

Survival of the fittest

Nederlandse binnensteden in een veranderend winkellandschap

Een onderzoek naar de invloed van sectorale variatie op de binnenstedelijke economie



Sanne Milou te Ronde

Survival of the fittest

Nederlandse binnensteden in een veranderend winkellandschap

Een onderzoek naar de invloed van sectorale variatie op de binnenstedelijke economie



Universiteit Utrecht

Faculty of Geosciences

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

Onderzoek titel: Survival of the fittest; Nederlandse binnensteden in een veranderd winkellandschap

Auteur: Sanne Milou te Ronde

Studentnummer: 405341

Begeleider UU: Han Olden

Begeleider a.s.r.: Bart Louw

Datum: 4 augustus 2014

Samenvatting

De positie van Nederlandse binnensteden staat onder druk. Het aantal spenderende bezoekers in de binnensteden neemt af als gevolg van demografische ontwikkelingen, de opkomst van perifere winkellocaties en de stormachtige ontwikkelingen in de e-commerce. De economische recessie heeft de druk verder vergroot. Het toevoegen van nieuwe winkelmeters in de hoop meer bezoekers te trekken, lijkt niet de oplossing in het veranderende winkellandschap. Indien de ontwikkeling van binnensteden vanuit een evolutionair perspectief wordt gezien, dient de strategie van de binnensteden eerder gebaseerd te zijn op aanpassen, vernieuwen en transformeren. Maar welke binnensteden hebben de beste papieren om zich te evolueren tot toekomstbestendige binnensteden? Uitgangspunt van dit onderzoek is dat een toekomstbestendige binnenstad op twee samenhangende pijlers leunt, te weten een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor een diversiteit aan bedrijven en een aantrekkelijk winkelgebied.

Door middel van casestudy's in drie grote en drie middelgrote Nederlandse binnensteden is inzicht verkregen in de ontwikkelingen in de variatie van economische activiteiten en de economische ontwikkeling. Daarnaast is inzicht verkregen in de motieven van bezoekers om de binnensteden te bezoeken. Daarbij was de volgende onderzoeksvraag leidend:

“Welke ontwikkeling in sectorale variëteit laten Nederlandse binnensteden zien in de periode tussen 1996 en 2012 en welke invloed heeft deze ontwikkeling in het algemeen op de economie van binnensteden en, meer specifiek, op de aantrekkingskracht van de binnenstedelijke winkelgebieden?”

Het antwoord op deze vraag kan een belangrijke rol spelen bij beleidsmatige besluiten ten aanzien van de fysieke indelingen en het voorzieningenniveau van binnensteden. Daarnaast kunnen de resultaten van dit onderzoek behulpzaam zijn bij het maken van vestiging- en investeringsbeslissingen.

De belangrijkste conclusie van dit onderzoek is dat vitale steden bundels van diversiteit zijn. Binnensteden met een meer diverse economie laten een hogere groei in werkgelegenheid zien en zijn innovatiever. Daarnaast beschikken vitale binnensteden ook over een ruim winkelaanbod. Hoewel een ruim en gevarieerd aanbod van publiekstreckende voorzieningen in de grote binnensteden bijdraagt aan het aantrekken van meer winkelende bezoekers, wijzen de resultaten uit dat de aantrekkingskracht van binnenstedelijke winkelgebieden nog steeds in belangrijke mate wordt bepaald door het aanbod van winkels. In de middelgrote binnensteden waar meer doelgericht wordt gewinkeld, verhoogt een ruim winkelaanbod de aantrekkingskracht van het winkelgebied. In de grote binnensteden waar meer recreatief wordt gewinkeld, wordt een ruim en gevarieerd winkelaanbod op prijs gesteld door de bezoekers.

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding.....	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Doel van het onderzoek.....	7
1.3 Probleemstelling en deelvragen.....	8
1.4 Maatschappelijke relevantie	8
1.5 Opbouw van het onderzoek.....	9
2. De ontwikkeling van Nederlandse binnensteden sinds de jaren vijftig	11
2.1. Inleiding.....	11
2.2 De evolutie van binnensteden sinds de jaren vijftig	11
2.3 De veranderende winkelfunctie van binnensteden	14
2.4 Slotbeschouwing	18
3. Een evolutionaire benadering van binnensteden	20
3.1 Inleiding.....	20
3.2 Het functioneren van binnenstedelijke winkelgebieden	20
3.2.1 Centrale Plaatsen Theorie van Christaller	20
3.2.2 Upward hierarchical movement.....	22
3.2.3 Het einde van de functionele hiërarchie?	22
3.3 De economische groei in binnensteden.....	23
3.4 De evolutionaire benadering van stedelijke ontwikkeling	25
3.5 Slotbeschouwing en conceptueel model	26
4. Methodologie.....	29
4.1 Inleiding.....	29
4.2 Selectie onderzoekseenheden	29
4.3 Onderzoeksmethoden.....	30
4.3.1 Variëteit en de aantrekkelijkheid van de binnenstad als vestigingsmilieu voor bedrijven ..	30
4.3.2 Variëteit en de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden	32
4.4 Dataverantwoording	33
4.4.1 LISA.....	33
4.4.2 Locatus	33
4.4.3 CBS	33

4.4.4 Eigen data.....	34
5. De economische ontwikkeling in de binnensteden	36
5.1 Inleiding.....	36
5.2 Variëteit in de binnensteden tussen 1996 en 2012	36
5.2.1 Kerngegevens binnensteden.....	36
5.2.2 Mate van sectorale variëteit in binnensteden	37
5.3 Ontwikkeling in werkgelegenheid in de binnensteden in de periode 1996-2012.....	47
5.4 Aandeel nieuwe bedrijven in de binnensteden in de periode 1996-2012	48
5.5 Samenvatting en conclusies	50
6. Motieven voor het bezoek aan binnensteden	53
6.1 Inleiding.....	53
6.2 Resultaten enquête.....	53
6.2.1 Algemene kenmerken bezoekers.....	53
6.2.2 Gebruik van de binnenstad	53
6.2.3 Gedrag van bezoekers met als hoofdmotief winkelen.....	56
6.2.4 Gedrag bezoekers met een ander hoofdmotief dan winkelen	58
6.3 Samenvatting resultaten en conclusie	60
7. Conclusies en aanbevelingen	63
7.1 Inleiding.....	63
7.2 Variëteit en een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor bedrijven	63
7.3 Variëteit en de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden	64
7.4 De binnenstad van de toekomst	64
7.5 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek	65
Literatuurlijst.....	67
Bijlage I plattegrond met segmentatie verdeling binnensteden (Locatus)	70
Bijlage II Selectie onderzoekseenheden.....	77
Bijlage III SBI Codering van het CBS (versie 2013).....	79
Bijlage IV Enquête vragen	81
Bijlage V Uitkomsten Enquête.....	86

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Van oudsher zijn historische kernen van steden plaatsen voor economische, culturele en bestuurlijke activiteiten. Anders dan in bijvoorbeeld de Verenigde Staten hebben de Nederlandse binnensteden nog steeds een multifunctioneel karakter en heeft het strikte ruimtelijke ordeningsbeleid in Nederland het uithollen van stadscentra voorkomen (Seip, 1999, p. 11-18). Hoewel de Nederlandse binnensteden hun centrumfunctie tot op heden hebben weten te behouden, doet zich een aantal structurele ontwikkelingen voor op demografisch, maatschappelijk en economisch gebied die op lange termijn de positie van de Nederlandse binnensteden kunnen bedreigen (Van Oort, et.al. 2010). Als gevolg van de stagnerende economie zijn bijvoorbeeld veel binnenstedelijke herstructureringsprojecten uitgesteld of afgelast, de kantorenmarkt gaat al jaren gebukt onder de last van overcapaciteit en de woningmarkt verkeert in een impasse. Eén van de grootste bedreigingen van de binnensteden doet zich echter voor op de winkelmarkt.

De winkelfunctie wordt veelal beschouwd als de belangrijkste functie van een binnenstad (o.a. Atzema et al, 2012, p. 3, Nozeman et al, 2012, Evers et. al., 2011). Zonder winkelfunctie zou de binnenstad voor veel bezoekers niet interessant zijn. De aantrekkingskracht van binnensteden als winkelgebied neemt evenwel af als gevolg de toenemende populariteit van goed bereikbare perifere winkellocaties en de explosieve groei van de e-commerce (Nozeman et. al., 2012). Dit gaat ten koste van de omzet van fysieke winkels en de leegstand neemt, met name in middelgrote en kleinere binnensteden, toe (Molenaar, 2014 en JLL, 2013). Daarnaast heeft de populariteit van binnenstedelijke winkelgebieden te lijden onder de vergroving van de detailhandelstructuur. Door de opkomst van grote internationale ketens en de toenemende filialisering is er veel overlap in aanbod. Marlet (2009) beschrijft in zijn boek *'De aantrekkelijke stad'* hoe de Nederlandse winkelstraten zijn veranderd in een eenheidsworst aan winkelketens. De afnemende populariteit van binnensteden als gevolg van een gebrek aan onderscheidend vermogen wordt versterkt door de toenemende populariteit van online winkelen. Waarom een voorspelbare binnenstad bezoeken als men ook kan winkelen vanuit de luie stoel waar en wanneer men maar wil.

Gelet op bovenstaande ontwikkelingen kan men zich afvragen hoe belangrijk de winkelfunctie nog is en zal blijven voor de Nederlandse binnensteden. Moeten steden aan de traditionele winkelgebieden een nieuwe invulling geven om zich te kunnen wapenen tegen de effecten van deze retailrevolutie?

De verwachting is dat de functie van binnenstedelijke winkelgebieden steeds meer zal verschuiven richting het aanbieden van een aangename verblijfsplek en verbreding van het bezoekdoel (Molenaar, 2011, p. 62 en Nozeman et. al., 2012, p. 56). Een belangrijke aanname die aan deze ontwikkeling ten grondslag ligt, is dat de aantrekkingskracht van een binnenstedelijk winkelgebied wordt vergroot door een gevarieerd aanbod van (publieksgerichte) stedelijke voorzieningen, met name horeca, belevingsindustrie en kantoren (Nozeman et. al., 2012, p. 208, Butink, 2013).

Een gevarieerd aanbod van stedelijke voorzieningen zou niet alleen voor de retailmarkt tot een economische impuls kunnen leiden. De relatie tussen sectorale variatie in een bepaalde (stedelijke)

regio en economische groei wordt al langer gelegd in de (economisch geografische) literatuur. Zou dit voor binnensteden ook opgaan? Zijn binnensteden met een gevarieerde economische structuur economisch succesvoller dan steden met minder variatie en op die manier beter bestand tegen de veranderende marktomstandigheden?

1.2 Doel van het onderzoek

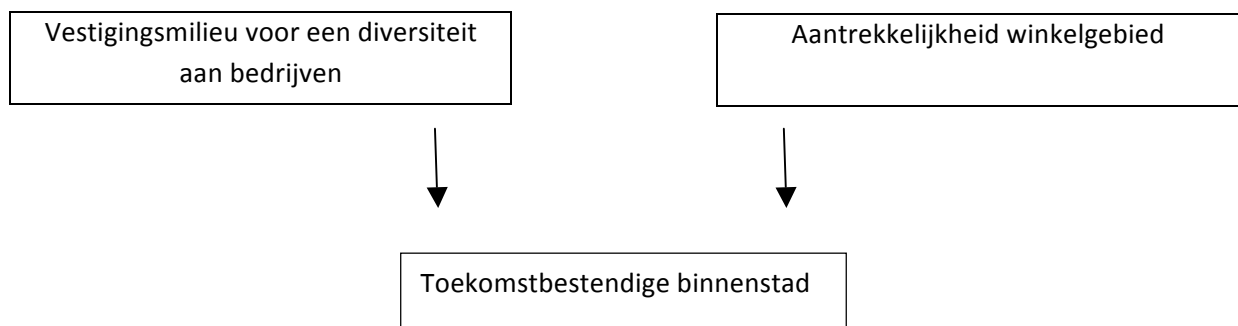
In dit onderzoek wordt er vanuit gegaan dat een toekomstbestendige binnenstad op twee samenhangende pijlers leunt, te weten (1) een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor een diversiteit aan bedrijven en (2) een aantrekkelijk winkelgebied.

In de literatuur en onder beleidsmakers wordt verondersteld dat vitale, succesvolle binnensteden een gevarieerde structuur hebben waarbij de verschillende functies elkaar aanvullen, versterken en voldoende vernieuwing plaatsvindt (Marlet, 2009). Anderen, waaronder Atzema et. al. (2012) menen dat niet variatie, maar concentratie van aantrekkelijke banen, economische groei aanwakkert.

Het doel van dit onderzoek is om meer inzicht te verkrijgen in de veronderstelde relatie tussen variatie en economische groei in binnensteden. In zes Nederlandse binnensteden (Amersfoort, Den Haag, Delft, Gouda, Rotterdam en Utrecht) wordt aan de hand van beschikbare data uit verschillende databases een gedetailleerd en kwantitatief onderbouwd overzicht gegeven van de ontwikkelingen in de concentratie en variatie van economische activiteiten in zes binnensteden. Daarnaast wordt een overzicht gegeven van de ontwikkelingen in werkgelegenheid en bedrijvigheid in de binnensteden.

Naast een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor bedrijven is het voor binnensteden – vooral in de veranderende winkelmarkt – van wezenlijk belang om voldoende spenderende bezoekers aan te trekken. Een gevarieerde binnenstad zou ook de aantrekkelijkheid van het winkelgebied verhogen. Met behulp van enquêtes wordt onderzocht in hoeverre variatie in de zes geselecteerde binnensteden van invloed is op de motieven van bezoekers om de binnensteden te bezoeken. Figuur 1.1 geeft de twee componenten in dit onderzoek systematisch weer.

Figuur 1.1 onderzoekswaerergave (bron: eigen bewerking)



1.3 Probleemstelling en deelvragen

In dit onderzoek staat de volgende probleemstelling centraal:

Welke ontwikkeling in sectorale variëteit laten Nederlandse binnensteden zien in de periode tussen 1996 en 2012 en welke invloed heeft deze ontwikkeling in het algemeen op de economie van binnensteden en, meer specifiek, op de aantrekkingskracht van de binnenstedelijke winkelgebieden?

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. *Hoe hebben Nederlandse binnensteden en hun winkelfunctie zich sinds de jaren vijftig ontwikkeld?*
2. *Hoe functioneren binnenstedelijke winkelgebieden en welke invloed heeft variatie hierop?*
3. *Welke economische en geografische theorieën verklaren het effect van variëteit op regionaal-economische groei?*
4. *Hoe heeft de sectorale variëteit in de onderzochte binnensteden zich ontwikkeld tussen 1996 en 2012?*
5. *Hoe heeft de werkgelegenheid en de bedrijvigheid zich ontwikkeld in de onderzochte binnensteden in de periode tussen 1996 en 2012?*
6. *Wat zijn de belangrijkste motieven van bezoekers om de onderzochte binnensteden te bezoeken?*
7. *Welke rol speelt variëteit in de onderzochte binnensteden bij de keuze van de bezoekers om de binnenstad te bezoeken?*
8. *Welke binnensteden lijken op basis van de uitgevoerde analyses nu en in de toekomst het meest aantrekkelijk voor bezoekers en winkeliers?*

De deelvragen 1 t/m 3 komen aan bod in hoofdstuk 2 en 3 en dienen ter afbakening van het theoretisch kader en het onderzoeksontwerp voor het onderzoek. De deelvragen 4 t/m 7 komen aan bod bij de bespreking van de resultaten van het onderzoek in hoofdstuk 5 en 6. De deelvraag 8 komt aan de orde in hoofdstuk 7 waar de conclusie aan bod komt.

1.4 Maatschappelijke relevantie

De onderzoeksresultaten die uiteindelijk verkregen worden, zijn interessant voor diverse partijen, waaronder beleidsmakers, retailers, projectontwikkelaars en vastgoedbeleggers.

Er is reeds veel onderzoek verricht naar de veronderstelde positieve economische effecten van een hoge mate van variatie in bedrijvigheid in een bepaalde (stedelijke) regio, maar op het analyiseniveau van binnensteden is nog weinig (kwantitatief) onderzoek uitgevoerd (zie hierover Weteringen et al, 2007). Daarnaast is weinig inzicht in de vraag in hoeverre variatie in binnensteden de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden verhoogt.

In dit onderzoek wordt de binnenstad vanuit evolutionair oogpunt beschouwd als selectieomgeving die zich via selectie en mutatie dient aan te passen aan veranderende (markt)omstandigheden, waaronder de opkomst van de e-commerce en de concurrentie met perifere winkellocaties. De veronderstelling is dat de binnensteden met een gevarieerde sectorale structuur zich beter kunnen aanpassen aan de veranderende marktomstandigheden en het economisch beter doen. Om te

kunnen onderzoeken of deze veronderstelling juist is, wordt kwantitatief onderzoek uitgevoerd in zes Nederlandse binnensteden. Aan de hand van de beschikbare data uit verschillende databases, waaronder LISA en Locatus, wordt een onderbouwd overzicht verschaft van de ontwikkelingen in variatie van economische activiteiten enerzijds en de ontwikkelingen in de werkgelegenheid en bedrijvigheid anderzijds. Hierbij wordt uitgegaan dat de ontwikkelingen in werkgelegenheid en bedrijvigheid de economische vitaliteit van de binnensteden weerspiegelt.

Vervolgens komen de bezoekmotieven aan de orde. Hiermede moet antwoord worden gegeven op vragen als: Dient er een mix te zijn van bedrijven, winkels, horeca en belevingsindustrie? En draagt een gevarieerd aanbod bij aan de winkelfunctie van een binnenstad? Of is dit juist niet het geval? In dit onderzoek wordt onder ander met behulp van een enquête getracht de bezoekersmotieven in kaart te brengen en meer duidelijkheid te verschaffen over de vraag in hoeverre sectorale variatie in binnensteden van belang is voor de bezoeker en bijdraagt aan de winkelfunctie van binnensteden. Dit inzicht kan een belangrijke rol spelen bij beleidsmatige besluiten ten aanzien van de fysieke indelingen en het voorzieningenniveau van binnensteden. Daarnaast kunnen de resultaten van dit onderzoek behulpzaam zijn bij het maken van vestigings- en investeringsbeslissingen. Omdat in de toekomst het kwalitatieve aspect van beleving naar verwachting in toenemende mate van invloed zal zijn op de aantrekkelijkheid van een binnenstedelijk winkelgebied, zullen de traditionele manieren van het waarderen van winkelvastgoed, bijvoorbeeld op basis van winkeloppervlakten of passantenstromen, niet langer alles bepalend zijn. Inzicht in andere factoren die van invloed kunnen zijn op de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden is dan ook voor deze partijen, waaronder de opdrachtgever van dit onderzoek, a.s.r. vastgoed vermogensbeheer, van groot belang a.s.r. vastgoed vermogensbeheer is zich bewust van de kansen en bedreigingen waarmee binnensteden in het huidige klimaat te maken hebben en tracht door middel van onderzoek inzicht te krijgen in de posities van binnensteden om vervolgens de juiste investeringsbeslissingen te kunnen nemen. Al eerder is in opdracht van a.s.r. vastgoed vermogensbeheer een onderzoek uitgevoerd naar de aantrekkelijkheid van binnensteden voor beleggers (Butink, 2013). In vervolg op het onderzoek van Butink (2013) waarin meer in het algemeen onderzoek werd gedaan naar factoren die van invloed kunnen zijn op de aantrekkelijkheid van binnensteden, wordt in dit beschrijvende onderzoek specifiek ingegaan op de rol van variatie in bedrijvigheid op de economische vitaliteit en aantrekkelijkheid van de binnensteden.

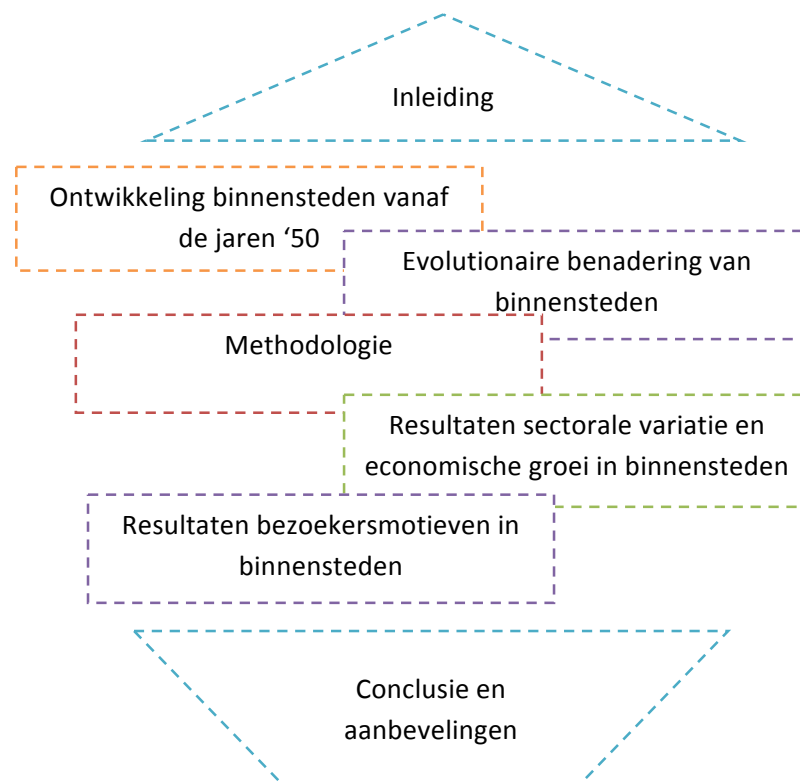
1.5 Opbouw van het onderzoek

Na dit inleidende hoofdstuk wordt in hoofdstuk 2 de ontwikkeling van Nederlandse binnensteden sinds de jaren vijftig beschreven. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar de veranderende winkelfunctie van binnensteden. Hoofdstuk 3 gaat vervolgens in op de evolutionaire benadering van binnensteden. Na een korte inleiding in paragraaf 3.1 wordt in paragraaf 3.2 ingegaan op het functioneren van binnenstedelijke winkelgebieden en op de relatie tussen variatie in binnensteden en economische groei (paragraaf 3.3). Vervolgens komen de evolutionaire theorie en de evolutionaire betekenis van variatie in binnensteden aan bod (paragraaf 3.4). Het resultaat van de theoretische beschouwingen is vervolgens samengevat in een conceptueel model dat in paragraaf 3.5 wordt weergegeven.

In hoofdstuk 4 wordt de methodiek van het onderzoek beschreven. Beginnend met een korte inleiding, wordt vervolgens ingegaan op de onderzoeksmethode van het eerste en het tweede deel van het onderzoek. Tot slot wordt een beschrijving gegeven van de gebruikte data. In hoofdstuk 5 en 6 worden achtereenvolgens de resultaten van het eerste en het tweede deel van het onderzoek besproken met achter ieder hoofdstuk een korte conclusie. In hoofdstuk 7 wordt aan de hand van de onderzoeksresultaten de vooraf gestelde hypothesen aangenomen of verworpen. Het hoofdstuk wordt afgesloten met aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

In figuur 1.2 wordt bovengenoemde opbouw van het onderzoek schematisch weergegeven.

Figuur 1.2 Opbouw van het onderzoek (bron:eigen bewerking)



2. De ontwikkeling van Nederlandse binnensteden sinds de jaren vijftig

2.1. Inleiding

De winkelfunctie van Nederlandse binnensteden wordt veelal gezien als de belangrijkste functie van binnensteden en zal voor een belangrijke mate bepalend zijn voor de verdere ontwikkeling van binnensteden. Deze functie staat echter onder druk door verschillende factoren, waaronder een afvlakkende bevolkingsgroei, de opkomst van e-commerce en de economische crisis die ons land sinds 2008 in haar greep houdt (Nozeman et. al., 2012, p. 48). Het veranderende winkellandschap vraagt niet alleen aanpassing van de retailers, maar ook van de binnensteden. Zij zien de ontwikkelingen in het winkellandschap terug in een dalend aantal bezoekers en een toenemende leegstand. De verwachting is echter dat niet alle binnensteden zich even goed kunnen aanpassen aan deze transitie (ING Economisch Bureau, 2014). Maar welke binnensteden hebben de beste papieren om zich te kunnen aanpassen?

In dit onderzoek wordt de ontwikkeling van binnensteden gezien vanuit een evolutionaire benadering. Daarbij wordt uitgegaan dat binnensteden die zich het beste kunnen aanpassen aan veranderende marktomstandigheden het meest succesvol zijn. Padafhankelijkheid speelt daarbij een belangrijke rol. Met padafhankelijkheid wordt in de evolutionaire theorie bedoeld op het feit dat het verleden een rol speelt bij de ontwikkelingen in de toekomst. De afgelopen tientallen jaren is het verleden dan ook sterk bepalend geweest bij de evolutie van binnensteden en voor de toekomstperspectieven. Kijken naar de toekomst is terugkijken naar het verleden (zie hierover o.a. Atzema et. al., 2012, Boschma et. al., 2012). Dit onderzoek vangt derhalve aan met een overzicht van de ontwikkeling van binnensteden vanaf de jaren vijftig (paragraaf 2.2). In paragraaf 2.3 wordt stil gestaan bij de veranderende winkelfunctie van binnensteden. Dit hoofdstuk wordt in paragraaf 2.4 afgesloten met een slotbeschouwing.

2.2 De evolutie van binnensteden sinds de jaren vijftig

Functionele hiërarchie in de na-oorlogse periode

De periode na de Tweede Wereldoorlog stond vooral in het teken van wederopbouw van de steden en het winkelbestand. Tot halverwege de jaren vijftig van de vorige eeuw werden binnensteden gemoderniseerd zonder al te veel aanpassingen aan de bestaande historische structuur van een binnenstad. De sterke groei van het autobezit in de loop van de jaren vijftig leidde echter tot diverse infrastructurele doorbraken om de binnensteden bereikbaar te houden (Seip, 1999, p. 27-28). Daarnaast vonden als gevolg van een sterke bevolkingsgroei op grote schaal stadsuitbreidingen plaats. De stadsuitbreidingen verliepen volgens de destijds heersende stedenbouwkundige principes. Centraal stond de scheiding van de verschillende stadsfuncties en de hiërarchische opbouw van nieuwe stadsdelen. De stadsdelen bestonden uit wijken, die vervolgens weer bestonden uit buurten. Ook de winkelvoorzieningen werden aan deze structuur gekoppeld. De centrale plaatsentheorie van de Duitse geograaf Christaller (1933) is hierbij leidend (Nozeman, 2012, p. 26-27). Deze theorie komt later in dit onderzoek nog uitgebreid aan de orde.

De eerste winkelcentra in Nederland zijn nog eenvoudig van opzet en bevinden zich conform Christallers theorie in zowel het stadsdeelcentrum als in wijkcentra en buurtcentra. Door de komst van kleine winkelcentra in de wijk- en buurtcentra waarin alle dagelijkse boodschappen gedaan kunnen worden, maken de kruidenier en de slager in de hoofdcentra geleidelijk plaats voor niet-dagelijkse aanbieders, zoals warenhuizen en kledingwinkels. Vanaf eind jaren zestig ontstonden bijvoorbeeld overdekte winkelcentra om de consument maximaal winkelcomfort te bieden tijdens het recreatief winkelen, ook in de winter. In die tijd ontstaat ook de professionele commerciële vastgoedmarkt. Institutionele beleggers beginnen met het aankopen van winkelcentra als vastgoedbelegging (Nozeman et. al., 2012, p. 26-36). Als gevolg van de schaalvergroting maakten bestaande multifunctionele woon- en winkelgebouwen plaats voor monofunctionele gebouwen, waarbij het winkelen de boventoon voerde.

Cityvorming

In de jaren zestig kwamen verschillende grootschalige binnenstedelijke projecten van de grond waarbij de historische structuur van de binnensteden ingrijpend werden veranderd. Bestaande gebouwen werden afgebroken en maakten plaats voor nieuwe gebouwen. Met betrekking tot winkels werd gekozen voor horizontale schaalvergroting terwijl voor kantoren gekozen werd voor hoogbouw. Een goed voorbeeld van zo'n ingrijpende verandering in de historische structuur van een binnenstad is de komst van Hoog-Catharijne in Utrecht. Niet alleen in Utrecht, maar in steeds meer steden ontstonden monofunctionele gebouwen en gebieden met een duidelijk onderscheid tussen winkelgebieden en kantoorgebieden. Deze functiescheiding is een belangrijk kenmerk van het proces dat wordt beschreven als cityvorming (Seip, 1999, p. 28, Atzema et. al., 2012, p. 4). Schaalvergroting en verdringing van de woonfunctie zijn de belangrijkste kenmerken van het cityvormingsproces in de jaren zestig. In deze periode werden op grote schaal woningen in de binnensteden afgebroken om plaats te maken voor kantoren en winkels. Het inwoneraantal van diverse binnensteden loopt als gevolg van dit proces terug en de levendigheid van binnensteden neemt buiten de kantoor- en winkeltijden af. De afname van binnenstedelijk wonen hing samen met de slechte kwaliteit van de woningvoorraad in de binnensteden en de suburbanisatie-golf die in de jaren zestig op gang kwam (Seip, 1999, p. 28).

Stadsvernieuwing

In de jaren zeventig veranderde de visie op binnensteden en nam de weerstand tegen cityvorming toe. Behoud en bescherming van het bestaande werd belangrijk. Grote vernieuwingsprojecten verloren hun populariteit en de woonfunctie van steden werd weer belangrijk. Omdat de trek van huishoudens uit de steden mede werd veroorzaakt door kwaliteitsproblemen in de woningvoorraad, kwam in de jaren zeventig de stadsvernieuwing sterk op gang (Atzema et. al., 2012). Veel aandacht werd besteed aan een prettige omgeving door middel van woningvernieuwing en het creëren van ontmoetingsplaatsen in de binnensteden. Het primaat van binnensteden lag niet langer bij de economische functie. Veel bedrijven uit de secundaire sector (de maakindustrie) en kantoren verlieten de binnenstad. Op veel voormalige binnenstedelijke bedrijventerreinen werden woonwijken gebouwd. Als gevolg hiervan ontstond er een verschuiving van een productgeoriënteerde binnenstad naar een consumptiegerichte binnenstad (Atzema et. al., 2012, p. 5, Seip, 1999, p. 29).

Het woonbeleid in de jaren tachtig

Het woonbeleid in de jaren tachtig kenmerkte zich door een tweedeling. In de eerste helft van de jaren tachtig werd het woningbouwbeleid als gevolg van een recessie bijgesteld en werden minder woningen gebouwd. Daarnaast werd duidelijk dat het bouwen van woningen in groeikernen leidde tot verkeersproblemen omdat het werken het wonen niet volgde naar de nieuwe concentraties van woningen. De compacte stad werd uitgangspunt van het beleid. Bouwen in de stad en aan de randen van steden kreeg prioriteit.

In de tweede helft van de jaren tachtig wilden steden, mede als gevolg van de aantrekkende economie, de economische functie weer versterken. Motief hiervoor was de voorgenomen eenwording van Europa. Steden wilden kunnen concurreren met andere Europese steden door het realiseren van toplocaties voor wonen en werken, gecombineerd met hoogwaardige andere stedelijke voorzieningen. Een belangrijk onderdeel in dit proces was de opkomst van de VINEX wijken aan de rand van de steden. Daarnaast nam de populariteit van, veelal luxe, appartementen in de binnensteden toe (Atzeman et. al., 2012, p. 5 en Nozeman et. al. 2012, p.41-43). Het accent op stadsvernieuwing, waaraan in de jaren zeventig veel aandacht was besteed, verschoof in de tweede helft van de jaren tachtig naar de economische ontwikkeling van binnensteden. Na een periode van economische recessie werd de binnenstad gezien als de motor van de economie (Seip, 1999, p. 30).

Hernieuwde belangstelling voor binnensteden

De toenemende aandacht voor de ontwikkelingsmogelijkheden van binnensteden begin jaren negentig paste goed in het *compactestadsbeleid*. Door middel van dit beleid trachtte de overheid de extensivering van het stedelijk grondgebruik tegen te gaan. Uitbreiding van stedelijke activiteiten diende zoveel mogelijk in het bestaande stedelijke gebied plaats te vinden. Dit beleid heeft geleid tot dat, in combinatie met de door de-industrialisatie vrijgekomen gebieden in binnensteden, steden min of meer gedwongen werden te kijken naar centraal gelegen locaties met een hoog potentieel aan ontwikkelingskansen (Seip, 1999, p. 30).

Door het verlies van industriële activiteiten en de nieuwbouw op centrale locaties hadden veel steden hun eigen karakter verloren. Een voorbeeld is bijvoorbeeld Rotterdam, die door het verlies van havenactiviteiten en de (overigens succesvolle) ontwikkeling van de Kop van Zuid iets 'typisch' Rotterdams verloor. Ook de toenemende filialisering in binnensteden droegen er aan bij dat veel binnensteden hun identiteit verloren. Binnensteden gingen steeds meer op elkaar lijken en de concurrentie tussen steden nam toe (Seip, 1999, p. 32).

Als gevolg van de toenemende uniformiteit nam de belangstelling voor kunst, cultuur en levendigheid in de binnensteden toe. Een belangrijk doel was daarbij het aantrekken van meer bezoekers, in de veronderstelling dat ook andere binnenstadsactiviteiten hiervan zouden profiteren. Het toenemende belang van vermaak in de binnensteden uitte zich ook in een duidelijke groei van horeca en terrassen. Daarnaast ging de kwaliteit van de leefomgeving een steeds belangrijker rol spelen. Binnensteden transformeerden van een productiecentra tot consumptiecentra (Seip, 1999, p. 32, Marlet, 2009, p. 44).

Een andere factor die bijdroeg aan de toenemende aandacht voor stedelijke attracties was de terugkeer van jonge en hoog opgeleide mensen naar de stad. De stedelijke attracties waren in de jaren zestig en zeventig niet *mee-gesuburbaniseerd*, terwijl de voorkeur voor deze attracties wel bleef bestaan (Glaeser et. al., 2001). In de wetenschappelijke literatuur ontstond een toenemende aandacht voor het effect dat de terugkeer van deze groep mensen zou hebben op de

binnenstedelijke economie. Marlet (2009) betoogde in zijn proefschrift *De aantrekkelijke stad* dat binnensteden met een hoog voorzieningenniveau meer hoogopgeleide mensen aantrekken waardoor de werkgelegenheid sneller zou groeien. Ook in publicaties van Glaeser (2011) en Florida (2002) werd betoogd dat steden met veel voorzieningen aantrekkelijker zouden zijn en het economisch beter doen.¹ Onder invloed van deze publicaties staat vandaag de dag de ontwikkeling van de binnenstad in veel stedelijke gemeenten hoog op de agenda. Op grote schaal wordt geïnvesteerd in een aantrekkelijke, gevarieerde binnenstad in de hoop hoogopgeleiden en creatievelingen te kunnen aantrekken, die op hun beurt de binnenstad een economische impuls moeten geven (Atzema et. al., 2012, p. 7). Een andere belangrijke reden voor de aandacht voor het versterken van de centrumfunctie van steden, is de afnemende populariteit van binnenstedelijke winkelgebieden als gevolg van veranderingen in het winkellandschap (ING, 2014). In de volgende paragraaf wordt hierop dieper ingegaan.

2.3 De veranderende winkelfunctie van binnensteden

De opkomst van winkels buiten de functionele hiërarchie

Zoals in de vorige paragraaf al aan de orde kwam, stond de periode na de Tweede Wereld oorlog vooral in het teken van wederopbouw. Dit had ook betrekking op het winkelbestand dat door de oorlog verwoest was. In de vroeg-naoorlogse periode bestaat het winkelcentrumconcept nog niet in ons land. De allereerste winkelcentra die in Nederland in de jaren zestig ontstonden, waren nog eenvoudig van opzet en bevonden zich conform Christallers theorie in zowel het stadsdeelcentrum als wijkcentra en buurtcentra. De periode tussen 1965-1985 kenmerkte zich door een sterke groei van de bevolking en de welvaart. Dit leidde tot een sterke groei van winkels. In de periode 1968-1981 nam het verkoopvloeroppervlak zelfs met 70% toe. Het totaal aantal winkels bleef evenwel gelijk waardoor kan worden geconstateerd dat er sprake was van een forse schaalvergroting van bestaande winkels. Kleine winkels maakten plaats voor filiaalwinkels en het grootwinkelbedrijf (Nozeman et. al., 2012, p. 29). In het buitenland, met name in de Verenigde Staten, was het fenomeen perifere 'shoppingmall' succesvol. Ook in Nederland werden, mede als gevolg van ruimtegebrek, plannen gesmeed voor dergelijke perifere winkellocaties. De overheid vreesde echter voor een verstoring van de nauwkeurig geplande, fijnmazige structuur van het Nederlandse winkellandschap en stak hier een stokje voor. Uit de Tweede Nota Ruimtelijke Ordening daterend uit 1966 kan worden opgemaakt dat de overheid zich op het standpunt stelde dat het realiseren van perifere winkels, die concurrerend zijn met de bestaande detailhandel, aan banden moet worden gelegd. In de jaren zeventig kwam er iets meer ruimte voor perifere ontwikkelingen. Het Perifere Detailhandel vestigingsbeleid (PDV uit 1973) maakte het mogelijk grootschalige winkels te realiseren zolang deze winkels een complementair aanbod hebben ten opzichte van de bestaande detailhandel in de binnensteden. Het beleid beperkte zich in eerste instantie tot detailhandel in auto's, boten, caravans en tuincentra, bouwmarkten en meubelzaken. (Atzema et. al., 2012, p. 10, Nozeman et. al., p. 33).

Eind jaren tachtig nam de druk op de binnensteden verder toe. Enerzijds groeide het aantal nieuwe winkelconcepten dat zich graag in de centrumgebieden wil vestigen, anderzijds hadden bestaande winkels in het centrum onder invloed van schaalvergroting behoefte aan nog grotere winkels. Als gevolg van de fijnmaziger detailhandel structuur waren de winkels in Nederland in vergelijking met

¹ Deze publicaties komen in hoofdstuk 3 nog uitgebreid aan de orde.

omringende landen relatief klein. Het beperkte aantal branches dat zich in de periferie mocht vestigen, werd uitgebreid. Het zogenaamde GDV-beleid maakte het mogelijk dat ook detailhandel in sport-, bruin- en witgoed, fietsen en speelgoed zich buiten de bestaande hiërarchie in dertien stedelijke knooppunten mochten vestigen.

De retailers vreesden voor de aantasting van de bestaande detailhandel structuur. De GDV-locaties zouden concurreren met de bestaande detailhandel en daarmee het draagvlak van de binnensteden aantasten. Deze vrees bleek later niet onterecht. In de jaren tachtig was ongeveer 30% van het winkelaanbod gevestigd buiten de traditionele binnenstedelijke winkellocaties. In 2005 is dit percentage opgelopen tot 45% en de verwachting is dat dit verder oploopt tot 50% in 2020 (Atzema et. al., 2012, p. 10).

De trek van winkels naar perifere locaties was niet enkel het gevolg van schaalvergroting, maar ook het gevolg van het veranderende koopgedrag van consumenten. De boodschappen werden niet langer alleen vanuit huis gedaan, maar vooral ook onderweg van werk naar huis of na afloop van een familiebezoek. Steeds meer kleinschalige gemak winkels vestigden zich buiten de bestaande winkelgebieden, zoals bij stations, vrijetijdsvoorzieningen of benzinestations (Atzema et. al., 2012, p.10 en Nozeman et. al., 2012).

Ondertussen groeide ook de vraag naar binnenstedelijke winkels. Na het kaalslaan van de bestaande bouw in de binnenstad van Utrecht voor de realisering van Hoog Catharijne, werd vanaf de jaren tachtig voorzichtiger omgegaan met de bestaande binnenstedelijke bebouwing. Talrijke unieke, historische binnenstedelijke panden kregen een herbestemming voor winkels en winkelcentra. Met de kennis van nu lijkt dit een goede keuze te zijn geweest. Het behouden van oude panden is niet alleen van maatschappelijk belang, maar is ook in economisch opzicht een succes gebleken. Een monumentale, historische omgeving wordt nu gezien als een belangrijk onderdeel van de winkelbeleving in binnensteden (Seip, 1999, p. 31, Nozeman et. al., 2012, p. 37).

De jaren negentig, met name de tweede helft, kenmerkte zich door een periode van economische hoogconjunctuur. 1994 was het begin van een periode van ongekende werkgelegenheidsgroei in Nederland (Marlet, 2009, p. 16). De verwachting was dat als gevolg van de groei van de bevolking en de toenemende economische activiteiten er gebrek aan ruimte zou ontstaan in de stedelijke gebieden. Achteraf blijkt dat de schattingen van het ruimtegebrek te optimistisch waren. Na de millenniumwisseling was de grootste groei in de economie er al weer uit. Vanaf 2005 komt er een einde aan de groei van detailhandel bestedingen. Na jarenlange groei is Nederland dusdanig dichtbewinkeld dat, in combinatie met een afvlakkende bevolkingsgroei, het toevoegen van rendabele nieuwe meters steeds moeilijker wordt. Bovendien lijkt, gelet op de ontwikkelingen in de e-commerce, ook minder behoefte aan al die meters (Nozeman et. al., 2012, p. 48). Deze structurele ontwikkelingen worden nog eens versterkt door de economische crisis die ons land en de rest van de wereld sinds 2008 in haar greep houdt. De verwachting is dat de vraag naar winkeloppervlakte de komende jaren sterk zal teruglopen (Atzema et. al., 2012). In het veranderende winkellandschap is kwaliteit belangrijker geworden dan kwantiteit. De laatste jaren lijkt kwaliteit vooral vertaald te worden in authenticiteit. Er is veel aandacht voor typische locale elementen en de specifieke historie van de stad. Bezoekers zijn op zoek naar binnensteden met dwaalmilieus met kleine gespecialiseerde winkels en horeca. In veel steden staat de wens tot (om)vorming van winkelcentra naar multifunctionele stedelijke gebieden hoog op de agenda (Nozeman et. al., 2012, p. 48).

Het nieuwe winkelen

Zoals hiervoor reeds aan de orde is gekomen is sinds 2005 een einde gekomen aan de decennialange groei van de detailhandel bestedingen en het aantal winkel(meter)s. De afvlakkende bevolkingsgroei, de inmiddels zeer hoge winkeldichtheid en de economische crisis die Nederland sinds 2008 in haar greep houdt, maken het nauwelijks rendabel nieuw winkeloppervlak toe te voegen. Daarbij hebben ook de snelle ontwikkelingen op gebied van e-commerce de groei van fysieke winkels een halt toegeroepen (Nozeman et al, 2012, p.53-55). Het fenomeen e-commerce is eind jaren negentig ontstaan en heeft in haar nog jonge bestaan een stormachtige groei doorgemaakt. De internetverkoop laten jaarlijkse groeicijfers van 10% of meer zien. Een recent onderzoek van ING onder een kleine 100 studenten, voornamelijk in de leeftijd van 18-25, laat zien dat twee derde verwacht in de toekomst (nog) meer online te kopen. Toch is de rol van de fysieke winkel volgens deze studenten niet uitgespeeld. Ruim negentig procent van de studenten vindt fysieke winkels meer 'beleving' bieden dan webshops. De consument van de toekomst wenst crosschannel te kunnen winkelen, oftewel een combinatie van online en offline aankopen doen (ING, 2014).

De toenemende populariteit van de e-commerce heeft ingrijpende gevolgen voor het Nederlandse winkellandschap (Platform 31, 2014). De mogelijkheid om aankopen online te doen betekent dat de consument in beginsel geen winkel meer nodig heeft. Het winkelcentrum is als het ware haar monopolie positie kwijt. Waar de consument voorheen letterlijk naar het winkelcentrum moest gaan om aankopen te doen, heeft de consument vandaag de dag de keuze om deze aankopen in een winkelcentrum of via internet te doen. Dit is wellicht het belangrijkste kenmerk van Het Nieuwe Winkelen (Nozeman et. al., 2012, p. 53-55). Door online winkelen is de machtspositie van de aanbieder naar de consument verschoven. De consument heeft de kennis en de macht en kan na vergelijkingen op internet bepalen of en bij welke (fysieke) winkel de aankoop wordt verricht. Molenaar (2011) beschrijft dit proces in zijn boek *Het einde van winkels* als de decompositie van het koopproces. Er is een functiesplitsing tussen informatie en koopmoment. De retailmarkt is als gevolg van de opkomst van online winkelen definitief veranderd. Dit betekent echter nog niet het einde van fysieke winkels. Deze zullen wel hun functies moeten herdefiniëren om te kunnen blijven bestaan. Dit geldt derhalve ook voor de binnensteden, waar veel fysieke winkels gevestigd zijn.

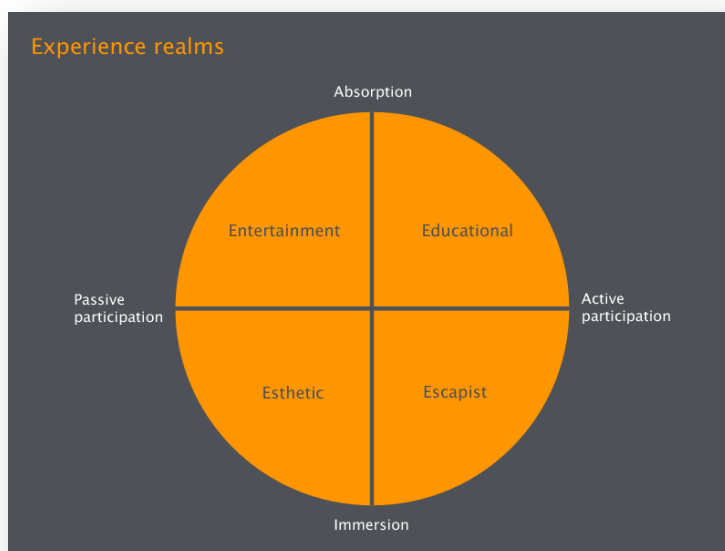
Bezoekersmotieven in een veranderend winkellandschap

Als gevolg van bovengenoemde ontwikkelingen in de winkelmarkt is er in toenemende mate sprake van leegstand. Vooral de kleine en middelgrote steden hebben te maken met leegstand (NVM-business, 2012). De leegstand doet zich vooral voor in zwakkere wijkcentra, buurtcentra en centra van kleine en middelgrote steden. De concurrentie tussen binnensteden en perifere winkellocaties en webwinkels neemt steeds meer toe. De functionele hiërarchie die decennialang de basis vormde voor het Nederlandse winkellandschap vraagt om aanpassing. In een markt die in kwantitatief opzicht is verzadigd, komt de vraag boven drijven welke kwaliteit kan worden toegevoegd aan bestaande winkellocaties (Nozeman, 2012, p. 56). Het antwoord op deze vraag wordt in eerste instantie gezocht in het toevoegen van beleving en entertainment aan winkelprojecten. In de praktijk blijkt dit echter niet altijd te leiden tot waardevermeerdering. De laatste jaren wordt kwaliteit vooral gezocht in beleving en authenticiteit. Het keuzeproces en de afwegingen die de consument maakt om ergens te gaan winkelen, speelt bij beleving een belangrijke rol (Nozeman et. al., 2012, p. 57, Platform 31, 2014).

Beleving kan in allerlei vormen geuit worden, zowel bij het verkopen van een product of bij het aanbieden van een dienst/service. De meest voorkomende branches of sectoren in binnensteden waar een vorm van beleving wordt gegeven is bij musea, schouwburgen, horeca en andere uitgaansgelegenheden. Deze sectoren vallen dan ook onder de belevingsindustrie (Marijnissen & Zijdeveld, 1999).

Een van de bekendste theorie over beleving is van Pine en Gilmore (1999). Zij zien beleving als het betrekken van de consument bij een activiteit, zodat de consument de betreffende activiteit niet snel zal vergeten. Pine en Gilmore onderscheiden vier domeinen waarin zij de mate van beleving classificeren; amusement, leren, esthetiek en ontsnapping (figuur 2.1). De consumentenbeleving is opgebouwd uit verschillende elementen binnen deze vier domeinen. De mate waarin de elementen van consumentenbeleving aanwezig zijn, hangt af van de verwachtingen van de consumenten. Een consument kan op zoek zijn naar vermaak of juist op zoek zijn naar een leerzame ervaring.

Figuur 2.1 De domeinen van beleving in de belevingseconomie (bron: Pine en Gilmore, 1999)



Naast de vier domeinen maken Pine en Gilmore ook onderscheid tussen passieve en actieve deelname. Een consument die op zoek is naar amusement en dit passief wil ondergaan, zal bijvoorbeeld zijn heil kunnen zoeken in een bioscoop. Een bezoek aan de historische binnenstad zou een vorm van passieve onderdompeling kunnen zijn. Juist op dit gebied kunnen binnensteden zich onderscheiden. Dit betekent echter wel dat steden regelmatig met nieuwe belevingsprojecten moeten komen om het unieke karakter te handhaven. Dit vergt nogal wat van binnensteden. Atzema (2012) stelt in het essay 'Kansen voor binnensteden in veranderende markten' de vraag of het winkelend publiek wel echt op zoek is naar beleving in de binnenstad. Ook Vink zet in zijn onderzoek *Van belevingswaarde naar beleggingswaarde* (2012) vraagtekens bij het belang van belevingswaarde. Hij concludeert in zijn onderzoek dat niet zozeer de mate van belevingswaarde van winkelcentra invloed uitoefent op de aantrekkingskracht van winkelcentra op consumenten, maar de omvang van het verzorgingsgebied (Vink, 2012, p. 58).

Hoewel regionale binding (de mate waarin de consument winkelt in zijn of haar eigen regio) van grote invloed is op de aantrekkingskracht van een binnenstedelijk winkelgebied, lijkt de invloed van deze factor voor bepaalde binnenstedelijke gebieden af te nemen. Uit een recent koopstromenonderzoek in de Randstad (2011) blijkt dat de regionale binding sinds 1999 afneemt, met name voor de niet-dagelijkse boodschappen. De kleinere gemeenten - onder de 100.000 inwoners - hebben hun bindingspercentages de afgelopen jaren flink zien dalen, terwijl aan de andere kant de grote steden juist te maken hebben met een forse toevloeiing van consumenten uit andere steden en regio's. Uit dit onderzoek volgt voor de niet dagelijkse boodschappen de veelheid aan winkels en de aanwezigheid van specifieke winkels de belangrijkste bezoermotieven waren. Daarna volgde het motief nabijheid/afstand. Nabijheid/afstand werd in vier van de vijf steden als belangrijker ervaren dan sfeer. Bezoekers zijn bereid verder te reizen voor een ruim en gevarieerd winkelaanbod. (Platform 31, 2014). Tabel 2.1 laat een overzicht zien van de belangrijkste bezoermotieven volgens het koopstroomonderzoek van de Randstad.

Tabel 2.1 Belangrijkste winkelmotieven Koopstromen onderzoek Randstad (Bron: I&O research (2011) en eigen bewerking)

Belangrijkste winkelmotieven Koopstromenonderzoek Randstad	
Compleetheid winkelaanbod	51%
Dicht bij huis	35%
Compleetheid aanbod artikelen	30%
Sfeer/uitstraling	21%
Bereikbaarheid per auto	15%

Ook uit een ander koopstromenonderzoek (2010) dat in Oost- Nederland is uitgevoerd, volgt dat bezoekers bereid zijn verder te reizen voor een ruim en gevarieerd winkelaanbod (I&O Research, 2010). Een onderzoek in de stadsregio Arnhem-Nijmegen laat eveneens het belang van het winkelaanbod zien. Ongeveer de helft van de ondervraagde bezoekers van de binnenstad gaf aan uitsluitend te komen om te winkelen. Als al gebruik werd gemaakt van andere stedelijke voorzieningen dan betrof dit vooral een combinatie van winkel- en horecabezook (Atzema et. al., 2012, p. 12).

2.4 Slotbeschouwing

Uit bovenstaande paragrafen volgt dat steden in de loop van de tijd aan verandering onderhevig zijn. Met name de veranderingen in de belangrijkste functie van binnensteden, de winkelfunctie, zullen van grote invloed zijn op de verdere ontwikkeling van binnensteden. Het is niet de verwachting dat de veranderingen zullen leiden tot de ondergang van een groot aantal steden, maar het vergt wel aanpassingsvermogen. Marlet (2009) merkt in dit verband in zijn boek "*De aantrekkelijke stad*" op dat het ook vreemd zou zijn dat steden, die verwoestingen door oorlogen, ziektes en hongersnoden hebben doorstaan, de recente *retailrevolutie* niet zouden overleven. Hij stelt voor om steden niet te begraven, maar om haar opnieuw te definiëren op basis van de functie die zij in het moderne Nederland vervullen.

Een regelmatig terugkerend onderwerp in de discussie over de noodzaak tot verandering is de uniformiteit van de winkelgebieden in de binnensteden. Door schaalvergroting, ketenvorming en formuleontwikkelingen is het winkelaanbod in de binnensteden verschaald en zijn de winkelgebieden in veel binnensteden op elkaar gaan lijken. Maar in hoeverre zijn binnensteden in staat om hun winkelfunctie aan te passen aan de veranderende marktomstandigheden en behoeften van bezoekers? De ontwikkeling van winkelgebieden verloopt in Nederland sinds de Tweede Wereldoorlog sterk planmatig volgens de leidende principes van fijnmazigheid en hiërarchie. Anno 2014 kan zelfs worden geconstateerd dat het Nederlandse winkellandschap in sterke mate wordt gedomineerd door winkelcentrumtypologieën die in de jaren vijftig zijn ontstaan. Dit zegt misschien iets over de kracht van de concepten uit die tijd, maar tegelijk is het de vraag in hoeverre deze historisch gegroeide concepten over binnensteden – gelet op de huidige ontwikkelingen - toekomstbestendig zijn. In het volgende hoofdstuk wordt dieper ingegaan op het functioneren van de Nederlandse detailhandel. Voorts zal dieper worden ingegaan op het gedachtegoed van de evolutionaire economie en de rol die variatie speelt bij economische groei.

3. Een evolutionaire benadering van binnensteden

3.1 Inleiding

In veel stedelijke gemeenten staat het bevorderen van de economie door het versterken van de centrumpositie hoog op de agenda (ING, 2014). Er wordt met name getracht meer spenderende bezoekers aan te trekken in de hoop de leegstand te verminderen en achteruitgang van de centrumgebieden te voorkomen. Volgens het rapport 'Winkelgebied 2025' van ING Economisch bureau (2014) zullen niet alle binnenstedelijke winkelgebieden de transitie overleven. Beleggers concentreren zich steeds meer op de toplocaties. Zij verwachten dat in Nederland de komende jaren maximaal vijftien tot twintig hoogwaardige koopconcentraties ontstaan in grotere (provinciale) steden. Oude steden maken hierbij meer kans dan jonge steden. Volgens de beleggers dient een winkelgebied gevarieerd, aantrekkelijk en spannend te zijn met bijvoorbeeld een gracht, cultuur en een museum. Maar welke rol speelt variatie nu precies bij de overlevingskansen van binnensteden en welke binnensteden hebben de beste papieren om deze transitie te overleven? Om deze vraag te kunnen beantwoorden is onder meer inzicht nodig in het functioneren van het winkelapparaat. In het vorige hoofdstuk is aan de orde gekomen dat de overheid een grote invloed uitoefent op het functioneren van het Nederlandse winkelapparaat. Maar er zijn ook andere krachten die hun invloed uitoefenen. In paragraaf 3.2 wordt ingegaan op het functioneren van binnenstedelijke winkelgebieden. Vervolgens wordt in paragraaf 3.3 dieper ingegaan op de relatie tussen variatie in binnensteden en economische groei. Daarbij komen ook de evolutionaire theorie en de evolutionaire betekenis van variatie in binnensteden aan bod (paragraaf 3.4). Het resultaat van de theoretische beschouwingen is een denkraam voor het onderhavige onderzoek samengevat in een conceptueel model dat in paragraaf 3.5 wordt weergegeven.

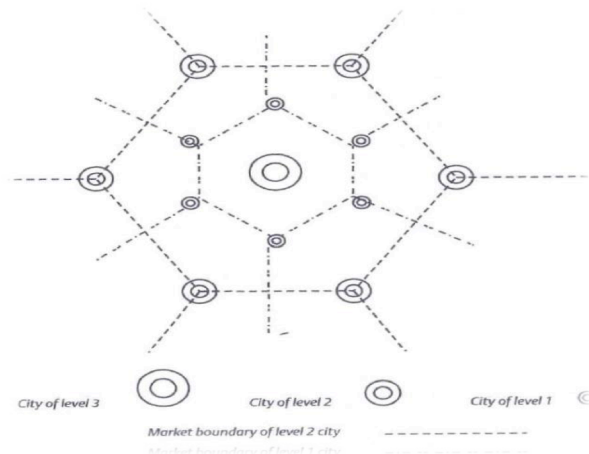
3.2 Het functioneren van binnenstedelijke winkelgebieden

3.2.1 Centrale Plaatsen Theorie van Christaller

In het vorige hoofdstuk is aan de orde gekomen dat de ontwikkelingen van winkelgebieden in Nederland sinds de Tweede Wereldoorlog sterk planmatig verloopt volgens de leidende principes van fijnmazigheid en hiërarchie. De Centrale Plaatsen Theorie van Christaller (1933) ligt aan de basis van deze planning (zie paragraaf 2.2). Christaller stelt in zijn locatietheorie dat, om een bepaald product rendabel te kunnen aanbieden, een bepaald vraagniveau noodzakelijk is. Het vraagniveau verschilt per artikel. Het aantal benodigde consumenten voor het aanbieden van alledaags benodigde artikelen zoals voedingsmiddelen is volgens Christaller lager dan artikelen die periodiek worden gekocht, zoals modeartikelen. Kort gezegd hebben volgens Christaller verschillende artikelen ook verschillende verzorgingsgebieden. Een exclusieve kledingzaak van "hoge orde" heeft een veel groter verzorgingsgebied nodig dan een bakker van "lage orde". Volgens Christaller ontstaan bepaalde type winkelcentra waarin winkels met overeenkomstige artikelen (met hetzelfde vraagniveau) gevestigd zijn. Christaller spreekt in dit verband over een functionele hiërarchie van winkelconcentraties. Bovenaan de piramide staat de 'centrale plaats van de eerste orde' met het grootste aantal winkels waarin naast alledaagse artikelen ook hoogwaardige periodiek benodigde artikelen te koop zijn. Deze centra hebben een aanvullende functie op de minder grote centrale

plaatsen welke op hun beurt weer een aanvullende functie hebben voor de kleinere centra met kleinere verzorgingsgebieden waarin slechts dagelijks noodzakelijke artikelen worden verkocht. Deze hiërarchie kan volgens Christaller zowel tussen als binnen steden worden toegepast waarbij in Nederland vooral binnensteden (kernwinkelcentra) aan de top van de hiërarchie staan (Bolt, 2003, 16-17).

Figuur 3.1 Centrale plaatsen theorie (bron: Bolt, 2003)



Aan het model van functionele hiërarchie gaat uit van een aantal veronderstellingen:

Allereerst is sprake van verschillende herkenbare typen koopgedrag: boodschappen doen en winkelen, soms aangevuld met doelgericht bezoek. De wensen en behoeften van consumenten spelen een belangrijke rol in de planologie. Klassiek is het onderscheid tussen boodschappen doen (run) en winkelen (fun), waaraan de laatste jaren doelgericht aankopen doen is toegevoegd. In de kern gaat het om het verschil tussen nut en plezier. Boodschappen doen is functioneel van aard en moet het liefst zo snel en comfortabel mogelijk gebeuren. Goede bereikbaarheid van winkels, een logische indeling en overzichtelijkheid zijn daarbij belangrijk. Als de consument gaat winkelen en uit is op vermaak dan wordt variatie belangrijk. De consument wil nieuwe dingen zien, rond kunnen dwalen en op ideeën worden gebracht (Gianotten en Haringsma, 2006, p. 48).

Daarnaast zijn winkelgebieden sterk gebonden aan het omliggende woongebied en hebben een min of meer geografisch af te bakenen primair verzorgingsgebied, bijvoorbeeld de eigen buurt of wijk. Tenslotte bestaat er een relatie tussen het aantal inwoners van het verzorgingsgebied, de aard van het overheersend koopgedrag, de grootte van het winkelgebied en de omzetspotentie (Gianotten en Haringsma, 2006).

In de praktijk blijkt de theorie van Christaller iets anders te werken dan op papier. Zo is er nergens ter wereld een volledig functionele hiërarchie van centra ontstaan en sluiten verzorgingsgebieden niet precies op elkaar aan, maar overlappen zij elkaar. Hoewel de praktijk minder eenvoudig blijkt te zijn dan de theorie, kan op basis van verschillen in vestigingsgedrag en consumentengedrag in Nederland wel degelijk van een functionele hiërarchie in winkelgebieden worden gesproken (Bolt, 2003).

Voordeel van het hiërarchisch model is dat de positionering van winkelgebieden zich vrij eenvoudig laat vaststellen. De functie en het draagvlak van de winkelgebieden zijn immers duidelijk. Het model past ook goed bij het concept 'compacte stad' dat in de jaren negentig als richtsnoer gold en waarbij de verzorgingsstructuur werd opgebouwd uit hoofdcentra en ondersteunende wijkgebonden

voorzieningen (zie paragraaf 2.2). Het is echter de vraag of het hiërarchische model thans nog werkt (Gianotten en Haringsma, 2006).

3.2.2 Upward hierarchical movement

De traditionele winkelgebieden in Nederland speelden van oudsher een belangrijke rol bij de verzorging van de consumenten. Door de hoge mate van bescherming en geringe dynamiek in het Nederlandse winkellandschap ondervonden winkelgebieden weinig concurrentie van elkaar en bleef het leegstandrisico beperkt. Dit verandert echter door veranderingen aan zowel de vraagzijde als de aanbodzijde van de winkelmarkt. Zoals ook in hoofdstuk 2 aan de orde kwam, is aan de vraagzijde een afname in consumentenbestedingen zichtbaar. Aan de aanbodzijde is sprake van een toenemende ontwikkeling van schaalvergroting. Als gevolg van deze ontwikkelingen vinden er verschuivingen plaats in de functionele hiërarchie. Deze ontwikkeling wordt ook wel aangeduid als *upward hierarchical movement*. Om haar concurrentiepositie te verbeteren, proberen veel winkels uit te breiden. Op deze manier kunnen ze niet alleen op het gebied van efficiency en kosten concurreren met de grote ketens, maar ook met een ruimer en gevarieerder assortiment de kritische consument bevredigen. Uitbreiding in de bestaande winkelgebieden is echter niet altijd mogelijk door ruimtebeperkingen en een te kleine consumentenmarkt. Bestaande winkelgebieden uitbreiden of verplaatsen is moeilijk. Winkels kunnen echter wel gemakkelijk verplaatst worden. Door omhoog te schuiven naar een hoger niveau in de hiërarchische piramide kunnen winkels toegang krijgen tot een groter marktgebied. Als gevolg van de veranderende marktomstandigheden hebben vooral dorpscentra en winkelcentra in kleinere steden detailhandel verloren. De winkels zijn verplaatst naar middelgrote steden. De winkels in deze gebieden zijn op hun beurt weer opgeschoven naar de hoofdwinkelcentra waar een concentratie is ontstaan van detailhandel in met name de mode (Borchert, 1998). De relatief sterke positie van de hoofdwinkelcentra neemt evenwel af door een toenemende concurrentie met middelgrote steden die anders dan de grote steden goed bereikbaar zijn met de auto en waar de parkeerkosten vele malen lager zijn (Gianotten en Haringsma, 2006). Daarnaast vormt de al eerder beschreven opkomst van perifere winkellocaties een bedreiging voor de hoofdwinkelcentra in binnensteden. In paragraaf 2.3 kwam al aan de orde dat naar verwachting in 2020 de helft van de winkels buiten de traditionele winkelgebieden is gevestigd.

3.2.3 Het einde van de functionele hiërarchie?

De 'trek naar buiten' bepaalt in toenemende mate het huidige winkellandschap. Gianotten en Haringsma (2006) spreken van een faillissement van het hiërarchisch model waarin traditionele winkelgebieden een belangrijke rol spelen. Zij stellen dat de binnenstad winkels nodig heeft, maar dat winkels de binnenstad niet nodig hebben om te kunnen functioneren. De functionele hiërarchie werkt niet meer in het veranderende winkellandschap en concurrentie moet niet langer zijn gebaseerd op hiërarchie, maar op onderscheidende kenmerken ten opzichte van andere winkelgebieden. Gianotten en Haringsma (2006) stellen dat niet de bescherming van de binnenstad, maar de attractiviteit van de binnenstad centraal moet staan in de concurrentiestrijd. De concurrentiepositie van binnensteden zou verhoogd worden door een goed winkelaanbod, een mix van branches in het kernwinkelgebied, horeca, historische bebouwing en sociaal culturele voorzieningen. Een belangrijk aspect daarbij is differentiatie van het aanbod van winkels. Een winkelstructuur die in staat is verschillende typen koopgedrag te stimuleren, en de koopbeleving te bevorderen, zou toegevoegde waarde creëren en tot economische groei leiden. Ook Marlet (2009) betoogt in zijn boek "*De aantrekkelijke stad*" dat een attractief winkelaanbod kan worden

afgemeten aan de diversiteit van het winkelaanbod. Marlet (2009) stelt dat in Nederland wordt geklaagd over de eenheidsworst aan winkelketens, terwijl sinds de jaren negentig juist een nostalgisch verlangen is gegroeid naar een authentieke binnenstad met kleine, gespecialiseerde winkeltjes.

Nu de weerstand tegen de functionele hiërarchie groeit en de noodzaak tot vernieuwing in de binnensteden toeneemt, is er behoefte aan een nieuw toekomstmodel. Er lijkt meer dan ooit behoefte te bestaan aan vernieuwing. Naast productiviteitsstijging is dit een motor voor economische groei. Het aantrekken van kennis door middel van een gevarieerde ruimtelijke structuur wordt gezien als een belangrijke voorwaarde voor de innovatiekracht van binnensteden (Gianotten en Haringsma, 2006, p. 40). De relatie tussen ruimte, economische groei en het vergroten van kennis wordt in het navolgende nader toegelicht aan de hand van enkele relevante groeitheorieën en bevindingen uit eerdere onderzoeken.

3.3 De economische groei in binnensteden

Uit de ontwikkeling van steden en stedelijkheid blijkt, dat economie, ruimte en kennis in nauw verband met elkaar staan. Het was Marshall (1890) die in zijn baanbrekende werk *“Principles of Economics”* als eerste het verband legde tussen ruimtelijke concentratie van bedrijven en mensen in steden en economische groei. Marshall maakte duidelijk dat vergelijkbare ondernemingen die zich ruimtelijk concentreren, productiviteitsstijgingen kunnen realiseren. Marshall verklaarde concentratie vooral uit kostenvoordelen. Het is immers efficiënt om te clusteren omdat ondernemingen dan gezamenlijk gebruik kunnen maken van ruimte, infrastructuur en arbeidspotentieel. Voor die clustering is de (binnen)stad een ideale plek. De schaalvoordelen die ontstaan als gevolg van de concentratie van bedrijven en mensen die met elkaar in wisselwerking staan in steden, bestaan niet alleen uit traditionele schaalvoordelen op de afzet- en arbeidsmarkt, maar ook uit consumptievoordelen zoals een divers horeca- en winkelaanbod, culturele voorzieningen en andere publieke goederen (Marlet, 2009).

Hoewel het bestaan van agglomeratie-effecten als gevolg van concentratie van economische activiteiten algemeen erkend wordt, woedt in de literatuur een debat over de vraag of deze effecten beperkt blijven tussen bedrijven behorende tot dezelfde sector, dan wel tussen bedrijven behorende tot verschillende sectoren. Marshall (1890) beargumenteerde in dit opzicht dat kennis voornamelijk bedrijfstak specifiek is. Dit impliceert dat agglomeratie-effecten slechts gegenereerd worden wanneer bedrijven van eenzelfde bedrijfstak zich in dezelfde regio's concentreren (clustering). Deze intra-industriële *spillovers* worden ook wel lokalisatievoordelen of *marshalliaanse externaliteiten* genoemd (Weterings et. al., 2007, p. 16-19).

De aanhangers van het gedachtegoed van Jacobs zien niet clustering, maar sectorale variëteit als bron van groei. Jane Jacobs (1984) beschrijft in haar boek *Cities and the Wealth of Nations* de voordelen die bedrijven kunnen behalen wanneer ze in een stedelijke omgeving gevestigd zijn. Die voordelen verwoordt zij als *‘urbanization economies’*. Volgens Jacobs is het voor bedrijven voordelig om zich zo veel mogelijk in elkaars nabijheid te vestigen. Bij deze lokalisatievoordelen doelt zij echter niet op gelijksoortige bedrijven, maar om ongelijksoortige, complementaire bedrijven en stedelijke

voorzieningen. Een diverse sectorale structuur vergroot volgens Jacobs de kans op interactie, generatie, kopieerbaarheid, modificatie en combinatie van ideeën in verschillende sectoren. Veel belangrijke innovaties ontstaan door het combineren van kennis afkomstig uit verschillende sectoren. De externe schaalvoordelen die ontstaan door een variëteit aan aanwezige sectoren in een stad of regio worden ook wel Jacobs-externaliteiten genoemd (Weteringen et. al., 2007, p. 24 en Marlet, 2009, p. 22).

Glaeser et. al. (1992) borduren in hun werk *Growth in cities* voort op het werk van Jacobs. Ook zij wijzen op het belang van variëteit. Glaeser et. al. zien Amerikaanse steden met een diverse sectorale structuur harder groeien. Zij verklaren die groeiverschillen uit de mogelijkheid die steden bieden voor het uitwisselen van gevarieerde kennis.

Ook diverse Nederlandse publicaties wijzen erop dat niet clustering, maar diversiteit de economische succesfactor lijkt te zijn voor steden. Van Oort (2002) heeft in zijn proefschrift lokalisatie (spreiding van kennis tussen bedrijven binnen een bepaalde sector) tegenover urbanisatie (spreiding van kennis tussen bedrijven uit verschillende sectoren) geplaatst. Zijn onderzoek bevestigt de gedachte van Jacobs in die zin dat sectoren die zijn gevestigd in stedelijke gebieden met een grote diversiteit aan economische activiteiten de hoogste groei in werkgelegenheid laten zien (Atzema et. al., 2012, p. 168). Een ander Nederlands onderzoek laat tevens een sterker verband tussen diversiteit en groei zien dan tussen specialisatie en groei (Groot et. al., 2007).

Hoewel de agglomeratieprincipes van Marshall en Jacobs nog steeds een rol spelen in de verklaring van economische groei in steden is er in de economisch geografische literatuur een toenemende belangstelling voor de creatieve consumptiestad als economische drijfveer. Door de ontwikkeling van een industriële- naar een kenniseconomie is kennis in vergelijking met arbeid en kapitaal een steeds belangrijker productiefactor geworden. Vooral na 1990 wordt in de economische geografische literatuur steeds meer gewezen op het belang van het aantrekken van innovatieve en creatieve kenniswerkers voor de binnenstedelijke economie. Mede als gevolg van de globalisering wordt concurrentie op kosten lastiger en wordt het accent steeds meer gelegd op creativiteit en het vermogen nieuwe ideeën te ontwikkelen (Gianotten en Haringsma, 2006, p. 43).

De Engelse geograaf Hall (1998) verklaart in zijn boek *Cities of Civilization* het economische succes van steden door creativiteit. Hall ziet een verschuiving van het succes van steden op het gebied van industriële productie naar steden die uitblinken in creatieve productie. Die creativiteit kan zich uitstrekken van technologie tot kunst en cultuur, maar ook de organisatie van de stad zelf (*urban innovation*). Hall voorspelt een gouden toekomst voor steden die op deze terreinen uitblinken. Florida (2002) is degene geweest die het begrip creativiteit als economische productiefactor uitwerkte. Volgens Florida zijn mensen uit de creatieve klasse de aanjagers van de stedelijke economie zijn. De creatieve klasse omvat volgens Florida ontwerpers, marketeers, kunstenaar en kennisintensieve beroepen. Deze groep mensen zou een voorkeur hebben voor steden met een hoge dichtheid en een gevarieerd aanbod aan cultuur, restaurants en cafés, waar ze hun kennis en ideeën zouden kunnen uitwisselen (Marlet, 2009, p. 44-45, Gianotten en Haringsma, 2006, p. 18).

Ook Glaeser (2001) wijst in zijn *Consumer city theorie* op het belang van aantrekkelijke consumptiecentra in steden. Volgens Glaeser worden mensen niet (alleen) door werk of loon naar bepaalde steden getrokken, maar (vooral) door woonattracties. Mensen zouden als gevolg van de

toenemende welvaart, vrije tijd en mobiliteit meer tijd hebben om te consumeren en te recreëren en daardoor een voorkeur krijgen voor een *consumer city* als woonplaats. Steden met een ruim en gevarieerd aanbod aan recreatie- en consumptiemogelijkheden zouden aantrekkelijker zijn voor hoogopgeleide alleenstaanden en tweeverdieners.

Hutton (2010) benadrukt in zijn casestudies naar bedrijvigheid in de binnensteden van Londen, San Francisco, Vancouver en Singapore ook de toegevoegde waarde van variëteit in grootstedelijke voorzieningen. Hij stelt dat vooral culturele voorzieningen een grote aantrekkingskracht uitoefent op startende, innovatieve ondernemingen. Daarnaast wijst Hutton op een aantal groepen van bedrijven die volgens hem sterk bijdragen aan het economische elan van binnensteden, te weten: de zakelijke dienstverlening in het algemeen, de culturele bedrijvigheid, de uitgaanssector, de vooral kleinschalige en op funshopping gespecialiseerde detailhandel en de dotcombedrijven (PBL 2010, p. 59).

Marlet (2009) legt in zijn proefschrift "De aantrekkelijke stad" ook het verband tussen een hoog voorzieningenniveau en economische groei. Hij stelt dat de werkgelegenheid in steden met een hoog voorzieningenniveau sneller groeit omdat deze steden aantrekkelijker zouden zijn voor hoogopgeleide mensen.

Atzema et. al. (2012) stellen echter in hun essay "*Kansen voor binnensteden in veranderende markten*" dat de veronderstelling over de relatie tussen grootstedelijke voorzieningen en economische groei slecht is onderbouwd. Zij wijzen er op dat het veel waarschijnlijker is dat niet een gevarieerd aanbod van grootstedelijke voorzieningen, maar vooral een sterke regionale economie leidt tot concentratie van bevolking en activiteiten. Vooral aanbod van kwalitatief hoogwaardige banen zouden kenniswerkers en creatievelingen aantrekken. De concentratie van bedrijven en mensen die hiervan het gevolg is, vergroot de aantrekkingskracht verder en zorgt voor een draagvlak voor een gevarieerd aanbod van grootstedelijke voorzieningen. Atzema et. al. (2012) stellen dat een sterk stadscentrum eerder het gevolg is van een concentratie van bevolking en economische activiteiten dan een aanjager van economische groei.

Ook Van Oort en Rietbergen (2014) betogen dat hoogwaardige voorzieningen in de zogenaamde creatieve consumptiesteden steeds vaker ten onrechte worden gezien als aanjagers van economische groei. Zij stellen dat een aantrekkelijke stad vooral aantrekkelijke banen herbergt in kennisintensieve sectoren. Het ontbreken van een perspectief op meer van die banen door een ongunstige economische structuur, maakt dat veel steden niet of minder snel meegaan in het proces van stedelijke vernieuwing.

3.4 De evolutionaire benadering van stedelijke ontwikkeling

Uit de voorgaande paragraaf kan opgemaakt worden dat er nogal wat theorieën zijn met uiteenlopende verklaringen voor de ontwikkeling van de stedelijke economie. Martin (2003) stelt op basis van de empirische studies: *..`we do not observe unlimited regional divergence over the long run. Rather, historical evidence indicates that while some regions do indeed manage to remain high-income leaders over very extensive periods of time, in general different regions tends to rise and fall*

in relative terms. De centrale boodschap van Martin (2003) is dat geen lange termijn evenwicht bestaat en dat lineaire uniforme trajecten van groei of verval niet voorkomen. Deze zienswijze is afkomstig uit de evolutionaire economische geografie.

De evolutionaire economische geografie lijkt een relatief nieuwe benadering, maar evolutionaire ideeën speelden ver in de geschiedenis al een rol, bijvoorbeeld bij Marshall in 1890 (Nootboom, 2009). De evolutionaire benadering maakt gebruik van de inzichten van de evolutietheorie van Charles Darwin (1809-1882) om andere, niet biologische verschijnselen te beschrijven. De kernelementen van de evolutietheorie – *natuurlijke selectie, mutatie en overerving* – kunnen ook worden vertaald naar sociale, economische en geografische veranderingsprocessen. Darwins bekende *survival of the fittest* betekent in de economie bijvoorbeeld dat bedrijven die zich het best aanpassen aan veranderende omstandigheden de grootste kans hebben om te overleven. Innovatie (commerciële vernieuwing), imitatie (van elkaar leren) en overerving spelen een belangrijke rol in de evolutionaire benadering.

Anders dan de klassieke groeitheorieën houdt de evolutionaire economische geografie veel meer rekening met de historische context waarbinnen de stedelijke ontwikkeling zich afspeelt. Vragen over variatie in regio's en economische groei kunnen binnen deze stroming alleen in hun historische context worden geanalyseerd. Niet alleen de fysieke ruimtelijke structuur speelt een rol, maar ook de stad zelf met historische gegroeide ideeën over haar functioneren speelt een rol. Zo zal de ene stad zich bijvoorbeeld star vastklampen aan oude zekerheden en zichzelf uit de markt prijzen, terwijl de andere stad extra mogelijkheden zal benutten om te groeien. Volgens de evolutionaire benadering verloopt de economische groei van steden en stedelijke regio's in golven. Steden die zich door middel van vernieuwing (innovatie) kunnen inspelen op de veranderingen in de (markt)omgeving zullen in economisch opzicht succesvol zijn. Variëteit wordt daarbij gezien als een belangrijke voorwaarde voor innovatie. Vooral steden met een grote variëteit van sectoren beschikken volgens de evolutionaire benadering over een goede overlevingskans wanneer veranderende marktomstandigheden voor veranderende innovatie- en concurrentieverhoudingen zorgen. Een sterk gespecialiseerde economie kan leiden tot economische verstarring, aan wel aangeduid als lock-in, waardoor economische vernieuwing (innovatie) niet van de grond komt (Atzema et. al., 2012, p. 97, Boschma et. al., 2012, p. 23-34 en Van Oort, 2014, p. 62).

3.5 Slotbeschouwing en conceptueel model

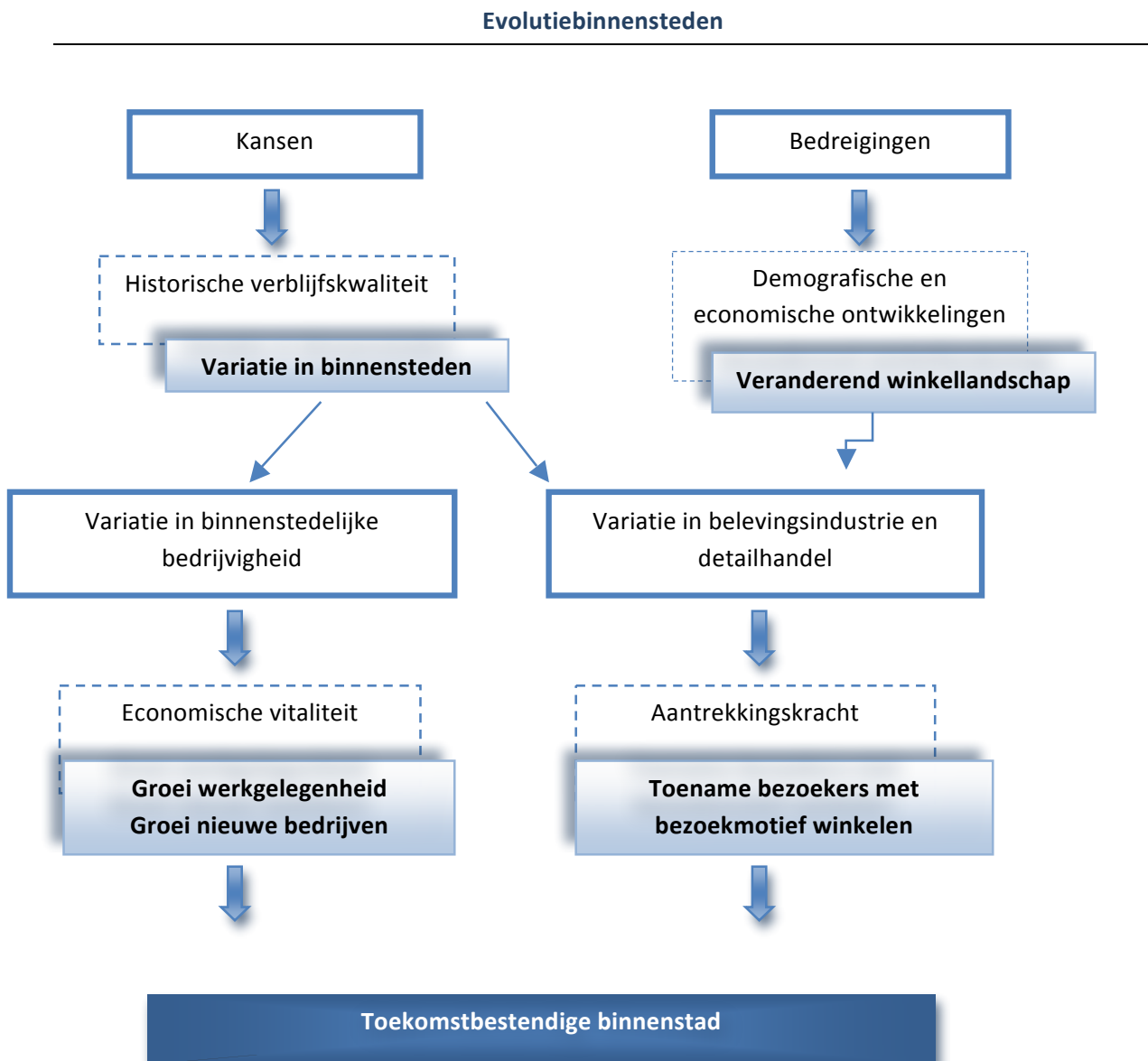
In de voorgaande hoofdstukken is een beeld geschetst van een binnenstad die door het veranderende winkellandschap onder druk staat. Het toevoegen van winkelmeters in de hoop meer spenderende bezoekers aan te trekken, lijkt niet de oplossing voor binnensteden. Indien de ontwikkeling van binnensteden vanuit een evolutionair perspectief wordt gezien, dient de strategie van de binnensteden eerder gebaseerd te zijn op aanpassen, vernieuwen en transformeren. De beschouwingen van Jane Jacobs lijken misschien gedateerd maar haar ideeën over de stad als centrum van vernieuwingen sluiten hierop aan. Voorwaarde voor deze vernieuwing is een sterk gediversifieerde economie. Jacobs beperkte zich overigens niet tot economische activiteiten. Volgens haar zijn ook culturele activiteiten van groot belang voor de binnenstedelijke economie. Dit sluit weer aan bij de ideeën van Florida over de creatieve stad, die door haar gevarieerde aanbod aan winkels, cultuur en culinaire voorzieningen aantrekkelijk is als verblijfplaats voor mensen en

daarmee ook bedrijven uit de creatieve sector. Er worden in de economische geografische literatuur echter ook vraagtekens gezet worden bij de meerwaarde van functieverbreiding in binnensteden. In dit onderzoek zal de veronderstelde meerwaarde van variatie in zes binnensteden worden onderzocht.

Conceptueel model

Het onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van een conceptueel model zoals weergegeven in figuur 3.2. Het conceptueel model wordt gebruikt om de resultaten van de literatuurstudie en de geformuleerde veronderstellingen ten aanzien van de verwachte effecten van variatie in de binnensteden systematisch weer te geven. Daarnaast wordt met behulp van het model de analyse van de onderzoeksresultaten verricht. Uiteindelijk zullen de veronderstellingen en de resultaten van de analyse worden gekoppeld en kan worden geconcludeerd of de verwachte effecten van variatie zich hebben voorgedaan in de onderzochte binnensteden. Het betreft hier een beschrijvend onderzoek. Het conceptueel model heeft niet het karakter van een empirisch inhoudelijke theorie, maar dient als ordeningskader en methodologisch denkgereedschap.

Figuur 3.2 Conceptueel model (bron: eigen bewerking)



Centraal staat de gedachte dat gevarieerde binnensteden beter in staat zijn om zich aan te passen aan de veranderende omstandigheden. Uit het model kan worden opgemaakt dat wordt verondersteld dat variatie een drietal positieve effecten heeft.

Variatie in binnensteden heeft een positief effect op de ontwikkeling van werkgelegenheid

Empirische studies laten zien dat steden met een diverse sectorale structuur harder groeien dan steden met een gespecialiseerde economie. Daarmee ondersteunen zij de visie van Jacobs dat kennisuitwisseling tussen bedrijven uit verschillende sectoren van belang is voor groei. Kruisbestuiving tussen bedrijven en werknemers uit verschillende aan elkaar gerelateerde sectoren levert gevarieerde kennis op en informatie op, waardoor bedrijven productiever worden. In dit onderzoek wordt verondersteld dat dit ook opgaat op het niveau van binnensteden. Verondersteld wordt dat binnensteden met een meer diverse sectorale structuur hogere groei laten zien in werkgelegenheid.

Variatie in binnensteden heeft een positief effect op de innovatiekracht van binnensteden

Een diverse sectorale structuur vergroot de kans op interactie, kopieerbaarheid, modificatie en (re)combinatie van ideeën en toepassingen in verschillende sectoren. Veel belangrijke innovaties ontstaan door het combineren van kennis afkomstig uit verschillende sectoren. De verwachting is dat de ruimtelijke nabijheid van veel verschillende sectoren in de binnenstad een bron van groei is. Dit effect zal naar verwachting terug te zien zijn in het gemiddeld aantal opgerichte bedrijven in de binnensteden gecorrigeerd voor het totaal aantal opgerichte bedrijven in de binnensteden.

Variatie verhoogt de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden

Tot slot volgt uit het conceptueel model de veronderstelling dat variatie in de belevingsindustrie en detailhandel een positief effect heeft op de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden. Uit hoofdstuk 2 en 3 is naar voren gekomen dat een gevarieerd aanbod van publiekstreckende voorzieningen de winkelfunctie van een binnenstad zou versterken. De laatste jaren zou immers sprake zijn van een toenemend belang van recreatief winkelen. Winkelen zou in toenemende mate gecombineerd worden met een bezoek aan voorzieningen in de culturele sfeer, zoals musea. Ook het gebruik van horecavoorzieningen speelt hierin een rol.

4. Methodologie

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal de methodiek van het onderzoek worden toegelicht. Alvorens de gebruikte onderzoeksmethoden in paragraaf 4.3 en 4.4 worden beschreven, wordt in paragraaf 4.2 eerst ingegaan op de selectie van de onderzoekseenheden. Tot slot wordt in paragraaf 4.5 een verantwoording gegeven van de gebruikte data.

4.2 Selectie onderzoekseenheden

In dit beschrijvende onderzoek zal onder andere door middel van casestudies van bedrijvigheid en bezoekersmotieven in de geselecteerde binnensteden de verschillen in economische groei en aantrekkelijkheid worden onderzocht. Het onderzoek kenmerkt zich door een kwantitatieve benadering waarbij de nadruk ligt op vergelijking. Yin (1993) pleit in een dergelijk geval voor het gebruik van zowel vergelijkende als contrasterende cases binnen een onderzoek. De reden daarvoor is dat er dan zowel onderbouwing kan plaatsvinden voor de overeenkomsten als voor de verschillen tussen de cases. In dit onderzoek worden derhalve niet alleen grote binnensteden onderling vergeleken, maar worden ook middelgrote binnensteden onderling vergeleken. Uit beide categorieën zijn drie steden gekozen om de betrouwbaarheid te vergroten.

Voor de selectie van de te onderzoeken steden is een aantal criteria gebruikt. Allereerst zijn, zoals aangegeven, drie grote en drie middelgrote binnensteden geselecteerd. In de literatuur is geen eenduidig antwoord te vinden op de vraag tot waar de binnenstad van een stad reikt en er wordt geen onderscheid in omvang wordt gemaakt. De afbakening van de binnenstad kan op verschillende wijzen plaatsvinden (Seip, 1999, p. 82). Omdat in dit onderzoek gebruik wordt gemaakt van Locatus is er voor gekozen om de afbakeningssystematiek voor binnensteden van Locatus aan te houden. Dit houdt in dat in dit onderzoek binnensteden afgebakend worden tot de grens waar Locatus haar passantentellingen gedaan heeft. Vervolgens is dit gekoppeld aan de viercijferige postcodes die bij deze afbakening van de binnenstad horen. In bijlage I zijn kaarten toegevoegd waarin duidelijk wordt tot waar de binnenstad in dit onderzoek reikt. Naar voorbeeld van Locatus wordt in dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen grote binnensteden met meer dan 400 winkels en middelgrote binnensteden met een winkelvoorraad van tussen de 200-400 winkels. Kleinere binnenstedelijke gebieden (<200 winkels) worden bij dit onderzoek niet betrokken. De gedachte hierachter is dat de grote en middelgrote binnensteden voldoende data over het te onderzoeken verschijnsel zullen bevatten, en kleine niet.

Een ander criterium was dat de representativiteit van de geselecteerde steden. Het is voor de betrouwbaarheid van het onderzoek van belang representatieve cases te selecteren. Dat wil zeggen cases die niet extreem zijn, maar die een redelijke middenpositie innemen op variabelen waarvan verondersteld wordt dat ze relevant zijn (Swanborn, 2013, p.79). Om die reden is bij de selectie van de drie grote steden bijvoorbeeld Amsterdam niet meegenomen. Amsterdam heeft wel de meeste winkels, maar wordt als nationale hoofdstad met een sterke toeristische functie als a-typisch beschouwd.

Voor wat betreft de representativiteit is voorts gekeken naar binnensteden die een bepaalde belevings sfeer kunnen aanbieden. Uit het voorgaande hoofdstuk is gebleken dat het hebben van een historische binnenstad als aantrekkelijk wordt gezien. Derhalve beschikken vijf van de zes de geselecteerde binnensteden over een historisch centrum. Rotterdam heeft geen historisch centrum, maar is toch meegenomen in dit onderzoek omdat deze binnenstad met de kosmopolitische uitstraling wel een bepaalde belevings sfeer biedt.

Op basis van bovenstaande criteria zijn uit de categorie binnenstad met meer dan vierhonderd winkels de drie grootste (binnen)steden Den Haag, Rotterdam en Utrecht geselecteerd. Uit de Locatus-categorie steden met een hoofdwinkelgebied zijn de drie grootste binnensteden - Gouda, Amersfoort en Delft - geselecteerd. In bijlage II zijn de steden te zien waaruit een selectie gemaakt is.

4.3 Onderzoeksmethoden

Zoals reeds eerder aangegeven wordt in dit onderzoek de meerwaarde van variatie in binnensteden onderzocht voor de binnenstedelijke economie. Aangezien de winkelfunctie een van de belangrijkste functies is van de binnenstad wordt daarbij ook gekeken naar de rol die variatie speelt in de aantrekkelijkheid van de binnenstedelijke winkelgebieden. Dit onderzoek kan derhalve opgesplitst worden in twee onderzoeksdelen. Hierna zullen de methoden van beide onderzoeksdelen worden besproken.

4.3.1 Variëteit en de aantrekkelijkheid van de binnenstad als vestigingsmilieu voor bedrijven

In het eerste deel van dit onderzoek wordt onderzocht of variëteit in binnensteden een positieve bijdrage levert aan de economische ontwikkeling in binnensteden. Er wordt gekeken naar een lange periode (1996-2012) omdat verondersteld wordt dat *spillovers* als gevolg van variatie op langere termijn effect sorteren.

Variëteit wordt in dit onderzoek aangemerkt als onafhankelijke variabele die economische groei in binnensteden kan verklaren. De variëteit in de binnensteden wordt gemeten op basis van de Standaardbedrijfsindeling (SBI) uit 2008 van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Met de SBI wordt het Nederlandse bedrijfsleven op basis van maximaal vijf cijfers in verschillende sectoren ingedeeld. De SBI is in bijlage III opgenomen.

Om de sectorale variatie in binnensteden te meten, wordt gebruik gemaakt van een aangepaste versie van de zogenaamde Herfindahl-Hirschmann-Index (HH-index). De HH-index werd oorspronkelijk in de bedrijfseconomie ontwikkeld om de concentratiegraad te bepalen. De term "concentratiegraad" slaat op het aantal aanbieders van goederen of diensten in een bepaalde bedrijfstak. Op het terrein van mededinging kan de HH-index gebruikt worden voor de beantwoording van de vraag in welke mate er in een bedrijfstak sprake is van een (bijna-)monopolie, een oligopolie, of van een goed gespreid scala aan aanbieders. (CBS, 2013).

De HH-index is de som van de kwadraten van alle marktaandelen. Zijn M_1, M_2, \dots, M_n de relatieve marktaandelen van alle n aanbieders in een bedrijfstak, dan is de index voor die bedrijfstak

$$I = \sum_{i=1}^n M_i^2$$

Hoe meer sprake is van concentratie van de totale omzet bij één aanbieder, hoe hoger dus de index. De maximale score is 1, hetgeen bereikt wordt bij de situatie dat één aanbieder 100% van de markt bestrijkt. Bij een groot aantal aanbieders, met ongeveer gelijke marktaandelen, nadert deze index tot 0.

Met een kleine aanpassing kan de HH-index ook gebruikt worden om de mate van specialisatie en variatie van geografische eenheden, zoals binnensteden, te beoordelen. De regionale HH-index wordt als volgt berekend:

$$HI = \sum_{r=1}^m \left(\frac{X_{rs}}{\sum_{r=1}^m X_{rs}} \right)^2$$

Met: x_{rs} = het aantal vestigingen in regio r en sector s

Ook hier geldt dat een uitkomst tussen 0 en 1 mogelijk is. De aangepaste HH-index zal een hoge waarde aannemen bij een gespecialiseerde regionale structuur, met een maximumwaarde van 1. Omgekeerd zal de HH-index een kleine waarde aannemen bij een gevarieerde sectorale structuur. Van de onderzochte binnensteden wordt het aantal vestigingen per sector opgesomd en gedeeld door het totaal aantal vestigingen van alle sectoren. Vervolgens wordt dit getal gekwadraterd.

Het economisch succes van de binnensteden wordt in dit onderzoek afgemeten aan twee indicatoren, te weten (1) de ontwikkelingen in werkgelegenheid en (2) de ontwikkelingen in het aantal nieuw opgerichte bedrijven in de binnensteden in de onderzochte periode.

De economische positie van binnensteden kan ook beoordeeld worden op basis van de zogenoemde 'vestigingsaantrekkelijkheid' voor bedrijven. In studies waarbij gebruikt wordt gemaakt van de vestigingsaantrekkelijkheid wordt gebruik gemaakt van een enquête. Het blijkt echter dat het verband tussen de voorkeuren die ondernemers opgeven en de werkelijke vestigingslocatie van die bedrijven over het algemeen zwak is (Marlet, 2009, p. 112). In dit onderzoek is ervoor gekozen om het verschil in werkgelegenheid in binnensteden te gebruiken als indicator voor het economische succes van binnensteden. Ook dat verschil is immers het gevolg van zowel groei als krimp van bestaande bedrijven en van het saldo van komende en vertrekkende bedrijven.

De analyse van de werkgelegenheidsgroei in de periode 1996-2012 in de geselecteerde binnensteden vindt plaats met behulp van het LISA databestand. LISA is een databestand met feiten en cijfers over werkgelegenheid in Nederland. Het databestand bevat gegevens over alle bedrijfsvestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. De kerngegevens per vestiging hebben een ruimtelijk component (adresgegevens) zodat kan worden gekeken op binnenstadniveau.

De tweede indicator betreft het gemiddeld aantal opgerichte bedrijven in de binnenstad, gecorrigeerd voor het totaal aantal bedrijven over de periode 1996-2012. Deze indicator is met name

interessant, omdat deze op directe wijze economische vernieuwing en dynamiek in de bedrijvenpopulatie van gebieden meet (Van Oort, 2004).

Zoals reeds aangegeven zal in het eerste deel van het onderzoek vooral gekeken worden naar de samenhang tussen variatie en economische ontwikkelingen in binnensteden. In het onderhavige onderzoek is het, gelet op het aantal onderzoekseenheden, niet mogelijk om methodologisch het verband tussen de bovengenoemde variabelen nader te specificeren. Daarbij zijn ontwikkelingen op het gebied van ruimtelijke concentratie op binnenstedelijk niveau, vooral in de winkelmarkt, dynamisch en zijn mogelijke samenhangen voortdurend in beweging. In dit beschrijvende onderzoek wordt getracht mogelijke verbanden inzichtelijk te maken.

4.3.2 Variëteit en de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden

In het tweede deel van het onderzoek wordt onderzocht of er een mogelijk verband is tussen het aandeel bedrijven in de belevingsindustrie in een binnenstad en de aantrekkelijkheid van de binnenstad als winkelgebied. Daarbij wordt er ook specifiek gekeken naar het aandeel detailhandel in de belevingsindustrie. Dit wordt gedaan aan de hand van de resultaten van de kwantitatieve analyse van de bedrijvigheid in binnensteden en aan de hand van de resultaten van een onderzoek naar bezoekersmotieven en het gebruik van de bezoekers van de binnenstad. Ten einde de bezoekersmotieven en het gebruik van de binnensteden door bezoekers te kunnen herleiden, is gekozen voor een mondelinge enquête. Het mondeling enquêteren van de bezoekers in de onderzochte binnensteden heeft plaatsgevonden op A1 locaties in de binnensteden op donderdag 8 mei 2014. In totaal zijn er 733 mondelinge enquêtes afgenomen. In tabel 4.1 is de verdeling van de respondenten per binnenstad zichtbaar.

Tabel 4.1 Aantal respondenten per binnenstad (bron: eigen data en bewerking)

Binnenstad:	Frequentie
Amersfoort	134
Delft	113
Den Haag	97
Gouda	131
Rotterdam	117
Utrecht	141
Totaal	733

Aan de hand van de analyse van de resultaten van de enquête wordt getracht inzichtelijk te maken of er een verband is tussen de fysieke sectorale structuur van de binnensteden en het gebruik van de binnensteden. Ook hier geldt dat het, gelet op het aantal onderzoekseenheden, niet mogelijk is om methodologisch het verband tussen de variatie in de binnensteden en de aantrekkingskracht van de binnenstedelijke winkelgebieden nader te specificeren. Bovendien zijn ontwikkelingen op het gebied van retail en de verblijfswaarde in binnensteden dynamisch en zijn mogelijke samenhangen voortdurend in beweging. In dit onderzoek wordt getracht mogelijke verbanden inzichtelijk te maken en wordt een basis geboden voor een verkennend onderzoek naar de invloed van sectorale variatie op de aantrekkingskracht van binnenstedelijke winkelgebieden.

4.4 Dataverantwoording

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van twee datasets, samengesteld door LISA en Locatus. Deze datasets zijn complementair. In deze paragraaf wordt de herkomst en de keuze voor het gebruik van deze datasets toegelicht. Tot slot wordt een toelichting gegeven op de gebruikte data afkomstig van andere bronnen en de eigen verworven data die door middel van enquêtes is vergaard.

4.4.1 LISA

LISA is een databestand met feiten en cijfers over werkgelegenheid in Nederland. Het databestand bevat gegevens over alle bedrijfsvestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. De kerngegevens per vestiging hebben een ruimtelijk component (adresgegevens) en een sociaal economisch component (werkgelegenheid en economische activiteit). De LISA-gegevens zijn gebaseerd op waarnemingen van alle bedrijfsvestigingen op iedere locatie waar of van waaruit gewerkt wordt. Het werkgelegenheidscijfer is geen integrale telling. Voor alle bedrijven is een werkgelegenheidsgegeven beschikbaar, ofwel een waarneming uit een enquête ofwel een (verantwoorde) schatting. *Van elk willekeurig geografisch niveau en welk elke activiteit kan de werkgelegenheids(ontwikkeling) in beeld worden gebracht*, aldus LISA (2014).

De keuze om gebruik te maken van de data, verzameld door LISA hangt vooral samen met het feit dat LISA vanaf 1996 jaarverslagen maakt waardoor ontwikkelingen in de werkgelegenheid op een juiste wijze geanalyseerd kunnen worden. Bovendien zijn de data van LISA beschikbaar op verschillende geografische niveaus en kan er goed gefilterd worden op de selectiesteden. Daarnaast registreert LISA niet alleen bedrijfsvestigingen, maar ook vestigingen van de overheid, het onderwijs, de gezondheidszorg en vrije beroepsbeoefenaars. Zo kan aan de hand van de data uit LISA een beeld geschetst worden van de ontwikkeling van activiteiten in binnensteden in een bepaalde periode.

4.4.2 Locatus

Een andere database die voor dit onderzoek is gebruikt, is Locatus. Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven door het jaarlijks bezoeken van alle winkelgebieden in Nederland (Locatus, 2014). Locatus verzamelt vanaf 1995 gegevens op zowel gebiedsniveau, zoals over winkelgebieden, verzorgingsgebieden, passantentellingen en digitale plattegronden over deze gebieden. Daarnaast verzamelt Locatus informatie over winkels op pandniveau zoals winkelnamen, winkelvloeroppervlakte en branche. Ieder jaar worden deze gegevens weer up-to-date gemaakt. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de afbakening van Locatus voor binnensteden en de door Locatus gehanteerde indeling voor winkelgebied typen.

4.4.3 CBS

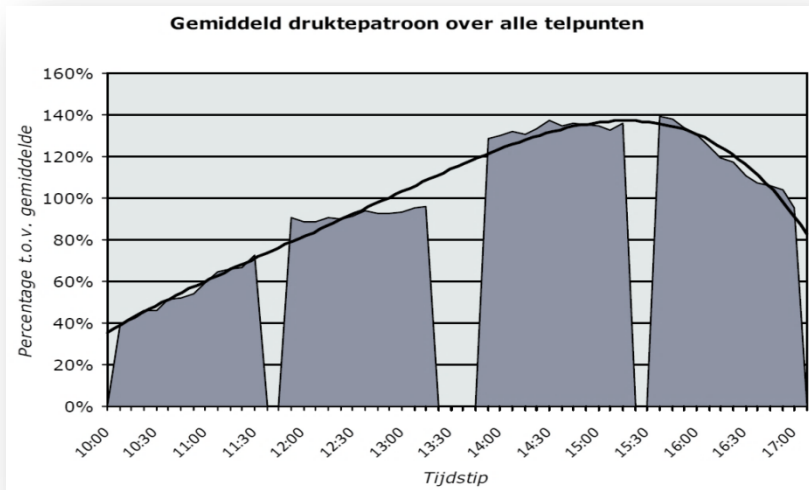
Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is wettelijk verantwoordelijk voor nationale demografische en macro-economische statistieken (CBS, 2014). Ook in dit onderzoek wordt de data van het CBS gebruikt om analyses compleet te maken. Zo zijn aan de hand van de data van het CBS demografische gegevens van de geselecteerde binnensteden verzameld. Daarnaast is in dit onderzoek de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) van het CBS gebruikt om verschillende categorieën van binnenstedelijke sectoren op digit-niveaus te onderscheiden. De SBI is opgenomen in bijlage III.

4.4.4 Eigen data

Tot slot is in dit onderzoek eigen data verzameld aan de hand van een enquête. De enquête is in bijlage IV opgenomen. De bezoekersmotieven en het gedrag van bezoekers in de geselecteerde binnensteden is onderzocht door middel van een mondelinge enquête. De steekproefomvang en respons zijn daarbij een indicatie voor de representativiteit van de onderzoekresultaten (Segers, 1999, pp. 267).

Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de uitkomsten van de enquête is met behulp van een berekening het minimale aantal respondenten bepaald. Daarbij dient het door Locatus geschatte aantal passantenaantallen op een donderdag op een A1 locatie in de binnensteden als basis (zie figuur 4.1).

Figuur 4.1 Gemiddeld druktepatroon over alle telpunten in een binnenstad (bron: Locatus, 2012)



Vervolgens is aan de hand van de beschikbare gegevens uit Locatus over het druktebeeld per uur op deze locaties in de binnensteden en met behulp van een integraal berekening het aantal passanten op een donderdag tussen 14.00 uur en 16.00 uur geschat. Uit deze schatting volgt dat ongeveer 40% van het totaal aantal passanten tussen 14:00 uur en 16:00 uur langs deze locatie loopt. Omdat het in alle binnensteden op de dag van enquêteren koopavond was is het druktebeeld gecorrigeerd met 10% (persoonlijk advies B. Jansen, 10-07-2014) zodat het percentage uiteindelijk uitkomt op 30%. Om de minimale steekproefomvang berekenen is gebruik gemaakt van de volgende formule (Burns et.al, 2006):

$$N = \frac{z^2 \times p(1-p)}{F^2}$$

Waarbij:

N = steekproefomvang

z = standaardafwijking bij betrouwbaarheid van (95% is z = 1,96)

p = kans dat iemand een bepaald antwoord geeft (50%)

F = acceptabele streekproeffout 10%

Tabel 4.2 geeft een overzicht weer van de populatie en de minimale respondenten.

Tabel 4.2 Overzicht populatie en minimale respondenten voor onderzoek (bron: Burns, 2006 en eigen bewerking)

Stad	Drukste telpunt	Passanten	30% van passanten (populatie)	Minimale steekproefgrootte	Behaalde Respondenten
Den Haag	Grote Marktstraat 44	28.200	8460	96	97
Rotterdam	Hoogstraat 183a	27.100	8130		117
Utrecht	Boven Vredenburg 75	61.900	18570		141
Amersfoort	Langestraat 27	28.300	8490		127
Delft	Markt	13.900	4170		113
Gouda	Kleiweg 35	19.300	5790		130

5. De economische ontwikkeling in de binnensteden

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het eerste deel van het onderzoek gepresenteerd. In paragraaf 5.2 wordt met behulp van grafieken en tabellen de mate van variatie in binnenstedelijke bedrijvigheid en de ontwikkelingen in werkgelegenheid en bedrijvigheid in de binnensteden inzichtelijk gemaakt. Tot slot volgt in paragraaf 5.3 een samenvatting van de onderzoeksresultaten en vindt een nadere analyse van resultaten plaats.

5.2 Variëteit in de binnensteden tussen 1996 en 2012

In deze paragraaf worden de ontwikkelingen in variëteit, werkgelegenheidsgroei en bedrijvigheid in de binnensteden in de periode 1996-2012 met behulp van grafieken en tabellen inzichtelijk gemaakt.

5.2.1 Kerngegevens binnensteden

Alvorens de ontwikkeling van de variëteit in de binnensteden in de periode 1996-2012 wordt geanalyseerd, is het van belang om inzicht te hebben in het aantal inwoners, bedrijven en banen in de onderzochte binnensteden bij aanvang van de onderzoeksperiode. Uit tabel 4.2.1 kan worden opgemaakt hoeveel bedrijven er in 1996 en 2012 in de verschillende binnensteden waren gevestigd. Zoals verwacht is de bedrijvigheid in de drie grootste binnensteden het grootst. De grote binnensteden profiteren immers van hun omvang en de daarbij behorende agglomeratie-effecten (algemene urbanisatie-effecten).

In de binnensteden van Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Amersfoort nam zowel het aantal bedrijven als het aantal banen in de onderzochte periode toe. Hoewel de binnenstad een groei laat zien in zowel bedrijven en banen, blijft deze groei achter bij de andere grote binnensteden en de binnenstad van Amersfoort.

In de binnensteden van Amersfoort en Utrecht is de bedrijvigheid in de periode 1996-2012 relatief toegenomen, terwijl het aantal bedrijven in diezelfde periode in de binnenstad van Gouda afnam. Opvallend is dat in de binnenstad van Delft het aantal bedrijven in de onderzochte periode met 34% toenam, maar het aantal banen daalde met 16%.

Tabel 5.1 Kerncijfers van de binnensteden in 1996 en 2012 (Bron: CBS (2012), LISA (2013) en eigen bewerking)

1996			2012			
Binnenstad	Aantal bedrijven	Aantal banen	Binnenstad	Aantal bedrijven	Aantal banen	Aantal inwoners ²
Den Haag	3.313	37.320	Den Haag	4.316 (+30%)	45.338 (+30%)	17.995
Rotterdam	2.635	43.534	Rotterdam	2.705 (+3%)	44.940 (+3%)	30.510
Utrecht	2.424	32.713	Utrecht	3.817 (+57%)	39.301 (+17%)	16.975
Amersfoort	890	11.221	Amersfoort	1.402 (+58%)	13.969 (+20%)	5.280

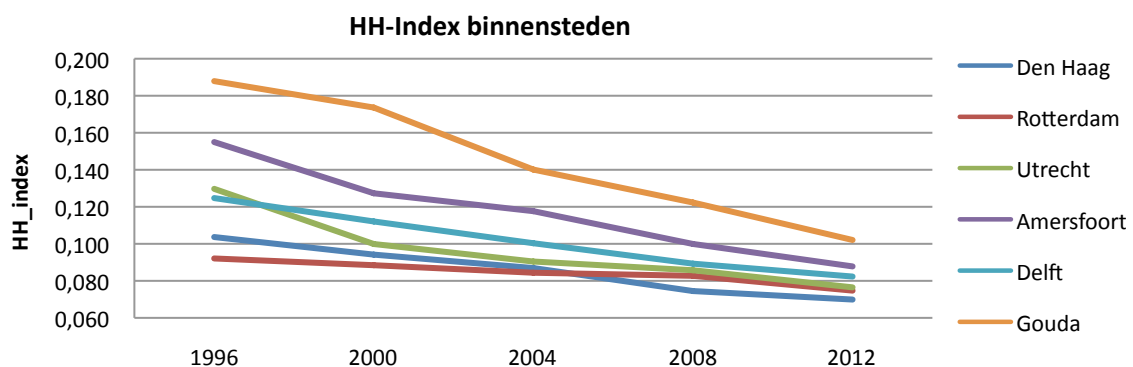
² Inwonersaantal in 1996 was niet beschikbaar op binnenstadsniveau

Delft	1.136	9.328	Delft	1.526 (+34%)	8.027 (-16%)	12.320
Gouda	976	7.766	Gouda	914 (-6%)	8.714 (+11%)	7.115

5.2.2 Mate van sectorale variëteit in binnensteden

Nu meer inzicht is in de bedrijvigheid en werkgelegenheid in de binnensteden wordt de mate van variatie in de binnensteden bepaald door middel van de HH-index. Van de onderzochte binnensteden wordt het aantal vestigingen per sector opgesomd en gedeeld door het totaal aantal vestigingen van alle sectoren. Vervolgens wordt dit getal gekwadrateerd. Zoals in de onderzoeksmethode is toegelicht neemt de HH-index een hoge waarde aan bij een gespecialiseerde regionale structuur, met een maximumwaarde van 1. Omgekeerd zal de HH-index een kleine waarde aannemen bij een gevarieerde sectorale structuur. Figuur 5.1 toont de evolutie van de sectorale variëteit in de binnensteden in de periode 1996-2012.

Figuur 5.1 HH-index aantal vestigingen binnensteden (bron: Lisa, 2013 en eigen bewerking)



Tabel 5.2 Ontwikkeling HH-index binnensteden (bron: Lisa, 2013 en eigen bewerking)

Jaar	HH-index 1996	HH-index 2012
Den Haag	0,104	0,070
Rotterdam	0,092	0,075
Utrecht	0,130	0,076
Amersfoort	0,155	0,088
Delft	0,125	0,082
Gouda	0,188	0,102

Uit figuur 5.1 en tabel 5.2 kan worden opgemaakt dat de grote binnensteden een meer gevarieerde structuur hebben dan de middelgrote binnensteden. De binnenstad met de kleinste economie, de binnenstad van Gouda, had gedurende de onderzochte periode de meest gespecialiseerde structuur. In 2012 waren in de binnenstad van Den Haag de meeste bedrijven gevestigd en was het aantal banen het hoogst. De grootste economie van de onderzochte binnensteden was in 2012 ook de meest gevarieerde. Dit beeld komt overeen met de verwachting dat de middelgrote binnensteden relatief lager zouden scoren op variëteit. Immers door hun beperktere omvang is de kans kleiner dat alle 2-digit-niveau sectoren aanwezig zijn in de binnenstad.

Van de grote binnensteden beschikte Den Haag in 2012 over de meest gevarieerde sectorale structuur. Van de middelgrote binnensteden is de variëteit aan bedrijvigheid in de binnenstad van Delft in 2012 het hoogst.

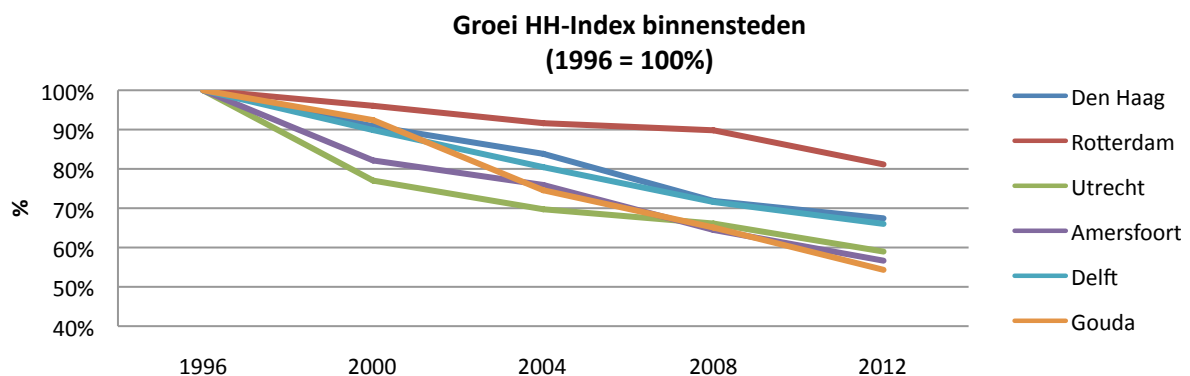
Voorts valt op dat in alle zes de binnensteden een duidelijke ontwikkeling zichtbaar is naar een meer gevarieerde sectorale structuur in de periode 1996-2012. In de binnensteden van Gouda en Amersfoort is deze ontwikkeling het sterkst. Daarbij geldt echter wel dat de binnensteden van Gouda en Amersfoort bij de aanvang van de onderzochte periode een meer gespecialiseerde structuur hadden in vergelijking met de rest van de binnensteden. Zij hebben een grote inhaalslag gemaakt.

In figuur 5.2 wordt het *verschil* benadrukt in de evolutie van de sectorale variatie tussen de zes (binnen)steden. Ten einde dit te kunnen doen wordt een index weergegeven. De HH-Index krijgt de waarde 100 toegekend voor het jaar 1996.

De evolutie naar meer variëteit in de sectorale structuur is het sterkst in de binnensteden van Gouda, Amersfoort en Utrecht. De variëteit in de binnenstad van Gouda nam in de onderzochte periode zelfs met 45% toe. Ook in de binnenstad van Amersfoort nam de variatie in de onderzochte periode fors toe met bijna 45%.

In de binnenstad van Rotterdam nam de sectorale variatie in vergelijking met de andere binnensteden procentueel het minst toe. De binnenstad van Rotterdam had bij aanvang van de onderzochte periode echter de meest gevarieerde structuur.

Figuur 5.2 Procentuele verandering HH-Index in de binnensteden in de periode 1996-2012



Inzicht in variatie: top 10 sectoren in binnensteden

Ten einde meer inzicht te krijgen in de variëteit in de binnensteden wordt het procentuele aandeel van de top 10 meeste vertegenwoordigde sectoren in de totale werkgelegenheid weergegeven. In tabel 5.3 en 5.4 worden de procentuele aandelen voor zowel 1996 als 2012 weergegeven. De sectoren in de tabel zijn op basis van de Standaard Bedrijfsindeling van het CBS (SBI) op 2-digit-niveau onderscheiden.

Tabel 5.3 top 10 sectoren in de grote steden

Top 10 sectoren met % banen in totale werkgelegenheid			
1996		2012	
Den Haag		Den Haag	
Overheid	30%	Overheid	35%
Detailhandel	14%	Detailhandel	12%
Eet- en drinkgelegenheden	6%	Eet- en drinkgelegenheden	7%
Gezondheidszorg	5%	Gezondheidszorg	7%
Financiële instellingen	4%	Levensbeschouwelijke en politieke organisaties	5%
Maatschappelijke dienstverlening	4%	Maatschappelijke dienstverlening	3%
Levensbeschouwelijke en politieke organisaties	4%	Kunst	3%
Onderwijs	3%	Financiële instellingen	3%
Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	3%	Onderwijs	2%
Rechtskundige dienstverlening, accountancy en belasting	2%	Rechtskundige dienstverlening, accountancy en belasting	2%
Rotterdam		Rotterdam	
Detailhandel	12%	Detailhandel	13%
Financiële instellingen	11%	Financiële instellingen	10%
Overheid	6%	Overheid	9%
Telecommunicatie	5%	Gezondheidszorg	6%
Groothandel	5%	Maatschappelijke dienstverlening	6%
Onderwijs	5%	Eet- en drinkgelegenheden	6%
Eet- en drinkgelegenheden	5%	Rechtskundige dienstverlening, accountancy en belasting	6%
Opslag vervoer	4%	Arbeidsbemiddeling	4%
Gezondheidszorg	4%	Verzekering en pensioenfondsen	4%
Verzekering en pensioenfondsen	4%	Holdings en managementadviesing	4%
Utrecht		Utrecht	
Detailhandel	16%	Overheid	13%
Opslag vervoer	10%	Detailhandel	12%
Eet- en drinkgelegenheden	9%	Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	11%
Onderwijs	9%	Eet- en drinkgelegenheden	10%
Overheid	7%	Onderwijs	7%
Vervoer over land	7%	Vervoer over land	7%
Gezondheidszorg	6%	Financiële instellingen	5%
Financiële instellingen	4%	Holdings en managementadviesing	3%
Maatschappelijke dienstverlening	4%	Maatschappelijke dienstverlening	3%
Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	4%	Levensbeschouwelijke en politieke organisaties	3%

Tabel 5.4 top 10 sectoren in de middel grote steden

Top 10 sectoren met % banen in totale werkgelegenheid			
1996		2012	
Amersfoort		Amersfoort	
Detailhandel	2%	Verzekering en pensioenfondsen	15%
Verzekering en pensioenfondsen	12%	Detailhandel	13%
Overheid	11%	Overheid	12%
Maatschappelijke dienstverlening	10%	Holdings en managementadvisering	9%
Eet- en drinkgelegenheden	7%	Eet- en drinkgelegenheden	8%
Reclame en marktonderzoek	6%	Telecommunicatie	8%
Verhuur/handel onroerend goed	4%	Groothandel	4%
Financiële instellingen	4%	Gezondheidszorg	4%
Gezondheidszorg	3%	Arbeidsbemiddeling	3%
Uitgeverijen	2%	Financiële instellingen	1%
Delft		Delft	
Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen/producten	22%	Detailhandel	22%
Detailhandel	16%	Eet- en drinkgelegenheden	17%
Eet- en drinkgelegenheden	10%	Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	7%
Overheid	8%	Onderwijs	6%
Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	6%	Maatschappelijke dienstverlening	6%
Culturele uitleencentra	4%	Overheid	4%
Onderwijs	4%	Verpleeg en verzorgtehuizen	4%
Maatschappelijke dienstverlening	3%	Kunst	3%
Vervaardiging van voedingsmiddelen	3%	Holdings en managementadvisering	3%
Afvalinzameling	2%	Afvalinzameling	3%
Gouda		Gouda	
Detailhandel	23%	Detailhandel	16%
Grond-, water- en wegenbouw	10%	Verzekering en pensioenfondsen	7%
Overheid	8%	Maatschappelijke dienstverlening	7%
Verzekering en pensioenfondsen	6%	Vervoer over land	6%
Eet- en drinkgelegenheden	6%	Overheid	6%
Onderwijs	6%	Onderwijs	5%
Maatschappelijke dienstverlening	3%	Eet- en drinkgelegenheden	5%
Productie/handel in elektriciteit, aardgas ect.	3%	Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp	4%
Winning en distributie van water	3%	Facility Management	4%
Groothandel	3%	Post en koeriers	3%

Zoals verwacht is in alle binnensteden het aandeel werkgelegenheid in de detailhandel groot. De detailhandel neemt in alle binnensteden in de top 10 de eerste of tweede plaats in als het gaat om het aandeel werkgelegenheid in de totale werkgelegenheid. Daarbij valt op dat er in de meeste binnensteden tussen 1996 en 2012 geen grote verschuivingen hebben plaatsgevonden. Ondanks de trend van schaalvergroting is het aantal banen in deze sector niet substantieel toe- of afgenomen in de binnensteden. Alleen in de binnenstad van Gouda is er een relatief grote daling te zien in het aantal banen in de detailhandel. In 1996 was de werkgelegenheid in de detailhandel nog goed voor 23 % van de totale werkgelegenheid. In 2012 was dit percentage gezakt naar 16%.

Voorst valt op dat er, met name in 2012, een grote gelijkensis is in de top 10 sectoren in de binnensteden. Er kan worden geconstateerd dat alle binnensteden momenteel vooral worden beheerst door allerlei vormen van dienstverlening. Dit komt overeen met de al eerder beschreven opkomst van de kenniseconomie (zie paragraaf 2.2). De ontwikkeling van de binnenstedelijke economie waarbij fysieke productie wordt vervangen door diensten is goed te zien in de binnensteden van Delft en Gouda. In beide binnensteden was in 1996 de 'maakindustrie' nog vertegenwoordigd in de top 10. In 2012 is de industrie uit de top 10 verdwenen en bevat de top 10 overwegend dienstensectoren. Opvallend is dat de binnenstad van Rotterdam nog vaak wordt

geassocieerd met havenactiviteiten en industrie, terwijl het aandeel banen in de financiële sector in de binnenstad van Rotterdam zowel in 1996 als in 2012 relatief groot is.

Hoewel de gelijkens tussen de sectoren in de top 10 in de binnensteden groot is, kan uit bovenstaande tabel ook opgemaakt worden dat elke binnenstad een eigen economische specialisatie heeft die veranderlijk van aard kan zijn. Zo zorgde de farmaceutische industrie en de voedingsmiddelenindustrie in de binnenstad van Delft voor 25% van het totaal aantal banen in de binnenstad. In 2012 komen beide industrieën niet meer voor in de top 10. Deze verschuiving is te wijten aan het vertrek van chemieconcern DSM uit de binnenstad van Delft. DSM is verhuisd naar een industrieterrein buiten de binnenstad van Delft. In 2012 zijn het vooral de detailhandel en de horeca die in de binnenstad van Delft veel banen opleveren, maar de binnenstad van Delft lijkt ook een nieuwe specialisatie gevonden te hebben. De sector *architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies* is relatief goed vertegenwoordigd in de binnenstad van Delft (op de derde plaats). Ook de kunstsector is in vergelijking met de rest van de binnensteden goed vertegenwoordigd. De kunstsector neemt de achtste plaats in. De sector *architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies* en de kunstsector behoren tot de creatieve klasse van Florida. Interessant is of de relatief grote vertegenwoordiging van de creatieve klasse in Delft is terug te zien in de ontwikkeling van de werkgelegenheid.

In de binnenstad van Den Haag levert de sector overheid zowel in 1996 als in 2012 de meeste banen op. De politieke partijen staan op de vijfde plaats. Dit is ook niet zo verwonderlijk aangezien Den Haag het bestuurlijk centrum van het land is en veel regeringsgebouwen in de binnenstad van Den Haag zijn gevestigd. Evenals in de binnenstad van Delft komt ook in de binnenstad van Den Haag de kunstsector voor in de top 10 (plaats nummer 7). De kunstsector komt alleen in Den Haag en Delft voor in de top 10. In de binnenstad van Utrecht levert de sector overheid in 2012 eveneens de meeste banen op. In 1996 leverde de detailhandel nog de meeste banen op. Het aandeel banen in de detailhandel in de totale werkgelegenheid is echter gedaald van 16% in 1996 naar 12% in 2012. Net als in de binnenstad van Delft levert ook in de binnenstad van Utrecht de sector *architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies* relatief veel banen op.

In de binnenstad van Rotterdam wordt de top 3 zowel in 1996 als in 2012 ingenomen door (1) detailhandel, (2) financiële instellingen en (3) de overheid. In de binnensteden van Gouda en Amersfoort levert de aanwezigheid van verzekeringsmaatschappijen en pensioenfondsen relatief veel banen op.

Het voorgaande laat zien dat de detailhandel in alle binnenstedelijke economieën een belangrijke rol speelt. De detailhandel neemt in 2012 in alle binnensteden de eerste of tweede plaats in. Om meer inzicht te kunnen krijgen in de opbouw en het functioneren van het winkelapparaat in de binnensteden richt de analyse zich hieronder meer op de detailhandel en op de totale belevingsindustrie waarvan de detailhandel onderdeel uitmaakt.

Inzicht in variatie: aandeel belevingsindustrie per binnenstad

In hoofdstuk 3 is aan de orde gekomen dat de functionele hiërarchie die ten grondslag ligt aan het Nederlandse winkellandschap niet meer goed werkt. Gianotten en Haringsma (2006) spreken in dit verband over het faillissement van de functionele hiërarchie. Binnensteden die zich met succes willen aanpassen aan het veranderende winkellandschap en economisch succesvol willen zijn, dienen hun

strategie aan te passen. De concurrentie tussen binnensteden moet niet langer gebaseerd zijn op de positie in de functionele hiërarchie, maar op onderscheidende kenmerken ten opzichte van andere winkelgebieden. Het onderscheidend vermogen van binnensteden zou verhoogd worden door een goed winkelaanbod, horeca, historische bebouwing en sociaal culturele voorzieningen. In dit onderzoek wordt het aandeel van deze sectoren in de binnensteden onderzocht. Deze sectoren worden in het navolgende kortheidshalve aangeduid als 'belevingsindustrie'. De volgende sectoren uit de SBI zijn meegenomen:

- Sector 47: Detailhandel (niet in auto's)
- Sector 56: Eet- en drinkgelegenheden
- Sector 90: Kunst
- Sector 91: Culturele uitleencentra, openbare archieven, musea, dieren- en plantentuinen, natuurbehoud.³

Uit tabel 5.5 volgt een tweedeling tussen de grote en middelgrote steden. De verwachting was dat de belevingsindustrie het best vertegenwoordigd zou zijn in de grote binnensteden. De belevingsindustrie is echter het best vertegenwoordigd in de middelgrote steden. Daarnaast scoort ook de binnenstad van Utrecht goed.

Tabel 5.5 Aantal vestigingen in 'de belevingsindustrie' per 1000 inwoners in het verzorgingsgebied in 2012 (Bron: LISA (2013), CBS en eigen bewerking)

Totaal aantal vestigingen belevingsindustrie per 1000 inwoners in het verzorgingsgebied in 2012							
Belevingsindustrie	Den Haag	Rotterdam	Utrecht	Amersfoort	Delft	Gouda	Gemiddeld
Retail	815	567	710	319	315	256	497
Horeca	413	274	360	140	181	73	240
Kunst	398	57	376	105	88	10	172
Cultuur	33	16	27	11	14	7	18
totaal vestigingen	1659	914	1473	575	598	346	928
Inwoners (x1000)	750	780	516	224	126	93	415
Aantal vestigingen per 1000 inwoners	2,21	1,17	2,85	2,56	4,73	3,72	2,87

Inzicht in variatie: variatie in de detailhandel in de binnensteden in 2012

Een belangrijk aspect bij de belevingsindustrie in binnensteden is een goed winkelaanbod. In paragraaf 3.2 kwam aan de orde dat een goed winkelaanbod wordt gekenmerkt door een gedifferentieerde winkelstructuur dat in staat is verschillende typen koopgedrag (boodschappen doen, doelgericht winkelen en recreatief winkelen) te stimuleren en de koopbeleving te bevorderen. Dit zou toegevoegde waarde creëren en tot economische groei leiden.

Onderstaande tabel (tabel 5.6) geeft aan de hand van de HH-index de mate van variëteit weer in de detailhandel (SBI code 47) in de binnensteden in 1996 en in 2012. Een getal dicht bij 1 betekent weinig variatie in de binnenstedelijke detailhandel. Een getal dicht bij 0 betekent meer variatie. Uit onderstaande tabel volgt dat in vier van de zes binnensteden de variëteit in de detailhandel in 2012

³ Een historische binnenstad wordt ook als aantrekkelijk beschouwd door het winkelend publiek. Vijf van de zes geselecteerde binnensteden hebben een historische binnenstad. Rotterdam heeft geen historische binnenstad. Hiermee wordt indien nodig rekening gehouden bij de analyse van de resultaten.

is afgenomen ten opzichte van 1996. Dit beeld komt overeen met de eerder beschreven ontwikkeling in binnensteden van branchevervaging, toenemende schaalvergroting en filialisering. In de binnensteden van Delft en Gouda is de mate van variëteit in de detailhandel ongewijzigd gebleven.

Tabel 5.6 HH-index detailhandel binnensteden 1996-2012 (Bron: Lisa en eigen bewerking)

SBI code 47	HH-index	HH-index
Binnenstad	1996	2012
Den Haag	0,09	0,13
Rotterdam	0,12	0,13
Utrecht	0,10	0,11
Delft	0,07	0,07
Amersfoort	0,10	0,13
Gouda	0,10	0,10

In onderstaande tabellen 5.7 a t/m f is op de samenstelling van de detailhandel per binnenstad inzichtelijk gemaakt.

Tabel 5.7a Den Haag (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Den Haag	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	1920	157141	100%	194
Leegstand	104	17050	11%	164
Levensmiddelen	74	8624	5%	117
Persoonlijke Verzorging	28	4270	3%	153
Warenhuis	3	31792	20%	10597
Kleding & Mode	204	35510	23%	174
Schoenen & Lederwaren	49	6462	4%	132
Juwelier & Optiek	43	2745	2%	64
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	28	4674	3%	167
Antiek & Kunst	34	2282	1%	67
Sport & Spel	23	4373	3%	190
Hobby	20	3058	2%	153
Media	27	3671	2%	136
Plant & Dier	10	651	0%	65
Bruin & Witgoed	29	5691	4%	196
Auto & Fiets	6	650	0%	108
Doe-Het-Zelf	8	1418	1%	177
Wonen	73	20813	13%	285
Detailhandel Overig	46	3407	2%	74

Tabel 5.7b Rotterdam (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Rotterdam	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	1334	125328	100%	207
Leegstand	103	21044	17%	204
Levensmiddelen	60	8954	7%	149
Persoonlijke Verzorging	18	2409	2%	134
Warenhuis	1	16896	13%	16896
Kleding & Mode	161	28106	22%	175
Schoenen & Lederwaren	46	6830	5%	148
Juwelier & Optiek	24	1683	1%	70
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	23	7217	6%	314
Antiek & Kunst	5	414	0%	83
Sport & Spel	29	6599	5%	228
Hobby	15	2057	2%	137
Media	17	2841	2%	167
Plant & Dier	14	1094	1%	78
Bruin & Witgoed	11	1267	1%	115
Auto & Fiets	8	1725	1%	216
Doe-Het-Zelf	3	355	0%	118
Wonen	43	12026	10%	280
Detailhandel Overig	23	3811	3%	166

Tabel 5.7c Utrecht (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Utrecht	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	1492	94457	100%	142
Leegstand	47	5336	6%	114
Levensmiddelen	60	5582	6%	93
Persoonlijke Verzorging	23	2240	2%	97
Warenhuis	2	11540	12%	5770
Kleding & Mode	202	31163	33%	154
Schoenen & Lederwaren	59	6061	6%	103
Juwelier & Optiek	25	1611	2%	64
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	22	2035	2%	93
Antiek & Kunst	22	1557	2%	71
Sport & Spel	23	5001	5%	217
Hobby	20	1730	2%	87
Media	38	5723	6%	151
Plant & Dier	5	293	0%	59
Bruin & Witgoed	23	2061	2%	90
Auto & Fiets	8	786	1%	98
Doe-Het-Zelf	5	442	0%	88
Wonen	42	8129	9%	194
Detailhandel Overig	38	3167	3%	83

Tabel 5.7d Amersfoort (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Amersfoort	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	641	54183	1	169
Leegstand	25	3690	7%	148
Levensmiddelen	25	3601	7%	144
Persoonlijke Verzorging	10	1190	2%	119
Warenhuis	2	7205	13%	3603
Kleding & Mode	92	13165	24%	143
Schoenen & Lederwaren	23	4263	8%	185
Juwelier & Optiek	18	1216	2%	68
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	12	2206	4%	184
Antiek & Kunst	8	449	1%	56
Sport & Spel	14	5510	10%	394
Hobby	11	996	2%	91
Media	13	1583	3%	122
Plant & Dier	1	40	0%	40
Bruin & Witgoed	25	2502	5%	100
Auto & Fiets	5	677	1%	135
Wonen	20	4132	8%	207
Detailhandel Overig	17	1758	3%	103

Tabel 5.7e Delft (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Delft	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	961	34800	100%	115
Leegstand	39	5916	17%	152
Levensmiddelen	39	3971	11%	102
Persoonlijke Verzorging	12	1029	3%	86
Kleding & Mode	43	5841	17%	136
Schoenen & Lederwaren	11	1177	3%	107
Juwelier & Optiek	9	630	2%	70
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	12	914	3%	76
Antiek & Kunst	10	725	2%	73
Sport & Spel	12	1471	4%	123
Hobby	10	823	2%	82
Media	20	2715	8%	136
Plant & Dier	7	678	2%	97
Bruin & Witgoed	14	834	2%	60
Auto & Fiets	4	772	2%	193
Doe-Het-Zelf	3	683	2%	228
Wonen	19	3668	11%	193
Detailhandel Overig	39	2953	8%	76

Tabel 5.7f Gouda (bron: Locatus , 2014 en eigen bewerking)

Gouda	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO in m ²	Percentage van totale WVO (%)	Gemiddeld WVO per winkel m ²
Totaal	860	48994	100%	132
Leegstand	66	7771	16%	118
Levensmiddelen	51	3365	7%	66
Persoonlijke Verzorging	8	1550	3%	194
Warenhuis	2	4713	10%	2357
Kleding & Mode	80	11258	23%	141
Schoenen & Lederwaren	15	2778	6%	185
Juwelier & Optiek	16	988	2%	62
Huishoudelijke- & Luxe artikelen	14	1421	3%	102
Antiek & Kunst	5	325	1%	65
Sport & Spel	10	2877	6%	288
Hobby	10	668	1%	67
Media	11	929	2%	84
Plant & Dier	10	668	1%	67
Bruin & Witgoed	15	1570	3%	105
Auto & Fiets	5	855	2%	171
Doe-Het-Zelf	2	194	0%	97
Wonen	30	5413	11%	180
Detailhandel Overig	21	1641	3%	78

Het was de verwachting dat de middelgrote binnensteden meer te kampen zouden hebben met leegstand dan grote binnensteden (zie paragraaf 2.3). Dit is echter niet het geval. De leegstand in de binnensteden van Amersfoort en Utrecht is lager is dan in de rest van de binnensteden. In de binnenstad van Amersfoort stond in 2012 7 % van het totale winkelvloeroppervlakte leeg. In de binnenstad van Utrecht was dit 6%. In de binnensteden van Rotterdam en Delft stond 17% van het totale winkelvloeroppervlakte leeg. In Gouda bedroeg dit percentage op 16% en in Den Haag 11%.

Verder kan uit de tabel opgemaakt worden dat geen grote verschillen zichtbaar zijn in de samenstelling van de detailhandel in de verschillende binnensteden. In alle binnensteden zijn de verschillende winkeltypen redelijk gelijkmatig verdeeld over het totale winkelvloeroppervlakte en worden zowel de *runshoppers* (boodschappen doen) als de *funshoppers* (recreatief winkelen) in de binnensteden gelijkmatig bediend. In de binnensteden nemen de winkels in levensmiddelen gemiddeld 7% van het totale winkelvloeroppervlakte in. Voor winkels in Kleding & Mode ligt dit percentage in de binnensteden op gemiddeld 24%. In de binnenstad van Gouda ligt dit percentage iets lager, op 17%. De binnenstad van Utrecht schiet eruit met een hoge concentratie van winkels in Kleding & Mode. Deze categorie winkels neemt in totaal 33% van het totale winkelvloeroppervlakte in.

Voorts valt op dat de binnenstad van Amersfoort in vergelijking met de twee andere middelgrote binnensteden Gouda en Delft het grootste winkelvloeroppervlakte heeft, maar de minste winkels. Dit is te wijten aan het gemiddelde vloeroppervlakte van de winkels dat in de binnenstad van Amersfoort groter is dan in de binnensteden van Gouda en Delft. Er lijkt in de binnenstad van Amersfoort meer ruimte te zijn voor grootschaligheid dan in de andere middelgrote binnensteden. Dit volgt ook uit de al eerder berekende HH-index van de detailhandel in de binnenstad van Amersfoort. De variatie in de detailhandel in de binnenstad van Amersfoort is met 0,13 lager dan in de binnensteden van Gouda (0,10) en Delft (0,7).

De binnenstad van Delft beschikt van de middelgrote steden over de meest gevarieerde detailhandel. Dit is ook terug te zien in de detailhandelstructuur in de binnenstad. De gemiddelde

winkelvloeroppervlakte is het laagst in de binnenstad van Delft. Daarnaast biedt Delft de meeste ruimte voor de sector *detailhandel overig*.

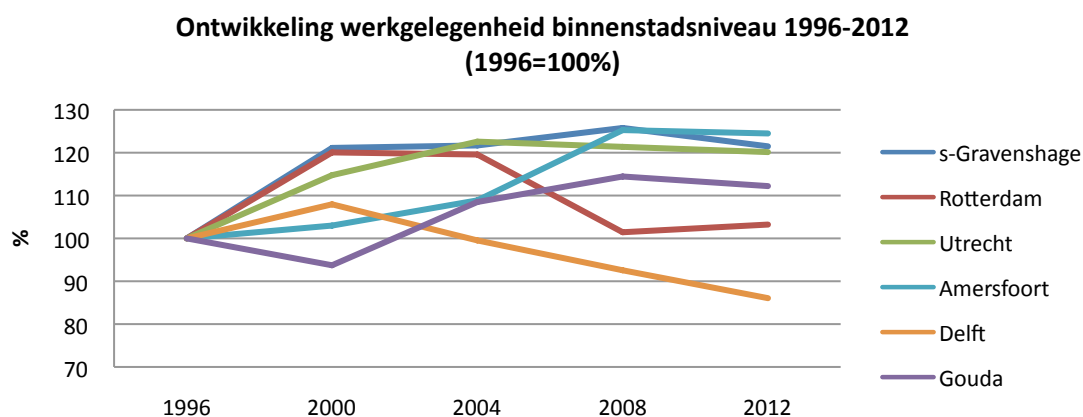
Van de grote binnensteden heeft de binnenstad van Utrecht het meest gevarieerde winkelaanbod. Dit volgt uit tabel 4.3 en is ook terug te zien in de detailhandelstructuur. De gemiddelde winkelvloeroppervlakte is vergeleken met de andere grote binnensteden in Utrecht het laagst. Het percentage *detailhandel overig* is in Utrecht het hoogst.

Nu er meer inzicht is in de ontwikkeling in de variatie van de binnenstedelijke bedrijvigheid wordt hierna de ontwikkeling in werkgelegenheid in de periode 1996-2012 in de binnensteden onderzocht. Aan dit onderzoek ligt de veronderstelling ten grondslag dat binnensteden met een meer gevarieerde structuur over een sterkere economie beschikken. Dit zou zijn terug te zien in een snellere groei in werkgelegenheid. Uit het bovenstaande volgt dat vooral in de binnensteden van Gouda en Amersfoort in de onderzochte periode een sterke evolutie naar een meer diverse economie zichtbaar was. Het is interessant om te zien of dit ook tot uiting komt in een snellere groei van de werkgelegenheid in diezelfde periode.

5.3 Ontwikkeling in werkgelegenheid in de binnensteden in de periode 1996-2012

In onderstaande figuur is de relatieve groei in het aantal banen in de binnensteden in de onderzochte periode weergegeven. Nadeel van het meten van de relatieve groei in werkgelegenheid is dat een lichte stijging in het aantal bedrijven in absolute zin in de binnensteden tot relatieve hoge groeicijfers kan leiden. Hiermee wordt bij de analyse van resultaten rekening gehouden.

Figuur 5.3 Ontwikkeling werkgelegenheid in binnensteden 1996-2012. Bron: Lisa (2013) en eigen bewerking.



Uit figuur 5.3 kan opgemaakt worden dat het aantal banen in vijf van de zes onderzochte binnensteden in de onderzochte periode procentueel is toegenomen. Alleen in de binnenstad van Delft is een afname te zien in het aantal banen in de onderzochte periode. Dit is waarschijnlijk mede het gevolg van het vertrek van chemieconcern DSM uit de binnenstad van Delft. Al eerder bleek dat DSM goed was voor 25% van de totale werkgelegenheid in de binnenstad van Delft.

Daarnaast kwam al eerder naar voren dat in de onderzochte periode in alle binnensteden een ontwikkeling zichtbaar is naar een meer gevarieerde economie. In de binnensteden van Gouda en Amersfoort is deze ontwikkeling het sterkst. De grootste toename in variëteit in de binnenstad van Gouda gaat evenwel niet gepaard met de snelste groei in werkgelegenheid. De binnenstad van Gouda laat in vergelijking met de andere binnensteden een gemiddelde groei in het aantal banen zien.

In de binnenstad van Amersfoort gaat een sterke evolutie naar een meer diverse economie wel gepaard met een relatief snelle groei in werkgelegenheid. Het aantal banen steeg in de binnenstad van Amersfoort in de onderzochte periode het meest, met bijna 25%. In hoeverre de ontwikkeling in werkgelegenheid kan worden toegeschreven aan de toename in variatie is echter de vraag gelet op de sterke groei van het aantal bedrijven in Amersfoort in de onderzochte periode. Dit aspect zal bij de interpretatie van de resultaten verder worden uitgewerkt.

Ook de binnensteden van Den Haag en Utrecht laten in vergelijking met de andere binnensteden hoge groeicijfers zien in werkgelegenheid. In beide binnensteden steeg de werkgelegenheid met iets meer dan 20% in de onderzochte periode. Deze groei gaat gepaard met een toenemende variëteit in beide binnensteden. Vooral in de binnenstad in Utrecht nam de variëteit in vergelijking met de rest van de binnensteden toe. Al eerder bleek dat Den Haag in toename van variëteit gemiddeld scoorde ten opzichte van de andere binnensteden.

In de binnenstad van Rotterdam, waar de variatie in bedrijvigheid nauwelijks toenam, steeg ook de werkgelegenheid in de onderzochte periode nauwelijks.

5.4 Aandeel nieuwe bedrijven in de binnensteden in de periode 1996-2012

De tweede indicator voor de economische vitaliteit in de binnensteden heeft niet direct betrekking op de werkgelegenheid, maar betreft het gemiddeld aantal opgerichte bedrijven in de binnenstad, gecorrigeerd voor het totaal aantal bedrijven over de periode 1996-2012. Nu de noodzaak tot vernieuwing in de binnensteden in het veranderende landschap toeneemt, is het interessant om te kijken naar de 'innovatiekracht' van binnensteden. Aan dit onderzoek ligt de veronderstelling ten grondslag dat binnensteden met een gevarieerde ruimtelijke structuur innovatief krachtiger zijn. Variatie zou een belangrijke voorwaarde voor innovatie zijn. Gelet hierop is het interessant om te kijken of de ontwikkeling in variatie in de binnensteden is terug te zien in de mate van innovatie.

De binnensteden van Amersfoort en Utrecht lieten in de onderzochte periode een relatief sterke ontwikkeling in de toename van variëteit zien. Hoewel de verschillen in innovatiekracht tussen de binnensteden niet groot zijn, kan worden opgemaakt dat deze binnensteden op innovatiekracht iets beter presteren dan de overige binnensteden. Aan de andere kant liet de binnenstad van Gouda de grootste toename in variatie zien, maar scoort zij op het gebied van innovatiekracht het slechtst. In de binnenstad van Rotterdam nam de diversiteit in de onderzochte periode nauwelijks toe. De binnenstad van Rotterdam beschikte evenwel in 1996 in vergelijking met de andere binnensteden al over een relatief gediversifieerde structuur. Op innovatiekracht scoort de binnenstad van Rotterdam echter relatief laag.

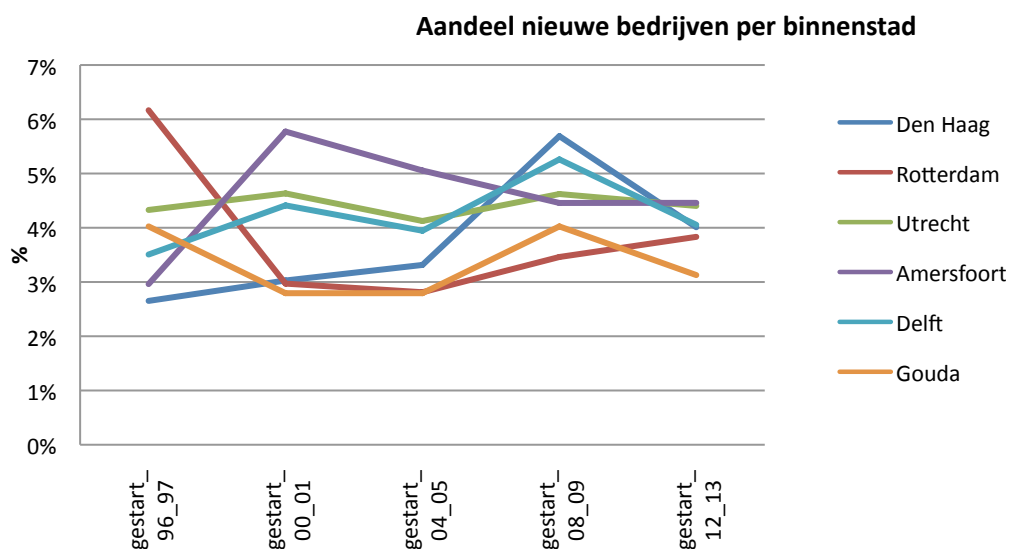
Tabel 5.8 gemiddeld aandeel startende bedrijven gecorrigeerd voor het totaal aantal bedrijven in 1996 t/m 2012 (Bron: LISA (2013) en eigen bewerking)

Binnenstad	Gemiddeld aandeel nieuwe bedrijven
Amersfoort	4.5%
Utrecht	4.4%
Delft	4.1%
Den Haag	4.0%
Rotterdam	3.8%
Gouda	3.1%

Figuur 5.4 maakt de ontwikkeling van het aantal startende bedrijven in de binnensteden in de onderzochte periode per jaar inzichtelijk. Sinds het intreden van de economische crisis in 2008 is in alle binnensteden een afname zichtbaar in het aantal startende bedrijven. Voorts kan uit de figuur opgemaakt worden dat de binnensteden van Rotterdam en Gouda in 1996 relatief goed scoorden op het aandeel startende bedrijven, maar in de loop van de onderzoeksperiode zijn weggezakt. In de binnenstad van Den Haag is het aandeel startende bedrijven in de totale bedrijvenpopulatie in de onderzochte periode vergeleken met de andere binnensteden sterk toegenomen. Het aandeel nieuwe bedrijven in de totale bedrijvenpopulatie was in de binnenstad van Den Haag in 1996 overigens relatief laag ten opzichte van de andere binnensteden.

De binnensteden van universiteitssteden Utrecht en Delft laten de meest stabiele ontwikkeling zien in het aandeel startende bedrijven in de onderzochte periode. De aanwezigheid van een universiteit in de binnenstad en de daarmee gepaarde concentratie studenten in de binnensteden lijken goede voorwaarden voor een innovatief economisch klimaat.

Figuur 5.4 aandeel nieuwe bedrijven t.o.v. totaal aantal bedrijven in 1996-2012 (Bron: LISA (2013) en eigen bewerking)



5.5 Samenvatting en conclusies

De resultaten van het eerste deel van dit onderzoek zijn samengevat in onderstaande tabel. Een **++** teken betekend zeer positief, een **+** betekend positief, een **0** betekend neutraal en een **-** betekend negatief.

Tabel 5.9 samenvatting resultaten eerste deel onderzoek (Bron: eigen bewerking)

Binnenstad	Groei sectorale variëteit	Groei werkgelegenheid	Mate van bedrijfsvernieuwing ten opzichte van gemiddelde
Amersfoort	++	++	+
Utrecht	++	++	+
Delft	+	-	+
Den Haag	+	++	0
Rotterdam	0	0	-
Gouda	++	+	-

Variatie en groei van werkgelegenheid

Uit de resultaten volgt dat, zoals verwacht, de grote binnensteden een meer gevarieerde economie hebben dan de onderzochte middelgrote binnensteden. Voorts was in alle binnensteden in de periode 1996-2012 een evolutie zichtbaar naar een meer gevarieerde economie. Van de grote binnensteden had Den Haag in 2012 de meest gevarieerde sectorale structuur. De binnenstad van Den Haag loopt in groei in aantal bedrijven en banen ook voor op de andere grote binnensteden. Van de middelgrote binnensteden had de binnenstad Gouda in 2012 de meest gespecialiseerde structuur. De binnenstad van Gouda blijft in groei achter bij de rest van de middelgrote binnensteden.

Voorts kan uit de samenvattende tabel worden opgemaakt dat in vier van de zes binnensteden een evolutie naar een meer gevarieerde sectorale structuur gepaard ging met een groei van de werkgelegenheid. In de binnensteden van Amersfoort en Utrecht waar de evolutie naar een meer diverse structuur sterker was dan gemiddeld, groeide ook de werkgelegenheid bovengemiddeld. In de binnenstad van Rotterdam nam de variatie nauwelijks toe en steeg de werkgelegenheid nauwelijks (+ 3%). Alleen in de binnenstad van Delft ging een toename in variatie aan bedrijvigheid gepaard met een daling in het aantal banen. De trendmatige daling van de werkgelegenheid in Delft lijkt echter te wijten aan het feit dat chemieconcern DSM, dat in 1996 nog goed was voor 22% van de banen, uit de binnenstad van Delft is vertrokken. Dit geeft een vertekend beeld. Deze resultaten worden derhalve buiten beschouwing gelaten.

Conclusie

Aan het onderzoeksmodel (paragraaf 3.5) lagen de veronderstellingen ten grondslag dat variatie een positief effect heeft op (1) werkgelegenheidsgroei en (2) het aantal startende bedrijven in de binnensteden.

Op basis van bovenstaande resultaten kan geconcludeerd worden dat de binnensteden met een meer gevarieerde structuur het beter doen dan de binnensteden met een minder diverse economie. Hoewel diversiteit een randvoorwaarde lijkt te zijn voor een economisch vitaal klimaat, kan op basis van de resultaten ook worden geconcludeerd dat meer diversiteit niet automatisch leidt tot hoge

groecijfers. In de binnenstad van Gouda was de ontwikkeling naar een meer diverse sectorale structuur het sterkst. Dit ging echter niet gepaard met een bovengemiddelde groei van de werkgelegenheid. Het aantal bedrijven daalde zelfs in de onderzochte periode.

Een mogelijke verklaring voor het feit dat de binnenstad van Gouda achterblijft in groei is het feit dat de Gouda van oudsher een industriestad is. Dit lijkt verandering in de weg te zitten. In de binnenstad van Gouda was in 1996 nog een concentratie van de industriële sector zichtbaar. De overige binnensteden hadden zich tegen die tijd ontwikkeld tot centra van dienstverlening. De industrie is inmiddels weggetrokken uit de binnenstad van Gouda, maar er is geen sterke concentratie van dienstverlening voor in de plaats gekomen zoals bijvoorbeeld in de binnenstad van Amersfoort.

Ook Rotterdam is van oudsher een industriestad. Hoewel de binnenstad van Rotterdam zich heeft ontwikkeld tot een centrum van dienstverlening en de diversiteit van bedrijvigheid nauwelijks onder doet voor die van de binnenstad van Den Haag, blijft de binnenstad van Rotterdam in groei achter bij de andere grote binnensteden. De historische gegroeide economische concepten in de binnensteden van Gouda en Rotterdam lijken tot economische verstarring te leiden, waardoor economische vernieuwing onvoldoende van de grond komt. Dit komt ook tot uiting in de relatief lage score op innovatiekracht.

Voorts valt op dat in de binnensteden waarin de overheid en dienstverlening voor relatief veel werkgelegenheid zorgde (Den Haag, Utrecht en Amersfoort) de werkgelegenheid harder groeide dan in de binnensteden waar dergelijke concentraties niet aanwezig waren. In de binnensteden waar de werkgelegenheid het minst groeide, leverde de detailhandel de meeste banen op (Rotterdam, Gouda en Delft). Dit suggereert dat een aantrekkelijke stad veel banen herbergt in de minder conjunctuur gevoelige overheidssector en in sectoren waarin kenniswerkers gedijen.

Variatie en aandeel nieuwe bedrijven in de binnensteden

De economische vitaliteit van steden laat zich niet alleen vertalen in werkgelegenheidscijfers, maar ook in innovatiekracht. Aan dit onderzoek ligt de veronderstelling ten grondslag dat variatie in binnensteden een positief effect heeft op de innovatiekracht van binnensteden. Een diverse sectorale structuur vergroot de kans op interactie, kopieerbaarheid, modificatie en (re)combinatie van ideeën en toepassingen in verschillende sectoren.

In vier van de zes onderzochte binnensteden ging een toenemende gevarieerde structuur inderdaad gepaard met een relatief hoge mate van bedrijfsvernieuwing. In de binnenstad van Amersfoort nam in vergelijking met de andere middelgrote steden de variatie aan bedrijvigheid gedurende de onderzoeksperiode het meest toe. Dit ging gepaard met het hoogste aandeel nieuwe bedrijven in diezelfde periode. De binnenstad van Utrecht scoorde van de grote binnensteden het hoogst op toename in variatie aan bedrijvigheid. Ook hier ging dit gepaard met het hoogste aandeel nieuwe bedrijven in vergelijking met de andere grote steden.

Van de middelgrote steden heeft de binnenstad van Gouda de meest gespecialiseerde economie. In de binnenstad van Gouda was het gemiddelde aandeel nieuwe bedrijven in de totale bedrijvenpopulatie gedurende de onderzochte periode het laagst. De economische crisis lijkt de binnenstad van Gouda relatief harder te treffen dan de andere binnensteden. Het aandeel nieuwe bedrijven in de binnenstad van Gouda is sinds 2008 in vergelijking met de andere binnensteden sterk

gedaald. De minder gevarieerde binnenstad van Gouda lijkt minder goed bestand tegen de effecten van de crisis.

Op grond van bovenstaande resultaten kan geconcludeerd worden dat de binnensteden met een meer gevarieerde economie hoger scoren op innovatiekracht. De resultaten geven echter ook aanleiding de veronderstelde relatie tussen variatie en innovatie te nuanceren. Zo scoorde de binnenstad van Rotterdam gedurende de gehele onderzochte periode van de grote steden relatief hoog op variëteit. Het gemiddelde aandeel startende bedrijven is echter in de binnenstad van Rotterdam relatief laag in vergelijking met de andere grote steden. De binnenstad van Rotterdam scoort zelfs lager op innovatiekracht dan de middelgrote steden Amersfoort en Delft, die over een minder gevarieerde structuur beschikken. Hoewel een gevarieerde economie als voorwaarde kan worden gezien voor vernieuwing, lijken ook hier geschiedenis en padafhankelijk van invloed. De binnenstad van Rotterdam wordt nog steeds geassocieerd met industrie. Ook de binnenstad van Gouda lijkt zich onvoldoende losgemaakt te hebben van het industriële karakter. In beide binnensteden komt vernieuwing minder van de grond dan in de andere binnensteden. Tenslotte lijkt ook de aanwezigheid van een universiteit in de binnenstad een positieve invloed te hebben op de mate van vernieuwing in de binnensteden. De binnensteden van universiteitssteden Utrecht en Delft laten de meest stabiele ontwikkeling zien in het aandeel startende bedrijven in de onderzochte periode.

6. Motieven voor het bezoek aan binnensteden

6.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is gebleken dat variatie van bedrijvigheid in de binnensteden een rol speelt bij de aantrekkelijkheid van de binnenstad als vestigingsmilieu voor bedrijven. De binnensteden met een meer gevarieerde structuur doen het economisch beter dan de binnensteden met een meer gespecialiseerde structuur. In dit hoofdstuk wordt onderzocht in hoeverre variatie bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden. Door middel van een enquête onder bezoekers wordt in de binnensteden onderzocht of binnensteden met een groter aandeel belevingsindustrie en een gedifferentieerder aanbod van winkels aantrekkelijker zijn voor bezoekers. De resultaten van de enquête worden in paragraaf 6.2 besproken. Dit hoofdstuk wordt in paragraaf 6.3 afgesloten met een samenvatting van de resultaten en een conclusie.

6.2 Resultaten enquête

6.2.1 Algemene kenmerken bezoekers

Alvorens specifiek in te gaan op de resultaten, wordt eerst een beeld geschetst van de bezoekers naar aanleiding van een aantal algemene kenmerken. Het grootste deel van de bezoekers in de binnenstad is van het vrouwelijke geslacht (62,6%). Dit komt overeen met de verwachting dat vooral vrouwen de binnenstad bezoeken om gebruik te maken van de winkels. Naast geslacht is ook leeftijd een algemeen kenmerk van belang. Met name met betrekking tot winkelen kunnen aan de hand van leeftijdscategorieën verschillen in gebruik worden onderscheiden.

Er is een onderverdeling gemaakt naar een vijftal leeftijdscategorieën. De grootste groep van de bezoekers in de onderzochte binnensteden valt in de leeftijdscategorie 15-25 jaar (38%). De tweede grootste groep valt in de leeftijdscategorie 45-65 (26%). De leeftijdsgroepen 25-45 en 65+ omvatten respectievelijk 20% en 16% van de binnenstedelijke bezoekers.

Dat de grootste groep bezoekers in de leeftijdscategorie 15-25 jaar valt, heeft te maken met het feit dat de meeste ondervraagde bezoekers tot de categorie studenten/scholieren behoorden (32,2%). De huishoudensamenstelling onder de respondenten is tevens bekeken, met als grootste groep de meerpersoonshuishoudens met kinderen (44%) gevolgd door de meerpersoonshuishoudens zonder kinderen (30%). Ongeveer een kwart van de bezoekers heeft een eenpersoonshuishouden (26%). Het complete overzicht van de algemene kenmerken van de respondenten zijn opgenomen in bijlage V.

6.2.2 Gebruik van de binnenstad

In hoofdstuk 3 kwam aan de orde dat de functionele hiërarchie die ten grondslag ligt aan het Nederlandse winkellandschap niet meer werkt. Binnensteden zouden in hun poging meer spenderende bezoekers aan te trekken de attractiviteit van de binnenstad centraal moeten zetten. De concurrentiepositie van binnensteden zou verhoogt worden door een goed winkelaanbod en een mix horeca en sociaal culturele voorzieningen. Maar zijn bezoekers wel op zoek naar beleving? Hieronder worden de bezoekersmotieven in de onderzochte binnensteden nader geanalyseerd.

Uit de enquête blijkt dat veruit de meeste bezoekers naar de binnenstad komen om te winkelen. Tabel 6.1 geeft een overzicht van de bezoekmotieven van de bezoekers in de onderzochte binnensteden. De tabel laat zien dat in alle binnensteden winkelen de belangrijkste reden is om de binnenstad te bezoeken.

Tabel 6.1 verdeling eerste bezoekersmotief binnensteden (Bron: eigen data en bewerking)
Wat is de voornaamste reden dat u op dit moment in de stad bent?

	Gemiddeld	Den Haag	Rotterdam	Utrecht	Amersfoort	Delft	Gouda
Ik ben hier vanwege mijn werk	14%	10%	18%	9%	15%	16%	18%
Ik woon hier	8%	9%	4%	8%	9%	8%	10%
Ik bezoek iemand die in deze stad woont	12%	8%	17%	14%	8%	11%	11%
Ik kom hier om te winkelen	46%	48%	42%	50%	58%	42%	38%
Ik kom hier voor musea/theater	3%	4%	6%	5%	2%	2%	0%
Ik kom hier voor de horeca voorzieningen	6%	6%	4%	8%	4%	4%	8%
Ik kom hier voor de historische binnenstad	6%	10%	0%	6%	2%	12%	7%
Anders, namelijk:	5%	3%	9%	1%	3%	6%	8%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Het percentage bezoekers met een winkelmotief verschilt wel per binnenstad. In de binnensteden van Amersfoort en Utrecht is het aantal bezoekers dat komt om te winkelen het hoogst. Respectievelijk 58% en 50% van de binnenstedelijke bezoekers komt hier om te winkelen. In de binnenstad van Gouda is het aantal bezoekers met een winkelmotief het laagst. Verder valt op dat in de binnensteden van Den Haag en Delft relatief veel bezoekers komen voor de historische binnenstad (respectievelijk 10% en 12%).

Naast het eerste bezoekersmotief is ook gevraagd naar een tweede bezoekersmotief van de respondenten. Uit tabel 6.2 volgt dat het grootste deel van de respondenten (41%) aangeeft dat geen sprake is van een gecombineerd bezoek. Als er sprake is van een gecombineerd bezoek dan wordt het bezoek het vaakst gecombineerd met een bezoek aan de winkels (gemiddeld 18%) of een bezoek aan de horeca (gemiddeld 14%). In de binnenstad Gouda is het percentage bezoekers dat een bezoek aan de binnenstad combineert met winkelen het hoogst met 27%. In de binnensteden van Utrecht en Den Haag wordt gemiddeld meer gebruik gemaakt van de horeca tijdens een bezoek aan de binnenstad. 16% van de bezoekers van Den Haag combineert het bezoek aan de binnenstad met het gebruik van de horeca. In Utrecht ligt dit percentage met 22% nog hoger. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de grote studentenpopulatie in Utrecht.

Tabel 6.2 tweede bezoekersmotief binnensteden (bron: eigen data en bewerking)

Is er naast uw gegeven reden om de stad te bezoeken, nog een tweede reden van uw bezoek te herkennen?

	Gemiddeld	Den Haag	Rotterdam	Utrecht	Amersfoort	Delft	Gouda
Nee	41%	33%	32%	45%	50%	38%	41%
Ja, ik woon hier	10%	13%	16%	5%	9%	11%	9%
ik ben hier vanwege mijn werk	3%	8%	3%	2%	2%	2%	1%
Ik kom op bezoek bij iemand die hier woont	3%	2%	7%	1%	2%	1%	3%
Ja, winkelen,	18%	16%	20%	10%	16%	20%	27%
Ja, musea/theater	4%	3%	6%	4%	2%	3%	2%
Ja, horeca voorzieningen	14%	16%	13%	22%	14%	13%	8%
Ja, historische binnenstad	6%	5%	3%	9%	5%	7%	6%
Ja, andere reden, namelijk:	3%	3%	1%	1%	0%	7%	3%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bij het analyseren van het gebruik van de binnenstad is ook de herkomst van de bezoekers van belang. Tabel 6.3 geeft een overzicht van de herkomst van de respondenten per binnenstad. Uit de tabel volgt dat de middelgrote binnensteden meer bezoekers aantrekken van buiten de stad dan de grote binnensteden.

De binnenstad van Amersfoort heeft niet alleen het hoogste percentage bezoekers met een winkelmotief, maar trekt ook de meeste bezoekers van buiten de gemeente aan. Ook de binnenstad van Delft, met als trekpleister de historische binnenstad, trekt in vergelijking met de andere steden relatief veel bezoekers uit andere gemeenten aan. In de binnenstad van Rotterdam, zonder historische kern en met het laagste percentage winkelende bezoekers, werden het kleinste aantal bezoekers van buiten de stad aangetroffen.

Tabel 6.3 Verdeling herkomst winkelende respondenten (Bron: eigen data en bewerking)

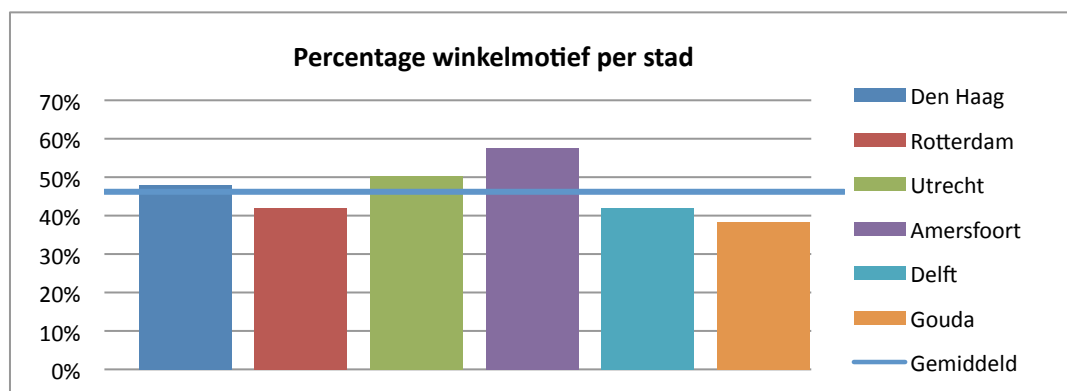
Stad	Uit de gemeente	Buiten de gemeente
Amersfoort	33%	67%
Delft	38%	62%
Gouda	42%	58%
's-Gravenhage	43%	57%
Rotterdam	51%	49%
Utrecht	48%	52%
Gemiddeld	43%	57%

Uit het voorgaande is gebleken dat veruit de meeste bezoekers de binnensteden bezoeken om te winkelen. Vervolgens is het van belang om meer inzicht te krijgen in het winkelgedrag van deze bezoekers. Komen zij enkel en alleen om aankopen te doen (doelgericht winkelgedrag) of worden zij getrokken door de binnenstad en is hun (winkel)gedrag meer recreatief?

6.2.3 Gedrag van bezoekers met als hoofdmotief winkelen

Zoals al eerder uit de enquête naar voren kwam, trekt de binnenstad van Amersfoort in vergelijking met de andere binnensteden de meeste bezoekers die primair komen winkelen. Ook de binnenstad van Utrecht blijkt een gewild winkelgebied te zijn. In onderstaande tabel worden de verschillen per binnenstad nog eens inzichtelijk gemaakt.

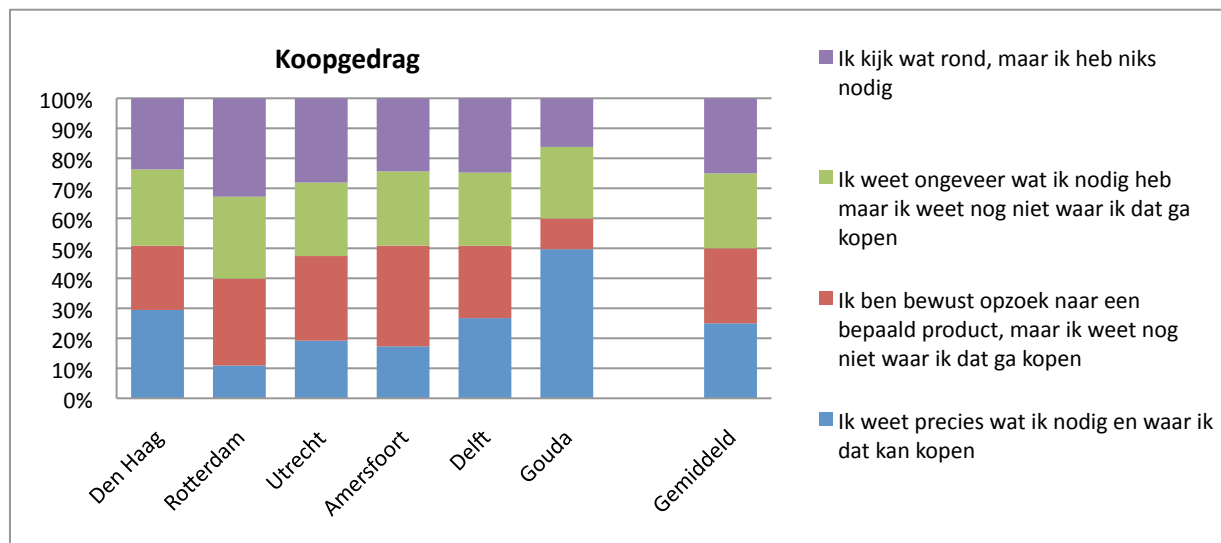
Figuur 6.1 Aantal mensen met winkelmotief per stad (Bron: eigen data en bewerking)



Aan de bezoekers die als eerste bezoekersmotief “winkelen” hebben opgegeven, is de vraag gesteld hoe zij hun eigen koopgedrag kunnen omschrijven. In de enquête wordt een onderscheid gemaakt naar type winkelgedrag: boodschappen doen (run), doelgericht winkelen (run) en recreatief winkelen (fun). Zoals eerder aan de orde kwam, gaat het in de kern om het verschil tussen nut en plezier. Boodschappen doen en doelgericht winkelen is functioneel van aard en moet het liefst zo snel en comfortabel mogelijk gebeuren. Goede bereikbaarheid van winkels, een logische indeling en overzichtelijkheid zijn daarbij belangrijk. Bezoekers die gaan winkelen, zijn meer uit op vermaak. Zij willen nieuwe dingen zien, rond kunnen dwalen en op ideeën gebracht worden (zie paragraaf 2.2).

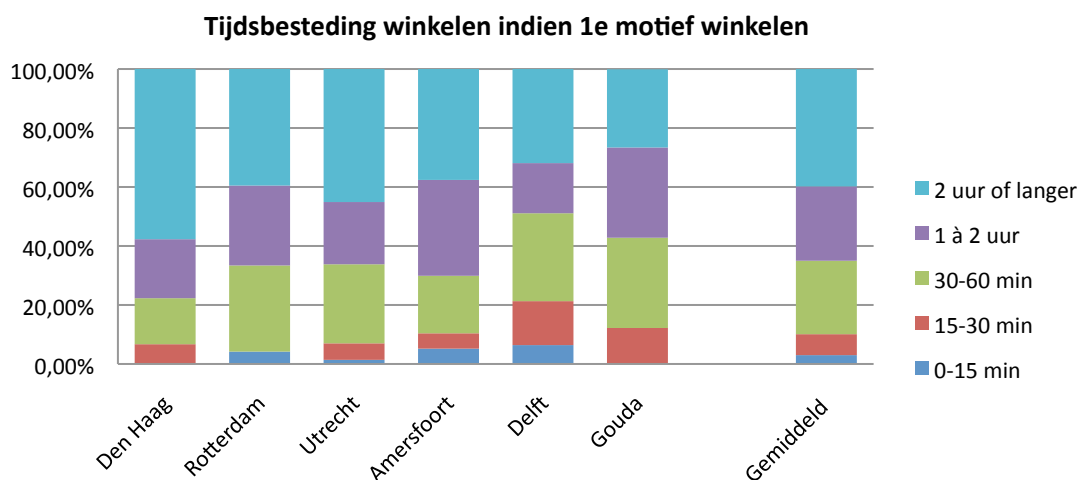
De verwachting is dat zich in de beter bereikbare middelgrote steden relatief meer *runshoppers* zullen bevinden dan in grote binnensteden. Uit figuur 6.2 kan echter geen duidelijk onderscheid gemaakt worden tussen de middelgrote en grote binnensteden wat betreft het overheersende type koopgedrag. De binnenstad van Gouda trekt in vergelijking met de rest van de binnensteden weinig winkelende bezoekers met een recreatief aankoopgedrag. 50% van de winkelende bezoekers kan aangemerkt worden als een zogenaamde ‘runshopper’. Opvallend is dat in de binnenstad van Rotterdam de meeste recreatieve winkelende bezoekers te vinden zijn, terwijl de belevingsindustrie in de binnenstad van Rotterdam het slechts vertegenwoordigd is en de binnenstad van Rotterdam relatief weinig bezoekers aantrekt met een winkelmotief. In de overige binnensteden, Den Haag, Utrecht, Delft en Amersfoort, is de verdeling *fun-* versus *runshoppers* nagenoeg gelijk.

Figuur 6.2 Koopgedrag van respondenten (Bron: eigen data en bewerking)



Om meer inzicht in het winkelgedrag van de bezoekers met een winkelmotief te krijgen is ook gevraagd hoeveel tijd deze bezoekers besteden aan het winkelen. Op deze wijze wordt net als bij de vorige vraag getracht om meer inzicht te verkrijgen in het aandeel bezoekers dat recreatief winkelt. De verwachting was dat in binnensteden met een relatief hoog aandeel bezoekers met een aankoopgericht winkelgedrag de gemiddelde tijdsbesteding het laagst zou zijn. Andersom zou dit betekenen dat in binnensteden met veel niet-doelgerichte shoppers de gemiddelde tijdsbesteding het hoogst zou zijn. Dit is ook het geval. In de binnenstad van Gouda wordt inderdaad de minste tijd besteed aan het winkelen. In de binnensteden van Den Haag en Utrecht wordt het langst gewinkeld. In de binnenstad van Rotterdam wordt in vergelijking met de andere grote binnensteden korter gewinkeld. In deze binnenstad was niet alleen het aandeel belevingsindustrie het laagst, maar ook het aantal winkels.

Figuur 6.3 Tijdsbesteding winkelen indien 1^e motief winkelen (Bron: eigen data en bewerking)



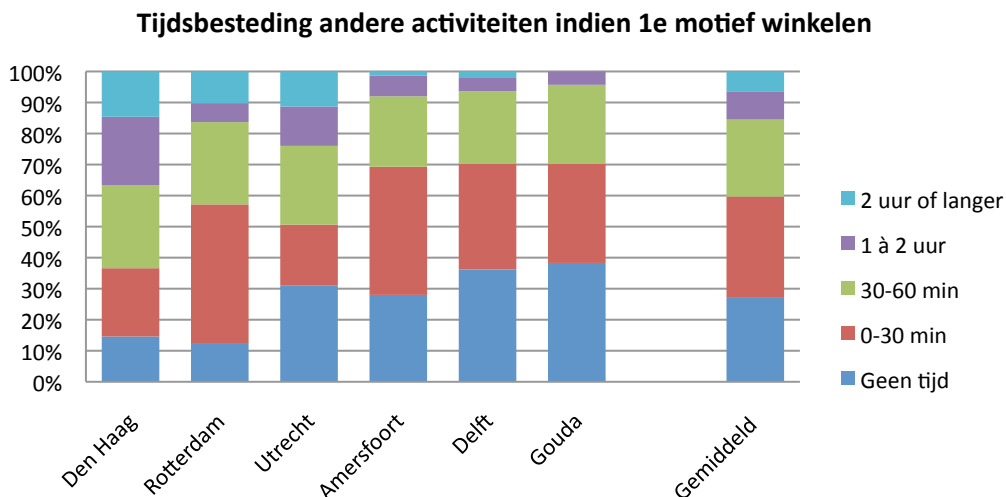
Vervolgens is gevraagd naar de tijdsbesteding aan andere activiteiten dan winkelen. De veronderstelling is dat bezoekers langer verblijven in binnensteden met een ruim en gevarieerd aanbod van publiekstrekkende sectoren, waaronder horeca en cultuur. Dit zou immers de verblijfswaarde in binnensteden verhogen. Dit is deels het geval.

Uit de onderstaande tabel kan een tweedeling opgemaakt worden tussen de grote en middelgrote binnensteden. De bezoekers in de binnenstad van Den Haag, Utrecht en Rotterdam besteden naast het winkelen de meeste tijd aan andere activiteiten. In de middelgrote binnensteden Amersfoort, Delft en Gouda besteden bezoekers naast het winkelen de minste tijd aan andere activiteiten. Dit komt overeen met de verwachting dat de beter bereikbare middelgrote binnensteden vooral gebruikt worden door bezoekers met een doelgericht koopgedrag dat is gericht op gemak en niet op vermaak.

Voorts kan opgemaakt worden dat winkelende bezoekers langer verblijven in binnensteden met een hoger aandeel belevingsindustrie in de binnenstad. Van de middelgrote steden wordt in de binnenstad van Delft door bezoekers met een winkelmotief de meeste tijd besteed aan andere activiteiten. De binnenstad van Delft scoorde van de middelgrote steden het hoogst op het aandeel belevingsindustrie in de binnenstad. De binnenstad van Gouda scoorde van de middelgrote steden ook hoog op het aandeel belevingsindustrie. Dit leidt in de binnenstad van Gouda echter niet tot een langere verblijfsduur.

Van de grote steden besteden de winkelende bezoekers in de binnenstad van Den Haag en Utrecht de meeste tijd aan andere activiteiten dan winkelen. Deze binnensteden scoren hoger op het aandeel belevingsindustrie dan de binnenstad van Rotterdam.

Figuur 6.4 Tijdsbesteding andere activiteiten dan winkelen (bron: eigen data en bewerking)

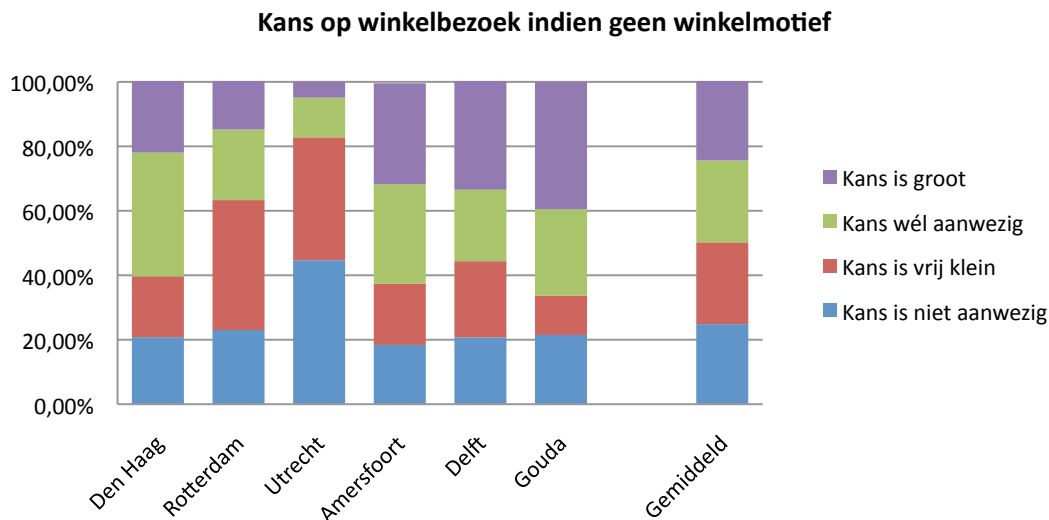


6.2.4 Gedrag bezoekers met een ander hoofdmotief dan winkelen

Binnensteden proberen hun centrumfunctie te versterken door zoveel mogelijk spenderende bezoekers aan te trekken. Het is derhalve interessant om inzichtelijk te maken in welke binnensteden

de kans het grootst is dat bezoekers zonder winkelmotief alsnog gaan winkelen. Figuur 5.3.5 geeft weer hoe de kansen op het winkelbezoek verdeeld zijn⁴.

Figuur 6.5 kans op bezoek winkels van personen die aangeven geen winkelmotief te hebben (bron: eigen data en bewerking)



Er is een tweedeling tussen de grote en middelgrote binnensteden. De kans dat bezoekers zonder winkelmotief alsnog gaan winkelen is het grootst in de middelgrote binnensteden, met de binnenstad van Gouda als koploper. De kans dat bezoekers in de binnenstad van Gouda alsnog gaan winkelen is 40%. In de binnenstad van Utrecht is de kans dat bezoekers die in eerste instantie niet komen om te winkelen wel gaan winkelen het kleinst.

Om inzichtelijk te kunnen maken welke binnenstedelijke functies bijdragen aan de winkelfunctie van een binnenstad is onderzocht bij welke eerste bezoekersmotief mensen het meest geneigd zijn om nog even te gaan winkelen. Uit tabel 6.4 kan opgemaakt worden dat bezoekersmotieven 'bezoek', 'wonen' en 'werk' het vaakst worden gecombineerd met winkelen. Dit voldoet aan de verwachting dat vooral mensen die in de binnensteden wonen en werken nog even gebruik maken van de winkels. Wat betreft de synergie tussen winkels en andere stedelijke voorzieningen valt op dat gemiddeld genomen met name horecavoorzieningen bijdragen aan het winkelbezoek. Dit is met name het geval in de binnenstad van Utrecht. In de binnenstad van Delft leidt een bezoek aan de historische binnenstad relatief vaak tot winkelen. In de binnensteden van Den Haag en Rotterdam dragen musea en theater in vergelijking met de andere binnensteden relatief veel bij aan de winkelfunctie van de binnensteden.

⁴ In Amersfoort en Rotterdam komt het percentage niet op 100%. Dit komt omdat een aantal respondenten als eerste en tweede reden "winkelen" hebben genoemd. Deze zijn niet meegenomen in de tabel.

Tabel 6.4 draagvlak van binnenstedelijke activiteiten voor winkels (bron: eigen data en bewerking)

Eerste bezoekersmotief	% Tweede reden winkelen	Den Haag	Rotterdam	Utrecht	Amersfoort	Delft	Gouda
ik werk hier	18,6%	20,0%	13,0%	21,4%	23,8%	13,6%	20,6%
ik woon hier	21,7%	13,3%	17,4%	14,3%	23,8%	27,3%	26,5%
ik bezoek iemand die in deze stad woont	24,0%	20,0%	30,4%	35,7%	19,0%	22,7%	20,6%
ik kom hier voor musea/theater	5,4%	13,3%	13,0%	0,0%	4,8%	4,5%	8,8%
ik kom hier voor horeca voorzieningen	10,9%	13,3%	8,70%	28,6%	4,8%	9,1%	8,8%
ik kom hier voor de historische binnenstad	7,0%	13,3%	0,00%	0,0%	4,8%	18,2%	5,9%
andere reden	5,4%	6,7%	8,70%	0,0%	0,0%	4,5%	8,8%

6.3 Samenvatting resultaten en conclusie

Hoewel de verschillen in resultaten tussen grote en middelgrote binnensteden niet groot zijn, kan uit de resultaten een tweedeling tussen de grote en middelgrote binnensteden worden opgemaakt. De grote binnensteden trekken gemiddeld meer eigen inwoners, er wordt gemiddeld meer recreatief gewinkeld en de gemiddelde verblijfsduur is langer dan in de middelgrote binnensteden. De middelgrote binnensteden trekken gemiddeld meer bezoekers van buiten de stad, er wordt gemiddeld meer doelmatig gewinkeld en de gemiddelde verblijfsduur is korter dan in de grote binnensteden. Deze tweedeling komt overeen met de ordening naar principes van het hiërarchisch model waarin de grote binnensteden meer fungeren als recreatieve keuzecentra (vergelijkend en recreatief winkelen) en de middelgrote steden meer fungeren als koop- en expeditiecentra (detailhandelconcentraties ten behoeve van doelaankopen).

Gelet op de geconstateerde tweedeling worden hieronder de resultaten van de grote en middelgrote steden in twee aparte tabellen samengevat. Een + teken betekend postief, een 0 teken betekend neutraal en een – teken betekend negatief

Tabel 6.5a Scores grote binnensteden t.o.v. gemiddelde uitkomsten op de belangrijkste enquête-onderdelen

Binnenstad	Aandeel belevingsindustrie	Diversiteit winkelaanbod	% Winkelen	% Recreatief winkelen	% + 2 uur winkelen	% +2 uur andere activiteiten
Den Haag	+	-	+	-	+	+
Rotterdam	-	-	-	+	-	-
Utrecht	+	+	+	+	+	0

Tabel 6.5b Scores middelgrote binnenden t.o.v. gemiddelde uitkomsten op de belangrijkste enquête-onderdelen

Binnenstad	Aandeel belevingsindustrie	Diversiteit winkelaanbod	% Winkelen	% Recreatief winkelen	% + 2 uur winkelen	% +2 uur andere activiteiten
Amersfoort	-	-	+	0	+	0
Delft	+	+	-	0	0	+

De binnenstad van Utrecht beschikt van de grote binnensteden over het meest aantrekkelijke winkelgebied. Het percentage bezoekers met een winkelmotief is in de binnenstad van Utrecht het hoogst. Daarnaast trekt de binnenstad van Utrecht in vergelijking met de andere grote binnensteden gemiddeld meer funshoppers die langer dan twee uur winkelen. Ook de leegstand is in de binnenstad van Utrecht lager dan in de andere grote binnensteden. De bezoekers met een recreatief winkelmotief lijken vooral getrokken te worden door het diverse aanbod van winkels in de binnenstad van Utrecht. Utrecht beschikt immers van de drie grote binnensteden over het meest gevarieerde winkelaanbod. Daarnaast lijkt ook het relatief grote aantal winkels in kleding en schoenen een positieve uitwerking te hebben op de aantrekkelijkheid van het winkelgebied.

Ook de belevingsindustrie is in de binnenstad van Utrecht goed vertegenwoordigd in vergelijking met de andere grote binnensteden. De belevingsindustrie is het beste vertegenwoordigd in de binnenstad van Den Haag. Naast het winkelen wordt in de binnenstad van Den Haag ook gemiddeld meer tijd besteed aan andere activiteiten. De gemiddelde verblijfsduur van bezoekers met een winkelmotief is in de deze binnenstad het hoogst. De gemiddelde verblijfsduur van bezoekers met een winkelmotief is het kortst in de binnenstad van Rotterdam waar ook de belevingsindustrie het slechts vertegenwoordigd is.

De binnenstad van Amersfoort beschikt van de middelgrote binnensteden over het meest aantrekkelijke winkelgebied. De binnenstad van Amersfoort trekt de meeste bezoekers aan met een winkelmotief. Bovendien is de verblijfsduur van de bezoekers met een winkelmotief het hoogst in de binnenstad van Amersfoort. Op de onderdelen 'aandeel belevingsindustrie' en 'diversiteit van het winkelaanbod' scoort de binnenstad van Amersfoort echter slechter dan de andere middelgrote binnensteden. De bezoekers van de binnenstad van Amersfoort lijken eerder te worden gedreven door efficiency en schaalvergroting dan door variatie en beleving. Al eerder bleek immers dat het gemiddelde vloeroppervlakte van de winkels is in de binnenstad van Amersfoort het hoogst is. Daarnaast heeft de binnenstad van Amersfoort het ruimste aanbod aan kleding- en schoenenwinkels. Dat de binnenstad van Amersfoort over een aantrekkelijk winkelgebied beschikt, is ook terug te zien in de leegstandcijfers. De binnenstad van Amersfoort heeft minder te kampen met leegstand (7%) dan de binnensteden van Delft (17%) en Gouda (16%).

Hoewel de binnensteden van Gouda en Delft beter scoren op het aandeel belevingsindustrie en beschikken over een gevarieerder winkelaanbod, trekken zij gemiddeld minder winkelende bezoekers dan Amersfoort. Een verklaring hiervoor kan zijn dat grootschaligheid in de binnensteden van Delft en Gouda minder de ruimte krijgt dan in de binnenstad van Amersfoort. Dit komt niet alleen tot uiting in het gemiddelde vloeroppervlakte van de winkels, maar ook in de variëteit van de detailhandel. Alleen in de binnensteden van Delft en Gouda bleef de mate van variëteit in 1996 en 2012 ongewijzigd. In de andere binnensteden nam de variëteit af. Al eerder kwam naar voren dat, indien schaalvergroting niet de ruimte krijgt, er verschuivingen kunnen plaatsvinden in de functionele hiërarchie (de zogenaamde *upward hierarchical movement*) met als gevolg verlies van detailhandel. Dit lijkt zich in de binnenstad van Gouda voor te doen. Uit tabel 5.2 kan immers opgemaakt worden dat de binnenstad van Gouda relatief veel detailhandel heeft verloren ten opzichte van 1996.

Daarnaast is het aandeel winkels in kleding en schoenen lager in de binnensteden van Gouda en Delft dan in de binnenstad van Amersfoort. Vooral de binnenstad van Delft beschikt over relatief weinig kleding- en schoenenwinkels. De binnensteden van Gouda en Delft lijken hierdoor meer concurrentie te ondervinden van de nabijgelegen grote binnensteden dan de binnenstad van Amersfoort.

Conclusie

Op basis van bovenstaande resultaten kan geconcludeerd worden dat de invloed van variatie in de binnenstad op de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden verschilt per type winkelgebied en derhalve de wensen en behoeften van de bezoekers. In de middelgrote steden waar meer functioneel wordt gewinkeld, blijkt een ruim aanbod van diverse publiekstrekkende voorzieningen en een divers aanbod van winkels de aantrekkelijkheid van het winkelgebied niet te verhogen. In de grote binnensteden waar meer recreatief wordt gewinkeld, is variëteit wel van belang. De binnensteden van Utrecht en Den Haag trekken met een relatief hoger aandeel belevingsindustrie meer winkelende bezoekers dan de binnenstad van Rotterdam. Bovendien is in de binnenstad van Den Haag, waar de belevingsindustrie het best vertegenwoordigd is, de gemiddelde bezoekduur het langst. Daarnaast trekt de binnenstad van Utrecht met het meest diverse aanbod van winkels de meeste bezoekers met een winkelmotief. Naast variëteit blijkt echter ook een relatief ruim aanbod van winkels in kleding & mode en schoenen de aantrekkingskracht van de binnenstad te verhogen. Dit komt overeen met de resultaten uit de koopstroomonderzoeken die zijn uitgevoerd in de Randstad en in oost-Nederland. Ook hieruit blijkt dat een ruim winkelaanbod in binnensteden een grote aantrekkingskracht hebben voor bezoekers.

De tweedeling tussen middelgrote en grote steden komt overeen met de verschillende herkenbare typen koopgedrag die aan de planologie van de Nederlandse winkelgebieden ten grondslag ligt: boodschappen doen en winkelen, soms aangevuld met doelgericht bezoek. In de kern gaat het om het verschil tussen nut en plezier. Boodschappen doen is functioneel van aard en moet het liefst zo snel en comfortabel mogelijk gebeuren. Goede bereikbaarheid van winkels, een logische indeling en overzichtelijkheid zijn daarbij belangrijk. Als de consument gaat winkelen en uit is op vermaak dan wordt variatie belangrijk. De consument wil nieuwe dingen zien, rond kunnen dwalen en op ideeën gebracht worden (Gianotten en Haringsma, 2006, p. 48).

7. Conclusies en aanbevelingen

7.1 Inleiding

De positie van Nederlandse binnensteden staat onder druk. Het aantal spenderende bezoekers in de binnensteden neemt af als gevolg van demografische ontwikkelingen, de opkomst van perifere winkellocaties en de stormachtige ontwikkelingen in de e-commerce. De economische recessie heeft de druk verder vergroot. Het toevoegen van nieuwe winkelmeters in de hoop meer bezoekers te trekken, lijkt niet de oplossing in het veranderende winkellandschap. Indien de ontwikkeling van binnensteden vanuit een evolutionair perspectief wordt gezien, dient de strategie van de binnensteden eerder gebaseerd te zijn op aanpassen, vernieuwen en transformeren. Maar welke binnensteden hebben de beste papieren om deze transitie te overleven?

Uitgangspunt van dit onderzoek was dat een toekomstbestendige binnenstad op twee samenhangende pijlers leunt, te weten (1) een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor een diversiteit aan bedrijven en (2) een aantrekkelijk winkelgebied. Door middel van casestudy's in zes Nederlandse binnensteden is inzicht verkregen in de ontwikkelingen in de variatie van economische activiteiten en de economische ontwikkeling. Daarnaast is inzicht verkregen in de motieven van bezoekers om de binnensteden te bezoeken.

Ondanks de beperkte selectie van binnensteden kan op basis van de onderzoeksresultaten worden gesteld dat de gehanteerde onderzoeksaanpak heeft bijgedragen aan het verkregen inzicht in de veronderstelde meerwaarde van variatie op de economische vitaliteit van de binnensteden. In de volgende paragraaf zullen de belangrijkste conclusies worden besproken.

7.2 Variëteit en een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor bedrijven

In de zes geselecteerde binnensteden is de ontwikkeling in variëteit afgezet tegen de ontwikkelingen in werkgelegenheid en bedrijvigheid in de periode 1996-2012. Er werd gekeken naar een lange periode (1996-2012) omdat verondersteld wordt dat *spillovers* als gevolg van variatie op langere termijn effect sorteren. Het economisch succes van de binnensteden werd in dit onderzoek afgemeten aan twee indicatoren, te weten (1) de ontwikkelingen in werkgelegenheid en (2) de ontwikkelingen in het aantal nieuw opgerichte bedrijven in de binnensteden in de onderzochte periode.

Op grond van de resultaten kan geconcludeerd worden dat een gevarieerde economie de economische posities van binnensteden kan versterken. Een toename in variëteit ging in vijf van de zes binnensteden gepaard met een groei van de werkgelegenheid. Een diverse economie lijkt ook economische vernieuwing te stimuleren. Vooral in de binnenstad van Amersfoort ging een toename in variëteit van binnenstedelijke bedrijvigheid gepaard met een relatief hoog aandeel startende bedrijven. Hoewel variëteit een randvoorwaarde lijkt te zijn voor een sterke economie en daarmee

een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor bedrijven, is variëteit niet de sleutel tot economisch succes. Ook andere factoren, zoals historische ontwikkelingen en concentraties van sectoren waarin veel kenniswerkers gedijen, lijken een belangrijke rol te spelen in de ontwikkeling van de binnenstedelijke economieën.

7.3 Variëteit en de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden

In de zes geselecteerde binnensteden zijn mondelinge enquêtes afgenomen onder de bezoekers ten einde meer inzicht te krijgen in de motieven van de bezoekers om de binnenstad te bezoeken. De resultaten van de enquête zijn vervolgens afgezet tegen de mate van concentratie van sectoren die actief zijn in de belevingsindustrie in de binnenstedelijke winkelgebieden en de diversiteit van de detailhandel.

Op basis van de resultaten kan worden geconcludeerd dat de invloed van variatie in de binnenstad op de aantrekkelijkheid van het winkelgebied verschilt per type winkelgebied en derhalve de wensen en behoeften van de bezoekers. In de middelgrote steden waar meer functioneel wordt gewinkeld, leidt een ruim aanbod van diverse publiekstreckende voorzieningen en een divers aanbod van winkels niet tot relatief meer winkelende bezoekers. In de binnenstad van Amersfoort is het aandeel belevingsindustrie het laagst en het winkelaanbod het minst divers. Toch trekt Amersfoort in vergelijking met de andere middelgrote binnensteden de meeste winkelende bezoekers en is de verblijfsduur het langst. De binnenstad van Amersfoort beschikt van de drie middelgrote binnensteden echter wel over de meeste en grootste winkels. Het aantal winkels is het laagst in de binnenstad van Gouda.

In de grote binnensteden waar bezoekers meer recreatief winkelen is variëteit wel van belang. De binnensteden van Utrecht en Den Haag trekken met een relatief hoger aandeel belevingsindustrie meer winkelende bezoekers dan de binnenstad van Rotterdam. Bovendien is in de binnenstad van Den Haag, waar de belevingsindustrie het best vertegenwoordigd is, de gemiddelde bezoekduur het langst. Daarnaast trekt de binnenstad van Utrecht met het meest diverse aanbod van winkels de meeste bezoekers met een winkelmotief.

Hoewel beleving in de grote binnensteden kan bijdragen aan het aantrekken van meer bezoekers, wijzen de resultaten ook uit dat de aantrekkingskracht van binnenstedelijke winkelgebieden nog steeds in belangrijke mate wordt bepaald door het aanbod van winkels. Dit geldt voor zowel de middelgrote binnensteden als de grote binnensteden. Uit de enquête volgt immers dat veruit de meeste bezoekers in de binnensteden komen om te winkelen. In de meeste gevallen blijkt geen sprake te zijn van een gecombineerd bezoek. Het zijn de winkels die de grootste aantrekkingskracht uitoefenen op de bezoekers en niet de combinatie van winkels, horeca en culturele voorzieningen. Met name winkels in Mode & Kleding lijken de aantrekkingskracht te verhogen.

7.4 De binnenstad van de toekomst

Binnensteden zijn een complex en dynamisch fenomeen en kunnen onderzocht worden vanuit verschillende invalshoeken. In dit onderzoek is onderzoek gedaan naar de economische vitaliteit van de binnensteden en de aantrekkelijkheid van de binnenstedelijke winkelgebieden. Beide

componenten hangen met elkaar samen. De detailhandel is immers één van de belangrijkste functies van de binnenstad en is in belangrijke mate bepalend voor de toekomstige (economische) ontwikkeling van binnensteden. Op grond van de resultaten kan geconcludeerd worden dat vitale steden bundels van diversiteit zijn. Binnensteden met een meer diverse economie laten een hogere groei in werkgelegenheid zien en zijn innovatiever. Daarnaast zorgt een divers aanbod van publiekstreckende voorzieningen in de grote binnensteden voor meer bezoekers en een langere verblijfsduur. Vitale binnensteden beschikken ook over een goed winkelapparaat. Winkelen blijft hoe dan ook een belangrijke functie in de binnenstad. De binnensteden van Utrecht en Amersfoort lijken de beste papieren te hebben om zich te ontwikkelen tot toekomstbestendige binnensteden. Zij plussen in diversiteit en vernieuwing én beschikken over aantrekkelijke winkelgebieden. De binnensteden van Den Haag en Delft doen het niet slecht, vooral Den Haag scoort redelijk goed. Beide binnensteden behoren echter niet tot de toppers. De binnensteden van de oude industriesteden Rotterdam en Gouda lijken de kleinste kans te hebben op een succesvolle transitie naar een toekomstbestendige florerende binnenstad. Met name de binnenstad van Gouda lijkt niet mee te kunnen komen. De binnenstad van Gouda heeft de meest gespecialiseerde economie waar vernieuwing niet van de grond komt. Daarnaast beschikt de binnenstad van Gouda over een winkelgebied dat relatief weinig bezoekers met een winkelmotief aantrekt. Doelmatigheid en *runshoppes* worden prima gefaciliteerd in Gouda, maar het is nog maar de vraag of dit type winkelgebied in de toekomst zal blijven bestaan. Dit type koopgedrag kan immers net zo goed perifeer gebeuren.

7.5 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Het beperkt aantal onderzoekseenheden en het lage schaalniveau van analyse maakt dat de betrouwbaarheid en de toepasbaarheid van de onderzoeksresultaten beperkt is. Het onderzoek is daarmee vooral verkennend en de resultaten zijn slechts indicatief van aard. Ten einde meer inzicht te krijgen in de toegevoegde waarde van een gevarieerde binnenstad volgen hieronder enkele aanbevelingen.

Het uitbreiden van de onderzoekspopulatie vergroot de representativiteit van de onderzoeksbevindingen en de toepasbaarheid in de praktijk. Dit maakt het mogelijk om het verband tussen variëteit in binnensteden en economische groei methodologisch inzichtelijk te maken. Bovendien kan met een behulp van een methodologisch model de samenhang tussen variëteit en economische groei in binnensteden geïsoleerd worden van andere factoren die van invloed kunnen zijn op economische groei. Een tekortkoming in het huidige onderzoek is dat bijvoorbeeld niet goed gecorrigeerd kon worden voor de invloed van algemene urbanisatie-voordelen. Ook bijvoorbeeld het gemiddelde investeringsniveau, het gemiddelde loonniveau en opleidingsniveau in de (binnen)steden zijn factoren die van invloed zouden kunnen zijn op de economische ontwikkeling in de binnensteden. Op de invloed van deze variabelen is ook niet gecontroleerd. Achteraf gezien was het beter geweest om niet alleen meer binnensteden bij het onderzoek te betrekken, maar ook om te toetsen op meer (controle)variabelen.

Ook de keuze van het geografische schaalniveau van de analyse heeft onderzoekstechnisch consequenties waarmee geen rekening is gehouden. De binnenstad is een relatief open niveau van analyse. De ruimtelijke afhankelijkheid met de rest van de stad is relatief groot. Het was derhalve beter geweest om de ontwikkelingen in werkgelegenheid niet alleen op het niveau van de

binnenstad te onderzoeken, maar om deze ontwikkelingen ook af te zetten tegen de ontwikkelingen op stadsniveau. Op deze manier wordt het inzichtelijker of mogelijke groei-effecten in een binnenstad afhangen van groei-effecten in de gehele stad. Door gebrek aan tijd was dit geen optie.

Daarnaast is in dit onderzoek sectorale variëteit gemeten op basis van de aanwezigheid van verschillende sectoren in de binnenstad. Op deze manier kan echter geen inzicht verkregen worden in de verschillende effecten van gerelateerde en ongerelateerde variëteit op de economische groei in binnensteden. Beide vormen van variëteit hebben potentieel verschillende effecten op groei en innovatie in binnensteden. Zo zullen spillovers tussen gerelateerde sectoren in binnensteden vooral een rol spelen bij werkgelegenheidsgroei. Ongelateerde variëteit beschermt de binnenstedelijke economie tegen externe schokken in de vraag in de economie, maar heeft weinig effect op groei. Gelet op het huidige economische klimaat en de veranderingen in de winkelmarkt kan het interessant zijn om door middel van een vervolgonderzoek meer inzicht te krijgen in de invloed van de twee variëteit maten op de ontwikkeling van binnenstedelijke economieën in het veranderende landschap.

Voor wat betreft het tweede deel van het onderzoek geldt ook hier dat het beperkte aantal onderzoekseenheden in de kwalitatieve analyse en de beperkt representatieve steekproef maken dat de betrouwbaarheid en de toepasbaarheid van de resultaten beperkt is. Het onderzoek is daarmee vooral verkennend. De gepresenteerde resultaten zetten evenwel aan tot verder onderzoek naar de meerwaarde van de belevingsindustrie in binnensteden. De grote binnensteden met het grootste aandeel belevingsindustrie genereerden meer winkelende bezoekers, maar vooral de winkels zelf lijken nog steeds de grootste trekpleisters te zijn in de binnensteden. In een vervolgonderzoek zou dit verder onderzocht kunnen worden. Dit is interessant voor beleggers, maar ook voor beleidsmakers, die bij het stimuleren van de aantrekkelijkheid van binnenstedelijke winkelgebieden de niet geringe opgave hebben om door middel van het stimuleren van de juiste sectorale dimensies van de bedrijvigheid in de binnenstad de economische groei te stimuleren.

Het afnemen van enquêtes zou in een mogelijk vervolgonderzoek op meerdere dagen gepland kunnen worden om de betrouwbaarheid van de uitkomsten te verhogen. Daarnaast zijn de enquêtes van dit onderzoek afgenomen op een regenachtige dag. Hierdoor zijn de uitkomsten wellicht vertekend.

Literatuurlijst

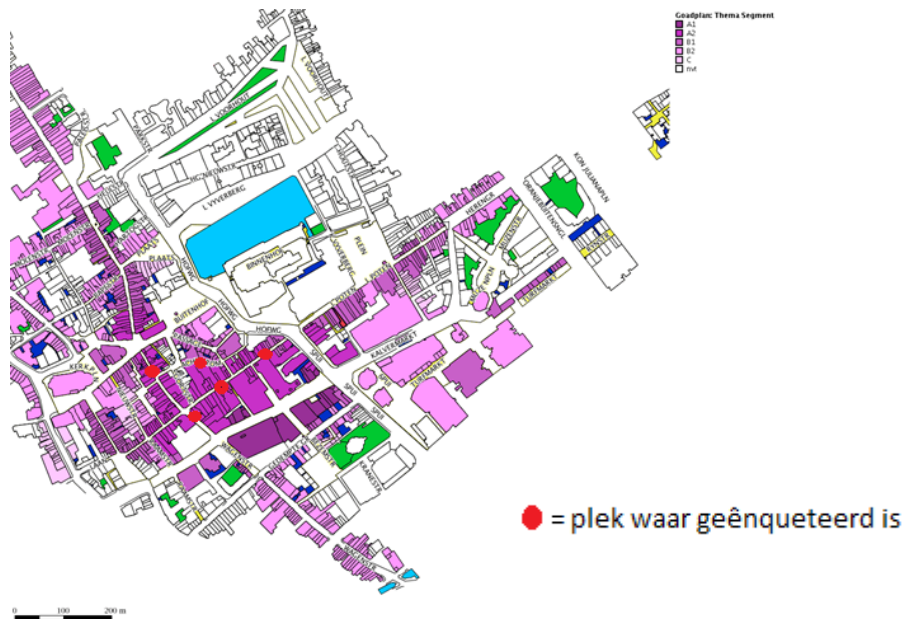
- Atzema, O., H. Olden, F. van der Wouden (2012) OSD2 evolutionaire kijk op de binnenstad van Utrecht.
- Atzema, O., T. van Rietbergen, J. Lambooy, S. van Hoof (2012). Ruimtelijke economische dynamiek: kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling. Bussum: uitgeverij Coutinho.
- Bolt, E. (2003), Winkelvoorzieningen op waarde geschat. Theorie en Praktijk. Nuth: Drukkerij Rosbeek BV.
- Borchert, J.G. (1998) Spatial dynamics of retail structure and the venerable retail hierarchy
- Boschma, R., K. Frenken (2002), Evolutionaire economie, een inleiding.
- Boschma, R.A., M. Hartog, M. Sotarauto (2012). The impact of related variety on regional employment growth in Finland 1993-2006. High-tech versus medium/low-tech, working paper. Utrecht University
- Burns, A.C., R. F. Bush, I. Smeets (2006). Principes van marktonderzoek. 4^e editie Pearson education
- Butink, L. (2013) De aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als investeringsmilieu voor institutionele vastgoedbeleggers
- Centraal Bureau voor Statistiek (2012). Aantal inwoners per binnenstad [online] <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=82339NED&D1=0-2,91,115-116&D2=12665&VW=T> (geraadpleegd op 25-05-20147)
- Centraal Bureau voor Statistiek (2013). Cijfers omzet detailhandel per branche per kwartaal. [online] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/handel-horeca/publicaties/monitor-handel-horeca/monitor-detailhandel/archief/2013/2013-k3-dh-db.htm> (geraadpleegd op 07-02-2014)
- Centraal Bureau voor Statistiek (2014). Opnieuw krimp detailhandel [online] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/conjunctuur/publicaties/artikelen/archief/2014/2014-007-pb.htm> (geraadpleegd op 18-02-2014)
- Centraal Bureau voor Statistiek (2004). Standaard bedrijfsindeling 1993. Versie 2004 [online] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/classificaties/overzicht/sbi/sbi-1993/default.htm>
- Centraal bureau voor Statistiek (2014) Standaard bedrijfsindeling 2008. Versie 2014 [online] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/classificaties/overzicht/sbi/sbi-2008/default.htm>
- Evers, D, D. Kooijman en E. van der Krabben (2011), Planning van winkels en winkelgebieden in Nederland. Sdu Uitgevers BV, Den Haag.
- Frenken et al (2006) Related variety, unrelated variety and regional economic growth
- Gianotten H. en J. Haringsma (2006), De veranderende stad; pijlers van retaildynamiek op weg naar 2020. Nederlandse Raad van Winkelcentra, Utrecht.
- Glaeser, E.L, H.D. Kallal, J.A. Scheinkman, A. Schleifer (1992). *Growth in Cities*, Journal of Political Economy, 100, pp. 1126-1152.
- Glaeser, E.L. J. Kolko, A.Saiz (2001). *Consumer city*, Journal of Economic Geography, pp. 27-50.
- Groot H. de, G. Marlet, C. Teulings en W. Vermeulen (2010), Stad en Land. Centraal Planbureau, Den Haag.

- Hutton, T.A.(2010) *The New Economy of the Inner City: Restructuring, Regeneration and Dislocation in the Twenty-first-century Metropolis*. New York
- Frenken, K., van Oort, F. G. and Verburg, T. (2007) *Related variety, unrelated variety and regional economic growth*, *Regional Studies*, 41, 5, 685–97
- ING (2014), *Winkelgebied 2025*. Economisch bureau ING, 2014. Amsterdam
- I&O research (2010) *Koopstromenonderzoek Oost Nederland*. Enschede [online] <http://www.koopstromen.nl/> (geraadpleegd op 6-6-2014)
- Jansen, B. (2014). *Persoonlijke communicatie*, 10-07-2014
- Jones Lang LaSalle (2013), *Huurprijs winkels opnieuw gedaald*. Nieuwsbrief 2 januari 2013 [online] <http://www.retailnews.nl/rubrieken/meer/vastgoed/36132/huurprijs-winkels-opnieuw-gedaald.html> (geraadpleegd op 03-05-2014)
- LISA (2014) *LISA Handboek; definities, protocollen en achtergronden van LISA*
- Locatus (2014) *Locatus beschrijving verkooppunt verkenners met branchering*, Woerden
- Locatus (2012) *Winkelpassantentellingen Amersfoort Centrum 2012*. Woerden
- Marijnissen, R.; H.J.P. Zijdeveld (1999) *Leisure: meer dan winkelen alleen*. In *recreatie en toerisme*
- Marlet, G. (2009) *De aantrekkelijke stad*. VOC uitgevers, Nijmegen.
- Molenaar, C. (2011), *Het einde van winkels? De strijd om de klant*. Sdu uitgevers bv Den Haag.
- Molenaar, C (2014), *Ontwikkeling in retail: Maart 2014* [online] <http://www.cormolenaar.nl/ontwikkelingen-in-retail-maart-2014> (geraadpleegd op 11-03-2014)
- Nooteboom, B. (2009) *Evolutionaire economie*. Column, ESB.
- Nozeman E., W. van der Post & M. Langendoen (2012), *Het Nederlandse winkellandschap in transitie. Actoren op een dynamisch speelveld*. Sdu uitgevers bv Den Haag. PBL (2011). *Detailhandel en beleid: een continue wisselwerking*. Achtergrondstudies
- NVM (2012), *Retailvisie; aanloopstraten in beeld*. Nieuwegein.
- Oort, van, F.G.(2002). *Agglomeration, economic growth and innovation. Spatial analysis of growth and R&D externalities in the Netherlands*. Tinbergen institute research serie no 260 Amsterdam, Thela Thesis.
- Oort, van, F.G. (2004), *Urban Growth and innovation. Spatially bounded externalities in the Netherlands*. Aldershot: Ashgate.
- Oort, F.G. van, M.J. Burger, O. Raspe (2010), *On the economic foundation of the urban network paradigm. Spatial integration, functional integration and economic complementarities within the Dutch Randstad*. *Urban studies* 47: 725-748
- PBL (2010), *De staat van de ruimte 2010. De herontwikkeling van stedelijk Nederland*.
- Platform 31 (2014) *Winkelgebied van de toekomst. Bouwsteen voor publiek-private samenwerking*. Den Haag
- Pine, B.J. & J.H. Gilmore (1999), *De beleviseconomie, Werk is theater en elke onderneming creëert zijn eigen podium*. Academic Service, Schoonhoven.
- Porter (1990) *The competitive advantage of nations*
- Segers, J. (1999), *Methoden voor de maatschappijwetenschappen*. Assen
- Seip, M. (1999). *De kern centraal, een studie naar het functioneren van binnensteden*. Uitgeverij Samsom, Groningen

- Swanborn P.G. (2012), *Casestudy's, wat, wanneer en hoe*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- United Nations (2012) Department of Economic and Social Affairs, Population Division: *World Urbanization Prospects, the 2011 Revision*. New York
- Vink, B.(2012), *Van belevingswaarde naar beleggingswaarde*. Een verkennend onderzoek naar de invloed van betekenisvolle consumentenbeleving van winkelcentra op de beleggingswaarde van winkelruimten in Nederland. Scriptie, Amsterdam School of Real Estate.
- Weterings A, F.G. van Oort, O. Raspe, T. Verburg (2007), *Clusters en economische groei*. Rotterdam: Nai Uitgevers & Ruimtelijk Planbureau.
- Yin R.K. (1993). *Case study Research; Design and methods*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Bijlage I plattegrond met segmentatie verdeling binnensteden (Locatus)

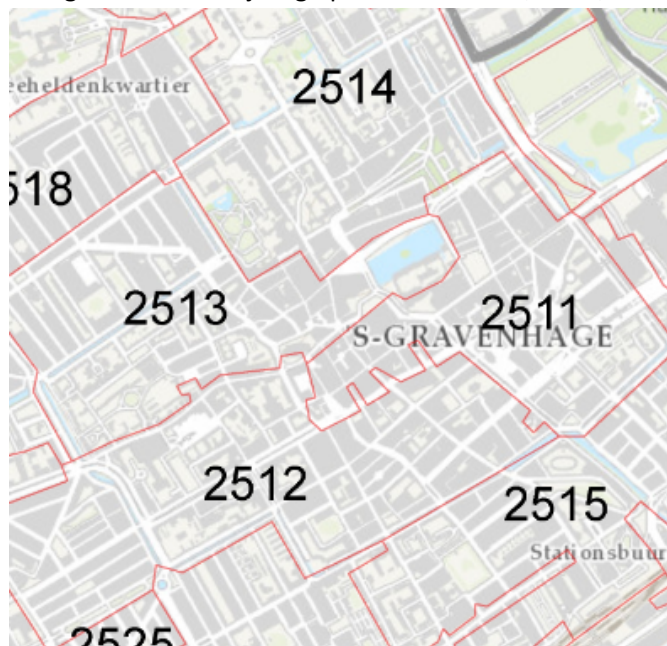
I.a Plattegrond binnenstad Den Haag



Bron: Locatus (2014)

I.b Postcode kaart binnenstad Den Haag

Meegenomen viercijferige postcodes: 2511, 2512, 2513



I.c Plattegrond binnenstad Rotterdam

Goadplan: Thema Segment

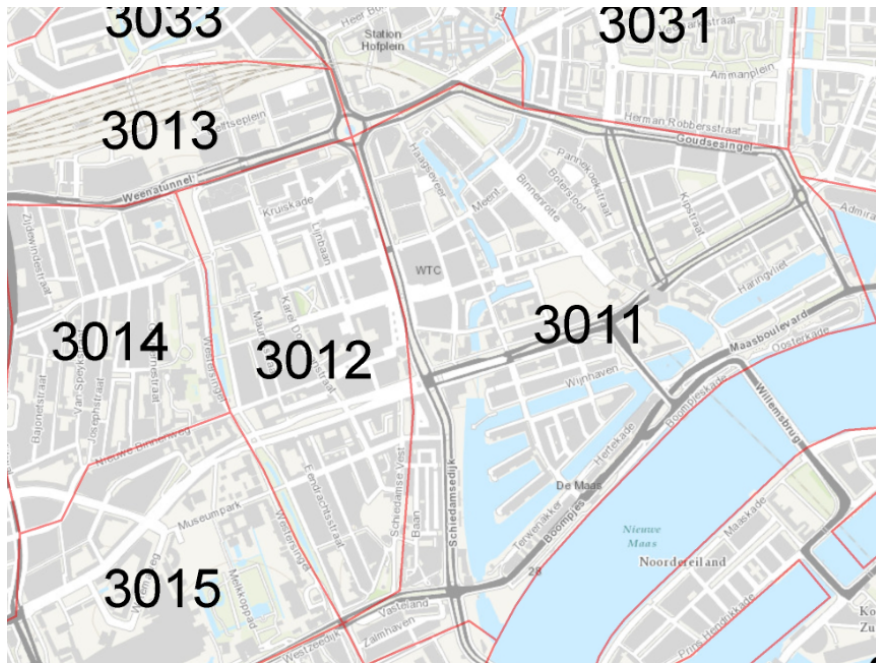
- A1
- A2
- B1
- B2
- C
- ruw

● = plek waar geënqueteerd is

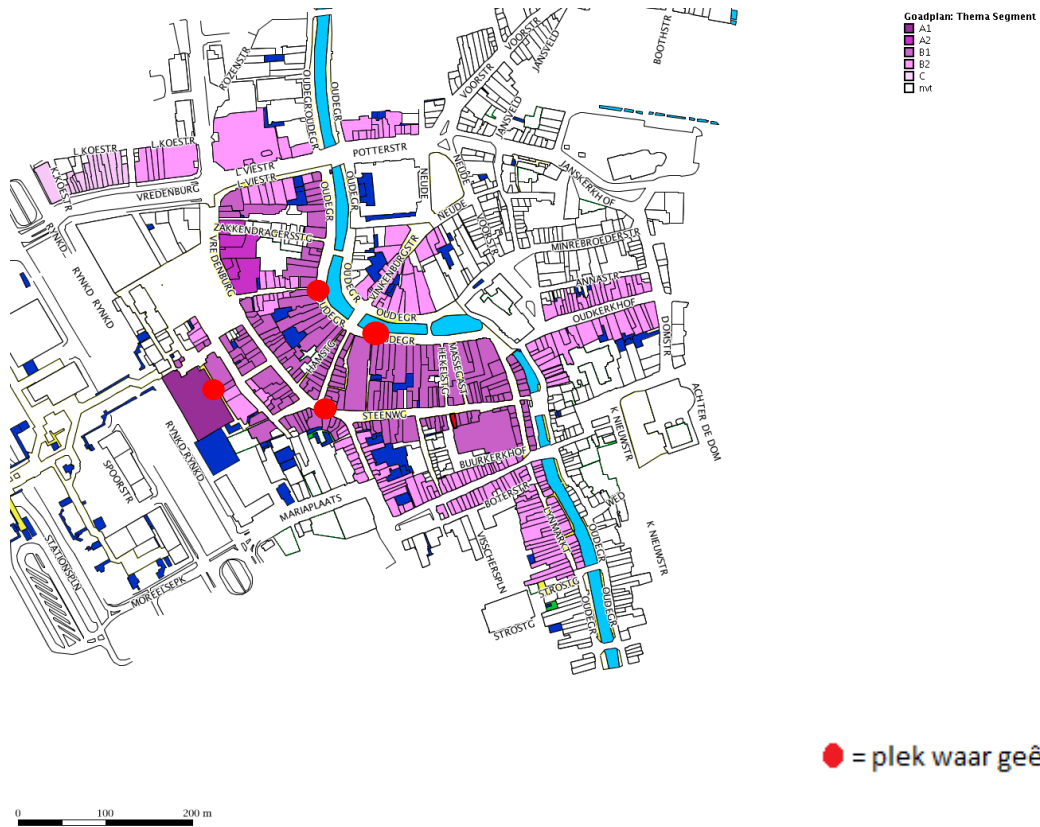


Bron: Locatus (2014)

I.d Postcode kaart binnenstad Rotterdam
Meegenomen postcodes: 3011, 3012



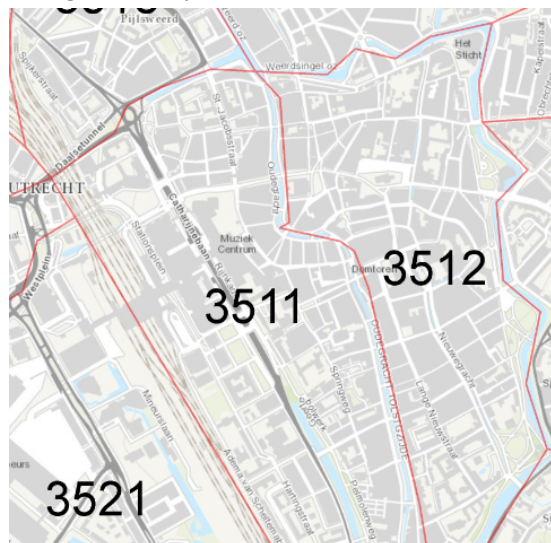
I.e Plattegrond binnenstad Utrecht



Bron: Locatus (2014)

I.f Postcodekaart binnenstad Utrecht

Meegenomen postcodes: 3511, 3512



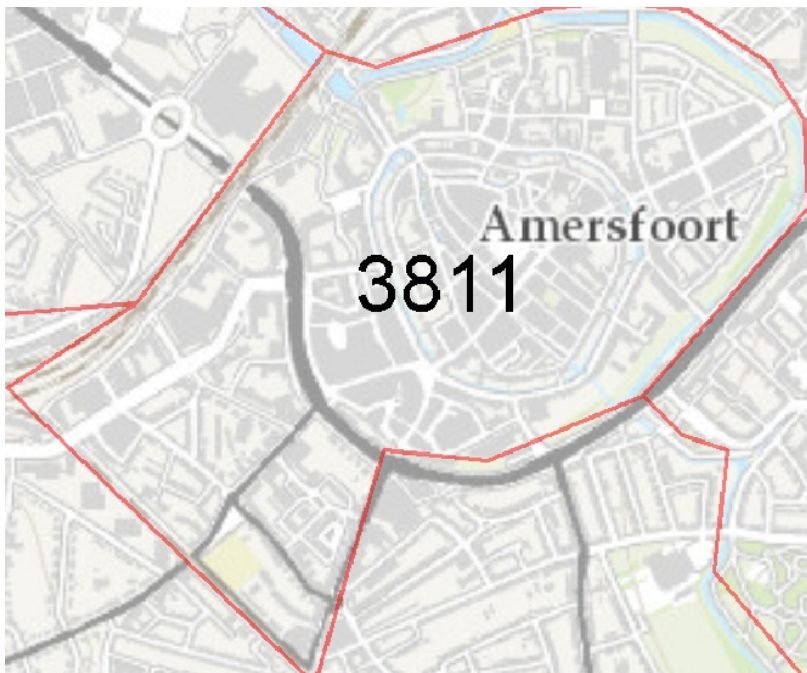
I.h Plattegrond binnenstad Amersfoort



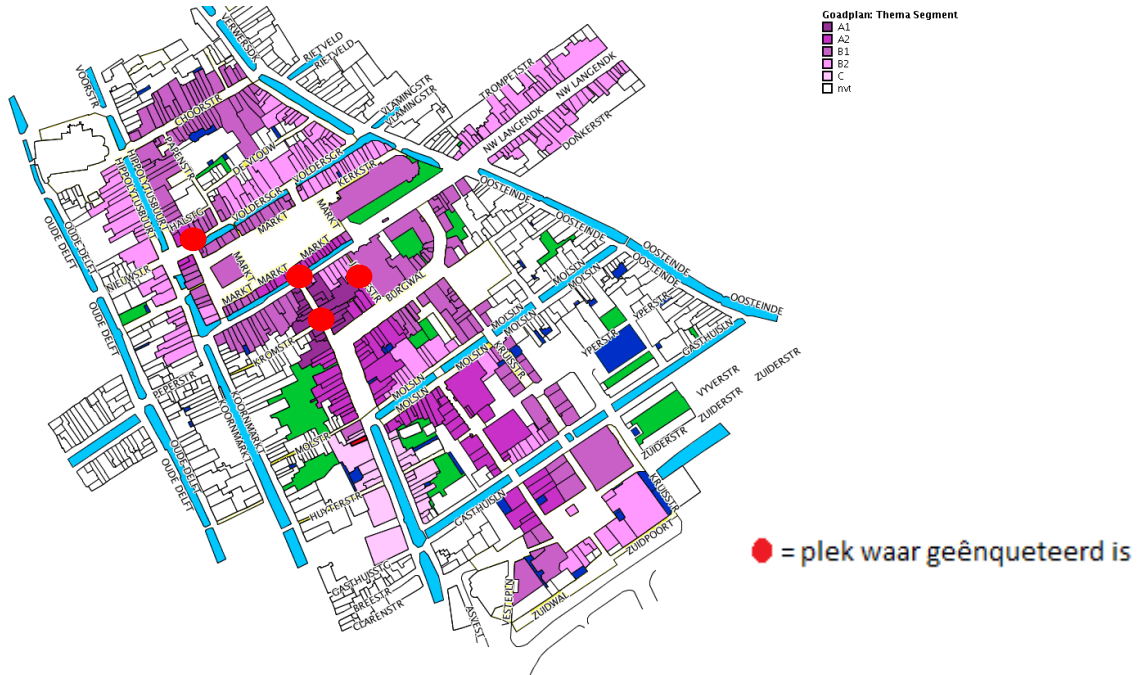
Bron: Locatus (2014)

I.i Postcodekaart binnenstad Amersfoort

Meegenomen postcode: 3811



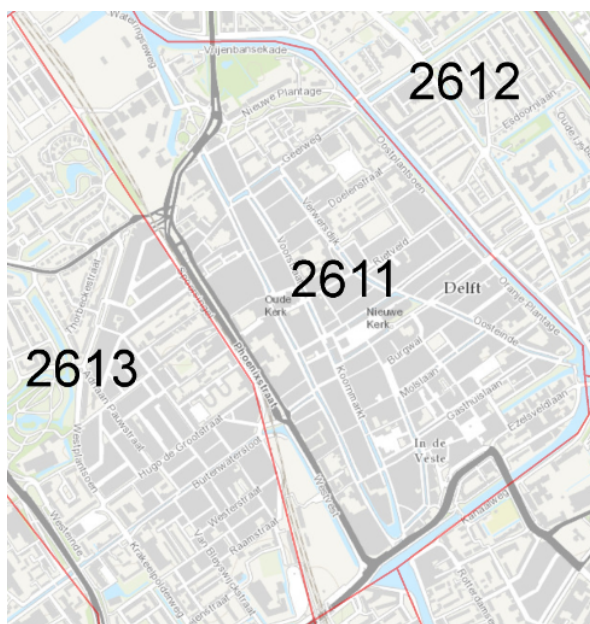
I.j Plattegrond binnenstad Delft



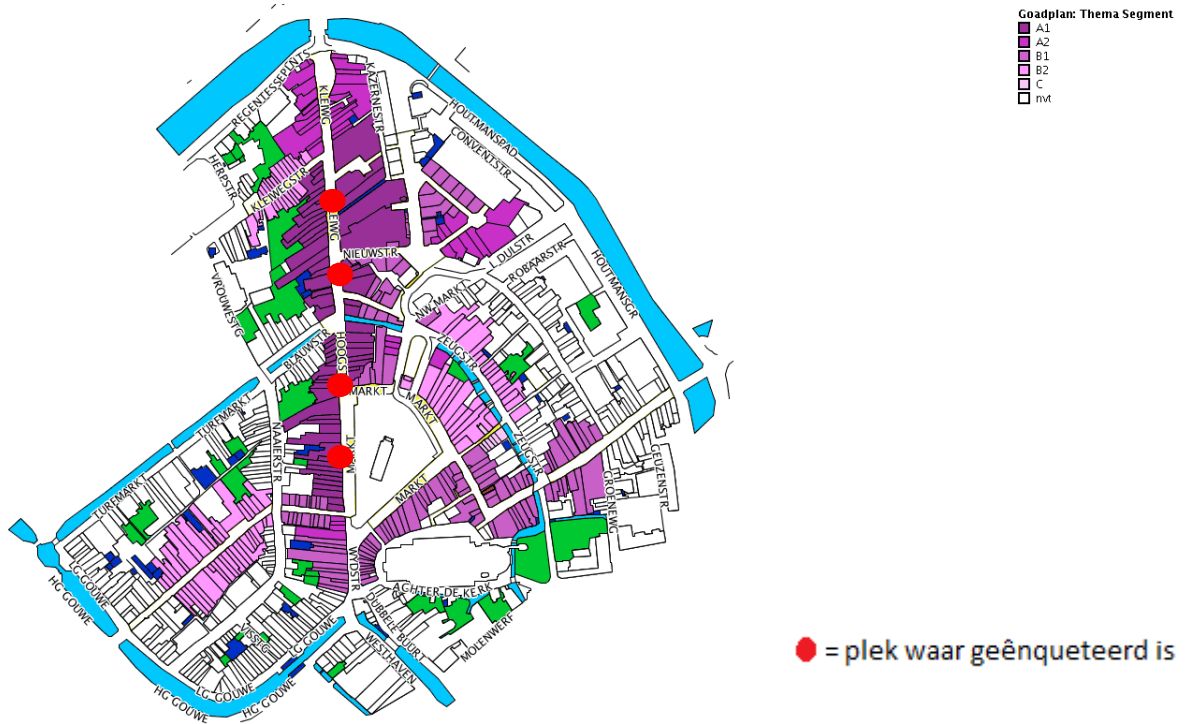
Bron: Locatus (2014)

I.k Postcodekaart binnenstad Delft

Meegenomen postcode: 2611



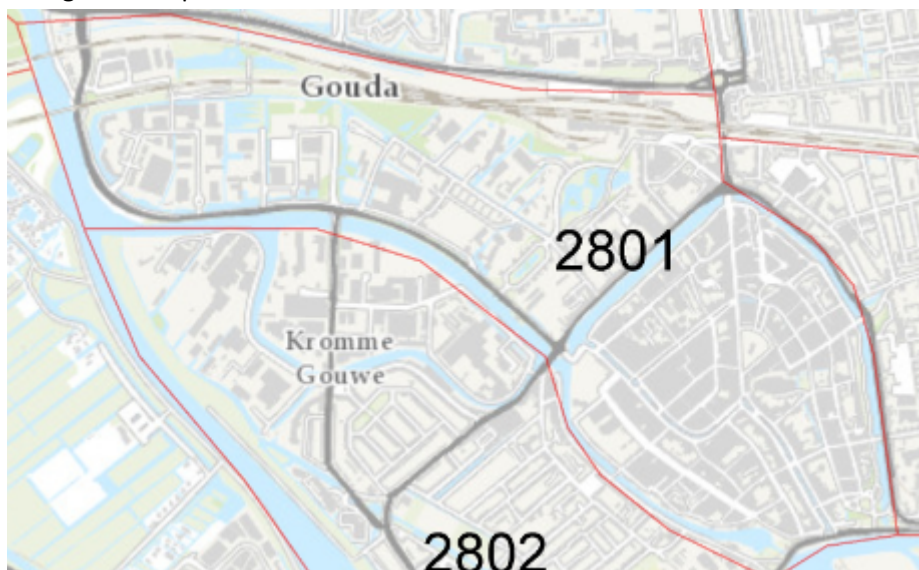
I.I Plattegrond binnenstad Gouda



Bron: Locatus (2014)

I.m Postcodekaart binnenstad Gouda

Meegenomen postcode: 2801



Bijlage II Selectie onderzoekseenheden

Locatus (2014) heeft per binnenstad een definiëring gemaakt met een indelingsklasse naar aantal winkels en deze data gebruikt wordt in dit onderzoek, wordt deze indeling ook in dit onderzoek gebruikt. die volgens Locatus (2014) in de categorieën “centrale binnenstad” (>400 winkels) en “centraal hoofdwinkelgebied groot” (400-200 winkels). De reden waarom steden worden geselecteerd op basis van een minimum aantal winkels ligt bij het feit dat deze steden geschikt zijn voor alle vormen van winkelen. Ook “recreatief winkelen”, het bezoekersmotief waar winkelen het hoofdmotief is, is in deze steden mogelijk.

Tabel II.a Indeling winkelcentra Locatus (Locatus, 2014)

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	-

Bij beide winkelcentra indelingsgroepen is gekozen voor de drie grootste steden per indelingsgroep. Amsterdam (met de meeste winkels) wordt niet meegenomen in dit onderzoek omdat deze stad vanwege haar toerisme en functie als Nederlandse hoofdstad als A-typisch wordt beschouwd. Den Haag, Rotterdam en Utrecht beschikken daarna over het hoogste aantal winkels als onderzoeksteden.

Bij de indeling “hoofdwinkelgebied groot” behoren de volgende drie steden; Gouda, Amersfoort en Delft.

In tabel II.b zijn de randsteden te zien waaruit een selectie gemaakt is. De dikgedrukte steden zijn de steden die uiteindelijk onderzocht zijn.

<u>Steden Randstad</u>	<u>aantal winkels 2012</u>	<u>WVO binnenstad 2012</u>	<u>aantal inwoners 2014</u>	<u>Max passanten 2012</u>
<u>"Binnensteden" (+400 winkels)</u>				
Amsterdam ⁵	2122	256.831	809892	52.800
Den Haag	905	181.371	508322	34.700
Rotterdam	805	205.051	618261	51.800
Utrecht	789	140.645	328118	102.600
Haarlem	657	104.373	155105	35.400
Leiden	627	87.351	121224	38.000
Alkmaar	538	82.633	94859	30.700
Dordrecht	515	83.297	118730	38.500
Hilversum	451	91.478	86449	27.400
<u>"Hoofdwinkelgebied groot" (200-400 winkels)</u>				
Gouda	396	53.291	70942	29.300
Amersfoort	373	68.111	150898	39.700
Delft	355	54.924	100011	39.600
Zeist	327	59.971	61283	17.200
Almere	315	92.982	196042	34.300
Zaandam	279	76.608	150741	22.800
Bussum	244	36.289	32.618	10.100

Tabel II.b selectie binnensteden

⁵ Amsterdam is zoals eerder genoemd niet meegenomen in dit onderzoek vanwege haar atypische structuur

Bijlage III SBI Codering van het CBS (versie 2013)

SBI structuur 2008, versie 2013

<i>SBI code</i>	<i>omschrijving</i>
01	Landbouw, jacht en dienstverlening voor de landbouw en jacht
02	Bosbouw, exploitatie van bossen en dienstverlening voor de bosbouw
03	Visserij en kweken van vis en schaaldieren
06	Winning van aardolie en aardgas
08	Winning van delfstoffen (geen olie en gas)
09	Dienstverlening voor de winning van delfstoffen
10	Vervaardiging van voedingsmiddelen
11	Vervaardiging van dranken
12	Vervaardiging van tabaksproducten
13	Vervaardiging van textiel
14	Vervaardiging van kleding
15	Vervaardiging van leer, lederwaren en schoenen
16	Primaire houtbewerking en vervaardiging van artikelen van hout, kurk, riet en vlechtwerk (geen
17	Vervaardiging van papier, karton en papier- en kartonwaren
18	Drukkerijen, reproductie van opgenomen media
19	Vervaardiging van cokesovenproducten en aardolieverwerking
20	Vervaardiging van chemische producten
21	Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen en producten
22	Vervaardiging van producten van rubber en kunststof
23	Vervaardiging van overige niet-metaalhoudende minerale producten
24	Vervaardiging van metalen in primaire vorm
25	Vervaardiging van producten van metaal (geen machines en apparaten)
26	Vervaardiging van computers en van elektronische en optische apparatuur
27	Vervaardiging van elektrische apparatuur
28	Vervaardiging van overige machines en apparaten
29	Vervaardiging van auto's, aanhangwagens en opleggers
30	Vervaardiging van overige transportmiddelen
31	Vervaardiging van meubels
32	Vervaardiging van overige goederen
33	Reparatie en installatie van machines en apparaten
35	Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht
36	Winning en distributie van water
37	Afvalwaterinzameling en -behandeling
38	Afvalinzameling en -behandeling; voorbereiding tot recycling
39	Sanering en overig afvalbeheer
41	Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw en projectontwikkeling
42	Grond-, water- en wegenbouw (geen grondverzet)
43	Gespecialiseerde werkzaamheden in de bouw
45	Handel in en reparatie van auto's, motorfietsen en aanhangers
46	Groothandel en handelsbemiddeling (niet in auto's en motorfietsen)
47	Detailhandel (niet in auto's)

- 49 Vervoer over land
- 50 Vervoer over water
- 51 Luchtvaart
- 52 Opslag en dienstverlening voor vervoer
- 53 Post en koeriers
- 55 Logiesverstrekking
- 56 Eet- en drinkgelegenheden
- 58 Uitgeverijen
- 59 Productie en distributie van films en televisieprogramma's; maken en uitgeven van geluidsopnamen

- 60 Verzorgen en uitzenden van radio- en televisieprogramma's
- 61 Telecommunicatie
- 62 Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatietechnologie
- 63 Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie
- 64 Financiële instellingen (geen verzekeringen en pensioenfondsen)
- 65 Verzekeringen en pensioenfondsen (geen verplichte sociale verzekeringen)
- 66 Overige financiële dienstverlening
- 68 Verhuur van en handel in onroerend goed
- 69 Rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadvisering en administratie

- 70 Holdings (geen financiële), concerndiensten binnen eigen concern en managementadvisering
- 71 Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies; keuring en controle
- 72 Speur- en ontwikkelingswerk
- 73 Reclame en marktonderzoek
- 74 Industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy
- 75 Veterinaire dienstverlening
- 77 Verhuur en lease van auto's, consumentenartikelen, machines en overige roerende goederen
- 78 Arbeidsbemiddeling, uitzendbureaus en personeelsbeheer
- 79 Reisbemiddeling, reisorganisatie, toeristische informatie en reserveringsbureaus

- 80 Beveiliging en opsporing
- 81 Facility management, reiniging en landschapsverzorging
- 82 Overige zakelijke dienstverlening
- 84 Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen
- 85 Onderwijs
- 86 Gezondheidszorg
- 87 Verpleging, verzorging en begeleiding met overnachting
- 88 Maatschappelijke dienstverlening zonder overnachting

- 90 Kunst
- 91 Culturele uitleencentra, openbare archieven, musea, dieren- en plantentuinen, natuurbehoud
- 92 Loterijen en kansspelen
- 93 Sport en recreatie
- 94 Levensbeschouwelijke en politieke organisaties, belangen- en ideële organisaties, hobbyclubs
- 95 Reparatie van computers en consumentenartikelen
- 96 Wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche
- 97 Huishoudens als werkgever van huishoudelijk personeel
- 98 Niet-gespecificeerde productie van goederen en diensten door particuliere huishoudens voor eigen
- 99 Extraterritoriale organisaties en lichamen



Enquête “beleving van binnensteden” 2014

Let op: om de onderzoeksresultaten bruikbaar te maken is het belangrijk om op gezette tijden te enquêteren, namelijk:

- Donderdagmiddag 8 mei 2014 tussen 14.00 uur en 16.00 uur

Praktische handleiding:

- Begin je verhaal met een duidelijke maar korte uitleg over waarom je in de stad staat met deze vragenlijst. Benoem hierbij dat de onderzoeksresultaten worden gebruikt voor wetenschappelijk onderzoek van de Universiteit Utrecht.
- Bij alle vragen is maximaal 1 antwoord mogelijk.
- Het is de bedoeling dat de vragen voorgelezen worden om de kans op respondenten te verhogen en de snelheid van het afnemen van de enquête te maximaliseren.
- Vergeet niet om iets hards mee te nemen zodat je makkelijk kunt schrijven op straat.
- Wees ten alle tijden vriendelijk en beschaafd tegen de geënquêteerde personen.

Gegevens:

Namen enquêteurs:

Stad:

Straat:



1. Wat is uw geslacht? man/vrouw

2. Wat is uw leeftijd?
 - 15-25
 - 25-45
 - 45-65
 - 65+

3. Wat is uw huishoudensamenstelling?
 - Eenpersoonshuishouden
 - Meerpersoonshuishouden met kinderen
 - Meerpersoonshuishouden zonder kinderen

4. Wat is uw postcode (cijfers en letters)

5. Hoe bent u hier gekomen?
 - Lopend
 - Fiets
 - Auto
 - Bus
 - Tram
 - Metro
 - Trein
 - Taxi
 - Anders nl...

6. Onder welke beroepsmatige categorie valt u?
 - Ik werk fulltime (+36 uur)
 - Ik werk parttime
 - Ik werk niet
 - Ik ben met pensioen
 - Ik ben student/scholier
 - Anders....



7. Wat is de voornaamste reden dat u op dit moment in de stad bent? (1 antwoord mogelijk)

- Ik ben hier vanwege mijn werk
- Ik woon hier
- Ik bezoek iemand die in deze stad woont
- Ik kom hier om te winkelen
- Ik kom hier voor musea/theater
- Ik kom hier voor de horeca voorzieningen
- Ik kom hier voor de historische binnenstad
- Anders, namelijk...

8. Is er naast uw gegeven reden om de stad te bezoeken, nog een tweede reden van uw bezoek te herkennen?

- Nee
- Ja, ik woon hier
- ik ben hier vanwege mijn werk
-
- Ik kom op bezoek bij iemand die hier woont
- Ja, winkelen,
- Ja, musea/theater
- Ja, horeca voorzieningen
- Ja, historische binnenstad
- Ja, andere rede, namelijk...

9. Indien u bij vraag 7 en 8 “winkelen” niet als reden heeft opgegeven, hoe groot is de kans dat u vandaag toch een of meer winkels bezoekt tijdens uw bezoek aan deze stad?

- Kans is niet aanwezig
- Kans is vrij klein
- Kans wél aanwezig
- Kans is groot

10. Indien u bij vraag 7 of 8 “winkelen” wel als reden heeft opgegeven, hoeveel tijd denkt u hier aan te besteden?

- 0-15 min
- 15-30 min
- 30-60 min
- 1 à 2 uur

- 2
uur
of



Universiteit Utrecht

langer

11. Indien u bij vraag 7 of 8 “winkelen” wel als reden heeft opgegeven, hoe kunt u uw winkelgedrag beschrijven?

- Ik weet precies wat ik nodig en waar ik dat kan kopen
- Ik ben bewust opzoek naar een bepaald product, maar ik weet nog niet waar ik dat ga kopen
- Ik weet ongeveer wat ik nodig heb maar ik weet nog niet waar ik dat ga kopen
- Ik kijk wat rond, maar ik heb niks nodig

12. Indien u bij vraag 7 en 8 “winkelen” wel als reden heeft opgegeven, hoeveel tijd denkt u te besteden aan andere activiteiten (bijvoorbeeld horeca bezoek) dan winkelen?

- Geen tijd
- 0-30 min
- 30-60 min
- 1 à 2 uur
- 2 uur of langer

13. Geef bij de volgende stellingen aan in hoeverre u het hiermee eens bent (1 is helemaal niet mee eens, 5 is helemaal mee eens) (EIGEN INVULLING)

I	...	1	2	3	4	5
II	...	1	2	3	4	5
III	...	1	2	3	4	5
IV	...	1	2	3	4	5
V	...	1	2	3	4	5

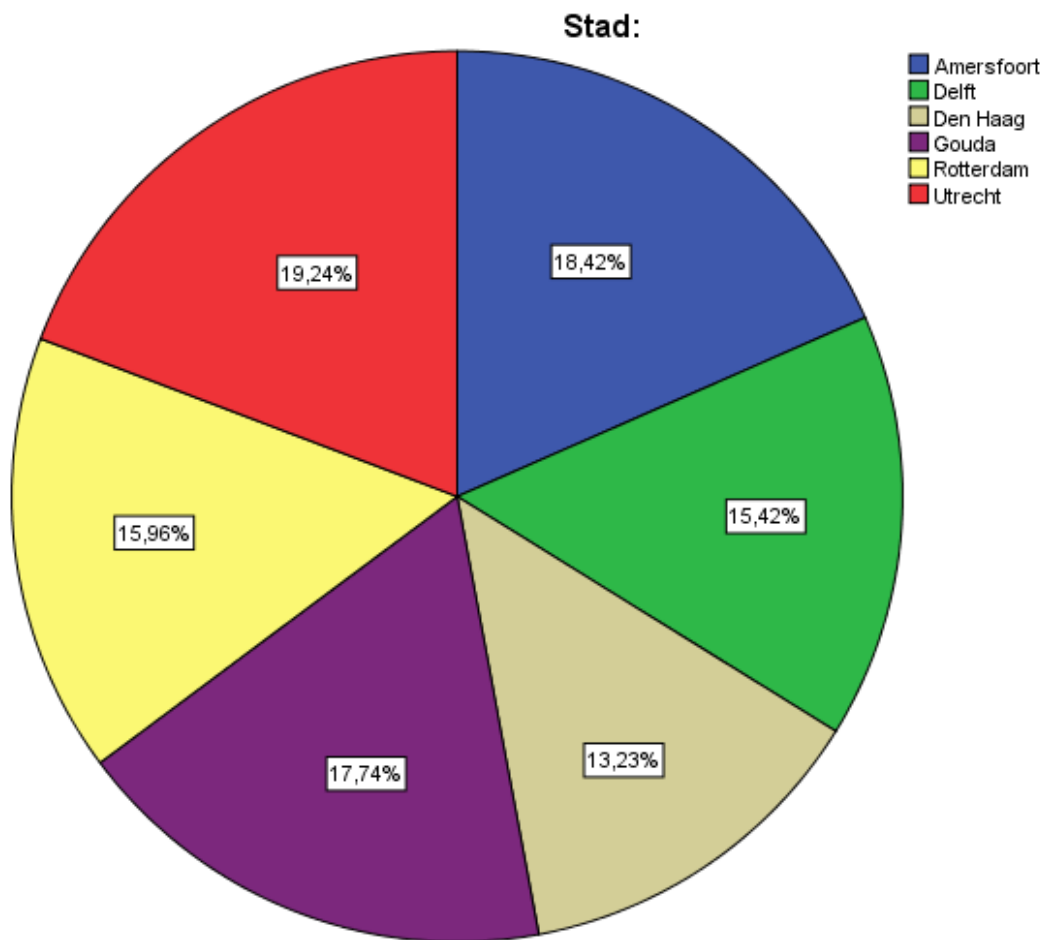
Wij danken u voor het invullen van deze enquête. De gegevens zullen met alle nauwkeurigheid verwerkt en gebruikt worden voor uitsluitend academisch onderzoek. Mocht u interesse hebben in de uitkomsten kunt u hieronder uw mailadres achterlaten.

.....@.....

Bijlage V Uitkomsten Enquête

A. Verdeling respondenten per binnenstad

Stad:



B. Geslacht verdeling per binnenstad

1. Wat is uw geslacht? * Stad: Crosstabulation

			Stad:					Total	
			Amersfoort	Delft	Den Haag	Gouda	Rotterdam		Utrecht
1. Wat is uw geslacht?	man	Count	44	42	35	54	41	57	273
		% within Stad:	33,1%	37,5%	36,5%	41,2%	35,0%	40,4%	37,4%
	vrouw	Count	89	70	61	77	76	84	457
		% within Stad:	66,9%	62,5%	63,5%	58,8%	65,0%	59,6%	62,6%
Total	Count	133	112	96	131	117	141	730	
	% within Stad:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

C. Leeftijdsverdeling per binnenstad

2. Wat is uw leeftijd? * Stad: Crosstabulation

			Stad:					Total	
			Amersfoort	Delft	Den Haag	Gouda	Rotterdam		Utrecht
2. Wat is uw leeftijd?	15-25	Count	65	35	40	49	42	45	276
		% within Stad:	48,9%	31,3%	42,1%	37,4%	35,9%	31,9%	37,9%
	25-45	Count	21	18	20	29	29	32	149
		% within Stad:	15,8%	16,1%	21,1%	22,1%	24,8%	22,7%	20,4%
	45-60	Count	30	42	21	28	31	38	190
		% within Stad:	22,6%	37,5%	22,1%	21,4%	26,5%	27,0%	26,1%
	65+	Count	17	17	14	25	15	26	114
		% within Stad:	12,8%	15,2%	14,7%	19,1%	12,8%	18,4%	15,6%
Total	Count	133	112	95	131	117	141	729	
	% within Stad:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

D Huishoudsamenstelling per binnenstad

3. Wat is uw huishoudensamenstelling? * Stad: Crosstabulation

			Stad:						Total
			Amersfoort	Delft	Den Haag	Gouda	Rotterdam	Utrecht	
3. Wat is uw huishoudensamenstelling?	Eenpersoonshuishoudens	Count	20	23	28	21	33	64	189
		% within Stad:	15,0%	20,5%	30,1%	16,0%	28,2%	45,4%	26,0%
	Meerpersoonshuishouden met kinderen	Count	77	54	37	58	54	42	322
		% within Stad:	57,9%	48,2%	39,8%	44,3%	46,2%	29,8%	44,3%
	Meerpersoonshuishouden zonder kinderen	Count	36	35	28	52	30	35	216
		% within Stad:	27,1%	31,3%	30,1%	39,7%	25,6%	24,8%	29,7%
Total	Count	133	112	93	131	117	141	727	
	% within Stad:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

5. Hoe bent u hier gekomen? * Stad: Crosstabulation

			Stad:					Total	
			Amersfoort	Delft	Den Haag	Gouda	Rotterdam		Utrecht
5. Hoe bent u hier gekomen?	Lopend	Count	7	19	9	27	14	11	87
		% within Stad:	5,3%	17,0%	9,5%	20,8%	12,0%	7,8%	12,0%
	Fiets	Count	43	28	13	35	24	39	182
		% within Stad:	32,3%	25,0%	13,7%	26,9%	20,5%	27,7%	25,0%
	Auto	Count	30	32	13	42	24	27	168
		% within Stad:	22,6%	28,6%	13,7%	32,3%	20,5%	19,1%	23,1%
	Bus	Count	23	5	8	5	15	21	77
		% within Stad:	17,3%	4,5%	8,4%	3,8%	12,8%	14,9%	10,6%
	Tram	Count	0	3	30	0	12	1	46
		% within Stad:	,0%	2,7%	31,6%	,0%	10,3%	,7%	6,3%
	Metro	Count	0	0	1	0	15	0	16
		% within Stad:	,0%	,0%	1,1%	,0%	12,8%	,0%	2,2%
	Trein	Count	25	17	21	18	13	42	136
		% within Stad:	18,8%	15,2%	22,1%	13,8%	11,1%	29,8%	18,7%
	Anders	Count	5	8	0	3	0	0	16
	nl:	% within Stad:	3,8%	7,1%	,0%	2,3%	,0%	,0%	2,2%
Total		Count	133	112	95	130	117	141	728
		% within Stad:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				%		%		%	%

F Beroeps categorie respondenten per binnenstad

6. Onder welke beroepsmatige categorie valt u? * Stad: Crosstabulation

			Stad:						Total
			Amersfoort	Delft	Den Haag	Gouda	Rotterdam	Utrecht	
6. Onder welke beroepsmatige categorie valt u?	Ik werk fulltime (+36 uur)	Count	21	23	25	24	25	30	148
		% within Stad:	15,8%	20,5%	26,3%	18,5%	21,6%	21,3%	20,4%
	Ik werk parttime	Count	25	30	19	28	25	27	154
		% within Stad:	18,8%	26,8%	20,0%	21,5%	21,6%	19,1%	21,2%
	Ik werk niet	Count	9	11	6	18	11	10	65
		% within Stad:	6,8%	9,8%	6,3%	13,8%	9,5%	7,1%	8,9%
	Ik ben met pensioen	Count	19	18	16	23	15	27	118
	% within Stad:	14,3%	16,1%	16,8%	17,7%	12,9%	19,1%	16,2%	
Ik ben student/scholier	Count	59	28	28	34	40	45	234	
	% within Stad:	44,4%	25,0%	29,5%	26,2%	34,5%	31,9%	32,2%	
Anders:	Count	0	2	1	3	0	2	8	
	% within Stad:	,0%	1,8%	1,1%	2,3%	,0%	1,4%	1,1%	
Total	Count	133	112	95	130	116	141	727	
	% within Stad:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	