'verzorgingsgebieden' en 'de omvang van binnensteden'. Dit neemt niet weg dat genoemde klassieke variabelen belangrijke maatstaven blijven voor het bepalen van de aantrekkelijkheid van binnensteden als investeringsmilieu. Het geeft echter wel aan dat, ook andere, specifiekere karakteristieken bekeken moeten worden.

Zoals Nozeman e.a. (2012) al stelden, is de ligging in Nederland voor sommige gebieden van invloed op de huurprijs. Zo is de gemiddelde huurprijs in binnensteden in de Randstad significant hoger dan die in Friesland, Groningen en Limburg. De hoogte van de huurprijzen in de binnensteden in de overige landsdelen wijken echter niet significant af van de hoogte van de huurprijs in de Randstad. Naast ligging hangen ook economisch-demografische omgevingsfactoren samen met de hoogte van de huurprijs. Vooral de hoogte van het BRP, maar ook in mindere mate de grootte van het verzorgingsgebied en de koopkracht van de inwoners hangen positief samen met de hoogte van de huur.

Evenals uit andere onderzoeken naar voren kwam (Mank, 2012; DTNP, 2011, pp.10; Nozeman, e.a. 2012, pp. 70) blijkt de winkelvoorraad van een binnenstad (aantal winkels en winkelmeters) positief in relatie te staan met de huurprijs. Het belang lijkt echter wel minder wanneer ook de aanwezigheid van horecavoorzieningen wordt meegenomen in de regressie. Kijkend naar het druktebeeld in binnensteden blijken passantenstromen, zoals Nijsten (2010) al stelde door ze 'een risicodepend effect op het rendement' te noemen, van invloed op de huurprijs. Detailhandelsomzetten zijn echter niet van invloed. Dit kan liggen aan het feit dat deze omzetcijfers alleen op gemeenteniveau, en niet op binnenstadniveau, beschikbaar zijn.

Het feit dat niet alle binnensteden via het model van Christaller verdeeld zijn over het Nederlandse grondgebied, is niet van invloed op de hoogte van de huurprijs. Binnensteden die relatief dichtbij andere binnensteden gelegen zijn hebben door deze concurrentie geen lagere huurprijs. Van invloed op de huurprijs is echter wel het aandeel winkelmeters in een binnenstad ten opzichte van het aantal winkelmeters in de rest van de gemeente. De aanwezigheid van relatief veel alternatieve

winkelmogelijkheden elders in de stad is van negatieve invloed op de hoogte van de huurprijs van het winkelvastgoed in de binnenstad.

Wanneer de relaties tussen kenmerken van winkels en de hoogte van de huurprijs bekeken wordt, springen vooral de positieve relaties met 'de mate van filialisering' en 'het aandeel winkels in Mode & Luxe' er uit. Ook winkels in 'Vrije tijd' hebben een relatief sterk verband met de hoogte van de huurprijs, deze is echter negatief. Binnensteden met een hoge filialisingsgraad, veel winkels in de branche 'Mode & Luxe' en weinig winkels in branche 'Vrije tijd' blijken aantrekkelijker te zijn om winkelvastgoed te bezitten dan andere binnensteden.

Er bestaat tevens een zwak positief verband tussen de loopafstand naar een treinstation en de huurprijs. Dit biedt echter onvoldoende houvast om te stellen dat de bereikbaarheid van een binnenstad daadwerkelijk in relatie staat met de hoogte van de huurprijzen van het winkelvastgoed.

Tot slot blijkt de aanwezigheid van horecavoorzieningen het sterkst van alle variabelen samen te hangen met de hoogte van de huurprijs. Dit sluit aan bij de gedachte van het 'funshoppem' (Marlet, 2009, pp.230). Een binnenstad die naast de huisvesting van winkels, ook mensen uitnodigt om een hapje of drankje te nuttigen, is aantrekkelijker om te worden bezocht en daarom ook aanzienlijk aantrekkelijker voor het bezit van winkelvastgoed, dan een binnenstad die dat niet doet.

5.3 Verklaring huurprijsontwikkeling

Klaarblijkelijk wordt de huurprijsontwikkeling van winkelvastgoed in Nederlandse binnensteden tussen 2005 en 2012 vooral door andere variabelen verklaard dan de, veelal ruimtelijk-economische, variabelen die in dit onderzoek waren opgenomen. De verklaringskracht van het model is met 28% namelijk nogal zwak te noemen en ook de sterktes van de aanwezige relaties zijn zwak tot matig.

Opmerkelijk is dat onder andere de ontwikkeling van de omvang van het verzorgingsgebied en de hoogte van passantenstromen niet van invloed zijn op de huurprijsontwikkeling. Deze worden vanuit de literatuur door Nozeman e.a. (2012) aangewezen als belangrijke variabelen. Ook de ontwikkeling van andere variabelen die wel een relatief sterk verband kenden met de huurprijs zoals 'de mate van filialisering', 'het percentage horecavoorzieningen' en 'het percentage winkels in de branche Mode & Luxe', kennen geen positief verband met de huurprijsontwikkeling.

Wel zijn positieve relaties gevonden tussen 'de huurprijsontwikkeling' en 'de toename van de grootte van een winkel' en 'de toename van het aantal verkooppunten'. Wanneer panden groter worden, neemt ook de huurprijs toe. Dit sluit aan bij de aanname van Evers e.a. (2011, pp.91) dat de vraag naar grotere winkelruimtes, van onder andere (internationale) ketens, verder toeneemt en daardoor huurprijzen kunnen oplopen. Ondanks dat Nederland een overschot aan winkels heeft, laat dit onderzoek zien dat het wat betreft de hoogte van de huurprijs interessant om de winkelvoorraad verder uit te breiden. De kans is echter groot dat als alle gemeenten dat de komen jaren doen, het verband negatief wordt (PBL, 2012).

Daarnaast blijkt een kleinere aanwezige aanwezigheid van andere winkelcentra in de gemeente negatief in relatie te staan met de huurprijsontwikkeling. Hier valt lastig een verklaring voor te vinden aangezien juist het omgekeerde werd verwacht (PBL, 2012; Nozeman e.a., 2012). Ook de ontwikkeling van de economische situatie van de regio kent geen positief samenspel met de huurprijsontwikkeling. Een binnenstad wordt voor retailers aantrekkelijker wanneer de ontwikkeling van het BRP niet positief, maar juist negatief is. En ook al zouden horecavoorzieningen, zoals Nozeman (2012) en Glaeser (2011) stelden, de aantrekkelijkheid voor een bezoek aan een binnenstad vergroten, het blijkt opmerkelijk genoeg negatief bij te dragen aan de ontwikkeling van de huurprijs van het winkelvastgoed.

5.4 Aantrekkelijkheid van binnensteden

De vierde en laatste deelvraag heeft aan de hand van de uitkomsten van de eerste 3 deelvragen de 57 binnensteden gerangschikt op aantrekkelijkheid. Hieruit bleek dat Eindhoven, Rotterdam, Den Bosch, Veenendaal en Utrecht het meest aantrekkelijk zijn. Opvallend is dat ook de relatief kleine binnensteden van Oosterhout en Veenendaal erg goed scoren. De perifeer gelegen Sneek, Zutphen, Leeuwarden, Almelo en Assen zijn de 5 laagst gewaardeerde binnensteden. Dit beeld komt wel overeen met wat er vanuit de theorie gesuggereerd wordt (o.a. JLL, 2012 en Nozeman e.a., 2012).

Kijkend naar de omvang van het aantal winkels van een binnenstad is zichtbaar dat relatief veel van de kleinste binnensteden, tussen de 200 en 215 winkels, tot de minst aantrekkelijke behoren. Daarnaast worden ook middelgrote binnensteden zoals Dordrecht en Leeuwarden (circa 400 winkels) als niet aantrekkelijk beschouwd. De top 10 betreft zoals verwacht (DTNP, 2011, pp.10; Nozeman, e.a. 2012, pp. 70; Atzema e.a., 2009, pp.129; Bolt, 1995) over het algemeen de grootste binnensteden (340 - 2.046 winkels). Maar ook kleinere binnensteden (circa 250 winkels) staan op een 4^e en 9^e plaats. Kortom, er bestaat geen eenduidig patroon tussen de omvang van een binnenstad en de mate van aantrekkelijkheid, maar relatief meer grote binnensteden staan in de top. Meer kleine binnensteden eindigen als minst aantrekkelijk.

De binnensteden die in de top 10 van de ranking zijn geëindigd, zijn, op Enschede en Maastricht na, in West-Nederland en de provincie Noord-Brabant gevestigd. Het zijn dus niet per se de grote Randstedelijke binnensteden die uitzonderlijk goed scoren (Nozeman e.a., 2012). Een verklaring voor het feit dat de perifeer gelegen steden Maastricht en Enschede zo aantrekkelijk zijn, in tegenstelling tot andere perifeer gelegen binnensteden, kan te maken hebben met het feit dat zij een internationaal georiënteerd achterland bedienen. Kijkend naar de top 20 blijven Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant de belangrijkste locaties, maar ook Salland en Gelderland blijken belangrijke binnensteden te herbergen. De binnensteden die in de flop 10 staan, zijn hoofdzakelijk in het perifere Noord- en Oost-Nederland gevestigd, maar ook Sittard, Bussum en Middelburg maken hier deel van uit. Binnensteden die ook mager scoorden (37^e tot 47^e plaats) zijn gelegen in Zeeland, Noord-Noord-Holland, Zuid-Zuid-Holland en Drenthe.

In dit afsluitende hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de voors en tegens van het onderzoek. Wat was vernieuwend, verhelderd en wat ontbrak? Hierop inhakend worden aanbevelingen voor vervolgonderzoek en praktijk gedaan.

6.1 Reflectie en aanbevelingen vervolgonderzoek

Unieke dataset

Dit onderzoek werd beschouwd als een explorerend onderzoek. De data van Locatus en IPD waren binnen ASR en ook in andere onderzoeken, nog nooit op zo'n grote schaal (30 variabelen, 57 onderzoekseenheden) en op dit niveau (binnenstads-) geanalyseerd. De beschikbaarheid over deze kostbare data is dan ook een grote kracht van dit onderzoek.

Naast de mogelijkheden die de grote hoeveel variabelen en binnensteden boden, hebben deze er tevens voor gezorgd dat de resultaten niet tot in detail besproken konden worden. Het resultatenhoofdstuk bleef, ten behoeve van de leesbaarheid, bij elke variabele vaak beperkt tot het noemen van de algemene ontwikkeling en het behandelen van de meeste opvallende binnensteden. Wellicht was de hoeveelheid data voor een afstudeeronderzoek achteraf gezien te veel. Vervolgonderzoek zou, met dit onderzoek als basis, dieper in kunnen gaan op bijvoorbeeld beperkt een aantal binnensteden of variabelen. Nu statistisch onderbouwd is dat binnensteden in bepaalde regio's niet aantrekkelijk zijn, zou vervolgonderzoek bijvoorbeeld kunnen inzoomen op de verschillen in aantrekkelijkheid van binnensteden binnen de regio's die juist wel goed gescoord hebben.

Het feit dat dit onderzoek enkel heeft gewerkt met data op binnenstadsniveau is een prestatie op zich gebleken. De samenstelling van data op dit niveau moest bij zowel Locatus als IPD worden 'gebouwd' voordat het geleverd kon worden. Ondanks karakteristieken van winkelvastgoed in binnensteden aanzienlijk verschillen van het winkelareaal in de rest van de stad, belichten weinig andere kwantitatieve onderzoeken dit specifieke geografische niveau.

Een onderzoeker zal een onderzoeker niet zijn, om toch nog van specifiekere data gebruik te willen maken. In dit geval was het zeer interessant geweest als er onderscheidt gemaakt kon worden in segmentatie van de locaties in de binnenstad (A1, A2, B1, B2 en C-locaties). Vastgoedbeleggers zijn het meest gebaat bij informatie die de toplocaties van binnensteden (A1) omvat, omdat dit de locatie is die zij veelal als meest aantrekkelijk beschouwen. Data-technisch was onderzoek met uitsplitsing naar locatie binnen een binnenstad echter niet mogelijk, wellicht is dit in de toekomst een optie. Een interessante vervolgstap zou tevens de vergelijking van de aantrekkelijkheid van binnensteden met andere type winkelcentra zoals PDV-locaties en centra van kleine dorpen kunnen zijn.

De beschikking over data van zowel Locatus, IPD, Experian en CBS heeft voor een grootschalig onderzoek gezorgd. Ook al behoren bovenstaande organisaties binnen hun vakgebied allen tot Nederlands beste leveranciers van data, gebleken is dat ook hier fouten niet uitgesloten kunnen worden. Zo bevatten de passantenstromen en verzorgingsgebieden van Locatus onregelmatigheden door veranderingen in berekeningen. De data van de IPD heeft alleen betrekking op het vastgoed van institutionele vastgoedbeleggers, dekt 'slechts' 34% van het Nederlandse institutionele beleggingsvastgoed en de door hen berekende huurprijzen hebben tevens soms niet verklaarbare hoge ontwikkelingen doorgemaakt. Experian toont jammer genoeg detailhandelsomzetten alleen op gemeenteniveau. Omdat de detailhandelsomzet een zeer belangrijke variabele lijkt te zijn, is deze wel meegenomen in de analyses, cijfers op binnenstadsniveau zouden echter veel adequater zijn. Tot slot heeft het CBS nog geen economische cijfers van 2011 en 2012 beschikbaar. Wellicht kunnen in vervolgonderzoek om deze reden ook andere data-leveringsorganisaties zoals Strabo en Citytraffic worden overwogen. Omdat het onderzoek op een dermate laag schaalniveau is uitgevoerd, zijn er echter weinig andere betrouwbare en gedetailleerde databronnen voorhanden.

Toetsing

Het toetsen van de aantrekkelijkheid van binnensteden via een multiple regressie maken de uitkomsten van een onderzoek statistisch sterk onderbouwd. Vooral de kracht van de uitkomsten betreffende de verklaring van de huurprijs zijn interessant gebleken. De huurprijsontwikkeling kon echter minder goed verklaard worden. Waarschijnlijk spelen contractduur, incentives en macro-economische factoren (BNP,

inflatie en werkloosheid) belangrijke rollen en niet zozeer economisch-geografische factoren. Contractduur en incentives konden vanwege een data-gebrek niet worden opgenomen. Macroeconomische factoren waren juist niet in het onderzoek opgenomen omdat ze vanwege hun nationale karakter geen verschillen tussen binnensteden zouden kunnen aanwijzen. Vervolgonderzoek zou echter meer aandacht aan dit type variabelen moeten besteden. Een andere reden voor de zwakke verklaring van de huurprijsontwikkeling zou het niet meegenomen effect van 'legging' kunnen zijn. In de regressie met betrekking tot de huurprijsontwikkeling zijn namelijk de ontwikkelingen tussen twee jaren met elkaar vergeleken (Y (nieuw/oud) = X (nieuw/oud) + X (nieuw/oud) + ...). De ontwikkeling van een bepaalde factor kan echter soms pas na een aantal maanden of zelfs jaren zichtbaar zijn in de huurprijsontwikkeling. Zo kan een groter wordende parkeercapaciteit of betere bereikbaarheid pas na een jaar effect hebben op de huurprijs van het winkelvastgoed. Ondanks het verwachte belang van legging, is het voor dit onderzoek zowel tijd-technisch als data-technisch niet haalbaar gebleken. Het bepalen van de duur van legging per variabele kost zeer veel uitzoektijd. Data moet tevens niet per jaar, maar idealiter per maand of kwartaal beschikbaar zijn.

Gekozen is om de aantrekkelijkheid van een binnenstad te meten aan de hand van de huurprijs en huurprijsontwikkeling vanwege het feit dat deze variabelen niet verder zijn onder te verdelen in andere variabelen en ze tevens zeer belangrijke en bepalende graadmeters voor institutionele vastgoedbeleggers zijn. Toch kan het voor vervolgonderzoek interessant zijn te analyseren aan de hand van welke variabelen andere prestatiematen zoals totaal, direct of indirect rendement verklaard kunnen worden. Het zou de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden nog beter in kaart kunnen brengen. Ook zou interessant zijn om te onderzoeken in hoeverre er verschillen waarneembaar zijn met de uitkomsten van de hier uitgevoerde huurprijs en huurprijsontwikkeling analyses.

Variabelen

Ook al bevat dit onderzoek reeds 30 variabelen, door verschillende oorzaken is het niet mogelijk geweest al de beoogde variabelen op te nemen in de analyses. Zo was het nog te vroeg om de invloed van e-shopping mee te nemen. Onderzoek naar dit type consumentenbestedingen staat nog in de kinderschoenen en cijfers op binnenstads-, stads- of regioniveau zijn tot nog toe niet voorhanden. Ook verschillen in openingstijden en parkeerkosten in binnensteden zijn vooral vanwege een tijd-technische reden niet opgenomen in de analyses. Het is lastig tot onmogelijk om te achterhalen hoeveel uren/dagen elke binnenstad, elk jaar geopend was. Ook een database met parkeerkosten per binnenstad is niet gevonden. Daarnaast is de (auto)bereikbaarheid volgens vele onderzoeken van belang voor de aantrekkelijkheid van een binnenstad. Uit het feit dat door een datagebrek alleen de parkeercapaciteit en afstand tot treinstation gemeten konden worden, is gebleken dat er nog veel te onderzoeken valt op het gebied van de mate van bereikbaarheid van een binnenstad. Er zijn ook nog variabelen die niet voor (alle) binnensteden beschikbaar waren zoals marktsegment, eigendomsverhouding en de verhouding tussen de binding en toevloeiing van consumenten. Een vervolgstudie naar bovenstaande variabelen zou zeer interessant zijn en een bijdrage kunnen leveren aan dit onderzoek.

Dit onderzoek kan tot slot kracht bijgezet worden door het uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Het peilen bij verschillende, zowel particuliere als institutionele, vastgoedeigenaren in hoeverre zij de aantrekkelijkheid van verschillende binnensteden beschouwen en al dan niet proberen te versterken, zou daarbij een interessant thema zijn. Enquêtes zouden daarnaast, de hier buiten beschouwing gelaten, softe factoren zoals beleving, imago per binnenstad kunnen toetsen.

6.2 Aanbevelingen praktijk

Zoals de theorie al suggereerde, komt ook uit dit onderzoek naar voren dat vooral grotere binnensteden erg aantrekkelijk zijn. Maar wanneer ook de kleinere Nederlandse binnensteden geanalyseerd worden, blijken ook bijvoorbeeld Veenendaal en Oosterhout interessante investeringsmilieus. Mijns inziens moet dan ook niet vanuit 'een onderbuikgevoel' worden aangenomen dat een grotere en 'bekendere' binnenstad per se aantrekkelijker zijn om winkelvastgoed te bezitten. In een onderzoek moeten alle binnensteden tegen elkaar afgezet worden en niet alleen de binnensteden waarvan verwacht wordt dat deze goed scoren.

Kijkend naar de uitkomsten van dit onderzoek blijkt dat institutionele vastgoedbeleggers zich tevens niet alleen moeten vastpinnen op 'klassieke' factoren. In eerste instantie speelt naar mijn mening het imago van een binnenstad een belangrijke rol bij beleggers. En wanneer er kwantitatief onderzoek wordt uitgevoerd, wordt er voornamelijk naar passantenstromen, besteedbaar inkomen, winkelopervlak per

inwoner en de ligging van een binnenstad gekeken. Dit blijken weliswaar belangrijke factoren maar uit dit onderzoek komt naar voren dat ook vooral de mate van de aanwezigheid van horecagelegenheden, de filialiseringsgraad en de hoogte van het BRP belangrijke graadmeters zijn. Aanbevolen wordt dan ook om deze variabelen mee te nemen bij de keuze voor een bepaalde binnenstad voor het bezit van vastgoed. Ook het blijven uitvoeren van onderzoeken naar de aantrekkelijkheid van winkelgebieden met nieuwe data wordt tot slot aanbevolen. Uitkomsten van onderzoeken kunnen snel verouderen door de snelle veranderingen op de retail- en vastgoedmarkt.

ABN AMRO (2012), Beleggers in onroerend goed. Rapporten en publicaties [online] (geciteerd op 12 april 2013).

ABN AMRO (2013), Retaillocaties in 2020. De nieuwe winkelkaart van Nederland. ABN AMRO.

ASRE (2013), Roep om meer regulering winkelmarkt. [online] <http://www.vastgoedmarkt.nl/nieuws/2013/03/28/Roep-om-meer-regulering-winkelmarkt> (geciteerd op 4 april 2013).

Atzema, O., J. Lambooy, T. van Rietbergen en E. Wever (2009), Ruimtelijke Economische Dynamiek. Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling. Bussum: Coutinho.

Boeije, H., H. 't Hart & J. Hox (2009), Onderzoeksmethoden. Utrecht: Boom Onderwijs.

Bolt, E. (1995) Productvorming in de detailhandel. Nuth: Drukkerij Rosbeek BV.

Bolt, E. (2003), Winkelvoorzieningen op waarde geschat. Theorie en Praktijk. Nuth: Drukkerij Rosbeek BV.

Burgerlijk Wetboek (2013), Burgerlijk Wetboek Boek 7. Bijzondere overeenkomsten. [online] <http://www.wetboek-online.nl/wet/BW7.html> (geciteerd op 10 juli 2013).

CBS (2013a), Corporate informatie. [online] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/organisatie/corporate-informatie/default.htm> (geciteerd op 13 mei 2013).

CBS (2013b), Meer faillissementen in retail. [online] http://www.retailnews.nl/rubrieken/meer/financieel/36822/faillissementen-in-retail-opnieuw-gestegen.html?utm_source=RN_18-03-2013&utm_medium=email&utm_campaign=RN (geciteerd op 29 april 2013).

CBS Statline (2013), Institutionele beleggers; direct vastgoed. [online] <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=70140ned&D1=3,12&D2=0&D3=0,10,20,30-31,41,52,5963&HDR=T&STB=G1,G2&VW=T> (geciteerd op 10 juli 2013).

CPB (2013), Kortetermijnraming December 2012. [online] <http://www.cpb.nl/cijfer/kortetermijnraming-december-2012> (geciteerd op 2 juli 2013).

DTNP (2010), Kiezen of delen. Beleid op maat voor perifere detailhandel. Opdrachtgevers HBD, CBW-MITEX en Vereniging Meubelboulevards.

DTNP (2011), Dynamiek door beleid. Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert. Opdrachtgevers HBD en CBW-Mitex.

DTNP (2012), Recessie en internet: winkelformules focussen op grote centra. Toonaangevende winkelformules laten middelgrote steden links liggen. Persbericht 23 oktober 2012. <http://www.dtnp.nl/informatie/archief/20121023.html> (geciteerd op 7 maart 2013).

DTNP (2013), Toenemende filialisering: landelijke ketens cruciaal voor 'couleur locale'. Online <http://www.dtnp.nl/informatie/archief/filialisering.html> (geciteerd op 7 maart 2013).

DTZ Zadelhoff (2013), Waar vraag en aanbod elkaar vinden. De markt voor Nederlands commercieel onroerend goed januari 2013.

Duren, A. van (1995), De dynamiek van het constante. Over de flexibiliteit van de Amsterdamse binnenstad als economische plaats. Utrecht: Jan van Arkel

Evers, D. D. Kooijman en E. van der Krabben (2011), Planning van winkels en winkelgebieden in Nederland. Sdu Uitgevers BV, Den Haag.

Experian (2013a), Over Experian. [online] <http://www.experian.nl/over-experian/index.html> (geciteerd op 3 juli 2013).

Experian (2013b), Retailsales in miljoenen. Purchasing power standards 2013 Q1 – NL_NUTS5_0413.

FD (2013), Winkeloppervlak zal komende 7 jaar sterk krimpen. [online] http://fd.nl/dowjones/404013-1304/winkeloppervlak-zal-komende-7-jaar-sterk-krimpen---media_bron_dow_jones (geciteerd 17 april 2013).

FGHbank (2013), Orde op zaken. FGH Vastgoedbericht 2013.

Florida, R. (2002), The rise of the creative class. New York: Basic Books.

Goudappel Goffeng (2008), Parkeren heeft weinig invloed op winkelomzet. Goudappel Goffeng BV, Amsterdam.

Haringsma, J. (2002) WPM Research Quarterly: huurniveau's winkels nauwkeurig te bepalen. Amsterdam: WPM Groep.

HBD (2011), Bevolkingskrimp en winkelgebieden. Hoofdbedrijfschap Detailhandel, Den Haag.

Jones Lang LaSalle (2012), Bijna derde minder beleggingen in winkelvastgoed. Online nieuwsbrief 16 november 2012. <http://www.retailnews.nl/rubrieken/meer/vastgoed/35736/Bijna%20dede%20minde%20beleggingen%20in%20winkelvastgoed.html> (geciteerd op 12 april 2013).

Jones Lang LaSalle (2013), Huurprijs winkels opnieuw gedaald. Online nieuwsbrief 2 januari 2013. <http://www.retailnews.nl/rubrieken/meer/vastgoed/36132/huurprijs-winkels-opnieuw-gedaald.html> (geciteerd op 12 april 2013).

Koornstra, R. (2011), Marketing voor retailers. Pearson Education Benelux.

Locatus (2012), Database Locatus, Beschrijving variabelen Verkooppunt Verkenner.

Locatus (2013), Winkelleegstand 2013. De kale feiten over leegstand in Nederland. Locatus 2013.

Locatus Online (2013), Online verkooppunt Verkenner. <https://www.locatusonline.com/secure/dataset.s.do?ofid=3802&ufid=0> (geciteerd op 20 februari 2013).

Majoer, M. & Lokerse, J. (2010), Aantal modewinkels in winkelgebied bepaalt de huur. Vastgoedmarkt, 37(3), p.67.

Mank, F. (2012), City attractiveness in retail real estate investments. Utrecht: afstudeerscriptie master Economische Geografie.

Marlet, G. (2009), De aantrekkelijke stad. Moderne locatietheorieën en de aantrekkingskracht van Nederlandse steden. VOC Uitgevers Nijmegen.

McCann, P., (2001). Urban and Regional economics. Oxford University Press, New York.

Molenaar, C. (2011), Het einde van winkels? De strijd om de klant. Sdu uitgevers bv Den Haag.

Nicis Institute (2012), Differentiatie naar winkelgebieden. [online] http://www.stedelijkeconomie.nl/Producten/Kennisdossiers/Winkelleegstand/State_of_the_art_van_winkelleegstand/Omvang_van_winkelleegstand/Differentiatie_naar_verschillende_niveau_s_van_winkelaanbod/Differentiatie_naar_winkelgebieden (geciteerd op 10 mei 2013).

Nijsten, J. (2010) Belang van passanten voor de omzet van de retailer. Shopping centre news, 12(3), p.50-53.

Nozeman E., W. van der Post & M. Langendoen (2012), Het Nederlandse winkellandschap in transitie. Actoren op een dynamisch speelveld. Sdu uitgevers bv Den Haag.

NVM Business (2013), Stand van zaken Nederlandse winkelmarkt April 2013.

Oort, F. van (2013), Mondeling. Persoonlijk advies betreffende de statistische toetsing. Universiteit Utrecht.

PBL (2010), De staat van de ruimte 2010. De herontwikkeling van stedelijk Nederland. Ho 1: De economische transformatie van historische binnensteden.

PBL (2011), Detailhandel en beleid: een continue wisselwerking. Achtergrondstudies. Uitgeverij PBL, Den Haag pp. 10 – 17.

PBL (2012), Stedelijke verdichting: een ruimtelijke verkenning van binnenstedelijk wonen en werken. Achtergrondstudie Planbureau voor de Leefomgeving. Den Haag, 2012.

PBL (2013), Gebiedsontwikkeling en commerciële vastgoedmarkten. Een institutionele analyse vna het (over)aanbod van winkels en kantoren. PBL en ASRE.

PropertyNL (2013), NVM Business: Aanbod winkelruimte stijgt verder. Online nieuwsbrief 6 maart 2013.

Roots Beleidsadvies (2011), Winkelleegstand in 2020. Hoe internetgebruikers en bevolkingsontwikkeling onze binnensteden beïnvloeden.

Roots Beleidsadvies (2013), Unieke kenmerken van gebieden verklaren regionale verschillen in leegstand van winkels. [online] <http://www.rootsadvies.nl/nieuws/unieke-kenmerken-van-een-gebied-verklaren-regionale-verschillen-in-leegstand-van-winkels>.

Schrader – Van Meel, J. (2012), City factors explaining retail real estate market rents in Europe. Amsterdam: afstudeerscriptie MSRE.

Stichting Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk (2001), Wie doet wat? Over de weerbarstige werkelijkheid van marktwerking en decentralisatie. Bundeling van bijdragen aan het colloquium deel 2. Leiden: BNO.

Spierings, B. (2006), The return of regulation in the shopping landscape? Reflecting on the persistent power of city centre preservation within shifting retail planning ideologies. Tijdschrift voor economische en sociale geografie volume 97(5), pp. 602-609.

Staak, A.M., van de (2010), Huurprijbepalende factoren voor winkelvastgoed. Groningen: afstudeerscriptie master Vastgoedkunde.

Strabo (2010), Succes- en faalfactoren van Nederlandse winkelcentra. Weblog [online] <http://www.strabo.nl/weblog/61/> (geciteerd 31 mei 2013).

Van Dale (2013), Gratis woordenboek – betekenis 'binnenstad'. [online] <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=binnenstad&lang=nn> (geciteerd op 21 maart 2013).

Vastgoedmarkt (2013), Rendement Nederlands vastgoed keldert in 2012. Nieuwsbrief maandag 4 maart.

Vastned (2012), Winkelfonds Vastned: mensen winkelen het liefst in binnensteden. [online] <http://www.vastgoedvergelijker.nl/nieuws/winkelfonds-vastned-mensen-winkelen-het-liefst-in-binnensteden> (geciteerd op 10 april 2013).

Vlak, A. (2012), IPD-directeur Vlak: Dekking van eigen index kan beter. [online] <http://www.vastgoedvergelijker.nl/nieuws/ipd-directeur-vlak-dekking-van-eigen-index-kan-beter> (geciteerd op 13 mei 2013).

Vocht, A. de (2008), Basishandboek SPSS 16. Statistiek met SPSS. Utrecht: Bijleveld Press.

Voskamp, R.L. (2005), Renderen door te segmenteren? Amsterdam: afstudeerscriptie ASRE - MRE.

Wikipedia (2013), Betekenis binnenstad. [online] <http://nl.wikipedia.org/wiki/Binnenstad> (geciteerd op 10 juni 2013).

In de beginfase van dit onderzoek is er gaandeweg aan de hand van reeds bestaand onderzoek en literatuur een lijst samengesteld met mogelijk interessante variabelen om zowel de ontwikkeling van de binnensteden (deelvraag 1) als mogelijke invloed op de huurprijs (deelvraag 2) en huurprijsontwikkeling (deelvraag 3) weer te geven. Gebleken is echter dat niet elke variabele te onderzoeken is door gebrek aan data of het bestaan van een multicollineariteit met andere onafhankelijke variabelen. Hieronder volgt een gedetailleerde bespreking van alle, zowel opgenomen als niet opgenomen, variabelen. De beschikbare variabelen reiken van 2005 tot en met 2012.

Rendementen in binnensteden:

- **Totaal rendement:** het door de IPD berekende gewogen gemiddelde totaal rendement van alle objecten van de bij hun organisatie aangesloten beleggers. De norm is dat minimaal 3 verschillende beleggers en 4 verschillende objecten per binnenstad rendementscijfers beschikbaar moeten zijn.
- **Direct rendement:** het door de IPD berekende gewogen gemiddelde directe rendement van alle objecten van de bij hun organisatie aangesloten beleggers. De norm is dat minimaal 3 verschillende beleggers en 4 verschillende objecten per binnenstad rendementscijfers beschikbaar moeten zijn.
- **Indirect rendement:** het door de IPD berekende gewogen gemiddelde indirecte rendement van alle objecten van de bij hun organisatie aangesloten beleggers. De norm is dat minimaal 3 verschillende beleggers en 4 verschillende objecten per binnenstad rendementscijfers beschikbaar moeten zijn.
- **Contractuurprijs per m²:** de contractuurprijs per m² wordt jaarlijks op basis van het totaal aantal standing investments (aangehouden investeringen) van de bij de IPD aangesloten institutionele beleggers per binnenstad berekend (gewogen). De norm is dat minimaal 3 verschillende beleggers en 4 verschillende objecten per binnenstad rendementscijfers beschikbaar moeten zijn.
- **Contractuurprijsontwikkeling:** de huurprijsontwikkeling (t.o.v. het vorige jaar) wordt afgeleid van de standing investment/objecten die in beide jaren in de portefeuille zaten. Outliers met een ontwikkeling groter dan 8% of -8% zijn uit de data gehaald (15 cases). Dit vanwege het feit dat deze cases te veel invloed zouden hebben en er geen reden was, ook na check bij de IPD, om aan te nemen dat deze ontwikkelingen een goede afspiegeling vormden voor de huurprijsontwikkeling van het winkelvastgoed in binnensteden. Nu is het geheel veel normaler verdeeld (Field, 2009, pp.153)

Ligging en economisch-demografische omgevingsfactoren:

- **Ligging:** de binnensteden zijn voor de regressies ingedeeld in 6 klassen te weten Randstad, Friesland & Groningen, Overijssel & Gelderland, Limburg, Noord-Brabant en Overig Nederland. Omdat wordt gesuggereerd dat de huurprijzen in de Randstad het hoogst zijn, zijn de overige 5 klassen afgezet tegen de referentiecategorie Randstad (Field, 2009, pp. 254-255).
- **Verzorgingsgebied:** Aantal inwoners binnen het primaire en secundaire verzorgingsgebied van binnensteden voor niet dagelijkse aankopen (80%). Deze omvang is door een formule van Locatus berekend. Soms zijn er opvallende stijgingen (+40%) waarneembaar. Gevraagd is aan Locatus hoe deze tot stand zijn gekomen waar dit hun antwoord op is: *'Regelmatig confronteren wij ons verzorgingsgebiedenmodel met koopstromenonderzoeken. Vorig jaar heb ik dat bijvoorbeeld gedaan met het KSO Randstad en de Koopstromenonderzoeken in Overijssel en omgeving (uitgevoerd door I&O). Soms is daar de conclusie uit dat wij de omvang van ons gebied moeten aanpassen, dat zal dus bij deze centra het geval zijn geweest'*, aldus Gertjan Slob (Locatus, 2013). Lastig is daarom de betrouwbaarheid van deze cijfers. Om deze reden is het jaar 2012 niet meegenomen en zal extra goed gelet worden op bijzondere veranderingen.
- **Grijze druk:** de verhouding tussen het aantal personen van 65 jaar of ouder ten opzichte van de personen in de zogenaamde 'productieve' leeftijdsgroep van 20 tot 65 jaar (CBS Statline, 2013).
- **Besteedbaar inkomen:** gemiddeld besteedbaar inkomen van personen met een inkomen gedurende het hele jaar (CBS, 2013). Cijfers betreffende inkomens per gemeente zijn bij het CBS slechts tot en met 2010 beschikbaar. Het CPB doet echter wel voorspellingen voor de jaren 2011 en 2012 in hun 4 jaarlijkse korte termijnramingen. Deze cijfers zijn echter alleen op nationaal niveau beschikbaar. Toch is er voor gekozen het besteedbaar inkomen per gemeente met deze

nationale cijfers aan te vullen vanwege haar verwachte belang in het onderzoek (101,53% 2010-2011, 100% 2011 – 2012) (CPB, 2013).

- **BRP:** bruto regionaal product per COROP-gebied per persoon

Winkelvoorraad:

- **Aantal winkels:** winkels in de detailhandel, dit zijn de groepen 'Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije tijd, In/Om huis, Detailhandel Overig en Leegstand' (Locatus Online, 2013).
- **Aantal m² WVO:** aantal vierkante winkelmeters van winkels in de detailhandel, dit zijn de groepen 'Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije tijd, In/Om huis, Detailhandel Overig en Leegstand' (Locatus Online, 2013).

Drukbeeld:

- **Aantal passanten:** aantal passanten dat op een gemiddelde zaterdag een bepaald verkooppunt passeert. Voor het gemiddelde passantenaantal van een binnenstad wordt het drukste punt opgenomen (Locatus, 2012). Feit dat Locatus tellingen minimaal eens in de 3 jaar herhaald kan betekenen dat passantenaantallen voor meerdere jaren hetzelfde zijn terwijl dit niet de realiteit is. Nauwkeuriger dan dit is deze data echter op het moment niet voorhanden.
- **Detailhandelsomzetten:** detailhandelsomzetten van de gehele gemeente, per m² WVO (Experian, 2013b).

Nabijheid concurrentie:

- **WVObinnenstad/WVOgemeente:** verhouding m² WVO van de binnenstad ten opzichte van m² WVO van de gemeente waarin de binnenstad ligt.
- **WVObinnenstad/WVObinnenstedenbinnen15km:** voor het in kaart brengen van de concurrentie vanuit 'omliggende binnensteden' is berekend welke andere binnensteden in een straal van 15 kilometer van een binnenstad gelegen zijn. Met behulp van de tool 'Buffer' in ArcGIS is er voor elke binnenstad (de postcode(s)) berekend welk gebied hemelsbreed in een straal van 15 kilometer bereikt kon worden en welke andere binnensteden daar in lagen.

Kenmerken winkelbestand:

- **Grootte winkelpand:** gemiddeld aantal vierkante winkelmeters per pand
- **Percentage filialen:** Filiaal (inclusief franchise) versus zelfstandige ondernemers
- **Aantal warenhuizen:** Bijenkorf, V&D, Hema en particuliere warenhuizen. Er kan niet worden getoetst of de aanwezigheid van een warenhuis van invloed is op de huurprijs aangezien alle binnensteden uit het onderzoek een warenhuis huisvesten. Daarom wordt gekeken of het aantal warenhuizen kan samenhangen met de huurprijs. Er zijn dan ook klassen aangemaakt voor het aantal warenhuizen. 1 warenhuis, 2 -3 warenhuizen en 4 of meer warenhuizen. Omdat wordt gesuggereerd dat de huurprijzen lager zouden liggen naarmate er minder warenhuizen aanwezig zouden zijn was de categorie '1 warenhuis' de referentiecategorie (Field, 2009, pp. 254-255).
- **Percentage leegstand:** percentage leegstaande panden waarvan de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen.
- **Percentage winkels voor dagelijkse voorzieningen:** percentage winkels in levensmiddelen en persoonlijke verzorging.
- **Percentage winkels in verschillende branches:** percentage winkels in de branches 'Mode & Luxe' 'Vrij tijd', 'In/om Huis' en 'Detailhandel overig'. Zie bijlage 4 voor de branchering.

Bereikbaarheid:

- **Parkeercapaciteit:** aantal m² WVO per parkeerplaats in parkeergarages in binnensteden. Er is momenteel geen database voorhanden die alle parkeerplaatsen in een binnenstad weergeeft.
- **Loopafstand treinstation:** Met behulp van Google Maps is berekend hoeveel minuten het lopen is vanaf het dichtstbijzijnde treinstation naar het begin van de winkelstraten. Het is lastig om het precieze aantal minuten weer te geven aangezien er geen concreet punt is waar een winkelcentrum begint. Daarom is er voor gekozen de binnensteden in klassen in te delen. Voor de regressies is 0 – 10 minuten de referentiecategorie (Field, 2009, pp. 254).

Cultuur, ontspanning en horeca:

- **Historische binnensteden:** lastig is concreet aan te wijzen welke binnenstad al dan niet als historisch kunnen worden bestempeld. Onder verschillende medewerkers van ASR is gevraagd welke binnensteden zij al dan niet een historische aangezien vonden hebben.

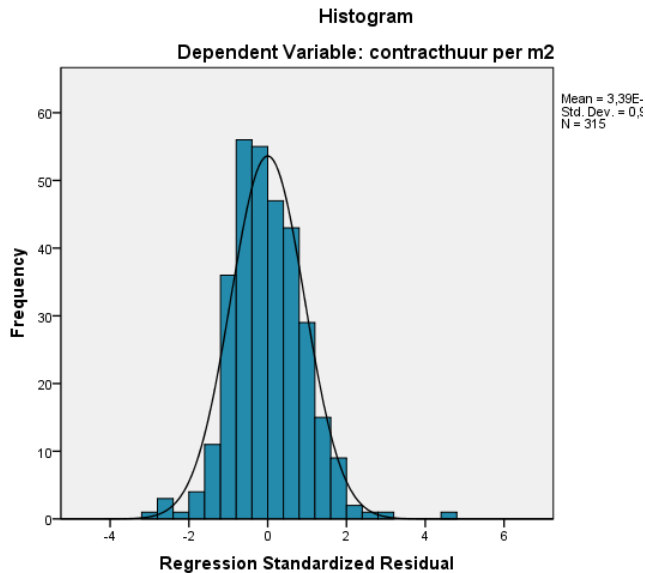
- **Aantal culturele en ontspannende voorzieningen:** aantal culturele (bibliotheek, bioscoop, museum, galerie, kunstuitleen) en ontspannende (o.a. zonnebank, bowlingbaan, casino, dierentuin) voorzieningen in de binnenstad (Locatus, 2013). Dit aantal is te laag om percentages van te maken. Daarom is er voor gekozen de hoogte van het aantal voorzieningen in klassen in te delen (culturele voorzieningen (0-15, 16-30, >30) en ontspannende voorzieningen (0-5, 6-10, >10)). Omdat wordt verwacht dat de aanwezigheid van meer voorzieningen van positieve invloed is op de hoogte van de huurprijs, zijn de laagste klassen als referentiecategorie gebruikt.
- **Percentage horecagelegenheden:** percentage verkooppunten in een binnenstad die in de categorie horeca (o.a. café, koffiehuis, restaurant, ijssalon, fastfood) behoren.

Niet opgenomen variabelen:

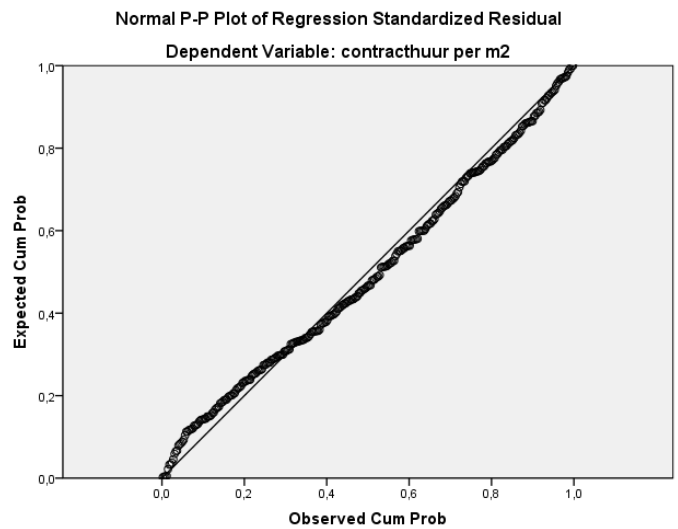
- **Internetbestedingen:** Een belangrijke variabele die niet kan worden onderzocht de mogelijke invloed van internetbestedingen. Dit omdat dit type consumentenbestedingen nog in de kinderschoenen staat en cijfers hierover tot nog toe niet voorhanden zijn op binnenstads- of stadsniveau.
- **Koopzondagen:** Lastig tot onmogelijk is het om te achterhalen welke binnensteden welk jaar hoeveel koopzondagen hadden. Vanwege de reeds grote hoeveelheid aan data en vanwege de haalbaarheid is besloten het aantal koopzondagen als variabele uit het onderzoek te halen.
- **Autobereikbaarheid:** De bereikbaarheid van een binnenstad voor automobilisten is volgens vele onderzoeken (o.a. Nozeman e.a., 2012; Vastgoedmarkt, 2013; Goudappel Coffeng, 2008) van belang voor de aantrekkelijkheid van een winkelcentrum. Hoe gemakkelijker de tocht naar een parkeerplek voor een consument, hoe beter. Hier bestaan echter op binnenstadsniveau geen cijfers over. Toetsing-technisch is het tevens lastig de binnensteden te meten op autobereikbaarheid. Het hebben van bijvoorbeeld veel eenrichtingsstraten, 2-baanswegen, veel stoplichten en gemis van een rondweg kunnen allen bijdragen aan een verslechterende autobereikbaarheid maar zijn moeilijk te meten. Daarom is er voor gekozen de bereikbaarheid van een binnenstad in dit onderzoek te meten aan de hand data die wel voorhanden is of goed gemeten kan worden, de parkeercapaciteit en de afstand tot het treinstation.
- **Marksegment:** Dit betreft de klassen waar winkels qua aanbod in vallen (discount, laag, midden, hoog, exclusief). Deze data was door Locatus echter alleen van de 16 grootste binnensteden verzameld.
- **Parkeerkosten:** Lastig tot onmogelijk is het om te achterhalen wat de hoogte van de parkeerkosten in elke binnensteden en in elk jaar was Vanwege de reeds grote hoeveelheid aan data en vanwege de haalbaarheid is besloten de parkeerkosten als variabele uit het onderzoek te halen.
- **Verhouding binding - toevloeiing** *'In veel gevallen is een dergelijk koopstroomonderzoek niet voorhanden. In die gevallen moeten door gespecialiseerde bureaus inschattingen worden gedaan'*, Nozeman e.a. (2012, pp.76-77).
- **Beleving en verblijfskwaliteit:** aangegeven is dat dit onderzoek vooral 'harde' factoren wil meten. Tevens is het classificeren van 57 binnensteden op beleving en verblijfskwaliteit een onmogelijk opgave om in dit onderzoek uit te voeren.
- **Inwoners verzorgingsgebied per m² WVO:** Door een te hoge correlatie met verzorgingsgebied kon deze niet meegenomen worden. Het verzorgingsgebied van Locatus berekend is waarschijnlijk gelieerd aan de omvang van het aantal m² WVO.
- **Type leegstand:** Locatus hanteert 3 typen leegstand, te weten frictie, langdurige en structurele leegstand. Uit het gesprek met Locatus kwam echter naar voren dat deze indeling niet erg betrouwbaar was gezien het feit dat ze leegstand een binnenstad soms slechts één keer per jaar meten.
- **Eigendomsverhouding (huur/koop (institutioneel/Particulier)):** deze informatie bleek niet bij Locatus voorhanden.
- **Supermarkten:** wel het aantal supermarkten, maar niet het aantal m² WVO per supermarkt was bekend bij Locatus. Daarom zou het arbitrair zijn deze variabele op te nemen.

Voorwaarden huurprijs-model

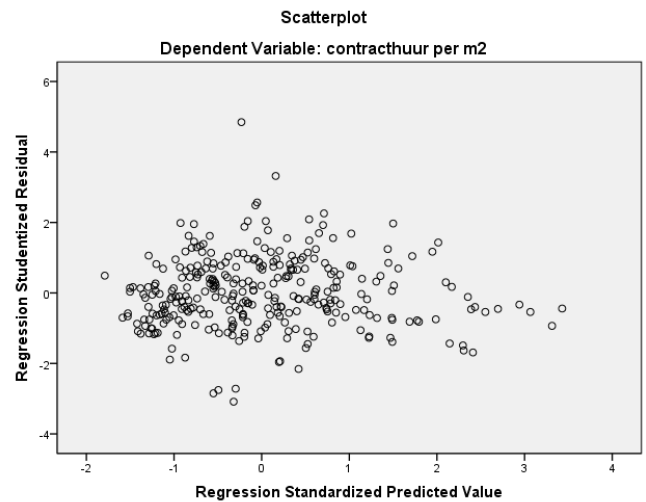
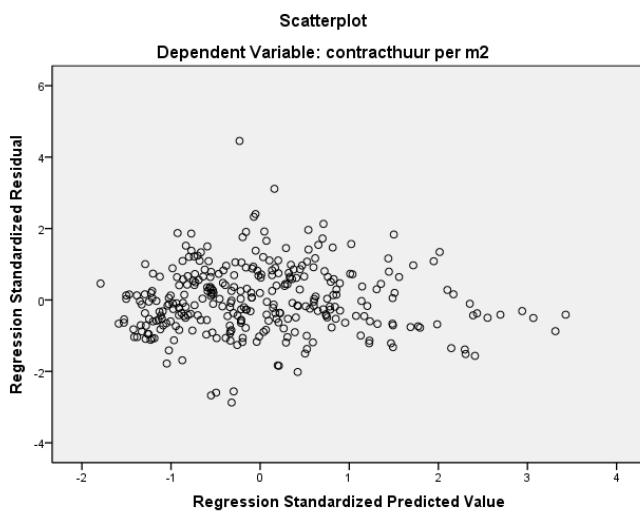
Figuur 2.1 Normale verdeling



Figuur 2.2 Lineariteit



Figuur 2.3 en 2.4 Homoscedasticiteit



Regressie model

Tabel 2.1 Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,563 ^a	,317	,306	,22219
2	,657 ^b	,432	,407	,20540
3	,697 ^c	,485	,452	,19743
4	,766 ^d	,587	,550	,17892
5	,801 ^e	,642	,600	,16866
6	,805 ^f	,648	,597	,16943

Tabel 2.2 ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,094	5	1,419	28,737	,000 ^a
	Residual	15,255	309	,049		
	Total	22,349	314			
2	Regression	9,650	13	,742	17,594	,000 ^b
	Residual	12,699	301	,042		
	Total	22,349	314			
3	Regression	10,850	19	,571	14,650	,000 ^c
	Residual	11,499	295	,039		
	Total	22,349	314			
4	Regression	13,130	26	,505	15,775	,000 ^d
	Residual	9,219	288	,032		
	Total	22,349	314			
5	Regression	14,355	33	,435	15,291	,000 ^e
	Residual	7,994	281	,028		
	Total	22,349	314			
6	Regression	14,483	40	,362	12,614	,000 ^f
	Residual	7,865	274	,029		
	Total	22,349	314			

Tabel 2.3 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,318	1,684		-3,159	,002
	LOGINWON	,123	,031	,323	3,989	,000
	LOGPASSANT	,193	,047	,285	4,111	,000
	LOGVKP	-,109	,047	-,182	-2,324	,021
	LOGINKOMEN	,501	,168	,153	2,977	,003
	LOGGDP	,278	,059	,248	4,739	,000
2	(Constant)	-5,502	2,091		-2,631	,009
	LOGINWON	,092	,047	,242	1,946	,053
	LOGPASSANT	,103	,050	,153	2,069	,039
	LOGVKP	,067	,079	,112	,850	,396
	LOGINKOMEN	,172	,188	,053	,915	,361
	LOGGDP	,498	,063	,445	7,900	,000
	LOGWVOPARKEER	-,004	,023	-,009	-,160	,873
	LOGWVOWINKEL	,269	,101	,210	2,651	,008
	TREIN	-,025	,029	-,045	-,858	,391
	overijssel en gelderland	,070	,039	,105	1,789	,075
	limburg	,018	,053	,020	,330	,741
	fr&gr	-,330	,065	-,272	-5,075	,000
	brabant	,043	,040	,055	1,079	,282
overig	,161	,049	,218	3,285	,001	
3	(Constant)	-3,130	2,389		-1,310	,191
	LOGINWON	,139	,053	,365	2,637	,009
	LOGPASSANT	,065	,055	,097	1,180	,239
	LOGVKP	,190	,094	,317	2,008	,046
	LOGINKOMEN	-,315	,213	-,096	-1,478	,140
	LOGGDP	,470	,062	,420	7,627	,000
	LOGWVOPARKEER	-,004	,027	-,009	-,138	,890
	LOGWVOWINKEL	-,050	,133	-,039	-,376	,707
TREIN	-,051	,030	-,092	-1,705	,089	

	overijssel en gelderland	,033	,043	,050	,768	,443
	limburg	,025	,072	,028	,344	,731
	fr&gr	-,274	,081	-,226	-3,377	,001
	brabant	,002	,045	,003	,043	,965
	overig	,144	,066	,194	2,173	,031
	LOGOMZET	,111	,083	,111	1,342	,181
	LOGLEEGSTAND	-,022	,038	-,035	-,579	,563
	LOGWVOGEM	,087	,058	,089	1,496	,136
	LOGGRIJS	,233	,081	,185	2,887	,004
	LOGFILIAAL	,480	,117	,469	4,109	,000
	LOGWVO15KM	,009	,032	,020	,273	,785
4	(Constant)	-1,105	2,556		-,432	,666
	LOGINWON	,015	,052	,039	,286	,775
	LOGPASSANT	,152	,054	,225	2,834	,005
	LOGVKP	,236	,106	,395	2,215	,028
	LOGINKOMEN	-,309	,205	-,094	-1,508	,133
	LOGGDP	,477	,063	,426	7,526	,000
	LOGWVOPARKEER	,013	,027	,031	,498	,619
	LOGWVOWINKEL	,016	,132	,012	,118	,906
	TREIN	-,074	,030	-,133	-2,482	,014
	overijssel en gelderland	,024	,051	,036	,459	,646
	limburg	-,143	,082	-,162	-1,739	,083
	fr&gr	-,190	,080	-,156	-2,363	,019
	brabant	-,058	,048	-,075	-1,205	,229
	overig	,129	,062	,174	2,098	,037
	LOGOMZET	,084	,082	,084	1,023	,307
	LOGLEEGSTAND	,005	,039	,008	,138	,890
	LOGWVOGEM	,093	,068	,096	1,374	,170
	LOGGRIJS	-,024	,087	-,019	-,273	,785
	LOGFILIAAL	,402	,142	,393	2,830	,005
	LOGWVO15KM	-,037	,036	-,084	-1,011	,313
	LOGDAGELIJKS	,101	,119	,066	,851	,395
	LOGMODE	,142	,147	,085	,967	,334
	LOGVRIJETIJD	-,492	,099	-,318	-4,991	,000
	LOGINOMHUIS	-,210	,071	-,191	-2,951	,003
	LOGOVERIG	-,114	,054	-,149	-2,121	,035
	warenhuis 2 - 3	-,010	,055	-,013	-,185	,853
	warenhuis > of gelijk aan 4	-,170	,087	-,175	-1,959	,051
5	(Constant)	-3,668	2,562		-1,432	,153
	LOGINWON	,044	,057	,117	,786	,433
	LOGPASSANT	,085	,055	,125	1,540	,125
	LOGVKP	,166	,106	,278	1,572	,117
	LOGINKOMEN	-,269	,224	-,082	-1,201	,231
	LOGGDP	,525	,068	,469	7,775	,000
	LOGWVOPARKEER	-,020	,027	-,047	-,749	,455
	LOGWVOWINKEL	-,189	,152	-,148	-1,248	,213
	TREIN	-,055	,032	-,099	-1,731	,085
	overijssel en gelderland	,015	,054	,023	,280	,780
	limburg	-,144	,079	-,164	-1,830	,068
	fr&gr	-,301	,095	-,248	-3,165	,002
	brabant	-,061	,048	-,078	-1,256	,210
	overig	,210	,071	,284	2,956	,003
	LOGOMZET	,037	,085	,037	,432	,666
	LOGLEEGSTAND	,100	,042	,157	2,351	,019
	LOGWVOGEM	,121	,071	,125	1,715	,088
	LOGGRIJS	-,128	,109	-,101	-1,178	,240
	LOGFILIAAL	,489	,164	,478	2,973	,003
	LOGWVO15KM	-,010	,038	-,023	-,257	,798
	LOGDAGELIJKS	,238	,133	,155	1,793	,074

	LOGMODE	,458	,166	,274	2,758	,006
	LOGVRIJETIJD	-,492	,099	-,318	-4,978	,000
	LOGINOMHUIS	,046	,085	,042	,541	,589
	LOGOVERIG	-,040	,055	-,052	-,728	,467
	warenhuis 2 - 3	-,024	,055	-,032	-,436	,663
	warenhuis > of gelijk aan 4	-,153	,091	-,158	-1,673	,095
	HISTORISCH	-,062	,050	-,114	-1,226	,221
	LOGHORECA	,583	,152	,467	3,839	,000
	cult voorz 16 - 30	,028	,044	,046	,627	,531
	cult voorz gelijk aan en > 31	-,073	,058	-,113	-1,248	,213
	ontsp voorz 6 - 10	-,009	,030	-,017	-,311	,756
	ontsp voorz gelijk en > 11	,025	,047	,039	,530	,596
6	(Constant)	-4,130	3,453		-1,196	,233
	LOGINWON	,056	,060	,146	,929	,354
	LOGPASSANT	,076	,057	,113	1,339	,182
	LOGVKP	,134	,111	,224	1,201	,231
	LOGINKOMEN	-,186	,347	-,057	-,536	,593
	LOGGDP	,529	,068	,472	7,750	,000
	LOGWVOPARKEER	-,022	,027	-,051	-,811	,418
	LOGWVOWINKEL	-,243	,163	-,190	-1,491	,137
	TREIN	-,046	,033	-,082	-1,378	,169
	overijssel en gelderland	,003	,056	,005	,053	,957
	limburg	-,180	,086	-,204	-2,091	,037
	fr&gr	-,303	,098	-,249	-3,100	,002
	brabant	-,070	,050	-,091	-1,417	,158
	overig	,208	,072	,281	2,880	,004
	LOGOMZET	,000	,096	,000	,005	,996
	LOGLEEGSTAND	,125	,048	,197	2,591	,010
	LOGWVOGEM	,143	,078	,147	1,835	,068
	LOGGRIJS	-,117	,113	-,092	-1,032	,303
	LOGFILIAAL	,564	,193	,551	2,922	,004
	LOGWVO15KM	-,004	,039	-,009	-,096	,923
	LOGDAGELIJKS	,227	,135	,148	1,679	,094
	LOGMODE	,433	,171	,259	2,539	,012
	LOGVRIJETIJD	-,529	,105	-,342	-5,061	,000
	LOGINOMHUIS	,008	,098	,008	,086	,931
	LOGOVERIG	-,046	,056	-,060	-,817	,414
	warenhuis 2 - 3	-,021	,058	-,028	-,370	,712
	warenhuis > of gelijk aan 4	-,126	,098	-,130	-1,284	,200
	HISTORISCH	-,060	,051	-,110	-1,168	,244
	LOGHORECA	,634	,159	,508	3,984	,000
	cult voorz 16 - 30	,038	,047	,064	,811	,418
	cult voorz gelijk aan en > 31	-,062	,062	-,096	-1,007	,315
	ontsp voorz 6 - 10	-,003	,031	-,006	-,107	,915
	ontsp voorz gelijk en > 11	,035	,048	,056	,731	,465
	dummie 2006, controle 2005	,030	,041	,037	,727	,468
	dummie 2007	,006	,053	,008	,116	,907
	dummie 2008	-,009	,058	-,012	-,164	,870
	dummie 2009	,018	,063	,022	,288	,773
	dummie 2010	,003	,071	,004	,045	,964
	dummie 2011	-,057	,080	-,071	-,710	,479
	dummie 2012	-,041	,087	-,052	-,476	,635

a. Dependent Variable: LOGHUUR

Tabel 2.4 Correlatie matrix

		Correlations																	
		LOGINWON	LOGPASSANT	LOGVKP	LOGINKOMEN	LOGGDP	LOGWVO PARKEER	LOGWVOWINKEL	TREIN	overijssel en gelderland	Limburg	fr&gr	brabant	overig	LOGOMZET	LOGLEEGSTAND	LOGWVOGEM	LOGGRIJS	LOGFILIAAL
LOGINWON	Cor	1	,682**	,788**	,056	,318**	-,354**	,127*	,330**	,045	-,105*	-,068	-,072	-,337**	,586**	-,259**	-,322**	-,563**	-,290**
	Sig		,000	,000	,158	,000	,000	,011	,000	,208	,028	,109	,096	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGPASSANT	Cor	,682**	1	,664**	-,143**	,108*	-,444**	,044	,279**	,037	,111*	-,089	-,020	-,234**	,380**	-,210**	-,296**	-,512**	-,201**
	Sig	,000		,000	,005	,025	,000	,216	,000	,254	,022	,055	,359	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGVKP	Cor	,788**	,664**	1	,060	,305**	-,226**	-,358**	,471**	-,116*	,018	,033	-,110*	-,107*	,451**	-,290**	-,132**	-,350**	-,691**
	Sig	,000	,000		,141	,000	,000	,000	,000	,018	,369	,277	,023	,026	,000	,000	,008	,000	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGINKOMEN	Cor	,056	-,143**	,060	1	,332**	-,041	-,176**	,170**	-,053	-,307**	-,258**	,046	-,083	,313**	-,185**	,294**	,082	,063
	Sig	,158	,005	,141		,000	,235	,001	,001	,173	,000	,000	,203	,068	,000	,000	,000	,070	,131
	N	322	322	322	322	322	315	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
LOGGDP	Cor	,318**	,108*	,305**	,332**	1	-,104*	-,247**	,182**	-,204**	-,126*	,026	,101*	-,325**	,469**	-,162**	,066	-,189**	-,246**
	Sig	,000	,025	,000	,000		,032	,000	,000	,000	,011	,319	,033	,000	,000	,002	,116	,000	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGWVOPARKEER	Cor	-,354**	-,444**	-,226**	-,041	-,104*	1	-,242**	-,155**	,021	-,160**	-,020	,046	,337**	-,334**	-,150**	,223**	,290**	-,090
	Sig	,000	,000	,000	,235	,032		,000	,003	,354	,002	,362	,208	,000	,000	,004	,000	,000	,055
	N	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
LOGWVOWINKEL	Cor	,127*	,044	-,358**	-,176**	-,247**	-,242**	1	-,230**	,327**	,043	-,111*	,020	-,191**	-,099*	,313**	-,244**	-,080	,746**
	Sig	,011	,216	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,220	,023	,356	,000	,036	,000	,000	,076	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
TREIN	Cor	,330**	,279**	,471**	,170**	,182**	-,155**	-,230**	1	,165**	-,063	-,005	-,007	-,153**	,295**	-,282**	,124*	-,130*	-,270**
	Sig	,000	,000	,000	,001	,000	,003	,000		,001	,126	,465	,449	,003	,000	,000	,012	,010	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
overijssel en gelderland	Cor	,045	,037	-,116*	-,053	-,204**	,021	,327**	,165**	1	-,162**	-,138**	-,204**	-,204**	,087	,037	,191**	,084	,233**
	Sig	,208	,254	,018	,173	,000	,354	,000	,001		,002	,006	,000	,000	,058	,254	,000	,066	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
limburg	Cor	-,105*	,111*	,018	-,307**	-,126*	-,160**	,043	-,063	-,162**	1	-,092*	-,136**	-,136**	-,277**	,424**	-,057	,121*	-,035
	Sig	,028	,022	,369	,000	,011	,002	,220	,126	,002		,047	,007	,007	,000	,000	,151	,015	,264
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
fr&gr	Cor	-,068	-,089	,033	-,258**	,026	-,020	-,111*	-,005	-,138**	-,092*	1	-,116*	-,116*	-,366**	-,004	-,143**	-,107*	-,188**
	Sig	,109	,055	,277	,000	,319	,362	,023	,465	,006	,047		,018	,018	,000	,469	,005	,027	,000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
brabant	Cor	-,072	-,020	-,110*	,046	,101*	,046	,020	-,007	-,204**	-,136**	-,116*	1	-,171**	,060	,006	-,024	,119*	,123*
	Sig	,096	,359	,023	,203	,033	,208	,356	,449	,000	,007	,018		,001	,141	,454	,330	,016	,013
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
overig	Cor	-,337**	-,234**	-,107*	-,083	-,325**	,337**	-,191**	-,153**	-,204**	-,136**	-,116*	-,171**	1	-,348**	,003	,108*	,241**	-,052
	Sig	,000	,000	,026	,068	,000	,000	,000	,003	,000	,007	,018	,001		,000	,477	,025	,000	,172
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGOMZET	Cor	,586**	,380**	,451**	,313**	,469**	-,334**	-,099*	,295**	,087	-,277**	-,366**	,060	-,348**	1	-,343**	,158**	-,442**	-,173**
	Sig	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,036	,000	,058	,000	,000	,141	,000		,000	,002	,000	,001

	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGLEEGS	Cor	-.259**	-.210**	-.290**	-.185**	-.162**	-.150**	.313**	-.282**	.037	.424**	-.004	.006	-.343**	1	.060	.398**	.239**
TAND	Sig	.000	.000	.000	.000	.002	.004	.000	.000	.254	.000	.469	.454	.477	.000	.141	.000	.000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGWVOG	Cor	-.322**	-.296**	-.132**	.294**	.066	.223**	-.244**	.124*	.191**	-.057	-.143**	-.024	.108*	.158**	.060	1	.271**
EM	Sig	.000	.000	.008	.000	.116	.000	.000	.012	.000	.151	.005	.330	.025	.002	.141	.000	.163
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	322	328
LOGGRIJS	Cor	-.563**	-.512**	-.350**	.082	-.189**	.290**	-.080	-.130*	.084	.121*	-.107*	.119*	.241**	-.442**	.398**	.271**	1
	Sig	.000	.000	.000	.070	.000	.000	.076	.010	.066	.015	.027	.016	.000	.000	.000	.000	.199
	N	322	322	322	322	322	315	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
LOGFILIAA	Cor	-.290**	-.201**	-.691**	.063	-.246**	-.090	.746**	-.270**	.233**	-.035	-.188**	.123*	-.052	-.173**	.239**	-.054	.047
L	Sig	.000	.000	.000	.131	.000	.055	.000	.000	.000	.264	.000	.013	.172	.001	.000	.163	.199
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGWVO1	Cor	.058	.193**	.169**	-.328**	-.232**	.162**	.064	-.039	-.056	.234**	.257**	.107*	.321**	-.331**	.086	-.175**	-.002
5KM	Sig	.148	.000	.001	.000	.000	.002	.122	.240	.157	.000	.000	.026	.000	.000	.060	.001	.489
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGDAGEL	Cor	-.296**	-.450**	-.396**	.110*	.110*	.253**	.008	-.259**	-.305**	.010	-.108*	-.129**	.163**	-.097*	-.083	.208**	.074
IJS	Sig	.000	.000	.000	.024	.024	.000	.441	.000	.000	.428	.026	.010	.002	.040	.067	.000	.094
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGMODE	Cor	-.161**	.052	-.245**	-.066	-.272**	.097*	.356**	.049	.243**	.156**	-.111*	.255**	.142**	-.240**	.097*	.054	.157**
	Sig	.002	.172	.000	.121	.000	.042	.000	.186	.000	.002	.022	.000	.005	.000	.040	.167	.002
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGVRIJET	Cor	-.255**	-.043	-.366**	-.190**	-.262**	.120*	.186**	-.192**	.090	-.304**	.207**	-.108*	.201**	-.179**	-.071	-.046	-.212**
IJD	Sig	.000	.217	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.051	.000	.000	.025	.000	.001	.099	.204	.000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGINOM	Cor	-.465**	-.491**	-.515**	.223**	-.024	.168**	.037	-.143**	-.025	-.340**	.106*	-.012	.071	-.052	.040	.371**	.190**
HUIS	Sig	.000	.000	.000	.000	.332	.001	.253	.005	.326	.000	.027	.417	.099	.173	.234	.000	.000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGOVERI	Cor	.117*	.085	.410**	.100*	.288**	.030	-.590**	.220**	-.039	-.054	-.042	-.147**	.015	.206**	-.105*	.227**	-.017
G	Sig	.017	.063	.000	.037	.000	.300	.000	.000	.243	.165	.222	.004	.391	.000	.029	.000	.379
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
warenhuis	Cor	-.005	-.027	-.127*	.032	-.128*	.088	.155**	.146**	.219**	-.103*	-.159**	.114*	-.002	.168**	.134**	.130**	.105*
2 - 3	Sig	.464	.315	.011	.286	.010	.059	.002	.004	.000	.031	.002	.020	.484	.001	.008	.009	.030
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
warenhuis	Cor	.376**	.371**	.426**	-.024	.278**	-.130*	-.048	.003	-.144**	.246**	-.039	-.121*	-.121*	.111*	-.224**	-.230**	-.420**
> of gelijk	Sig	.000	.000	.000	.336	.000	.010	.193	.479	.004	.000	.240	.014	.014	.022	.000	.000	.000
aan 4	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
HISTORISC	Cor	.166**	.308**	.495**	.033	.051	.012	-.644**	.289**	-.088	-.059	.235**	-.057	.066	.065	-.243**	.019	-.251**
H	Sig	.001	.000	.000	.278	.178	.414	.000	.000	.055	.143	.000	.152	.117	.121	.000	.369	.000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGHORE	Cor	.642**	.573**	.713**	-.118*	.164**	-.161**	-.196**	.267**	.017	.044	.044	-.011	-.355**	.361**	-.317**	-.339**	-.303**
CA	Sig	.000	.000	.000	.017	.001	.002	.000	.000	.380	.214	.212	.421	.000	.000	.000	.000	.000
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
cult voorz	Cor	-.049	.062	.092*	-.033	-.225**	.003	-.167**	-.059	.113*	-.148**	.048	-.009	.287**	-.072	-.011	.004	-.024
16 - 30	Sig	.190	.133	.049	.275	.000	.480	.001	.143	.021	.004	.195	.438	.000	.095	.423	.468	.336
	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
cult voorz	Cor	.584**	.462**	.715**	.057	.265**	-.142**	-.366**	.386**	-.254**	.032	.085	-.193**	-.108*	.389**	-.340**	-.032	-.308**
gelijk aan	Sig	.000	.000	.000	.154	.000	.006	.000	.000	.000	.282	.063	.000	.025	.000	.000	.282	.000
en > 31	N	328	328	328	322	328	315	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328

ontsp voorz 6 - 10	Cor Sig N	-.039 ,241 328	-.054 ,164 328	,004 ,470 328	,019 ,367 322	-.078 ,081 328	-.057 ,157 315	,011 ,419 328	-.097* ,039 328	,010 ,429 328	,112* ,022 328	-.036 ,257 328	,035 ,265 328	,000 ,497 328	-.067 ,114 328	,307** ,000 328	,085 ,062 328	,245** ,000 322	-.016 ,388 328
ontsp voorz gelijk en > 11	Cor Sig N	,675** ,000 328	,440** ,000 328	,523** ,000 328	,080 ,076 322	,140** ,006 328	-.218** ,000 315	,101* ,034 328	,184** ,000 328	,059 ,144 328	-.173** ,001 328	,080 ,075 328	-.155** ,002 328	-.218** ,000 328	,374** ,000 328	-.317** ,000 328	-.192** ,000 328	-.513** ,000 322	-.158** ,002 328
dummie 2006, controle 2005	Cor Sig N	-.017 ,379 328	,045 ,210 328	,002 ,483 328	-.290** ,000 322	-.019 ,369 328	,015 ,392 315	-.033 ,277 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,074 ,092 328	-.054 ,164 328	,027 ,312 328	-.065 ,121 322	-.074 ,090 328
dummie 2007	Cor Sig N	-.016 ,389 328	,020 ,362 328	-.001 ,495 328	,007 ,450 322	,038 ,246 328	,019 ,368 315	-.031 ,287 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,084 ,065 328	-.048 ,194 328	,002 ,485 328	-.048 ,195 322	-.055 ,162 328
dummie 2008	Cor Sig N	-.014 ,398 328	,002 ,489 328	,003 ,475 328	,070 ,106 322	,052 ,172 328	,007 ,448 315	,000 ,499 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,071 ,098 328	-.046 ,206 328	,020 ,361 328	-.027 ,312 322	,004 ,473 328
dummie 2009	Cor Sig N	,003 ,476 328	-.003 ,477 328	-.003 ,481 328	,118* ,017 322	-.016 ,387 328	-.013 ,412 315	,005 ,461 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	-.001 ,490 328	-.102* ,033 328	-.006 ,453 328	-.004 ,472 322	,033 ,276 328
dummie 2010	Cor Sig N	,008 ,444 328	-.043 ,218 328	-.002 ,489 328	,126* ,012 322	,002 ,485 328	,002 ,483 315	,014 ,403 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	-.050 ,183 328	,034 ,268 328	-.028 ,304 328	,026 ,321 322	,065 ,120 328
dummie 2011	Cor Sig N	,010 ,430 328	-.045 ,210 328	-.001 ,490 328	,195** ,000 322	,012 ,417 328	-.044 ,219 315	,040 ,235 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	-.085 ,062 328	,115* ,019 328	-.028 ,307 328	,060 ,142 322	,085 ,061 328
dummie 2012	Cor Sig N	,053 ,169 328	-.050 ,183 328	,000 ,498 328	,195** ,000 322	-.009 ,436 328	-.037 ,256 315	,065 ,121 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	,000 ,500 328	-.151** ,003 328	,192** ,000 328	-.034 ,271 328	,142** ,005 322	,069 ,105 328

Correlations

		LOGWVO15K M	LOGDAG ELIJKS	LOGMODE	LOGVRIJET IJD	LOGINOMH UIS	LOGOVERI G	warenhuis 2 - 3	warenhuis > of gelijk aan 4	HISTORI SCH	LOGHOREC A	cult voorz 16 - 30	cult voorz gelijk aan en > 31	ontsp voorz 6 - 10	ontsp voorz gelijk en > 11	dummie 2006, controle 2005	dummie 2007
LOGINWO N	Cor Sig N	,058 ,148 328	-.296** ,000 328	-.161** ,002 328	-.255** ,000 328	-.465** ,000 328	,117* ,017 328	-.005 ,464 328	,376** ,000 328	,166** ,001 328	,642** ,000 328	-.049 ,190 328	,584** ,000 328	-.039 ,241 328	,675** ,000 328	-.017 ,379 328	-.016 ,389 328
LOGPASSA NT	Cor Sig N	,193** ,000 328	-.450** ,000 328	,052 ,172 328	-.043 ,217 328	-.491** ,000 328	,085 ,063 328	-.027 ,315 328	,371** ,000 328	,308** ,000 328	,573** ,000 328	,062 ,133 328	,462** ,000 328	-.054 ,164 328	,440** ,000 328	,045 ,210 328	,020 ,362 328
LOGVKP	Cor Sig N	,169** ,001 328	-.396** ,000 328	-.245** ,000 328	-.366** ,000 328	-.515** ,000 328	,410** ,000 328	-.127* ,011 328	,426** ,000 328	,495** ,000 328	,713** ,000 328	,092* ,049 328	,715** ,000 328	,004 ,470 328	,523** ,000 328	,002 ,483 328	-.001 ,495 328
LOGINKO MEN	Cor Sig N	-.328** ,000 322	,110* ,024 322	-.066 ,121 322	-.190** ,000 322	,223** ,000 322	,100* ,037 322	,032 ,286 322	-.024 ,336 322	,033 ,278 322	-.118* ,017 322	-.033 ,275 322	,057 ,154 322	,019 ,367 322	,080 ,076 322	-.290** ,000 322	,007 ,450 322
LOGGDP	Cor Sig	-.232** ,000	,110* ,024	-.272** ,000	-.262** ,000	-.024 ,332	,288** ,000	-.128* ,010	,278** ,000	,051 ,178	,164** ,001	-.225** ,000	,265** ,000	-.078 ,081	,140** ,006	-.019 ,369	,038 ,246

	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGWVOP	Cor	,162**	,253**	,097*	,120*	,168**	,030	,088	-,130*	,012	-,161**	,003	-,142**	-,057	-,218**	,015	,019
ARKEER	Sig	,002	,000	,042	,017	,001	,300	,059	,010	,414	,002	,480	,006	,157	,000	,392	,368
	N	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
LOGWVO	Cor	,064	,008	,356**	,186**	,037	-,590**	,155**	-,048	-,644**	-,196**	-,167**	-,366**	,011	,101*	-,033	-,031
WINKEL	Sig	,122	,441	,000	,000	,253	,000	,002	,193	,000	,000	,001	,000	,419	,034	,277	,287
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
TREIN	Cor	-,039	-,259**	,049	-,192**	-,143**	,220**	,146**	,003	,289**	,267**	-,059	,386**	-,097*	,184**	,000	,000
	Sig	,240	,000	,186	,000	,005	,000	,004	,479	,000	,000	,143	,000	,039	,000	,500	,500
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
overijssel	Cor	-,056	-,305**	,243**	,090	-,025	-,039	,219**	-,144**	-,088	,017	,113*	-,254**	,010	,059	,000	,000
en	Sig	,157	,000	,000	,051	,326	,243	,000	,004	,055	,380	,021	,000	,429	,144	,500	,500
gelderland	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
limburg	Cor	,234**	,010	,156**	-,304**	-,340**	-,054	-,103*	,246**	-,059	,044	-,148**	,032	,112*	-,173**	,000	,000
	Sig	,000	,428	,002	,000	,000	,165	,031	,000	,143	,214	,004	,282	,022	,001	,500	,500
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
fr&gr	Cor	,257**	-,108*	-,111*	,207**	,106*	-,042	-,159**	-,039	,235**	,044	,048	,159**	,085	-,036	,080	,000
	Sig	,000	,026	,022	,000	,027	,222	,002	,240	,000	,212	,195	,063	,257	,075	,500	,500
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
brabant	Cor	,107*	-,129**	,255**	-,108*	-,012	-,147**	,114*	-,121*	-,057	-,011	-,009	-,193**	,035	-,155**	,000	,000
	Sig	,026	,010	,000	,025	,417	,004	,020	,014	,152	,421	,438	,000	,265	,002	,500	,500
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
overig	Cor	,321**	,163**	,142**	,201**	,071	,015	-,002	-,121*	,066	-,355**	,287**	-,108*	,000	-,218**	,000	,000
	Sig	,000	,002	,005	,000	,099	,391	,484	,014	,117	,000	,000	,025	,497	,000	,500	,500
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGOMZE	Cor	-,331**	-,097*	-,240**	-,179**	-,052	,206**	,168**	,111*	,065	,361**	-,072	,389**	-,067	,374**	,074	,084
T	Sig	,000	,040	,000	,001	,173	,000	,001	,022	,121	,000	,095	,000	,114	,000	,092	,065
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGLEEGS	Cor	,086	-,083	,097*	-,071	,040	-,105*	,134**	-,224**	-,243**	-,317**	-,011	-,340**	,307**	-,317**	-,054	-,048
TAND	Sig	,060	,067	,040	,099	,234	,029	,008	,000	,000	,423	,000	,000	,000	,000	,164	,194
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGWVOG	Cor	-,175**	,208**	,054	-,046	,371**	,227**	,130**	-,230**	,019	-,339**	,004	-,032	,085	-,192**	,027	,002
EM	Sig	,001	,000	,167	,204	,000	,000	,009	,000	,369	,000	,468	,282	,062	,000	,312	,485
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGGRIJS	Cor	-,002	,074	,157**	-,212**	,190**	-,017	,105*	-,420**	-,251**	-,303**	-,024	-,308**	,245**	-,513**	-,065	-,048
	Sig	,489	,094	,002	,000	,000	,379	,030	,000	,000	,000	,336	,000	,000	,000	,121	,195
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
LOGFILIA	Cor	-,026	,155**	,557**	,336**	,322**	-,654**	,292**	-,263**	-,595**	-,581**	-,179**	-,576**	-,016	-,158**	-,074	-,055
AL	Sig	,321	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,388	,002	,090	,162
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGWVO1	Cor	1	-,197**	,525**	,079	-,340**	-,325**	,026	,036	,157**	,037	,071	-,003	-,045	,022	-,001	,001
5KM	Sig		,000	,000	,076	,000	,000	,320	,260	,002	,251	,100	,476	,207	,345	,491	,492
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGDAGE	Cor	-,197**	1	-,199**	-,091*	,215**	-,134**	-,263**	,040	-,445**	-,438**	-,329**	-,103*	-,102*	-,109*	,042	,022
LJKS	Sig	,000		,000	,050	,000	,008	,000	,237	,000	,000	,000	,032	,033	,024	,223	,345
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
LOGMODE	Cor	,525**	-,199**	1	,147**	-,034	-,523**	,315**	-,165**	-,194**	-,360**	,013	-,314**	-,064	-,170**	-,051	-,027
	Sig	,000	,000		,004	-,268	,000	,000	,001	,000	,000	,410	,000	,123	,001	,180	,316
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328

LOGVRIJE TIJD	Cor Sig N	,079 ,076 328	-,091* ,050 328	,147** ,004 328	1 328	,364** ,000 328	-,224** ,000 328	,073 ,094 328	-,130** ,009 328	,010 ,428 328	-,282** ,000 328	,040 ,237 328	-,297** ,000 328	-,066 ,117 328	-,140** ,005 328	,143** ,005 328	,114* ,019 328
LOGINOM HUIS	Cor Sig N	-,340** ,000 328	,215** ,000 328	-,034 ,268 328	,364** ,000 328	1 328	-,188** ,000 328	,144** ,005 328	-,412** ,000 328	-,139** ,006 328	-,576** ,000 328	-,033 ,277 328	-,302** ,000 328	,065 ,119 328	-,255** ,000 328	,082 ,068 328	,056 ,158 328
LOGOVERI G	Cor Sig N	-,325** ,000 328	-,134** ,008 328	-,523** ,000 328	-,224** ,000 328	1 328	-,109* ,025 328	,168** ,001 328	,445** ,000 328	,301** ,000 328	,203** ,000 328	,345** ,000 328	,157** ,002 328	,036 ,256 328	-,004 ,468 328	,016 ,386 328	
warenhuis 2 - 3	Cor Sig N	,026 ,320 328	-,263** ,000 328	,315** ,000 328	,073 ,094 328	,144** ,005 328	-,109* ,025 328	1 328	-,661** ,000 328	-,087 ,057 328	-,079 ,077 328	,112* ,021 328	-,134** ,008 328	,074 ,091 328	-,066 ,116 328	,019 ,368 328	-,031 ,287 328
warenhuis > of gelijk aan 4	Cor Sig N	,036 ,260 328	,040 ,237 328	-,165** ,001 328	-,130** ,009 328	-,412** ,000 328	,168** ,001 328	1 328	-,661** ,000 328	,039 ,241 328	,325** ,000 328	-,174** ,001 328	,319** ,000 328	-,053 ,169 328	,257** ,000 328	-,009 ,439 328	-,009 ,439 328
HISTORIS CH	Cor Sig N	,157** ,002 328	-,445** ,000 328	-,194** ,000 328	,010 ,428 328	-,139** ,006 328	,445** ,000 328	-,087 ,057 328	,039 ,241 328	1 328	,389** ,000 328	,410** ,000 328	,371** ,000 328	,057 ,151 328	,139** ,006 328	,016 ,384 328	-,002 ,483 328
LOGHORE CA	Cor Sig N	,037 ,251 328	-,438** ,000 328	-,360** ,000 328	-,282** ,000 328	-,576** ,000 328	,301** ,000 328	-,079 ,077 328	,325** ,000 328	,389** ,000 328	1 328	,115* ,019 328	,524** ,000 328	-,056 ,156 328	,400** ,000 328	,001 ,491 328	-,014 ,404 328
cult voorz 16 - 30	Cor Sig N	,071 ,100 328	-,329** ,000 328	,013 ,410 328	,040 ,237 328	-,033 ,277 328	,203** ,000 328	,112* ,021 328	-,174** ,001 328	,410** ,000 328	,115* ,019 328	1 328	-,305** ,000 328	,047 ,198 328	,010 ,427 328	-,034 ,269 328	-,076 ,084 328
cult voorz gelijk aan en > 31	Cor Sig N	-,003 ,476 328	-,103* ,032 328	-,314** ,000 328	-,297** ,000 328	-,302** ,000 328	,345** ,000 328	-,134** ,008 328	,319** ,000 328	,371** ,000 328	,524** ,000 328	-,305** ,000 328	1 328	-,066 ,115 328	,437** ,000 328	,008 ,439 328	,031 ,287 328
ontsp voorz 6 - 10	Cor Sig N	-,045 ,207 328	-,102* ,033 328	-,064 ,123 328	-,066 ,117 328	,065 ,119 328	,157** ,002 328	,074 ,091 328	-,053 ,169 328	,057 ,151 328	-,056 ,156 328	,047 ,198 328	-,066 ,115 328	1 328	-,426** ,000 328	-,061 ,134 328	-,024 ,335 328
ontsp voorz gelijk en > 11	Cor Sig N	,022 ,345 328	-,109* ,024 328	-,170** ,001 328	-,140** ,005 328	-,255** ,000 328	,036 ,256 328	-,066 ,116 328	,257** ,000 328	,139** ,006 328	,400** ,000 328	,010 ,427 328	,437** ,000 328	-,426** ,000 328	1 328	-,042 ,224 328	-,042 ,224 328
dummie 2006, controle 2005	Cor Sig N	-,001 ,491 328	,042 ,223 328	-,051 ,180 328	,143** ,005 328	,082 ,068 328	-,004 ,468 328	,019 ,368 328	-,009 ,439 328	,016 ,384 328	,001 ,491 328	-,034 ,269 328	,008 ,439 328	-,061 ,134 328	-,042 ,224 328	1 328	-,143** ,005 328
dummie 2007	Cor Sig N	,001 ,492 328	,022 ,345 328	-,027 ,316 328	,114* ,019 328	,056 ,158 328	,016 ,386 328	-,031 ,287 328	-,009 ,439 328	-,002 ,483 328	-,014 ,404 328	-,076 ,084 328	,031 ,287 328	-,024 ,335 328	-,042 ,224 328	-,143** ,005 328	1 328
dummie 2008	Cor Sig N	,001 ,491 328	-,005 ,465 328	,002 ,483 328	,032 ,281 328	,044 ,211 328	,010 ,429 328	-,031 ,287 328	,026 ,322 328	-,002 ,483 328	-,015 ,392 328	-,013 ,406 328	,008 ,439 328	-,042 ,222 328	-,020 ,362 328	-,143** ,005 328	-,143** ,005 328
dummie 2009	Cor Sig N	,000 ,499 328	-,024 ,332 328	,048 ,195 328	-,012 ,413 328	,011 ,419 328	-,008 ,446 328	,019 ,368 328	-,009 ,439 328	-,002 ,483 328	-,005 ,464 328	,029 ,301 328	-,014 ,399 328	-,024 ,335 328	,025 ,325 328	-,143** ,005 328	-,143** ,005 328
dummie 2010	Cor Sig	,000 ,499	-,028 ,307	,049 ,187	-,058 ,146	-,052 ,172	,002 ,485	,019 ,368	-,009 ,439	-,002 ,483	-,014 ,403	,029 ,301	,008 ,439	,052 ,175	,048 ,195	-,143** ,005	-,143** ,005

	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
dummie 2011	Cor	,000	-,008	,026	-,108*	-,108*	-,001	,019	-,009	-,002	,008	,050	-,037	,090	,048	-,143**	-,143**
	Sig	,499	,445	,322	,026	,025	,491	,368	,439	,483	,441	,184	,254	,053	,195	,005	,005
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328
dummie 2012	Cor	,002	-,006	,000	-,196**	-,165**	,006	-,006	,026	-,002	,032	,050	-,014	,052	,048	-,143**	-,143**
	Sig	,486	,460	,499	,000	,001	,457	,455	,322	,483	,281	,184	,399	,175	,195	,005	,005
	N	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328

Correlations

		dummie 2008	dummie 2009	dummie 2010	dummie 2011	dummie 2012
LOGINWON	Cor	-,014	,003	,008	,010	,053
	Sig	,398	,476	,444	,430	,169
	N	328	328	328	328	328
LOGPASSANT	Cor	,002	-,003	-,043	-,045	-,050
	Sig	,489	,477	,218	,210	,183
	N	328	328	328	328	328
LOGVKP	Cor	,003	-,003	-,002	-,001	,000
	Sig	,475	,481	,489	,490	,498
	N	328	328	328	328	328
LOGINKOMEN	Cor	,070	,118*	,126*	,195**	,195**
	Sig	,106	,017	,012	,000	,000
	N	322	322	322	322	322
LOGGDP	Cor	,052	-,016	,002	,012	-,009
	Sig	,172	,387	,485	,417	,436
	N	328	328	328	328	328
LOGWVOPARKEER	Cor	,007	-,013	,002	-,044	-,037
	Sig	,448	,412	,483	,219	,256
	N	315	315	315	315	315
LOGWVOWINKEL	Cor	,000	,005	,014	,040	,065
	Sig	,499	,461	,403	,235	,121
	N	328	328	328	328	328
TREIN	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500
	N	328	328	328	328	328
overijssel en gelderland	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500
	N	328	328	328	328	328
limburg	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500
	N	328	328	328	328	328
fr&gr	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500
	N	328	328	328	328	328
brabant	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500
	N	328	328	328	328	328
overig	Cor	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig	,500	,500	,500	,500	,500

	N	328	328	328	328	328
LOGOMZET	Cor	,071	-,001	-,050	-,085	-,151**
	Sig	,098	,490	,183	,062	,003
	N	328	328	328	328	328
LOGLEEGSTAND	Cor	-,046	-,102*	,034	,115*	,192**
	Sig	,206	,033	,268	,019	,000
	N	328	328	328	328	328
LOGWVOGEM	Cor	,020	-,006	-,028	-,028	-,034
	Sig	,361	,453	,304	,307	,271
	N	328	328	328	328	328
LOGGRIJS	Cor	-,027	-,004	,026	,060	,142**
	Sig	,312	,472	,321	,142	,005
	N	322	322	322	322	322
LOGFILIAAL	Cor	,004	,033	,065	,085	,069
	Sig	,473	,276	,120	,061	,105
	N	328	328	328	328	328
LOGWVO15KM	Cor	,001	,000	,000	,000	,002
	Sig	,491	,499	,499	,499	,486
	N	328	328	328	328	328
LOGDAGELIJKS	Cor	-,005	-,024	-,028	-,008	-,006
	Sig	,465	,332	,307	,445	,460
	N	328	328	328	328	328
LOGMODE	Cor	,002	,048	,049	,026	,000
	Sig	,483	,195	,187	,322	,499
	N	328	328	328	328	328
LOGVRIJETIJD	Cor	,032	-,012	-,058	-,108*	-,196**
	Sig	,281	,413	,146	,026	,000
	N	328	328	328	328	328
LOGINOMHUIS	Cor	,044	,011	-,052	-,108*	-,165**
	Sig	,211	,419	,172	,025	,001
	N	328	328	328	328	328
LOGOVERIG	Cor	,010	-,008	,002	-,001	,006
	Sig	,429	,446	,485	,491	,457
	N	328	328	328	328	328
warenhuis 2 - 3	Cor	-,031	,019	,019	,019	-,006
	Sig	,287	,368	,368	,368	,455
	N	328	328	328	328	328
warenhuis > of gelijk aan 4	Cor	,026	-,009	-,009	-,009	,026
	Sig	,322	,439	,439	,439	,322
	N	328	328	328	328	328
HISTORISCH	Cor	-,002	-,002	-,002	-,002	-,002
	Sig	,483	,483	,483	,483	,483
	N	328	328	328	328	328
LOGHORECA	Cor	-,015	-,005	-,014	,008	,032
	Sig	,392	,464	,403	,441	,281
	N	328	328	328	328	328
cult voorz 16 - 30	Cor	-,013	,029	,029	,050	,050
	Sig	,406	,301	,301	,184	,184
	N	328	328	328	328	328

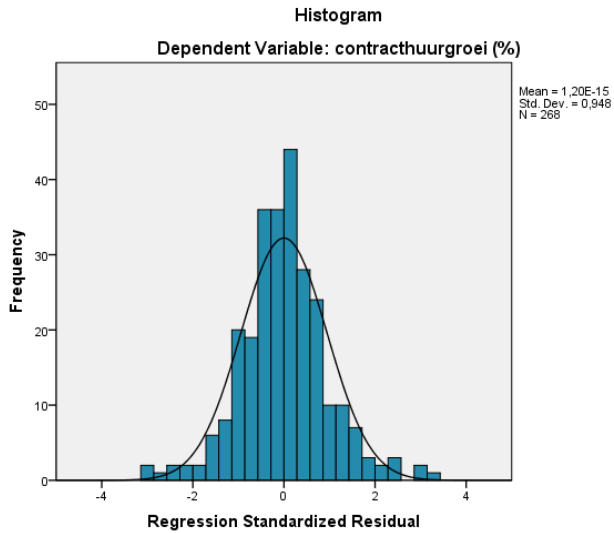
cult voorz gelijk aan en > 31	Cor	,008	-,014	,008	-,037	-,014
	Sig	,439	,399	,439	,254	,399
	N	328	328	328	328	328
ontsp voorz 6 - 10	Cor	-,042	-,024	,052	,090	,052
	Sig	,222	,335	,175	,053	,175
	N	328	328	328	328	328
ontsp voorz gelijk en > 11	Cor	-,020	,025	,048	,048	,048
	Sig	,362	,325	,195	,195	,195
	N	328	328	328	328	328
dummie 2006, controle 2005	Cor	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2007	Cor	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2008	Cor	1	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2009	Cor	-,143**	1	-,143**	-,143**	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2010	Cor	-,143**	-,143**	1	-,143**	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2011	Cor	-,143**	-,143**	-,143**	1	-,143**
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328
dummie 2012	Cor	-,143**	-,143**	-,143**	-,143**	1
	Sig	,005	,005	,005	,005	,005
	N	328	328	328	328	328

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

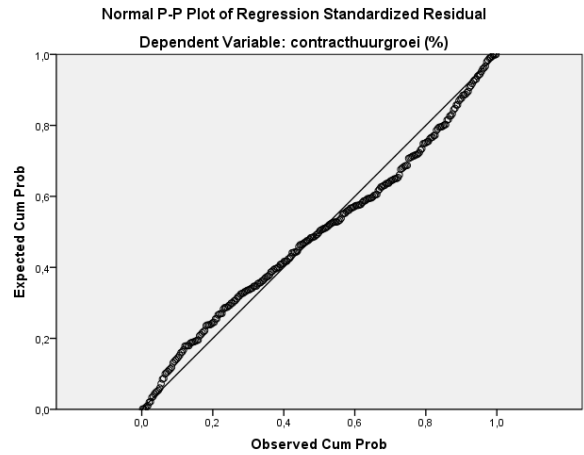
* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Voorwaarden huurprijsontwikkelingsmodel

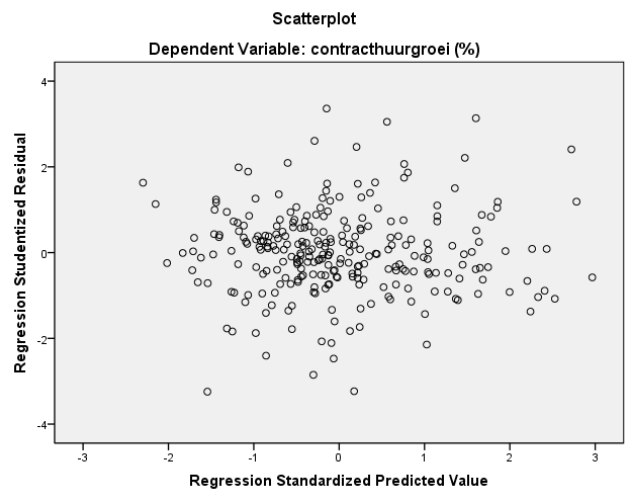
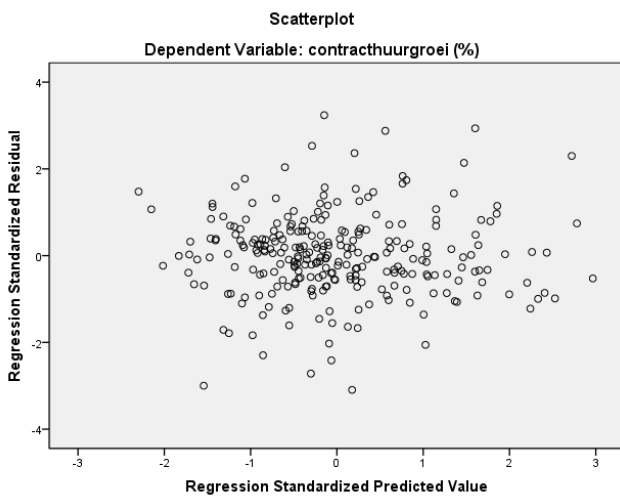
Figuur 3.1 Normale verdeling



Figuur 3.2 Lineariteit



Figuur 3.3 en 3.4 Homoscedasticiteit



Regressiemodel

Tabel 3.1 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,177 ^a	,031	,013	1,70897
2	,200 ^b	,040	,006	1,71454
3	,264 ^c	,070	,022	1,70081
4	,338 ^d	,114	,047	1,67952
5	,384 ^e	,147	,071	1,65800
6	,530 ^f	,281	,200	1,53798

Tabel 3.2 ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,689	5	4,938	1,691	,137 ^a
	Residual	765,191	262	2,921		
	Total	789,880	267			
2	Regression	31,454	9	3,495	1,189	,302 ^b
	Residual	758,426	258	2,940		
	Total	789,880	267			
3	Regression	55,116	13	4,240	1,466	,131 ^c
	Residual	734,764	254	2,893		
	Total	789,880	267			
4	Regression	90,326	19	4,754	1,685	,039 ^d
	Residual	699,554	248	2,821		
	Total	789,880	267			
5	Regression	116,383	22	5,290	1,924	,009 ^e
	Residual	673,497	245	2,749		
	Total	789,880	267			
6	Regression	222,188	27	8,229	3,479	,000 ^f
	Residual	567,692	240	2,365		
	Total	789,880	267			

Tabel 3.3 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,967	,149		6,480	,000
	ontwikkeling verzorgingsgebied	-,012	,009	-,083	-1,342	,181
	ontwikkeling passanten	-,020	,010	-,129	-2,090	,038
	ontwikkeling aantal verkooppunten	-,011	,028	-,025	-,407	,684
	ontwikkeling inkomen	,064	,056	,081	1,128	,261
	ontwikkeling BRP corop	-,068	,043	-,113	-1,571	,117
	2	(Constant)	,977	,175		5,565
ontwikkeling verzorgingsgebied		-,012	,009	-,082	-1,308	,192
ontwikkeling passanten		-,020	,010	-,126	-2,025	,044
ontwikkeling aantal verkooppunten		,003	,034	,006	,075	,941
ontwikkeling inkomen		,063	,058	,080	1,080	,281
ontwikkeling BRP corop		-,068	,047	-,114	-1,445	,150
ontwikkeling parkeercapaciteit, ontwikkeling WVO per winkel		,015	,027	,036	,573	,567
ontwikkeling % leegstand ontwikkeling omzetten		-,003	,005	-,040	-,536	,593
3	(Constant)	1,084	,232		4,669	,000
	ontwikkeling verzorgingsgebied	-,010	,009	-,065	-1,033	,302
	ontwikkeling passanten	-,022	,010	-,137	-2,218	,027

	ontwikkeling aantal verkooppunten	,120	,060	,270	1,997	,047
	ontwikkeling inkomen	,034	,060	,044	,572	,568
	ontwikkeling BRP corop	-,098	,049	-,163	-2,002	,046
	ontwikkeling parkeercapaciteit,	-,006	,005	-,070	-1,135	,257
	ontwikkeling WVO per winkel	,106	,049	,248	2,141	,033
	ontwikkeling % leegstand	-,004	,005	-,056	-,725	,469
	ontwikkeling omzetten	,041	,030	,125	1,359	,175
	ontwikkeling % WVO gem	-,103	,048	-,303	-2,140	,033
	ontwikkeling grijze druk	-,079	,063	-,084	-1,242	,215
	ontwikkeling % filialen	,009	,033	,018	,255	,799
	ontwikkeling wvo15km	-,053	,044	-,102	-1,182	,238
4	(Constant)	1,078	,252		4,277	,000
	ontwikkeling verzorgingsgebied	-,013	,009	-,085	-1,339	,182
	ontwikkeling passanten	-,021	,010	-,132	-2,130	,034
	ontwikkeling aantal verkooppunten	,123	,064	,276	1,910	,057
	ontwikkeling inkomen	,024	,061	,031	,398	,691
	ontwikkeling BRP corop	-,087	,049	-,145	-1,787	,075
	ontwikkeling parkeercapaciteit,	-,004	,006	-,046	-,744	,458
	ontwikkeling WVO per winkel	,110	,049	,259	2,232	,027
	ontwikkeling % leegstand	-,008	,006	-,122	-1,305	,193
	ontwikkeling omzetten	,046	,030	,141	1,539	,125
	ontwikkeling % WVO gem	-,094	,048	-,278	-1,956	,052
	ontwikkeling grijze druk	-,078	,065	-,083	-1,200	,231
	ontwikkeling % filialen	,025	,038	,052	,665	,507
	ontwikkeling wvo15km	-,054	,045	-,104	-1,184	,238
	ontwikkeling% dagelijkse voorzieningen	-,027	,022	-,080	-1,256	,210
	ontwikkeling % mode&lux	-,020	,036	-,043	-,548	,584
	ontwikkeling % winkels vrije tijd	-,043	,017	-,160	-2,509	,013
	ontwikkeling % winkels in/om huis	-,006	,021	-,020	-,287	,775
	ontwikkeling % winkels detail overig	-,003	,008	-,021	-,319	,750
	ontwikkeling warenhuizen	-,011	,006	-,122	-1,821	,070
5	(Constant)	1,197	,258		4,641	,000
	ontwikkeling verzorgingsgebied	-,012	,009	-,080	-1,264	,207
	ontwikkeling passanten	-,026	,010	-,163	-2,619	,009
	ontwikkeling aantal verkooppunten	,124	,064	,278	1,937	,054
	ontwikkeling inkomen	-,012	,061	-,015	-,190	,849
	ontwikkeling BRP corop	-,095	,048	-,159	-1,977	,049
	ontwikkeling parkeercapaciteit,	-,004	,005	-,041	-,667	,505
	ontwikkeling WVO per winkel	,123	,049	,289	2,510	,013
	ontwikkeling % leegstand	-,013	,007	-,192	-1,934	,054
	ontwikkeling omzetten	,060	,030	,185	2,007	,046
	ontwikkeling % WVO gem	-,110	,048	-,326	-2,310	,022
	ontwikkeling grijze druk	-,079	,064	-,085	-1,242	,215
	ontwikkeling % filialen	,006	,038	,013	,168	,867
	ontwikkeling wvo15km	-,051	,045	-,099	-1,135	,258
	ontwikkeling% dagelijkse voorzieningen	-,032	,022	-,093	-1,466	,144

	ontwikkeling % mode&lux	-,027	,036	-,059	-,741	,460
	ontwikkeling % winkels vrije tijd	-,039	,017	-,144	-2,279	,024
	ontwikkeling % winkels in/om huis	-,009	,021	-,031	-,452	,652
	ontwikkeling % winkels detail overig	-,002	,008	-,019	-,286	,775
	ontwikkeling warenhuizen	-,011	,006	-,126	-1,896	,059
	ontwikkeling % horeca	-,067	,032	-,159	-2,092	,037
	ontwikkeling cult.voorzieningen	,001	,002	,043	,706	,481
	ontwikkeling ontsp. voorzieningen	,005	,003	,122	1,979	,049
6	(Constant)	,871	,526		1,657	,099
	ontwikkeling verzorgingsgebied	-,007	,009	-,045	-,750	,454
	ontwikkeling passanten	-,030	,009	-,190	-3,253	,001
	ontwikkeling aantal verkooppunten	,081	,063	,182	1,295	,197
	ontwikkeling inkomen	-,034	,088	-,043	-,383	,702
	ontwikkeling BRP corop	-,065	,061	-,108	-1,060	,290
	ontwikkeling parkeercapaciteit,	-,002	,005	-,027	-,471	,638
	ontwikkeling WVO per winkel	,134	,047	,315	2,832	,005
	ontwikkeling % leegstand	-,005	,006	-,078	-,823	,411
	ontwikkeling omzetten	,056	,030	,173	1,870	,063
	ontwikkeling % WVO gem	-,141	,047	-,418	-2,991	,003
	ontwikkeling grijze druk	-,005	,071	-,006	-,076	,940
	ontwikkeling % filialen	-,038	,037	-,080	-1,028	,305
	ontwikkeling wvo15km	-,002	,042	-,004	-,044	,965
	ontwikkeling% dagelijkse voorzieningen	-,005	,021	-,013	-,218	,827
	ontwikkeling % mode&lux	-,008	,034	-,017	-,234	,815
	ontwikkeling % winkels vrije tijd	-,025	,017	-,094	-1,526	,128
	ontwikkeling % winkels in/om huis	-,020	,019	-,066	-1,035	,302
	ontwikkeling % winkels detail overig	,001	,008	,007	,105	,917
	ontwikkeling warenhuizen	-,014	,006	-,159	-2,554	,011
	ontwikkeling % horeca	-,060	,030	-,143	-1,980	,049
	ontwikkeling cult.voorzieningen	,001	,002	,040	,708	,479
	ontwikkeling ontsp. voorzieningen	,006	,002	,152	2,630	,009
	DUMMIE0708	1,776	,488	,357	3,641	,000
	DUMMIE0809	,470	,641	,096	,733	,464
	DUMMIE0910	-,632	,548	-,131	-1,153	,250
	DUMMIE1011	,072	,462	,015	,156	,876
	DUMMIE1112	-,495	,683	-,102	-,725	,469

a. Dependent Variable: contracthuurgroei (%)

Tabel 3.4 Correlatie matrix

		Correlations										
		ontwikkeling verzorgingsgebied	ontwikkeling passanten	ontwikkeling verkooppunten	ontwikkeling inkomen	Ontwikkeling BRP corop	ontwikkeling gemiddeld WVO per winkel	ontwikkeling parkeer capaciteit	ontwikkeling detailhandelso mzetten	Ontwikkeling leegstand	Ontwikkeling % WVO bin WVO gem	ontwikkeling % grijze druk
Ontwikkeling verzorgingsgebied	Cor	1	-,014	,149	-,142	-,116	,063	,024	-,128	,100	,104	,181
	Sig		,404	,006	,008	,025	,143	,344	,015	,045	,039	,001
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling passanten	Cor	-,014	1	,047	-,012	-,150	,029	,071	-,080	-,010	,001	,000
	Sig	,404		,214	,423	,006	,311	,115	,089	,436	,491	,498
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling aantal verkooppunten	Cor	,149	,047	1	-,042	,005	,116	,087	-,277	,543	,623	,010
	Sig	,006	,214		,241	,467	,025	,071	,000	,000	,000	,437
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling inkomen	Cor	-,142	-,012	-,042	1	,516	-,035	,067	,342	-,114	-,057	-,337
	Sig	,008	,423	,241		,000	,277	,130	,000	,028	,169	,000
	N	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	281
ontwikkeling BRP corop	Cor	-,116	-,150	,005	,516	1	,039	,043	,436	,048	,011	-,207
	Sig	,025	,006	,467	,000		,253	,236	,000	,210	,425	,000
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling aantal m2 WVO per winkel	Cor	,063	,029	,116	-,035	,039	1	,081	-,154	,002	,605	-,038
	Sig	,143	,311	,025	,277	,253		,085	,004	,486	,000	,262
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling parkeercapaciteit	Cor	,024	,071	,087	,067	,043	,081	1	-,022	,027	,069	-,015
	Sig	,344	,115	,071	,130	,236	,085		,357	,325	,120	,401
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling detailhandelso mzetten	Cor	-,128	-,080	-,277	,342	,436	-,154	-,022	1	-,190	,016	-,211
	Sig	,015	,089	,000	,000	,000	,004	,357		,001	,396	,000
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling leegstand	Cor	,100	-,010	,543	-,114	,048	,002	,027	-,190	1	,285	,107
	Sig	,045	,436	,000	,028	,210	,486	,325	,001		,000	,036
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % WVO bin/WVOgem	Cor	,104	,001	,623	-,057	,011	,605	,069	,016	,285	1	-,047
	Sig	,039	,491	,000	,169	,425	,000	,120	,396	,000		,216
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % grijze druk	Cor	,181	,000	,010	-,337	-,207	-,038	-,015	-,211	,107	-,047	1
	Sig	,001	,498	,437	,000	,000	,262	,401	,000	,036	,216	
	N	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281
Ontwikkeling filialen	Cor	-,136	-,043	-,242	,072	,083	,267	-,036	,166	-,307	-,021	-,261
	Sig	,011	,235	,000	,113	,080	,000	,274	,002	,000	,362	,000
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281

ontwikkeling % wvo van een binnenstad tov alle binnensteden binnen 10 km	Cor	,152	,026	,543	,038	,012	,478	,065	-,189	,144	,559	-,020
	Sig	,005	,330	,000	,260	,423	,000	,137	,001	,007	,000	,368
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling% dagelijkse	Cor	-,018	-,004	-,060	-,010	,036	-,012	-,087	,072	-,211	-,034	-,013
	Sig	,378	,476	,154	,432	,273	,423	,072	,112	,000	,286	,417
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % mode&luxe	Cor	,024	,030	,081	,067	-,082	,100	,090	-,018	-,247	,089	-,130
	Sig	,342	,308	,086	,132	,082	,045	,063	,383	,000	,066	,014
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % winkels vrije tijd	Cor	-,115	,023	-,149	,125	,112	-,029	,059	,165	-,137	-,118	-,056
	Sig	,026	,349	,006	,018	,029	,311	,161	,003	,010	,022	,174
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % winkels in/om huis	Cor	-,136	-,143	-,140	,080	,013	,005	-,055	,017	-,290	-,099	-,022
	Sig	,011	,008	,009	,089	,411	,465	,177	,388	,000	,046	,359
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % winkels detailhandel	Cor	-,100	-,054	-,060	,112	,147	,023	-,069	,105	-,163	-,039	,079
	Sig	,045	,183	,157	,031	,006	,346	,122	,038	,003	,254	,094
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling warenhuis 2 - 3	Cor	-,008	,024	,068	-,064	-,101	,087	,079	-,034	-,024	,128	-,012
	Sig	,449	,340	,125	,142	,044	,071	,091	,283	,342	,015	,423
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling warenhuis > of gelijk aan 4	Cor	-,005	-,012	-,068	-,022	,054	,047	-,040	,050	-,038	,004	-,009
	Sig	,466	,419	,125	,358	,179	,212	,251	,199	,262	,474	,443
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling % horec	Cor	-,046	-,133	-,445	-,096	-,073	-,113	-,008	,098	-,450	-,304	,047
	Sig	,220	,012	,000	,054	,108	,028	,443	,049	,000	,000	,218
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling cult voorz 16 - 30	Cor	-,069	,071	-,011	-,076	-,095	-,109	-,052	-,033	-,015	-,039	-,102
	Sig	,123	,114	,427	,101	,055	,032	,190	,289	,398	,255	,044
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling cult voorz 31 en meer	Cor	,070	-,077	-,004	,023	,036	-,008	,009	,109	,032	,012	,120
	Sig	,118	,096	,472	,349	,270	,449	,441	,032	,297	,418	,022
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling ontsp voorz 6 - 10	Cor	,014	-,068	-,096	,031	-,003	,140	-,008	-,002	-,071	-,027	,024
	Sig	,405	,125	,052	,300	,482	,009	,447	,485	,114	,325	,344
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
ontwikkeling ontsp voorz 11 en meer	Cor	-,056	,019	,001	-,015	,014	-,102	,030	,021	-,046	,006	-,095
	Sig	,170	,375	,495	,402	,409	,043	,309	,364	,218	,460	,056
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
DUMMIE0708	Cor	-,093	,009	,043	-,106	,057	,089	,005	,087	-,101	,166	-,132
	Sig	,058	,438	,232	,037	,170	,067	,465	,070	,043	,002	,014

	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
DUMMIE0809	Cor	,014	,089	-,045	-,167	-,661	-,079	-,032	-,270	-,099	-,076	-,085
	Sig	,409	,066	,226	,002	,000	,090	,295	,000	,047	,100	,077
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
DUMMIE0910	Cor	-,022	-,083	,015	-,331	,083	-,063	-,011	-,105	,177	-,058	,000
	Sig	,358	,082	,398	,000	,081	,143	,423	,038	,001	,163	,498
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
DUMMIE1011	Cor	-,070	,011	,029	-,065	,025	,065	-,050	-,036	,120	,098	-,113
	Sig	,120	,427	,311	,139	,334	,138	,197	,274	,021	,049	,030
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281
DUMMIE1112	Cor	,303	,042	,006	-,366	-,246	,042	,048	-,227	,020	,018	,645
	Sig	,000	,240	,460	,000	,000	,238	,208	,000	,367	,380	,000
	N	287	287	287	282	287	287	287	287	287	287	281

Correlations

		ontwikkeling % filialen	ontwikkeling % wvo 15 km	ontwikkeling % dagelijkse voorzieningen	ontwikkeling % mode&luxe	ontwikkeling % winkels vrije tijd	ontwikkeling % winkels in/om huis	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig	ontwikkeling % winkels detailhandel overig
ontwikkeling verzorgingsgebied	Cor	-,136	,152	-,018	,024	-,115	-,136	-,100	-,008	-,005	-,046	-,069	,070	,014
	Sig	,011	,005	,378	,342	,026	,011	,045	,449	,466	,220	,123	,118	,405
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling passanten	Cor	-,043	,026	-,004	,030	,023	-,143	-,054	,024	-,012	-,133	,071	-,077	-,068
	Sig	,235	,330	,476	,308	,349	,008	,183	,340	,419	,012	,114	,096	,125
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling aantal verkooppunten	Cor	-,242	,543	-,060	,081	-,149	-,140	-,060	,068	-,068	-,445	-,011	-,004	-,096
	Sig	,000	,000	,154	,086	,006	,009	,157	,125	,125	,000	,427	,472	,052
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling inkomen	Cor	,072	,038	-,010	,067	,125	,080	,112	-,064	-,022	-,096	-,076	,023	,031
	Sig	,113	,260	,432	,132	,018	,089	,031	,142	,358	,054	,101	,349	,300
	N	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282
ontwikkeling BRP	Cor	,083	,012	,036	-,082	,112	,013	,147	-,101	,054	-,073	-,095	,036	-,003
	Sig	,080	,423	,273	,082	,029	,411	,006	,044	,179	,108	,055	,270	,482
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling aantal m2 WVO winkel	Cor	,267	,478	-,012	,100	-,029	,005	,023	,087	,047	-,113	-,109	-,008	,140
	Sig	,000	,000	,423	,045	,311	,465	,346	,071	,212	,028	,032	,449	,009
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling	Cor	-,036	,065	-,087	,090	,059	-,055	-,069	,079	-,040	-,008	-,052	,009	-,008
	Sig	,274	,137	,072	,063	,161	,177	,122	,091	,251	,443	,190	,441	,447

parkeercapaciteit,	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling detailhandelsteden	Cor	,166	-,189	,072	-,018	,165	,017	,105	-,034	,050	,098	-,033	,109	-,002	,021
	Sig	,002	,001	,112	,383	,003	,388	,038	,283	,199	,049	,289	,032	,485	,364
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % leegstand	Cor	-,307	,144	-,211	-,247	-,137	-,290	-,163	-,024	-,038	-,450	-,015	,032	-,071	-,046
	Sig	,000	,007	,000	,000	,010	,000	,003	,342	,262	,000	,398	,297	,114	,218
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % WVO bin/wcvgem	Cor	-,021	,559	-,034	,089	-,118	-,099	-,039	,128	,004	-,304	-,039	,012	-,027	,006
	Sig	,362	,000	,286	,066	,022	,046	,254	,015	,474	,000	,255	,418	,325	,460
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % grijze druk	Cor	-,261	-,020	-,013	-,130	-,056	-,022	,079	-,012	-,009	,047	-,102	,120	,024	-,095
	Sig	,000	,368	,417	,014	,174	,359	,094	,423	,443	,218	,044	,022	,344	,056
	N	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281
ontwikkeling % filialen	Cor	1	-,041	,126	,379	,148	,104	,136	,006	,000	-,084	-,032	-,075	,164	,028
	Sig		,247	,016	,000	,006	,039	,010	,458	,497	,078	,296	,101	,003	,315
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % 15km	Cor	-,041	1	-,015	,036	-,064	-,074	-,061	,048	-,002	-,195	-,037	,004	,017	-,072
	Sig	,247		,403	,270	,142	,106	,152	,209	,489	,000	,264	,470	,387	,112
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % dagelijkse	Cor	,126	-,015	1	-,094	,101	-,014	,013	,034	-,054	,039	,030	,002	-,003	,053
	Sig	,016	,403		,056	,043	,405	,415	,286	,183	,254	,307	,487	,477	,186
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % mode&luxe	Cor	,379	,036	-,094	1	-,086	-,068	-,077	,046	,018	-,142	-,040	-,001	,082	-,005
	Sig	,000	,270	,056		,074	,126	,096	,220	,379	,008	,252	,496	,083	,465
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % winkels vrije tijd 6 groepen	Cor	,148	-,064	,101	-,086	1	-,082	-,010	,079	,011	,107	-,025	-,013	-,100	,091
	Sig	,006	,142	,043	,074		,084	,434	,090	,427	,035	,337	,411	,045	,062
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling % winkels in/om huis	Cor	,104	-,074	-,014	-,068	-,082	1	-,004	-,061	,152	,146	-,072	-,015	,031	,026
	Sig	,039	,106	,405	,126	,084		,476	,150	,005	,007	,113	,399	,299	,331
	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling %	Cor	,136	-,061	,013	-,077	-,010	-,004	1	,019	-,009	,000	,006	-,002	,077	-,049
	Sig	,010	,152	,415	,096	,434	,476		,375	,442	,497	,462	,488	,096	,203

winkels detailhandel overig	N	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
ontwikkeling warenhuis 2 - 3	Cor Sig N	,006 ,458 287	,048 ,209 287	,034 ,286 287	,046 ,220 287	,079 ,090 287	-,061 ,150 287	,019 ,375 287	1 287	-,613** ,000 287	-,027 ,322 287	,091 ,061 287	,000 ,500 287	,000 ,500 287	,000 ,500 287
ontwikkeling warenhuis > of gelijk aan 4	Cor Sig N	,000 ,497 287	-,002 ,489 287	-,054 ,183 287	,018 ,379 287	,011 ,427 287	,152** ,005 287	-,009 ,442 287	-,613** ,000 287	1 287	,060 ,155 287	-,151** ,005 287	,001 ,495 287	-,001 ,494 287	-,003 ,480 287
ontwikkeling % horeca	Cor Sig N	-,084 ,078 287	-,195** ,000 287	,039 ,254 287	-,142** ,008 287	,107* ,035 287	,146** ,007 287	,000 ,497 287	-,027 ,322 287	,060 ,155 287	1 287	,042 ,240 287	-,004 ,475 287	-,065 ,138 287	,014 ,409 287
ontwikkeling cult voorz 16 - 30	Cor Sig N	-,032 ,296 287	-,037 ,264 287	,030 ,307 287	-,040 ,252 287	-,025 ,337 287	-,072 ,113 287	,006 ,462 287	,091 ,061 287	-,151** ,005 287	,042 ,240 287	1 287	-,683** ,000 287	-,082 ,083 287	,126 ,017 287
ontwikkeling cult voorz 31 en meer	Cor Sig N	-,075 ,101 287	,004 ,470 287	,002 ,487 287	-,001 ,496 287	-,013 ,411 287	-,015 ,399 287	-,002 ,488 287	,000 ,500 287	,001 ,495 287	-,004 ,475 287	-,683** ,000 287	1 287	,060 ,157 287	-,093 ,058 287
ontwikkeling ontsp voorz 6 - 10	Cor Sig N	,164** ,003 287	,017 ,387 287	-,003 ,477 287	,082 ,083 287	-,100* ,045 287	,031 ,299 287	,077 ,096 287	,000 ,500 287	-,001 ,494 287	-,065 ,138 287	-,082 ,083 287	,060 ,157 287	1 287	-,630** ,000 287
ontwikkeling ontsp voorz 11 en meer	Cor Sig N	,028 ,315 287	-,072 ,112 287	,053 ,186 287	-,005 ,465 287	,091 ,062 287	,026 ,331 287	-,049 ,203 287	,000 ,500 287	-,003 ,480 287	,014 ,409 287	,126 ,017 287	-,093 ,058 287	-,630** ,000 287	1 287
DUMMIE 0708	Cor Sig N	,209** ,000 287	-,038 ,259 287	-,105** ,038 287	,101* ,044 287	-,122* ,020 287	,152** ,005 287	,023 ,351 287	,000 ,500 287	,084 ,079 287	-,032 ,292 287	,112 ,029 287	-,055 ,178 287	-,038 ,263 287	,006 ,459 287
DUMMIE 0809	Cor Sig N	-,025 ,334 287	-,032 ,296 287	-,122* ,019 287	,146** ,007 287	-,047 ,213 287	,031 ,302 287	-,080 ,088 287	,119* ,022 287	-,111** ,030 287	-,010 ,432 287	,069 ,124 287	-,055 ,178 287	,015 ,400 287	,048 ,207 287
DUMMIE 0910	Cor Sig N	,050 ,198 287	-,033 ,288 287	,018 ,381 287	-,028 ,317 287	-,022 ,358 287	-,098 ,048 287	,013 ,414 287	,000 ,500 287	-,014 ,407 287	-,066 ,131 287	-,019 ,376 287	,073 ,109 287	,068 ,126 287	,048 ,207 287
DUMMIE 1011	Cor Sig N	-,027 ,322 287	,024 ,342 287	,094 ,056 287	-,125* ,017 287	,019 ,374 287	-,075 ,102 287	-,075 ,101 287	,000 ,500 287	-,014 ,406 287	,092 ,059 287	,024 ,341 287	-,117 ,024 287	-,011 ,423 287	-,037 ,267 287
DUMMIE 1112	Cor Sig	-,325** ,000	,032 ,296	,033 ,291	-,119* ,022	-,140** ,009	-,058 ,162	,001 ,494	-,060 ,157	,084 ,079	,133 ,012	-,062 ,146	,073 ,109	-,064 ,140	-,036 ,270

Correlations

		DUMMIE07 08	DUMMIE08 09	DUMMIE09 10	DUMMIE10 11	DUMMIE11 12
ontwikkeling verzorgingsgebied	Cor	-,093	,014	-,022	-,070	,303
	Sig	,058	,409	,358	,120	,000
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling passanten	Cor	,009	,089	-,083	,011	,042
	Sig	,438	,066	,082	,427	,240
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling aantal verkooppunten detailhandel	Cor	,043	-,045	,015	,029	,006
	Sig	,232	,226	,398	,311	,460
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling besteedbaar inkomen	Cor	-,106	-,167	-,331	-,065	-,366
	Sig	,037	,002	,000	,139	,000
	N	282	282	282	282	282
ontwikkeling BRP corop	Cor	,057	-,661	,083	,025	-,246
	Sig	,170	,000	,081	,334	,000
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling gemiddeld aantal m2 WVO per winkel	Cor	,089	-,079	-,063	,065	,042
	Sig	,067	,090	,143	,138	,238
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling parkeercapaciteit,	Cor	,005	-,032	-,011	-,050	,048
	Sig	,465	,295	,423	,197	,208
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling detailhandelsomzetten per m2	Cor	,087	-,270	-,105	-,036	-,227
	Sig	,070	,000	,038	,274	,000
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % leegstand 6 groepen (dus ook zak dienst etc)	Cor	-,101	-,099	,177	,120	,020
	Sig	,043	,047	,001	,021	,367
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % WVO binnenstad tov rest gemeente	Cor	,166	-,076	-,058	,098	,018
	Sig	,002	,100	,163	,049	,380
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % grijze druk	Cor	-,132	-,085	,000	-,113	,645
	Sig	,014	,077	,498	,030	,000
	N	281	281	281	281	281
ontwikkeling % filialen	Cor	,209	-,025	,050	-,027	-,325
	Sig	,000	,334	,198	,322	,000
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % wvo 15 km	Cor	-,038	-,032	-,033	,024	,032
	Sig	,259	,296	,288	,342	,296

	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling% dagelijkse voorzieningen	Cor	-,105	-,122	,018	,094	,033
	Sig	,038	,019	,381	,056	,291
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % mode&luxe	Cor	,101	,146	-,028	-,125	-,119
	Sig	,044	,007	,317	,017	,022
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % winkels vrije tijd	Cor	-,122	-,047	-,022	,019	-,140
	Sig	,020	,213	,358	,374	,009
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % winkels in/om huis	Cor	,152	,031	-,098	-,075	-,058
	Sig	,005	,302	,048	,102	,162
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % winkels detailhandel	Cor	,023	-,080	,013	-,075	,001
	Sig	,351	,088	,414	,101	,494
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling warenhuis 2 - 3	Cor	,000	,119	,000	,000	-,060
	Sig	,500	,022	,500	,500	,157
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling warenhuis > of gelijk aan 4	Cor	,084	-,111	-,014	-,014	,084
	Sig	,079	,030	,407	,406	,079
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling % horeca tov 6 groepen	Cor	-,032	-,010	-,066	,092	,133
	Sig	,292	,432	,131	,059	,012
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling cult voorz 16 - 30	Cor	,112	,069	-,019	,024	-,062
	Sig	,029	,124	,376	,341	,146
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling cult voorz 31 en meer	Cor	-,055	-,055	,073	-,117	,073
	Sig	,178	,178	,109	,024	,109
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling ontsp voorz 6 -10	Cor	-,038	,015	,068	-,011	-,064
	Sig	,263	,400	,126	,423	,140
	N	287	287	287	287	287
ontwikkeling ontsp voorz 11 en meer	Cor	,006	,048	,048	-,037	-,036
	Sig	,459	,207	,207	,267	,270
	N	287	287	287	287	287
DUMMIE0708	Cor	1	-,167	-,167	-,169	-,167
	Sig		,002	,002	,002	,002
	N	287	287	287	287	287
DUMMIE0809	Cor	-,167	1	-,167	-,169	-,167
	Sig	,002		,002	,002	,002
	N	287	287	287	287	287
DUMMIE0910	Cor	-,167	-,167	1	-,169	-,167

	Sig	,002	,002		,002	,002
	N	287	287	287	287	287
DUMMIE1011	Cor	-,169**	-,169**	-,169**	1	-,169**
	Sig	,002	,002	,002		,002
	N	287	287	287	287	287
DUMMIE1112	Cor	-,167**	-,167**	-,167**	-,169**	1
	Sig	,002	,002	,002	,002	
	N	287	287	287	287	287

Branchering

- + 00-Leegstand
- + 11-Dagelijks
 - + 11.010-Levensmiddelen
 - + 11.020-Persoonlijke Verzorging
- + 22-Mode & Luxe
 - + 22.030-Warenhuis
 - + 22.040-Kleding & Mode
 - + 22.050-Schoenen & Lederwaren
 - + 22.060-Juwelier & Optiek
 - + 22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar
 - + 22.080-Antiek & Kunst
- + 35-Vrije Tijd
 - + 35.100-Sport & Spel
 - + 35.110-Hobby
 - + 35.120-Media
- + 37-In/Om Huis
 - + 37.130-Plant & Dier
 - + 37.150-Bruin & Witgoed
 - + 37.160-Auto & Fiets
 - + 37.170-Doe-Het-Zelf
 - + 37.180-Wonen
- + 38-Detailh Overig
 - + 38.200-Detailhandel Overig
 - + 38.200.003-2Eh Diversen
 - + 38.200.013-2Eh Kleding
 - + 38.200.033-2Eh Boeken
 - + 38.200.140-Automatiek
 - + 38.200.153-Partijgoed
 - + 38.200.154-Legerdump
 - + 38.200.174-Feestartikel
 - + 38.200.225-Paramedisch
 - + 38.200.226-Hoortoestel
 - + 38.200.433-New Age
 - + 38.200.450-Smartshop
 - + 38.200.451-Growshop
 - + 38.200.468-Erotica
 - + 38.200.610-Souvenirs
 - + 38.200.905-Odd-Shops
 - + 38.200.910-Haarden/Kach
 - + 38.200.920-Natuursteen
 - + 38.200.950-Non-Food Ov
- + 45-Transp&Brand
 - + 45.203-Automotive
 - + 45.205-Brandstoffen
- + 59-Leisure
 - + 59.210-Horeca
 - + 59.220-Cultuur
 - + 59.230-Ontspanning
- + 65-Diensten
 - + 65.250-Verhuur
 - + 65.260-Ambacht
 - + 65.280-Financiële Instelling
 - + 65.290-Particuliere Dienstverlen

59-Leisure

- + 59.210-Horeca
 - + 59.210.123-Café
 - + 59.210.127-Koffiehuis
 - + 59.210.133-Coffeeshop
 - + 59.210.150-Discotheek
 - + 59.210.155-Seks/Nachtclubs
 - + 59.210.171-Fastfood
 - + 59.210.180-Bezorg/Halen
 - + 59.210.215-Grillroom/Sh
 - + 59.210.234-Hotel
 - + 59.210.235-Hotel-Rest
 - + 59.210.246-IJssalon
 - + 59.210.333-Lunchroom
 - + 59.210.392-Pannenkoeken
 - + 59.210.430-Café-Restaurant
 - + 59.210.434-Restaurant
 - + 59.210.465-Partycentrum
 - + 59.210.950-Horeca Ov
- + 59.220-Cultuur
 - + 59.220.075-Bibliotheek
 - + 59.220.081-Bioscoop
 - + 59.220.198-Galerie
 - + 59.220.318-Kunstuitleen
 - + 59.220.369-Museum
 - + 59.220.549-Theater
- + 59.230-Ontspanning
 - + 59.230.018-Amusementhal
 - + 59.230.020-Attractiepark
 - + 59.230.028-Casino
 - + 59.230.070-Beurs/tentoonstelling
 - + 59.230.078-Biljart/Pool
 - + 59.230.080-Binnenspeeltuin
 - + 59.230.102-Bowling
 - + 59.230.150-Dierentuin
 - + 59.230.200-Fitness
 - + 59.230.265-Kartbaan
 - + 59.230.285-Kegelen
 - + 59.230.290-Klimwand
 - + 59.230.295-Kunstijsbaan
 - + 59.230.310-Lasergame
 - + 59.230.570-Sauna
 - + 59.230.590-Skibaan
 - + 59.230.600-Wedkantoor
 - + 59.230.660-Zonbank
 - + 59.230.700-Zwembad
 - + 59.230.950-Amusement Ov

