11.01.2019

TOEKOMSTBESTENDIG EVENWICHT

EEN LONGITUDINALE ANALYSE NAAR DE VERANDERINGSDYNAMIEK VAN DETAILHANDEL EN HORECA IN AMSTERDAMSE WINKELGEBIEDEN

MASTERTHESIS HUMAN GEOGRAPHY: BUSINESS & LOCATION

CYNTHIA PLENDER (4066456)
UNIVERSITEIT UTRECHT

Gemeente Amsterdam

BEGELEIDERS
PROF. DR. OEDZGE ATZEMA
DR. MARTIJN VAN VLIET

Afbeelding voorpagina
Kalverstraat Amsterdam (NOS)

Toekomstbestendig evenwicht

EEN LONGITUDINALE ANALYSE NAAR DE VERANDERINGSDYNAMIEK VAN DETAILHANDEL EN HORECA IN AMSTERDAMSE WINKELGEBIEDEN

Cynthia Plender – 4066456

Universiteit Utrecht
Master Human Geography: Business & Location

Begeleiders:
Prof. Dr. Oedzge Atzema
Dr. Martijn van Vliet

Gemeente Amsterdam

Voorwoord

Voor u ligt de thesis: 'Toekomstbestendig evenwicht. Een longitudinale analyse naar de veranderingsdynamiek van detailhandel en horeca in Amsterdamse winkelgebieden', geschreven in het kader van mijn master Human Geography: Business & Location aan de Universiteit Utrecht.

Het schrijven van deze thesis heb ik erg leerzaam gevonden. Hoewel ik de verwachting had dat de groeiverschillen tussen Amsterdamse winkelgebieden groter werden en er sprake was van polarisatie, bleek dit niet het geval te zijn. Het onderscheid tussen succesvolle en minder succesvolle winkelgebieden wordt juist steeds minder relevant in de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Het is gebleken dat er in de Amsterdamse winkelgebieden veel dynamiek gaande is. Een winkelgebied kan zich ontwikkelen van 'hotspot' tot 'coldspot', of andersom, van 'coldspot' tot 'hotspot'. Ik heb hiervan geleerd om open te staan voor alle mogelijke uitkomsten van een onderzoek. Door tegen problemen aan te lopen heb ik geleerd om zelfstandig kwantitatief onderzoek uit te voeren.

Een aantal mensen wil ik bedanken voor hun hulp. Allereerst en in het bijzonder: Oedzge Atzema voor zijn enthousiasme voor dit onderzoek en voor het aanleren van onderzoeksvaardigheden. Ten tweede, Martijn van Vliet voor zijn enthousiasme bij het vertellen over de Amsterdamse buurten en de stageplaats die hij mij aanbood bij de Gemeente Amsterdam. Ik heb hier een leuke en fijne tijd gehad in een prettige werkomgeving. Ik wil Iris Hagemans bedanken voor de fijne samenwerking. Ik wil Michiel Kleinnijenhuis bedanken voor de correcties op de conceptversie. Ten slotte wil ik mijn ouders bedanken voor hun steun en meeleven.

Ik nodig u uit om deze thesis te lezen en inzicht te krijgen in de dynamiek van de Amsterdamse winkelgebieden.

Veel leesplezier!

Cynthia Plender

Samenvatting

In dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van veranderingen in 87 winkelgebieden in Amsterdam en van de vestigingsplaatsfactoren die daar mogelijk van invloed op zijn. Aanleiding voor deze doelstelling is enerzijds de toegenomen ervaring van consumenten met de drukte in het stadscentrum en anderzijds de veronderstelde verschraling van het aanbod aan retailvoorzieningen in de minder centraal gelegen Amsterdamse winkelgebieden (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 36). De gemeente Amsterdam (2015, p. 47) stelt bovendien dat er meer kennis nodig is over het dagelijks gebruik van de stad, waaronder het gebruik van het aanbod aan retailvoorzieningen. Over het gebruik zelf zijn echter geen goed vergelijkbare cijfers beschikbaar. Vandaar dat deze thesis gaat over de verschillen tussen de winkelgebieden in groei (qua aantal vestigingen en qua werkgelegenheid) en de ontwikkeling van de (maximale) huurprijzen van het retailvastgoed. Er is gekeken naar de veranderingen in de periode 2005-2017. De analyse betreft een beschrijvend en een verklarend deel.

De centrale vraag van de thesis luidt:
In welke mate is er in de gemeente Amsterdam sprake van polarisering van succesvolle en minder succesvolle winkelgebieden en in hoeverre kan deze polarisatie worden verklaard door de aanwezigheid van functioneel-economische en sociaal-demografische factoren?

Daarbij gaat de aandacht uit naar detailhandel en horeca, als zijnde retailvoorzieningen. Er is een vergelijkend onderzoekontwerp gemaakt om de verschillen in veranderingen tussen de winkelgebieden te kunnen interpreteren, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen groeiverschillen, ongelijkheid en polarisatie.

Tussen 2005 en 2017 is de gemiddelde jaarlijkse groei van Amsterdamse winkelgebieden in te delen in drie periodes: een periode van groei (2005-2010), een periode van krimp (2010-2015) en een periode van herstel (2015-2017). Deze conjuncturele ontwikkeling gaat op voor de gemiddelde jaarlijkse groei van zowel het aantal vestigingen, alsook van de werkgelegenheid en de maximale winkelhuurprijzen. De meeste winkelgebieden zijn 'gemiddeld' (afwijking tot gemiddelde < 1 standaarddeviatie) te noemen wat betreft groei van vestigingen, werkgelegenheid en maximale huurprijzen. De verschillen tussen de Amsterdamse winkelgebieden zijn zodoende gemeten dus betrekkelijk gering.

Uit de analyses van de verschillende soorten veranderingen komt naar voren dat er wat betreft vestigingsaantal en werkgelegenheid sprake is van afnemende groeiverschillen en toenemende gelijkheid in de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Bovendien is er wat betreft beide groei-indicatoren geen sprake van polarisatie. Kortom, de verschillen qua groei (van het aantal vestigingen en de omvang van de werkgelegenheid) nemen dus af, evenals de mate van ongelijkheid tussen de winkelgebieden. Kijken we echter naar de (maximale) huurprijzen dan blijkt er sprake te zijn van toenemende groeiverschillen en toenemende ongelijkheid van de Amsterdamse winkelgebieden. Deze verschillen zijn echter te klein om van polarisatie te kunnen spreken. Kortom, continuering van de belangrijkste groei in de extreme winkelgebieden (hotspots en coldpots) lijkt niet het geval te zijn. De Amsterdamse winkelgebieden gaan juist steeds meer op elkaar lijken. Uit de verklarende analyses blijkt dat winkelgebieden met een diverser retailaanbod en een hoger gemiddeld inkomen in de omliggende buurt een hogere gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en van de werkgelegenheid laten zien. Tevens blijkt dat winkelgebieden met een diverser retailaanbod, gelegen in een buurt met een hoger gemiddeld inkomen en gesitueerd op een centrale locatie een hogere gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs vertonen. De factor (centrale) locatie heeft, gecontroleerd voor de andere variabelen een polariserend effect te hebben op de (maximale) huurprijs. Waarschijnlijk ligt de oorzaak daarvan niet zo zeer bij de werking van de consumptiemarkt maar bij de beleggersmarkt.

Beleggers willen zo min mogelijk risico lopen en geven daarom bij hun beleggingen de voorkeur aan winkelgebieden die zich al bewezen hebben. Dit zijn over het algemeen centraal gelegen locaties.

Verschraling van winkelgebieden in de zin van een (cumulatieve) vermindering van het aantal vestigingen, werkgelegenheid en (maximale) huurwaarde is in Amsterdam een zeldzaam verschijnsel.

De vrees voor polarisatie van winkelgebieden, zoals die naar voren komt uit beleidsrapporten zoals de Stad in Balans (Gemeente Amsterdam, 2015) is dus niet terecht waar het de groei van het aantal vestigingen en van de werkgelegenheid betreft. Wel treden er toenemende groeiverschillen en toenemende ongelijkheid op ten aanzien van de (maximale) huurprijs per winkelgebied. Amsterdam neemt op dit punt een bijzondere positie in, omdat de huurprijs van panden voor retailactiviteiten in verreweg de meest gemeenten in Nederland een dalende trend laten zien, terwijl er in Amsterdam sprake is van een voortgaande toenemende trend. Die trend doet zich dus het sterkst voor in het centrum van de stad Amsterdam.

Om ook in de toekomst een gezond winkelaanbod te behouden, moet de gemeente Amsterdam inzetten op een divers horeca aanbod in gebieden waar het voorzieningenniveau achterblijft, inzetten op gentrificatie in gebieden waar het vraagniveau achterblijft en het genomen beleidsbesluit ‘vestiging van nieuwe toeristenwinkels weren in postcodegebied 1012’ handhaven in gebieden waar de leefbaarheid wordt aangetast.

Inhoudsopgave

1 INTRODUCTIE **10**

1.1 AANLEIDING 10
1.2 DOELSTELLING 10
1.3 RELEVANTIE 11
1.4 PROBLEEMSTELLING 12
1.5 LEESWIJZER 12

2 DYNAMIEK VAN STEDELIJKE WINKELGEBIEDEN **14**

2.1 VERANDERINGEN IN HET CONSUMPTIELANDSCHAP 14
2.2 RUIMTELIJKE ANALYSE 16
2.3 GENTRIFICATIE 18
2.4 POLARISATIE EN ONGELIJKHEID 19
2.4.1 Polarisatie *19*
2.4.2 Ongelijkheid *20*
2.5 FASEMODEL VOOR DYNAMISCHE WINKELGEBIEDEN 21

3. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING **23**

3.1 AANPAK 23
3.2 ONDERZOEKSEENHEDEN 23
3.3 OPERATIONALISERING 23
3.3.1 Afhankelijke variabelen *24*
3.3.2 Functioneel-economische variabelen *24*
3.3.3 Sociaal-demografische variabelen *26*
3.3.4 Basismodel *27*
3.4 DATA-ANALYSE 27
3.5 VALIDITEIT, REPRESENTATIVITEIT EN BETROUWBAARHEID 28

4 GROEI VAN VERKOOPPUNTEN **29**

4.1 GROEIVERSCHILLEN 29
4.2 ONGELIJKE ONTWIKKELING 32
4.3 POLARISATIE 37
4.4 RANGORDE VAN WINKELGEBIEDEN 41
4.5 CONCLUSIE 43

5 GROEI VAN WERKGELEGENHEID **44**

5.1 GROEIVERSCHILLEN 44
5.2 ONGELIJKE ONTWIKKELING 47
5.3 POLARISATIE 52
5.4 RANGORDE VAN WINKELGEBIEDEN 56
5.5 CONCLUSIE 58

6 GROEI VAN MAXIMALE HUURPRIJZEN **60**

6.1 GROEIVERSCHILLEN 60
6.2 ONGELIJKE ONTWIKKELING 61
6.3 POLARISATIE 62
6.4 RANGORDE VAN WINKELGEBIEDEN 65
6.5 CONCLUSIE 67

7 RESULTATEN VAN DE BESCHRIJVENDE STATISTIEK **69**

8 MEERVOUDIGE LINEAIRE REGRESSIES **72**

8.1 RESULTATEN VAN DE LINEAIRE REGRESSIES 72

8.1.1 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal *73*
8.1.2 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid *74*
8.1.3 Gemiddelde jaarlijkse groei maximale huurprijzen *75*
8.2 LINEAIRE REGRESSIES UITGESPLITST NAAR SECTOREN 75
8.2.2 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal dagelijkse sector *77*
8.2.3 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal niet-dagelijkse sector *77*
8.2.4 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantallen horecasector *78*
8.2.5 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid dagelijkse sector *80*
8.2.6 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid niet-dagelijkse sector *81*
8.2.7 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid horecasector *81*
8.3 SAMENVATTING VAN DE SIGNIFICANTE VERBANDEN 82

9 CONCLUSIE EN DISCUSSIE 84

9.1 ANTWOORD OP DE CENTRALE VRAAG 84
9.2 BELEIDSAANBEVELINGEN 84
9.3 BEPERKINGEN 85
9.4 REFLECTIE 86
9.5 AANBEVELINGEN VOOR TOEKOMSTIG ONDERZOEK 86

LITERATUURLIJST 87

APPENDIX 91

TABEL 1 GROEIVERSCHILLEN (GEMIDDELD JAARLIJKS GROEIPERCENTAGE) 91
TABEL 2 ONGELIJKE ONTWIKKELING TUSSEN 2005-2017 (OMVANG*GROEI) TOTAAL VAN SECTOREN 92
TABEL 3 ONGELIJKE ONTWIKKELING TUSSEN 2005-2017 (OMVANG*GROEI) WINKELS DAGELIJKSE GOEDEREN 93
TABEL 4 ONGELIJKE ONTWIKKELING TUSSEN 2005-2017 (OMVANG*GROEI) WINKELS NIET-DAGELIJKSE GOEDEREN 94
TABEL 5 ONGELIJKE ONTWIKKELING TUSSEN 2005-2017 (OMVANG*GROEI) HORECAGELEGENHEDEN 95
TABEL 6 POLARISATIE (GROEI TIJDSPERIODE T=1 * GROEI TIJDSPERIODE T-1) VESTIGINGSAANTAL 96
TABEL 7 POLARISATIE (GROEI TIJDSPERIODE T=1 * GROEI TIJDSPERIODE T-1) WERKGELEGENHEID 97
TABEL 8 POLARISATIE (GROEI TIJDSPERIODE T=! * GROEI TIJDSPERIODE T-1) MAX. HUURPRIJZEN 98

1 Introductie

1.1 Aanleiding

Amsterdam heeft in toenemende mate te maken met een drukteproblematiek: het aantal gebruikers van de stedelijke consumptieruimten neemt toe en concentreert zich in de populaire delen van het stadscentrum (OIS, 2012). Toerisme uit binnen- en buitenland is een belangrijke oorzaak van de drukte in Amsterdam. Toerisme in Amsterdam groeit jaarlijks met 5 à 6 procent (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 49) en die groei concentreert zich rondom toeristische trekpleisters die vooral in het stadscentrum gelegen zijn (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 8, 36). Toch is er voorzichtigheid geboden bij het gebruik van 'toerisme' als oorzaak van de drukte. Zo betreft de helft van de drukte in de binnenstad bezoekers die afkomstig zijn uit andere delen van de stad (Decisio, 2017). Daarmee is de groei van de Amsterdamse bevolking een andere oorzaak van de toenemende drukte (OIS, 5 januari 2018). Amsterdam is niet voor niets één van de meest populaire woonsteden in Nederland, zeker onder jonge en veelal goed opgeleide bewoners. Dit verschijnsel, ook wel 'gentrification' genoemd, doet zich vooral voor binnen de A10 ring.

Naast toenemende drukte laat Amsterdam volgens de beleidsnota's een andere tendens zien, namelijk verschraling van de retailvoorzieningen in sommige delen buiten de binnenstad. Daar is sprake van teruglopende bezoekersaantallen en dito bestedingen (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 36). Verminderde aantrekkelijkheid van deze winkelgebieden door bijvoorbeeld het ontbreken van belevenisaspecten, achterblijven in inkomensontwikkeling en toename van e-commerce middels online aankopen zouden hiervan de mogelijke oorzaken zijn.

Het mogelijke gevolg van deze ontwikkeling is dat op stadsniveau in Amsterdam steeds grotere verschillen ontstaan tussen winkelgebieden met enerzijds hoge en groeiende bezoekersaantallen en anderzijds met lage en verminderde bezoekersaantallen. In dit onderzoek worden dergelijke winkelgebieden aangeduid met 'hotspots' en 'coldspots'. De hotspots worden mogelijk bedreigd door een gebrek aan diversiteit van types voorzieningen (monocultuur), aantasting van het ondernemersklimaat (filialisering), excessief hoge vastgoedprijzen (selectie), overlast door drukte (leefbaarheidseffecten) en vervreemding van bewoners van hun eigen buurt. Indien dit allemaal het geval is dan kan men spreken van oververhitting. De coldspots worden daarentegen bedreigd door structurele leegstand, een beperkter wordende diversiteit aan winkels en druk op de leefbaarheid. Dan lijkt er sprake te zijn van onderkoeling (Gemeente Amsterdam, 2018a; p. 8; Gemeente Amsterdam, 2015, p. 36).

Dit onderzoek gaat na in hoeverre er in Amsterdam in de periode 2005 - 2017 sprake is van een toenemende polarisering tussen winkelgebieden. In dit onderzoek wordt een verschil gemaakt tussen het optreden van groeiverschillen tussen winkelgebieden, ongelijke ontwikkeling van winkelgebieden en polarisatie van winkelgebieden. Het onderzoek heeft betrekking op de stad Amsterdam. Verschillen binnen de (metropool)regio Amsterdam blijven buiten beschouwing.

1.2 Doelstelling

In dit onderzoek wordt nagegaan in hoeverre er sprake is van polarisering van succesvolle en minder succesvolle winkelgebieden. Het onderzoek hanteert daarbij een dynamische invalshoek, waarbij op longitudinale wijze gekeken wordt naar de Amsterdamse winkelgebieden (vergelijking tussen

winkelgebieden op basis van de veranderingen in elkaar opvolgende tijdsperioden). Daarbij gaat de aandacht uit naar winkels en horecagelegenheden als zijnde retailvoorzieningen.

Dit onderzoek bestaat uit beschrijvende en verklarende analyses. De beschrijvende analyses hebben betrekking op de groei van vestigingen en van werkgelegenheid per winkelgebied en de ontwikkeling van de (maximale) huurprijs per winkelgebied. De verklarende analyses hebben betrekking op lineaire regressievergelijkingen waarbij de verschillen van de drie in het voorgaande genoemde groei-indicatoren als afhankelijke variabelen worden verklaard uit de beschikbare economisch-functionele en sociaal-demografische kenmerken van de afzonderlijke winkelgebieden in Amsterdam.

1.3 Relevantie

Dit onderzoek is beleidsrelevant. Als polarisatie optreedt - met als mogelijke gevolgen een toenemende druk op het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in bepaalde wijken - dan moet de gemeente op zoek gaan naar het vinden van een nieuwe balans in de stedelijke consumptieruimte (Gemeente Amsterdam, 2015). Dit vraagt mogelijk om een nieuwe beleidsvisie op de spreiding van retailvoorzieningen (winkels, horeca) in steden. Detailhandelsbeleid heeft in Nederland, en dus ook in Amsterdam, lange tijd in het teken gestaan van functionele hiërarchie (Timmermans, 1980). Dit aan de centrale plaatsentheorie van de Duitse econoom Christaller (1933; in 1966 vertaald) ontleende begrip gaat ervan uit dat de meest gespecialiseerde winkels gevestigd zijn op de meest centraal gelegen locaties (bijvoorbeeld de binnenstad) en dat winkels voor de dagelijkse boodschappen zich om de hoek bevinden in de woonwijken. De binnenstedelijke winkelgebieden worden doorgaans gekenmerkt door de aanwezigheid van relatief veel winkels per inwoner en relatief veel gespecialiseerde winkels. Als bijgevolg is de reikwijdte (= de maximale afstand die de consument bereid is af te leggen om gebruik te maken van het winkelgebied) in binnensteden doorgaans het grootst. De winkelgebieden in buurten en wijken moeten het doen met een beperktere reikwijdte. Of zij als winkelgebied het hoofd boven water houden is afhankelijk van de drempelwaarde van de voorzieningen (= de aanwezigheid van een minimaal vraagniveau om een dienst of een artikel rendabel te kunnen aanbieden). Het gevolg is dat er in steden een hiërarchie van winkelgebieden ontstaat, met de binnenstad aan de top en vele buurtcentra aan de basis. Deze redenering stond centraal bij de naoorlogse planning van winkelcentra.

Maar er zijn gerede twijfels of deze gedachte over de hiërarchie van stedelijke winkelgebieden nog wel opgaat in de huidige tijd. Eén van de kritiekpunten is dat de hiërarchie wordt aangetast door de toename van de mobiliteit. Mensen laten zich bij hun keuze voor een bepaald winkelgebied steeds minder leiden door de kortste afstand. Bovendien doen mensen in de huidige beleveniseconomie steeds minder boodschappen en gaan ze vaker ‘shoppen’. Niet de centrale ligging maar de verblijfskwaliteit is daarmee doorslaggevend om een bepaalde binnenstad te bezoeken. Vandaar dat horecagelegenheden steeds meer van belang zijn voor de aantrekkelijkheid van winkelgebieden. Dat is de reden waarom in dit onderzoek gesproken wordt over retailvoorzieningen, als zijnde winkels en horecagelegenheden. Met andere woorden, stedelijk retailbeleid staat steeds minder in het teken van functionele hiërarchie, maar het is nog niet zo eenvoudig om een vervangend generiek ordeningsprincipe te vinden.

Het Amsterdamse detailhandelsbeleid heeft een dubbele doelstelling, namelijk een sociale doelstelling (het vergroten van de leefbaarheid in de stad) en een economische doelstelling (het vergroten van de diversiteit van voorzieningen) (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 9). Dit wil de gemeente bereiken door een beleid gericht op een spreiding van retail. Dat wil zeggen dat men winkels en horecavoorzieningen bereikbaar wil maken voor zoveel mogelijk mensen. De geconcentreerde drukte door toeristen is hiermee in tegenspraak. Ten eerste omdat een te veel aan toeristen leidt tot opstoppingen (op straat

en in de winkels) en ten tweede omdat winkels met dagelijkse producten weggeconcurreerd worden door winkels die zich richten op louter toeristen. Het Amsterdamse gemeentebestuur legt met betrekking tot de drukte door toeristen de nadruk op de sociale doelstelling van het detailhandelsbeleid. Zo is recent het beleidsbesluit genomen om de vestiging van nieuwe toeristenwinkels in het postcodegebied 1012 en circa 40 aangrenzende winkelstraten te weren. Dit zijn winkels die zich voornamelijk focussen op de buitenlandse consument en het gaat bijvoorbeeld om de winkels die eten aanbieden voor directe consumptie, zoals de ijs-, kaas- en wafelwinkels (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 29; Gemeente Amsterdam, 2017, p. 47).

De groei van het aantal toeristenwinkels is één voorbeeld van de dynamiek in Amsterdamse winkelgebieden, want er vinden continu verschuivingen in het voorzieningenaanbod plaats. Een belangrijke veronderstelling in dit onderzoek is dat de veranderingsdynamiek (groei van het aantal voorzieningen, de groei van de werkgelegenheid en de toename van de huurwaarde van de panden) groter is in hotspots dan in coldspots. In hotspots zal de dynamiek wellicht ook van meer specialistische aard zijn. Volgens mij gaat het wetenschappelijk debat nog te weinig over de verschillen in dynamiek tussen winkels in dagelijkse goederen, winkels in niet-dagelijkse goederen en horecavestigingen. Tevens gaat het beleidsdebat te veel over alleen de toeristenwinkels. Veel verder dan de constatering dat 'door veranderend consumentengedrag er minder vraag is naar winkels, maar tegelijkertijd groeit het aantal inwoners en bezoekers en is er mogelijk meer behoefte aan winkels' komt men niet (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 34).

1.4 Probleemstelling

In dit onderzoek wordt een integrale inventarisatie gemaakt van de dynamiek van bedrijfsvestigingen in de retail in 87 Amsterdamse winkelgebieden. De gemeente Amsterdam (2015, p. 47) stelt dat er meer kennis nodig is over het dagelijks gebruik van de stad, zodat drukte gemeten kan worden in objectieve cijfers. Dit onderzoek levert hieraan een bijdrage door de volgende vraag centraal te stellen:

In welke mate is sprake van polarisering van succesvolle en minder succesvolle Amsterdamse winkelgebieden en in hoeverre kan deze polarisatie worden verklaard door functioneel-economische en sociaal-demografische kenmerken van de afzonderlijke winkelgebieden?

1.5 Leeswijzer

Hoofdstuk twee geeft in hoofdlijnen een overzicht van de veranderingen in het consumptielandschap. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op factoren die van invloed kunnen zijn op de veranderingsdynamiek van winkelgebieden. In paragraaf twee wordt aan de hand van ruimtelijke analyses een empirische onderbouwing gezocht voor de alom in kringen van vastgoed experts gehuldigde stelling dat locatie van het winkelgebied een belangrijke verklaringsfactor is van de bedoelde veranderingsdynamiek. Is de veranderingsdynamiek van winkelgebieden in het centrum van Amsterdam inderdaad groter dan aan de rand van de stad? In paragraaf drie wordt gesteld dat de veranderingsdynamiek van winkelgebieden niet alleen afhankelijk is van de locatie maar ook van lokale kenmerken van winkelgebieden en van hun directe omgeving. 'Gentrificatie' is een veel genoemd sociaal demografisch kenmerk in dit verband. In paragraaf vier wordt het begrip polarisatie gedefinieerd. In paragraaf vijf van hoofdstuk twee wordt het fasemodel van Snepenger, Murphy en O'Connell (2003) besproken, aangezien in deze thesis ook de dynamiek van winkelgebieden centraal staat.

In hoofdstuk drie worden de gebruikte onderzoeksmethoden besproken. In dit hoofdstuk worden de aanpak en de eenheden van onderzoek besproken en er volgt een operationalisering van de factoren

die in het model zitten. Daarnaast worden afwegingen en keuzes besproken die gemaakt zijn ten behoeve van de uitvoering en analyse van het onderzoek.

De hoofdstukken vier, vijf en zes bevatten de beschrijvende analyse van de verschillen in veranderingsdynamiek tussen 87 winkelgebieden in de stad Amsterdam. De hoofdstukken hebben een overeenkomstige opbouw. Elk hoofdstuk gaat over één van de drie afhankelijke variabelen (groei van het aantal verkooppunten, groei van de werkgelegenheid en de toename van de maximale huurwaarde). We nemen eerst groeiverschillen in het Amsterdamse winkellandschap onder de loep (paragraaf één) en bekijken daarna de ongelijke ontwikkeling (paragraaf twee) en polarisatie (paragraaf drie) van winkelgebieden. In hoofdstuk zeven worden de resultaten van de drie voorgaande hoofdstukken samengevat.

Hoofdstuk acht bevat een verklarende statistische analyse van de groeiverschillen tussen de 87 winkelgebieden. Het betreft multivariate regressievergelijkingen met de genoemde drie groei-indicatoren als afhankelijke variabelen en ruimtelijke factoren, sociaal-demografische buurtkenmerken en functioneel-economische buurtkenmerken als verklarende factoren. Met betrekking tot de groei van het aantal vestigingen en de groei van de werkgelegenheid is bovendien soortgelijke analyses gemaakt, maar dan voor winkels voor dagelijkse producten, winkels voor niet-dagelijkse producten en horecagelegenheden afzonderlijk.

In hoofdstuk negen volgt de conclusie, waarin de centrale vraag wordt beantwoord. Daarnaast wordt het onderzoeksproces bediscussieerd, worden beleidsaanbevelingen gedaan en volgen aanbevelingen voor verder onderzoek.

2 Dynamiek van stedelijke winkelgebieden

2.1 Veranderingen in het consumptielandschap

De naamsverandering van detailhandel naar 'retailhandel' geeft aan dat er door de jaren heen heel wat is veranderd in het stedelijke voorzieningen landschap. De komst van supermarktketens in de jaren '70 is een bekend voorbeeld (Gadet, 2011). Supermarktketens hadden als groot voordeel dat ze gemak boden aan de consument: ze bieden een divers aanbod, waardoor de consument alle dagelijkse boodschappen onder één dak kan vinden. Deze ontwikkeling was funest voor traditionele aanbieders in dagelijkse voorzieningen, zoals de groenteboer en bakkerij. Zij zagen hun marktaandeel flink dalen, waardoor velen hun deuren moesten sluiten. Een ander voorbeeld is de opkomst van de verkoop via internet, de zogenaamde e-commerce. Onder de meest online aangeschafte producten zijn tweedehands artikelen, kleding, literatuur, film en muziek. Ook reizen, tickets, fotografische artikelen en bruin- en witgoed worden veel online aangeschaft (Weltevreden & Langeweg, 2007). Dit heeft tot gevolg dat de aanbieders van deze producten niet meer genoodzaakt zijn om fysiek aanwezig te zijn in de winkelstraat.

Niet alleen de economische functie maar ook de sociale functie van winkelstraten is veranderd. Dit uit zich in een toename van het aantal zogeheten 'third places' (Weltevreden & Langeweg, 2007; Zukin et al., 2009; Mehta & Bosson, 2010). Een 'third place' kan worden omschreven als '... a place of refuge other than the home or workplace where people can regularly visit and commune with friends, neighbors, coworkers, and even strangers' (Oldenburg in Mehta & Bosson, 2010, p. 780). Het zijn de koffie- en lunchzaken die dienen als ontmoetingsplaatsen. Er is een divers publiek en tussen hen wordt kennis en informatie uitgewisseld en worden nieuwe contacten gelegd. Daarmee is de gebruiksfunctie van horecagelegenheden veranderd. Het gaat niet alleen om het aanbieden van drank, voedsel en/of overnachting, maar ook van gastvrijheid zodat mensen elkaar om sociale of economische redenen kunnen ontmoeten.

De veranderingen hebben in de eerste plaats te maken met de voorzieningen zelf (winkels, horecagelegenheden) en in de tweede plaats met de samenstelling en uitstraling van de gebieden waarin zij gevestigd zijn. Qua samenstelling moet men denken aan de afnemende aanwezigheid van winkels en de toenemende aanwezigheid van horecagelegenheden. Men ziet in gebieden die vroeger uitsluitend winkels omvatten steeds vaker horecagelegenheden en allerlei dienstverleners. Met andere woorden: er is sprake van toenemende functiediversiteit binnen winkelgebieden. Volgens sommige onderzoekers heeft deze functiediversiteit een positief effect op de aantrekkelijkheid van winkelgebieden voor consumenten (Clarke, Kirkup & Oppewal, 2012; Teller, 2008; Teller & Reutterer, 2008, Leo & Philippe, 2002). Toch lijkt er sprake te zijn van een soort optimum. Boven een bepaald aantal keuzemogelijkheden draagt de toevoeging van nog een extra keuzemogelijkheid (winkel of horecagelegenheid) slechts in beperkte mate bij aan een verhoging van de waardering (ook wel 'diminishing returns' genoemd). Teller (2008) maakt in zijn onderzoek een onderscheid tussen de 'winkelmix' ('retail-tenant-mix') en de 'voorzieningenmix' ('non-retail-mix'). Volgens hem heeft niet alleen de winkelmix maar ook de voorzieningenmix, bestaande uit horeca en entertainment, een significant positief effect op de waardering door de consument van winkelgebieden. Verder stelt Teller dat de bezoeker van een winkelgebied steeds meer afkomt op restaurants en cafés. Dit heeft zijn weerslag op het groeiend aantal restaurants en een afnemend aantal winkels in r winkelgebieden. Het verschil in groei tussen sommige winkelgebieden kan daarom deels worden verklaard door de toevoeging van restaurants en cafés (Howard, 2007). De clustering van winkels die geen vergelijkbare producten verkopen (diversiteit) kan worden verklaard door besparing op tijd, reiskosten en parkeerkosten (Eaton & Lipsey, 1982; Ghosh, 1986 in Burger, Meijers & Van Oort, 2014).

Naast de verschuiving van gebieden bestemd voor 'detailhandel' naar 'retailhandel' spreekt men tegenwoordig ook wel van stedelijke consumptieruimten. Het gaat hierbij om locaties in de stad waar wonen, werken, consumeren en recreëren gelijktijdig en door elkaar plaatsvinden (Spierings, 2004). Deze term houdt verband met de constatering dat consumptie meer is geworden dan de selectie, aankoop en (her)gebruik van producten, want het gaat om het opdoen van ideeën en het gebruik maken van andere voorzieningen dan winkels (Jayne, 2006). Winkelgebieden zijn daarmee multifunctionele ontmoetingsruimten geworden, oftewel ruimten waar niet alleen dingen gekocht kunnen worden maar waar ook het één en ander te beleven valt. Niettemin staat consumptie nog steeds centraal in dergelijke consumptieruimten. Styhre en Engberg (2003, p. 116) hebben het over 'a space of becoming; a space where consumption is taking place, where commodities are appropriated and used'. Vandaar dat in het empirische deel van deze thesis toch de term winkelgebieden wordt gebruikt, zij het in het besef dat winkelen weliswaar de belangrijkste bezigheid van consumenten in dit soort gebieden is, maar zeker niet de enige bezigheid.

Een andere omschrijving van consumptieruimte is van Goodman, Goodman en Redclift (2009). Zij leggen bij het begrip consumptieruimten de nadruk op de wederkerige relatie tussen wat wordt geconsumeerd (de interactie tussen vraag naar en aanbod van producten) en de ruimte waarin dat wordt geconsumeerd (de kenmerken van winkels en het winkelgebied). In de consumptie zit als het ware de ruimte waar het wordt verkocht verpakt, net zoals dat de aantrekkelijkheid van de consumptieruimte bepalend is voor de omvang en aard van de consumptie. Winkelgebieden beconcurreren elkaar op basis van deze wederkerigheid en gooien dus de kwaliteit van het aanbod aan functies (waaronder dus winkels en horecagelegenheden) en de kenmerken van locaties (ligging, sociale demografie en functionele economie) in de concurrentiestrijd. Hierbij speelt wederom de opkomst van de belevingsfunctie in winkelstraten een belangrijke rol (Pine & Gilmore, 1998). Consumenten willen vermaakt worden (Chang & Huang, 2014). Dit uit zich in de opkomst van nieuwe winkelconcepten, waarbij veel aandacht is voor thematisering (Carù & Cova, 2014). Hierbinnen passen ook de boetiekjes die zich onderscheiden van de standaard winkelconcepten en winkelketens door hun aanbod van exclusieve, handgemaakte en op bestelling gemaakte producten met een relatief hoge productprijs (Zukin e.a., 2009).

In de huidige concurrentiestrijd maken sommige winkelgebieden gebruik van 'place making' ('het creëren van kwaliteitsplekken', Wyckoff, 2014) dat tot gevolg heeft dat een winkelgebied een bepaalde voor de consument herkenbare identiteit krijgt aangemeten, met als uiteindelijke doel dat de consument een hechtere band krijgt met het winkelgebied. Winkelgebieden verschillen daarom tot op zekere hoogte van identiteit. Tot op zekere hoogte, want wie verschillende winkelgebieden met elkaar vergelijkt, komt al snel tot de ontdekking dat winkelgebieden vaker op elkaar lijken dan van elkaar verschillen. Dit komt mede door de toenemende filialisering van het winkelaanbod, dat wil zeggen de toename van het aantal (inter-)nationale winkelketens. Deze trend is vooral te zien in binnenstedelijke winkelgebieden. In het onderzoek van Clarke, Kirkup en Oppewal (2012) naar de waardering van de diversiteit in lokale winkelgebieden wordt een onderscheid gemaakt tussen filiaalwinkels en zelfstandige winkels. Een van de conclusies luidt dat de komst van zelfstandige winkels de waardering voor winkelgebieden verhoogd. Tegelijkertijd wordt geconcludeerd dat dit verband niet opgaat wanneer de waardering voor het winkelgebied al hoog was voordat de zelfstandige winkels opkwamen en dat de zelfstandige winkels niet de aanwezigheid van filialen kunnen vervangen. Hoewel veel consumenten enerzijds een authentieke binnenstad wensen—waar zelfstandige ondernemers specialistische producten verkopen, waar men komt om vermaakt te worden en waar men niet komt voor het standaardrepertoire van filiaalwinkels, blijkt men anderzijds vooral aankopen te doen in bekende filiaalwinkels zoals H&M, Zara en Hema. De voordelen van deze winkels zijn herkenbaarheid en lage prijzen. De populariteit van deze winkels draagt bij aan de aantrekkingskracht van deze

winkelgebieden en dat is terug te zien in de passantenstromen (Butink, 2015, p. 54). Het zijn veelal de (internationale) filialen die op zoek zijn naar de beste locaties (Cushman & Wakefield, 2017, p. 9).

De veranderingsdynamiek van winkelgebieden of consumptieruimten heeft op z'n minst twee aspecten: kwantiteit en kwaliteit. Kwantitatieve veranderingen hebben betrekking op groei; kwalitatieve veranderingen behelzen omgevingskenmerken en op samenstelling van het aanbod. In deze thesis ligt de nadruk op kwantitatieve groei, waarbij er per winkelgebied een onderscheid gemaakt wordt tussen groei van het aantal verkooppunten (voor het merendeel dus nog steeds winkels), de groei van de werkgelegenheid en de stijging van de (maximale) huurprijs van de vestigingen. Bij de kwalitatieve groei gaat het om bijvoorbeeld de diversiteit van winkelfuncties per deelgebied en de mate waarin er per deelgebied horecavestigingen zijn.

De opkomst van de beleveniseconomie is een kenmerkende ontwikkeling van de huidige retaileconomie. De opkomst is bijna 50 jaar geleden al door Toffler (1970) voorspeld. Hij verwachtte een toenemende consumptievraag naar producten waarmee men zijn identiteit kan onderstrepen en producten die de zintuigen prikkelen. Dit worden belevenissen genoemd. Belevenissen zijn niet-tastbaar, niet deelbaar: productie en consumptie zijn noch tijd- noch plaatsgebonden. Bovendien zijn belevenissen heterogeen: iedereen beleeft een belevenis op zijn eigen manier. Niet langer gaat het de consument om de economische waarde, maar het gaat hem of haar ook om de symbolische waarde van wat wordt aangeboden (Schulze, 2005; Jayne, 2006). Steden spelen hierop in door steeds vaker belevenissen aan te bieden. Dan kan het gaan om georganiseerde evenementen, maar het kan ook door middel van een verhoogde beleveniswaarde van bestaande voorzieningen. Zo wordt de beleveniswaarde van een 'dagje shoppen' verhoogd wanneer het 'shoppen' wordt afgewisseld met het nuttigen van een consumptie op het terras. Winkelgebieden waar naast verkooppunten ook horecagelegenheden zijn, bieden een verhoogde beleveniswaarde aan en zouden zo weleens aantrekkelijke winkelgebieden voor de consument kunnen worden. In een winkelgebied met een hoge werkgelegenheidsfunctie aan horecagelegenheden gaat de consument nog met plezier winkelen. Retailhandelaren willen hier graag gevestigd zijn en zijn bereid hier een hogere huurprijs voor te betalen. De combinatie van horeca en detailhandel draagt bij aan de belevingsfunctie van shoppen, waardoor 'shoppen' plaatsmaakt voor 'funshoppen'. Het winkelgebied is dan een aantrekkelijk verblijfsklimaat (Butink, 2015, p. 53).

2.2 Ruimtelijke analyse

Zoals al genoemd in de inleiding, start dit onderzoek vanuit de veronderstelling dat er in Amsterdam verschillen bestaan tussen winkelgebieden die worden gekenmerkt door drukteproblematiek ('hotspots') en winkelgebieden die worden gekenmerkt door verschraling ('coldspots'). Dit zou kunnen resulteren in een bepaald patroon van winkelgebieden met veel groei van het aantal vestigingen, met veel groei van de werkgelegenheid en met toenemende hoge huurprijzen (de zogeheten 'hotspots') tegenover locaties met geringe of zelfs negatieve groei van het aantal vestigingen en werkgelegenheid en een geringe groei of vermindering van de (maximale) huurwaarde.

Ruimtelijke analyses worden gebruikt om vragen te beantwoorden waarom bepaalde economische activiteiten plaatsvinden op bepaalde plaatsen. De achterliggende micro-economische verklaring is dat ondernemingen op bepaalde plaatsen het best winst kunnen behalen (Tong & Murray, 2017, p. 193). Tot de vroege ruimtelijke analyses behoren onder andere de publicaties van Von Thünen en Walter Christaller. Von Thünen (in Peet, 1969) kwam bijvoorbeeld met een erg gesimplificeerd monocentrisch model, dat wil zeggen dat er maar één centrum is (en dus één commerciële markt om te bedienen). In *Der isolierte Staat* beschrijft hij het agrarisch grondgebruik rondom de stad. Het patroon van agrarisch grondgebruik was volgens hem het gevolg van concurrentie tussen verschillende typen agricultuur

voor het gebruik van een stuk land. De concurrentie was een strijd om het stuk land waarmee de winst gemaximaliseerd kon worden. Aangenomen werd dat transport van producten vanaf lokale landbouwgronden naar de markt in rechte lijnen gebeurde en dat lokale prijzen voor gewassen werden berekend als de centrale marktprijs min de transportkosten. De winst van elk van de boeren was volgens Von Thünen afhankelijk van twee variabelen: de waarde van de landbouwgrond en de hoogte van de transportkosten. Door allerlei aannames ter simplificatie van het model ontstaat er een homogene en geïsoleerde staat met één centraal gelegen markt waar vraag en aanbod samen komen. Naarmate de afstand tot het centrum toeneemt, neemt de waarde van de landbouwgrond af en nemen de transportkosten toe. Von Thünen stelt dat er voor elk type gewas een bepaalde afstand tot het centrum is waar de winst voor dat gewas gemaximaliseerd wordt. Deze afstand is afhankelijk van het type gewas dat verbouwd wordt en de daarmee samenhangende transportkosten. Vervolgens is deze theorie door Christaller (1933; in 1966 vertaald) toegepast op de ruimtelijke spreiding van steden en dorpen. Hij beschrijft de hiërarchie van dorpen en steden die in een isotrope aardvlakte (dat wil zeggen homogeen en uniform) zijn gelegen en waarover consumenten gelijkelijk verdeeld zijn. Net als in het model van Von Thünen worden er enkele aannames gedaan om tot een gesimplificeerd model te komen (waarvoor beide modellen de nodige kritiek hebben ontvangen). Enkele aannames zijn:

- *De agrarische bevolking woont op gelijke afstand van elkaar.*
- *Verzorgende functies (winkels) liggen in centraal gelegen dorpen en steden (centrale plaatsen).*
- *Geen van de aanbieders van producten heeft een concurrentievoordeel.*
- *Producenten en consumenten handelen rationeel.*
- *Het aantal verkooppunten is minimaal om de omzet te maximaliseren.*
- *Consumenten gaan altijd naar het dichtstbijzijnde verkooppunt.*

Op basis van zijn observaties in Zuid-Duitse gebieden komt Christaller met een aantal bevindingen die ten grondslag liggen aan de ruimtelijke patronen van centrale plaatsen. Hij stelt dat er drie soorten centrale plaatsen zijn: kleine plaatsen, grote centra en grotere centrale plaatsen. Hij stelt ook dat er verschillende soorten producten zijn: producten van een hogere orde en producten van een lagere orde. Lage orde producten worden in alle soorten centrale plaatsen aangeboden, maar hogere orde producten worden alleen in de grote centra en grotere centrale plaatsen aangeboden. In elke hogere orde plaats worden alle producten uit de lagere orde plaats aangeboden. Hieruit leidt Christaller af dat de indeling van steden en dorpen volgens een zeshoekig rooster (hexagon) het meest efficiënt is om alle markten te bedienen zonder enige overlap. Dit staan bekend als de centrale plaatsentheorie. Toegepast op de stedelijke retail wil het zeggen dat de meest gespecialiseerde winkels gevestigd zijn op de meest centraal gelegen locaties (bijvoorbeeld de binnenstad) en dat winkels voor de dagelijkse boodschappen zich om de hoek bevinden in de woonwijken.

Deze theorieën van de vroege ruimtelijke analyses zijn in de loop der jaren meerdere keren toegepast, doorontwikkeld en verfijnd (Tong & Murray, 2017, p. 194). Een voorbeeld is het 'bid rent model' van Haig (1926) en Alonso (1964). Het model berust op de gedachte dat het centrum de meest geschikte locatie is, omdat men van daaruit de grootste markt kan bedienen. Het centrum is nabij de meeste andere delen van de stad gelegen en is makkelijk bereikbaar. Daarom is het centrum een gewenste vestigingslocatie voor bedrijven uit verschillende economische sectoren. Daarnaast wordt gesteld dat economische sectoren tegen elkaar opbieden en dat de sector die het meest biedt (oftewel de sector die zich de hoogste huurprijs kan permitteren), zich vestigt op de meest centrale locatie. Veelal gaat het om specialistische diensten of de verkoop van specialistische producten. Dit opbieden heeft tot gevolg dat de huurprijzen in centrale locaties meestal het hoogst is.

Met andere woorden, centrale locaties kenmerken zich door relatief hoge huren en de aanwezigheid van relatief veel economische activiteiten in het specialistische segment. De sector die het laagste bod uitbrengt (oftewel de sector die slechts een lage huurprijs kan opbrengen), komt op de meest perifere locatie terecht. Naar waarschijnlijkheid zijn dit de winkels voor de dagelijkse boodschappen met een lage winstmarge. Perifere locaties kenmerken zich daarom door relatief lage huren en relatief weinig economische activiteiten in het dagelijkse segment. Over het algemeen worden 'coldspots' bedreigd door structurele leegstand, vanwege de onaantrekkelijke perifere locatie.

2.3 Gentrificatie

Een belangrijke tekortkoming van het 'bid rent model' is echter dat er wordt verondersteld dat het centrum altijd de meest gewilde vestigingslocatie is en dat het dus altijd dezelfde centraal gelegen winkelgebieden zijn die aantrekkelijk worden bevonden. Dit is een vrij statische benadering. Minder aantrekkelijke winkelgebieden kunnen namelijk ook aantrekkelijk worden, want gebieden met lage huren en veel leegstaande panden bieden een economisch potentieel voor ondernemers. Zij kopen tegen een lage prijs het voorradig vastgoed op en profiteren dubbel van de economische voorspoed die zij zelf genereren (meer lokale klandizie en hogere waarde van hun vastgoedbezit; zie 'rent gap theory' van Smith, 1979). De verandering die buurten ondergaan wordt door Ruth Glass (1946) uiteengezet met het begrip 'gentrificatie'.

Zij beschrijft gentrificatie als een proces, waarbij buurten een transformatie ondergaan door de komst van pioniers die een impuls geven aan de leefbaarheid in de buurt. De pioniers beginnen met het opknappen van woningen en starten lokale ondernemingen. De verbeterde buurt trekt de middenklasse aan die bestaat uit hoogopgeleide professionals. Glass beschrijft gentrificatie dus vanuit een sociaal perspectief; in haar definitie staat de verandering van de bevolkingssamenstelling centraal. De transformatie van de buurt brengt naast positieve ook negatieve gevolgen met zich mee. Een negatief gevolg is het verdringen van oorspronkelijke bewoners of het weren van minder bemiddelden om zich in dergelijke wijken te vestigen. Zij kunnen de stijgende huurprijzen door stijgende waardes van het vastgoed niet meer opbrengen en worden gedwongen hun woning te verlaten (Slater, 2011).

Gentrificatie doet zich voor in twee verschillende vormen. De ene is 'people follow capital', waarbij een investering in betere vastgoed en voorzieningen wordt gevolgd door de vestiging van de middenklasse. De andere vorm is 'capital follows people', waarbij de vestiging van de middenklasse wordt gevolgd door de komst van nieuwe voorzieningen (Hamnett, 1991). Beide vormen kunnen volgens Glass gelijktijdig voorkomen. Toegepast op de retail kan het als volgt worden uitgelegd. Ten eerste is er 'people follow capital', waarbij investeringen door projectontwikkelaars resulteren in een aantrekkelijke vestigingslocatie voor nieuwe ondernemers. Ten tweede is er 'capital follow people', waarbij pioniers hun bedrijf starten op zogenoemde B-locaties. Dat zijn de aanloopstraten naar de hoofdwinkelstraten in de A-locaties (Hamnett, 1991). B-locaties zijn aantrekkelijk voor pioniers vanwege de relatief lage huren en de passantenstromen richting de A-locaties. Wanneer de aanloopstraten aantrekkelijker worden en het aantal ondernemers groeit, ontstaat er een levendige winkelstraat (Zukin e.a., 2009). De komst van nieuwe winkelconcepten en daarmee samenhangende groeiende vraag naar bedrijfspanden resulteert in stijgende huurprijzen (Zukin e.a., 2009; Hubbard, 2017). Deze stijging brengt met name de oorspronkelijke ondernemers (met een voornamelijk lokale functie) in de problemen, omdat zij verkopen met een lage winstmarge (Zukin, 2009). De stijgende huurprijzen kunnen de oorspronkelijke ondernemers verdringen (Zukin, 2009; Gonzalez & Waley, 2012). Kleine lokale zelfstandige winkels worden verdreven door nieuwe ondernemers met hun opkomende merken ('small entrepreneurial capital'). Verdrijving wil zeggen dat zij genoodzaakt zijn om zich te verplaatsen naar andere winkelgebieden. Op hun beurt worden de zelfstandige winkels weer verdreven door internationale merken ('corporate capital') (Zukin et al., 2009, p. 49). De

groeiende aanwezigheid van internationale ketens is te verklaren door toenemende huurprijzen die enkel nog door deze ketens kunnen worden opgebracht (Mermet, 2017, p. 1171).

2.4 Polarisatie en ongelijkheid

Wanneer gentrificatie in sommige wijken plaatsvindt en in andere wijken niet, dan kunnen de ruimtelijke contrasten tussen de (winkel)gebieden in de stad toenemen. Dit verschijnsel wordt vaak aangeduid met het begrip polarisatie. In de literatuur is weliswaar veel geschreven over polarisatie, maar er ontbreekt vaak een adequate definitie en operationalisering van het begrip. Voor deze thesis is op zoek gegaan naar een passende definitie.

2.4.1 Polarisatie

Er is in de literatuur veel geschreven over sociale en ruimtelijke contrasten tussen rijk en arm in kapitalistische wereldsteden. In de jaren ’80 van de vorige eeuw werd deze literatuur uitgebreid met het begrip polarisatie. Het begrip werd als eerst genoemd door Friedmann en Wolff (1982) en is in de loop der jaren ontwikkeld. Hamnett (1994) vat het begrip polarisatie als volgt samen:

> as a result of changes in the economic role of these cities and in the social and spatial divisions of labour, particularly the decline of manufacturing and the growth of the service sector, especially financial and business services, a new social structure is emerging which is characterized by expansion at top and bottom end of the occupational and income structure combined with the decline of the middle. Thus, a bi-modal occupational and income structure is taking shape” (p. 192).

De theorie rondom polarisatie is door de jaren ontwikkeld en een grote bijdrage werd geleverd door Sassen (1984, 1988, 1991). Sassen (1991) legt het volgende uit over polarisatie:

> new conditions of growth have contributed to elements of a new class alignment in global cities. The occupational structure of major growth industries characterized by the locational concentration of major growth sectors in global cities in combination with the polarized occupational structure of these sectors has created and contributed to growth of a high-income stratum and a low-income stratum of workers. It has done so directly through the organization of work and occupational structure of major growth sectors. And it has done so indirectly through the jobs needed to service the new high-income workers, both at work and at home, as well as the needs of the expanded low-wage work force (p. 13).

In een ander artikel schrijft zij: ‘Growth trends, not recession, are generating a vast expansion of low income and very high income jobs and a shrinking of the supply of middle income positions’ (Sassen-Koob, 1984, p. 139). Volgens Sassen wordt polarisatie dus gekenmerkt door groei van zowel de lage inkomensklasse alsook de hoge inkomensklasse terwijl de middenklasse krimpt. Er wordt daarom nogal eens gesproken over ‘de verdwijnende middenklasse’ (Sassen, 1984, 1988, 1991). Het gevolg is dat in de stad een tweedeling ontstaat tussen de rijken en de armen. Castells en Mollenkopf (1991) spreken daarom over een ‘Dual City’.

Hoewel Sassen veel over polarisatie heeft geschreven, heeft zij nergens een definitie van het begrip gegeven. Eén van de meest sprekende definities is gegeven door Marcuse (1989):

> The best image…is perhaps that of the egg and the hour glass: the population of the city is normally distributed like an egg, widest in the middle and tapering off at both ends; when it becomes polarized the middle is squeezed and the ends expand till it looks like an hour glass. The middle of the egg may be defined as 'intermediate social strat'…Or if the polarization is between rich and poor, the middle of the egg refers to the middle-income group…The metaphor is not of structural dividing lines, but of a continuum along a single dimension, whose distribution is becoming increasingly bimodal (p. 699).

Kortom: het gaat er bij polarisatie om dat de modale groepen inslinken, ten voordele van de extremen van het continuüm.

Wanneer deze definitie van polarisering wordt toegepast op winkelgebieden kan het volgende worden gesteld met betrekking tot de drie indicatoren die centraal staan in deze thesis. Polarisatie treedt op als aan één van de volgende condities wordt voldaan:
- het aantal winkelcentra met een *boven-* of ondergemiddelde groei van het aantal vestigingen toeneemt, en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van het aantal vestigingen daalt*;*
- het aantal winkelcentra met een *boven-* of ondergemiddelde groei van het aantal werkzame personen toeneemt, en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van het aantal werkzame personen daalt*;*
- het aantal winkelcentra met een *boven-* of ondergemiddelde groei van de maximale huurprijs toeneemt, en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van de maximale huurprijs daalt*.*

Met andere woorden, de 'hotspots' en/of 'coldspots' nemen in aantal toe en de winkelgebieden die niet tot één van beide categorieën behoren ('gemiddelde winkelgebieden') nemen in aantal af. Wanneer het omgekeerde het geval is (dat wil zeggen de 'hotspots' en/of 'coldspots' nemen in aantal af en de winkelgebieden die tot het gemiddelde behoren nemen in aantal toe) dan zou men kunnen zeggen dat er in de Amsterdamse retailmarkt meer sprake is van concentratie.

2.4.2 Ongelijkheid

Sassen (1991) benadrukt dat het begrip polarisatie niet verward moet worden met het begrip ongelijkheid. Weliswaar kunnen de begrippen polarisatie en ongelijkheid aan elkaar gerelateerd zijn, namelijk in de zin dat zij gelijktijdig kunnen voorkomen. Maar het is ook mogelijk dat slechts één van beide voorkomt. Over het meten van ongelijkheid zeggen Zhang en Kanbur (2001): 'An inequality index essentially measures the spread of an income distribution. It emphasises the deviation from the global mean, ignoring clustering around local means' (p. 86). Ongelijkheid wil dus zeggen dat de inkomenskloof groter wordt: de verschillen tussen de rijken en armen nemen toe. Met andere woorden: de rijken worden rijker en de armen worden armer. Bij ongelijkheid -in tegenstelling tot polarisatie- is er *geen* sprake van een 'verdwijnende middenklasse'.

Wanneer deze definitie van ongelijkheid wordt toegepast op winkelgebieden kan het volgende worden gesteld met betrekking tot de drie indicatoren die centraal staan in deze thesis. Ongelijkheid treedt op als aan één van de volgende condities wordt voldaan:
- winkelgebieden met relatief veel vestigingen groeien en de winkelgebieden met relatief weinig vestigingen krimpen;
- winkelgebieden met relatief veel werkzame personen groeien en de winkelgebieden met relatief weinig werkzame personen krimpen;
- winkelgebieden met hoge huurprijzen worden duurder en de winkelgebieden met lage huurprijzen worden goedkoper.

Met andere woorden, de hotspots worden gekenmerkt door 'doorgroei' en de coldspots worden gemerkt door 'achterstand'. Wanneer het omgekeerde het geval is (dat wil zeggen de hotspots worden gekenmerkt door neergang en de coldspots worden gekenmerkt door groei) dan zou men kunnen zeggen dat er in de Amsterdamse retailmarkt sprake is van toenemende gelijkheid

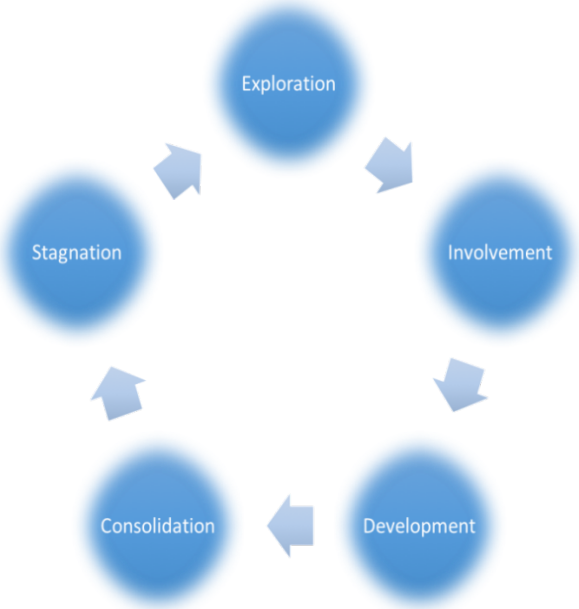
2.5 Fasemodel voor dynamische winkelgebieden

Snepenger, Murphy en O'Connell (2003) hanteren een dynamische invalshoek bij het bestuderen van de veranderingsdynamiek van winkelgebieden. Zij onderscheiden daarbij vijf fasen van dynamiek (zie figuur 2.1).

In de *exploration* fase heeft het winkelgebied nog een traditionele functie: het voorzien van bewoners in hun dagelijkse behoeften. In deze fase wordt geen extra omzet gedraaid, want het aantal consumenten van buiten de buurt is laag. Dat betekent dat er qua samenstelling van de winkels veel bij het oude blijft en dat de groei van het aantal winkels en van de werkgelegenheid gering zal zijn.

In de *involvement* fase gaan ondernemers van het winkelgebied zich meer en meer toeleggen op bezoekers die van buiten de eigen buurt komen. Zij zullen daarvoor investeren in de aantrekkelijkheid van het winkelgebied en proberen aantrekkelijke winkels aan te trekken. De samenstelling van het winkelbestand verandert, maar dat hoeft nog geen groei van het aantal vestigingen of van de werkgelegenheid in te houden.

Figuur 2.1 Dynamiek in de winkelstraat



Bron: Snepenger, Murphy & O'Connell (2003)

De derde fase, de *development* fase, kenmerkt zich door de opkomst van boetiekjes, galerijen en hippe winkels (Bridge & Dowling, 2001; Zukin e.a., 2009). Wanneer dit samengaat met de verdringing van oorspronkelijke ondernemers, wordt dit omschreven als 'retail gentrification'. Meestal gebeurt dat in de zogeheten aanloopstraten van het centrum die dus aantrekkelijker worden en waar het aantal vestigingen en de werkgelegenheid toeneemt. Er ontstaat dan vaak een levendige winkelstraat (Zukin e.a., 2009). Wanneer het aantal bezoekers groeit en de vraag naar bedrijfspanden groeit, is het waarschijnlijk dat huurprijzen ook stijgen. Dan kan de straat worden geconfronteerd met de negatieve kant van gentrificatie, namelijk dat de oorspronkelijke winkeliers worden verdrongen vanwege de stijgende huurprijzen (Zukin e.a., 2009; Ganzalez & Waley, 2012).

In de vierde fase, de *consolidation* fase, zet de groei van het aantal winkels en van de werkgelegenheid zodanig door dat de tevredenheid met de leefomgeving van bewoners worden aangetast. De winkels gaan zich steeds meer richten op de bezoekers van buiten en steeds minder op de bewoners. Dat is

bijvoorbeeld te zien aan het groeiend aantal souvenirwinkels en typische toeristenwinkels (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 28). Ook kunnen winkelpanden worden opgekocht door projectontwikkelaars en worden getransformeerd tot hotels (Zukin e.a., 2009).

De laatste fase is de fase van *stagnation*. Steeds meer winkeliers kunnen de hoge huurprijzen niet betalen waardoor de aantrekkelijkheid van de straat als geheel daalt. Steeds meer bezoekers zullen de straat de rug toekeren. Ook omdat de bezoekers toe zijn aan iets nieuws en op zoek gaan naar een andere winkelstraat. Aantrekkelijkheid en bezoekersaantallen nemen af en de cyclus begint weer opnieuw (Snepenger, Murphy & O'Connell, 2003).

Evenals het onderzoek van Snepenger, Murphy en O'Connell (2003) staat ook in deze thesis de veranderingsdynamiek van winkelgebieden centraal. Daarom vormt dit fasenmodel een belangrijk interpretatiekader voor deze thesis.

3. Methodologische verantwoording

3.1 Aanpak

Voor deze thesis is kwantitatief onderzoek uitgevoerd om een indicatie te krijgen voor een antwoord op de vragen 'in welke mate is sprake van polarisering van succesvolle en minder succesvolle Amsterdamse winkelgebieden?' en 'wat zijn daarvoor van belang zijnde sociaal-demografische en functioneel-economische factoren?'. Ten behoeve van dit kwantitatieve onderzoek zijn modellen opgesteld waarmee de invloed van diverse factoren op het succes van winkelgebieden wordt gemeten. Daarbij is een vergelijkend onderzoekontwerp gebruikt. Dit houdt in dat data van verschillende winkelgebieden, verschillende variabelen en van verschillende jaren zijn verzameld en vervolgens zijn geanalyseerd om associatiepatronen te ontdekken. Zodoende kan een vergelijking worden gemaakt over de jaren 2005, 2010, 2015 en 2017. In totaal dus een periode van 12 jaar. De verwachting is dat de verschillen in succesfactoren van de Amsterdam winkelgebieden over die jaren zijn toegenomen. Dit duidt op polarisatie.

3.2 Onderzoekseenheden

Voor het selecteren van de winkelgebieden is uitgegaan van de selectie die door de Gemeente Amsterdam is gemaakt (OIS, z.d.). OIS (Onderzoek, Informatie en Statistiek van de gemeente Amsterdam) heeft de grenzen van winkelgebieden afgebakend aan de hand van een kaart met concentraties retailvestigingen. Daarnaast gaat het volgens hen niet alleen om concentraties van winkels, maar ook om hun functie als trekpleister. Daarom kan het zijn dat ook afzonderlijke winkels zoals IKEA als winkelgebied zijn erkend. OIS definieert winkelgebieden dus niet aan de hand van een minimumaantal winkels in een gebied (Gemeente Amsterdam, 2007, p. 67). Vervolgens is gebruik gemaakt van de door het bureau Cushman & Wakefield (voorheen DTZ) gemaakte jaarlijkse rapporten 'Winkelhuren Amsterdam'. Het grote voordeel van deze rapporten is dat zij op behoorlijk consistente wijze jaarlijks de Amsterdamse winkelgebieden vergelijken. Toch komen de jaaruitgaven van 2005, 2010, 2015 en 2017 niet geheel overeen, dat wil zeggen dat sommige winkelgebieden in het ene jaar wel zijn meegenomen en het andere jaar niet. Daarom is er een selectie gemaakt van die winkelgebieden waarvan de winkelhuren bekend zijn van alle vier peiljaren. Verder zijn perifere detailhandelsverenigingen (PDV) en grootschalige detailhandelsverenigingen (GDV) buiten de selectie gelaten. Dergelijke winkelgebieden laten zich moeilijk vergelijken met de (binnen)stedelijke winkelgebieden, omdat er op meer grootschalige wijze goederen en diensten worden verkocht. Het grootschalige karakter van deze PDV en GDV beïnvloedt te zeer de vergelijking met de andere winkelgebieden in Amsterdam. Bovendien zijn winkelconcentraties op stations buiten de selectie gelaten, omdat de berekening van winkelhuren op deze locaties verschilt van die van een doorsnee winkelgebied (Cushman & Wakefield, 2017, p. 6). De vergelijking over de tijd heeft betrekking op in totaal 87 winkelgebieden in Amsterdam.

3.3 Operationalisering

Polarisatie heeft in deze studie betrekking op het succes van Amsterdamse winkelgebieden. We meten dit succes op een kwantitatieve manier, vandaar dat de groei van winkelgebieden als afhankelijke variabele is genomen. Dit onderzoek heeft betrekking op de groei van het aantal vestigingen, groei van de werkgelegenheid en toename van de maximale huurprijzen. Als onafhankelijke variabelen, die deze groei dus moeten verklaren, zijn werkgelegenheidsfunctie, locatie, filialisering, diversiteit, beleving,

inkomen en woningeigendom geselecteerd. Deze paragraaf gaat over het verkrijgen van de data en het meetbaar maken van de constructen.

3.3.1 Afhankelijke variabelen

Er is één variabele uit de Cushman & Wakefield rapporten gehaald: groei van de maximale huurprijzen. Het bureau Cushman & Wakefield houdt al jarenlang op vrij systematische wijze de winkelhuren van de Amsterdamse winkelgebieden bij. De hierin vermelde markthuurniveaus zijn uitgedrukt in een 'huurprijs in euro's per vierkante meter verhuurbaar vloeroppervlak (m² v.v.o.) per jaar exclusief BTW, servicekosten, goodwill en overnamekosten voor een standaardunit' (Cushman & Wakefield, 2017, p. 8). De markthuurniveaus zijn uitgedrukt in gemiddelde onder- en bovengrenzen. De mogelijke markthuren voor standaard winkelunits vallen binnen deze grenzen. Een standaardunit is 'een (theoretische) winkelunit van circa 150 m² v.v.o. op de begane grond en een frontbreedte van circa 6 strekkende meters' (Cushman & Wakefield, 2017, p. 10). Het werken met standaardunits heeft als voordeel dat de gemiddelde winkelhuren van verschillende locaties met elkaar vergeleken kunnen worden. De variabele 'groei van de maximale huurprijzen' die uit de Cushman & Wakefield rapporten is gehaald, wordt gemeten als de procentuele toename van de maximale huurprijzen.

Daarnaast is er één variabele uit de ARRA-bestanden van de Gemeente Amsterdam gehaald. Deze bestanden omvatten alle geregistreerde bedrijfsvestingen in de gemeente Amsterdam. De bedrijfsgegevens hebben een ruimtelijke component (adresgegevens) en daarom was deze data geschikt voor een onderzoek naar Amsterdamse winkelgebieden. Bij het gebruik van de ARRA-data zijn allereerst de bedrijfsadressen gegeocodeerd. Dat wil zeggen dat de bedrijven zijn geplot op een kaart ter controle van de juistheid van de adresgegevens. In de ArcCatalog van ArcGIS is gekozen voor geocoderen met Google Maps. De verkeerd gematchte adressen die door het geocoderen naar voren kwamen, zijn niet meegenomen in de analyse.

De ARRA-data zijn beschikbaar per bedrijf. Om deze data over te zetten naar het schaalniveau van een winkelgebied is gebruik gemaakt van de buffer tool in ArcGIS. Het gegeocodeerde bestand werd gekoppeld aan de shapefile van winkelgebieden, verkregen van de Gemeente Amsterdam. Met een buffer van 10 meter om ieder winkelgebied konden de bedrijfsadressen worden ingedeeld in winkelgebieden. Ten slotte werden de bedrijven die missende waarden vertoonden en bedrijven waar het aantal werkzame personen in fulltime equivalenten de waarde 0 vertoonden, niet meegenomen in de analyses.

De afhankelijke variabele die uit het ARRA-bestand is verkregen is groei van de werkgelegenheid per winkelgebied. Dit is dus naast de huurwaarde de tweede groei-indicator. Deze groei wordt gemeten als de groei van het fulltime equivalent aantal werkzame personen. De totale werkgelegenheid wordt gemeten als optelsom van drie categorieën: het aantal fulltime werkzame personen, het aantal werkzame vrouwen dat parttime werkt en het aantal werkzame mannen dat parttime werkt. Om tot een totaal fulltime equivalenten te komen, is verondersteld dat in één fulltimebaan twee parttimebanen zitten.

3.3.2 Functioneel-economische variabelen

Functioneel-economische variabelen zijn eveneens verkregen uit de ARRA-bestanden. De volgende functioneel-economische factoren zijn uit het ARRA-bestand gehaald:

- Mate van filialisering per winkelgebied.

Van elke bedrijfsvestiging is bekend of het om een filiaal gaat of niet. De filialiseringsgraad is berekend als het aantal filialen per totaal aantal bedrijfsvestigingen in een winkelgebied.

- Diversiteit aan bedrijfsactiviteiten per winkelgebied.

De diversiteit is gemeten op basis van de SBI-codes (Standaardbedrijfsindelingen) uit 2008. De standaardbedrijfsindeling is opgesteld door het CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek). Met de SBI wordt het Nederlandse bedrijfsleven in verschillende branches ingedeeld. Boschma, Balland & Kogler (2015) gebruikten in hun paper naar gerelateerde industrieën een vergelijkbare meetmethode. De SBI-codes in het ARRA-bestand bestaan uit vier, vijf en zes cijfers. Er is gekozen voor gebruik van de viercijferige SBI-codes, zodat elke klasse voldoende cases heeft.

De Herfindahl-index voor de mate van diversiteit
Een maat voor diversiteit is de Herfindahl-index, ook wel Herfindahl-Hirschman index (HHI) genoemd. Deze maat is gebaseerd op marktaandelen en de formule is als volgt:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} MS_i^2$$

De formule laat zien dat de HHI de som van de kwadraten van de percentages marktaandelen is. Hoe meer er sprake is van een concentratie van het marktaandeel binnen één branche, hoe hoger de index. De maximale score van 1 wordt behaald wanneer er slechts één aanbieder is die de gehele markt bediend. De score gaat richting 0 wanneer er een groot aantal aanbieders is met elk een vergelijkbaar marktaandeel. De HHI neemt dus zowel het aantal aanbieders alsook de verschillen in marktaandeel in beschouwing (Rhoades, 1993). Bij het toepassen van de HHI op winkelgebieden wordt gekeken naar de vertegenwoordiging van een sector in het winkellandschap. Hierbij wordt het aantal vestigingen in beschouwing genomen.

> <u>Een voorbeeld:</u> Stel dat de markt voor 'damesmode' in Amsterdam door vier aanbieders bediend wordt, die elk een evenredig marktaandeel hebben. De HHI bestaat uit de som van de kwadraten van de marktaandelen en dus geldt: $(0,25)^2+(0,25)^2+(0,25)^2+(0,25)^2= 0,25$. Indien de marktaandelen als volgt waren: 75%, 15%, 5% en 5% dan gold: $(0,75)^2+(0,15)^2+(0,05)^2+(0,05)^2=0,59$. De waarde van de HHI neemt toe, naarmate de markt meer geconcentreerd is rondom één aanbieder.

Dit voorbeeld laat ook zien dat bedrijven met een groter marktaandeel meer gewicht krijgen in de HHI dan bedrijven met een kleiner marktaandeel en dat is het resultaat van het kwadrateren van de marktwaarden. Dit kenmerk van de HHI hangt samen met de economische gedachte dat hoe groter de concentratie binnen slechts enkele bedrijven, des te groter de waarschijnlijkheid dat marktconcurrentie afneemt, wanneer andere factoren gelijk worden gehouden. Daarentegen, wanneer er slechts geringe concentratie is, en dus wanneer er veel bedrijven zijn die elk slechts een klein marktaandeel hebben, dan zal de marktconcurrentie aanzienlijk zijn (Rhoades, 1993, p. 189).

- Belevingswaarde per winkelgebied.

Steeds meer winkelgebieden investeren in hun belevingskwaliteit. In dit onderzoek is een eenvoudige maat voor beleving gehanteerd, namelijk de mate van specialisatie op SBI 5630, oftewel cafés. Men gaat doorgaans naar een café om vermaakt te worden. (Er zijn natuurlijk uitzonderingen, zoals wanneer men naar een café gaat om daar te werken.)

Het locatiequotiënt voor de mate van specialisatie
Het belang van de belevingsfunctie wordt gemeten aan de hand van het locatiequotiënt van cafés. Het locatiequotiënt (LQ) – ook wel Relative Comparative Advantage (RCA) genoemd - is een maat om te onderzoeken in hoeverre een bepaalde economische branche aanwezig is in een bepaalde regio. Het is een veelgebruikte maat in de regionale ontwikkeling en economische geografie (Wagner, 2000, p. 7). In tegenstelling tot de HHI, welke een maat is voor de diversiteit van branches, wordt met het LQ de mate van concentratie van één bepaalde branche gemeten. De berekening van het LQ geschiedt op basis van vestigingsaantallen. De volgende formule wordt gebruikt voor de berekening van het LQ:

$$LQ = \frac{e_i/e}{E_i/E}$$

$$= \frac{Aantal\ vestigingen\ in\ branche\ i / Totaal\ aantal\ lokale\ vestigingen}{Aantal\ vestigingen\ in\ branche\ i\ referentie\ gebied / Totaal\ aantal\ vestigingen\ referentie\ gebied}$$

Als de waarde van LQ kleiner is dan 1 dan wil dat zeggen dat in deze regio de economische branche in mindere mate voorkomt dan wat men kan verwachten op basis van het gemiddelde in het referentiegebied. Er is geen sprake van specialisatie in deze branche. Als de waarde van LQ groter is dan 1 dan wil dat zeggen dat in deze regio de economische branche in meerdere mate voorkomt dan wat men kan verwachten op basis van het gemiddelde in het referentiegebied. Er is sprake van specialisatie in deze branche. Daarnaast is vaak de assumptie dat relatief veel werkgelegenheid in een branche een indicatie is voor exportproductie. Bij deze gedachtegang is voorzichtigheid geboden, want het kan ook zo zijn dat er een verschil is tussen lokale vraag en de vraag in het referentiegebied naar een product en in dat geval kan de specialisatie enkel bedoeld zijn voor lokale consumptie (Wagner, 2000, p. 7).

Zowel het LQ (locatiequotiënt) als de HHI hebben een belangrijke beperking. De maten zijn gevoelig voor het gebruikte SBI-niveau. Een branche in een bepaalde regio kan een LQ<1 hebben wanneer gebruik wordt gemaakt van een branche indeling op tweecijferig niveau, terwijl dezelfde branche in dezelfde regio een LQ>1 kan hebben wanneer gebruik wordt gemaakt van een branche indeling op viercijferig niveau (Wagner, 2000, p. 7). Toch behoren deze maten tot de meest geschikte en meest gebruikte maten voor diversiteit en specialisatie en daarom worden ze in deze thesis gebruikt.

3.3.3 Sociaal-demografische variabelen

De data voor de sociaal-demografische variabelen zijn verkregen van het CBS. Het CBS is het nationaal statistisch bureau dat inzicht brengt in maatschappelijke vraagstukken door data en informatie te leveren (CBS, z.d. a). Er is gebruik gemaakt van de Kerncijfers Wijken en Buurten 2005, 2010, 2015 en 2017 (CBS, z.d. b).

Er zijn drie variabelen uit de CBS-data gehaald: werkgelegenheidsfunctie, inkomen en woningeigendom.

- *Werkgelegenheidsfunctie is gemeten als de som van het aantal fulltime equivalent banen gedeeld door het bevolkingsaantal. Uit de CBS-data Kerncijfers Wijken en Buurten werd daarom het bevolkingsaantal per buurt gehaald.*
- *Inkomen is gemeten als het gemiddelde inkomen per inwoner.*

- *Het woningeigendom is gemeten als het percentage koopwoningen van het totale aantal woningen.*

De verzamelde data van het CBS is op buurtniveau en om deze data naar winkelgebiedsniveau te transformeren is gebruik gemaakt van de buffer tool in ArcGIS. Allereerst is een kaart met de buurtindeling van CBS ingeladen. Aan elke buurt is een variabele toegevoegd met de oppervlakte van de buurt. Vervolgens is een kaart met de winkelgebieden van de Gemeente Amsterdam ingeladen en is er een buffer rondom het middelpunt van de winkelgebieden toegevoegd. Daarna is er een overlay uitgevoerd van de buurtkaart en de winkelgebiedkaart (met buffers); op deze manier werd de buurtkaart in stukjes gesneden op basis van de winkelgebied buffers. Vervolgens kon de oppervlakte van de stukjes op de overlay kaart worden berekend. Op dit moment zijn voor elk stukje de volgende gegevens bekend: naam van de buurt, naam van het winkelgebied, oppervlakte van de gehele buurt en oppervlakte van het stukje. Vervolgens is de oppervlakte van het stukje in de overlay door die van de hele buurt gedeeld om een factor te berekenen. Deze geeft dus weer welk percentage van de buurt zich in de buffer van een bepaald winkelgebied bevindt. Ten slotte zijn de buurtcijfers van het CBS vermenigvuldigd met de factor en per winkelgebied zijn deze bij elkaar opgeteld.

> Een voorbeeld: We wilden berekenen hoeveel inwoners er in een straal van 1 km rondom de Haarlemmerstraat bevinden. De factoren geven weer dat 100% van de Staatsliedenbuurt binnen een straal van 1 km rond de Haarlemmerstraat ligt en 80% van de Westerparkbuurt. De Staatsliedenbuurt heeft 2.100 inwoners, die neem je dus allemaal mee. De Westerparkbuurt heeft 1.500 inwoners, die vermenigvuldig je met de factor (80%), dus kom je uit op 1.200. Bij elkaar ga je er dan vanuit dat er 2.100 + 1.200 = 3.300 inwoners in een straal van 1 km rond de Haarlemmerstraat wonen.

De assumptie is dus dat de inwoners redelijk gelijk over de ruimte zijn verdeeld. Dat hoeft natuurlijk niet altijd te kloppen, maar omdat we niet over de gegevens met een kleiner schaalniveau dan dat van de buurt beschikten, is het de beste inschatting die gemaakt kon worden.

3.3.4 Basismodel

Het basismodel wordt gevormd door twee variabelen die voortkomen uit de ruimtelijke analyse zoals beschreven in paragraaf 2 van hoofdstuk 2. In de theorieën van de ruimtelijke analyse (zoals de Von Thünen theorie, de centrale plaatsentheorie en het 'bid rent model') komt naar voren dat locatie en marktomvang bepalend zijn voor de vestigingslocatie van economische activiteiten. Daarom bestaat het basismodel uit twee ruimtelijke factoren. De eerste is afstand tot het Centraal Station (als indicator voor afstand tot het centrum) en de tweede is werkgelegenheidsfunctie, gemeten als het percentage van werkgelegenheid (aantal werkzame personen fulltime equivalenten) per aantal inwoners.

3.4 Data-analyse

De analyse bestaat uit twee delen. Allereerst is een beschrijvende analyse uitgevoerd en vervolgens is een statistische analyse uitgevoerd. De beschrijvende analyse heeft betrekking op de afhankelijke variabelen. Op longitudinale wijze worden groeiverschillen tussen de Amsterdamse winkelgebieden geanalyseerd. De statistische analyse bestaat uit een lineaire regressie. De keuze voor deze techniek wordt bepaald door het feit dat beide afhankelijke variabelen gemeten zijn op een ratio schaal. Er zijn uiteindelijk twee modellen tot stand gekomen. De meervoudige lineaire regressies toetsten of de afhankelijke variabele Y (groei van het vestigingsaantal, groei van de werkgelegenheid of groei van de maximale huurprijs) verklaard kon worden met een lineair verband van onafhankelijke variabelen X_i.

Hierbij werd gecontroleerd voor de effecten van de onafhankelijke variabelen onderling. Bij het uitvoeren van de regressie is de enter methode gebruikt. Bij de procedure worden alle onafhankelijke variabelen in één keer aan het model toegevoegd. Het model maakt geen onderscheid in de volgorde waarin de variabelen worden toegevoegd. Dit is de meest betrouwbare methode: een herhaling van de regressie zal dezelfde resultaten opleveren (dit is daarentegen niet altijd het geval bij gebruik van de stapsgewijze methode).

3.5 Validiteit, representativiteit en betrouwbaarheid

De validiteit van het onderzoek kan zijn aangetast doordat constructen verkeerd zijn geoperationaliseerd. Bij het operationaliseren zijn echter weloverwogen keuzes gemaakt. De operationalisering is deels gebaseerd op de operationalisering in de bestaande literatuur, maar - nog belangrijker - het uitgangspunt voor de operationalisering is het beantwoorden van de centrale vraag. Er zijn wel kanttekeningen te plaatsen bij de validiteit van het construct werkgelegenheid dat wordt gemeten als de groei van het fulltime equivalent aantal werkzame personen. Om tot een totaal fulltime equivalenten te komen, werd verondersteld dat in één fulltimebaan twee parttimebanen zitten. Dit is geen heel nauwkeurige manier van operationaliseren. Er is voor deze optie gekozen, omdat er geen betere data beschikbaar was.

De representativiteit van de steekproef is belangrijk om de externe validiteit te vergroten. Er zijn zoveel mogelijk Amsterdamse winkelgebieden in het onderzoek meegenomen om uitspraken te kunnen doen over het totale Amsterdamse winkellandschap. Toch zijn er bepaalde winkelgebieden niet meegenomen. Soms omdat er geen winkelhuren van bekend waren of omdat de winkelhuren op deze locaties afwijken van een doorsnee winkelgebied. Ook zijn PDV- en GDV-locaties en stations buiten beschouwing gelaten, omdat ze niet representatief zijn voor een gemiddeld stedelijk winkelgebied. Zo is geprobeerd om zoveel mogelijk Amsterdamse winkelgebieden die niet te veel van het gemiddelde afwijken te analyseren, zodat uitspraken over het Amsterdamse winkellandschap gedaan konden worden. De uitkomsten van de statistische analyses kunnen niet worden gegeneraliseerd naar 'Nederlandse winkelgebieden'. Daarvoor is de steekproefselectie te beperkt en het Amsterdamse winkelaanbod te bijzonder.

De betrouwbaarheid van het onderzoek kan zijn aangetast door het verkeerd invoeren van de data of het maken van een verkeerde selectie. Deze fout is zo klein mogelijk gehouden door het herhaaldelijk controleren van de ingevoerde data. Ook de regressies zijn herhaald om te controleren of de toetsen juist zijn uitgevoerd. In de statistische analyses werd aangegeven of er sprake was van een betrouwbaarheidsniveau van 99%, 95% of 90%.

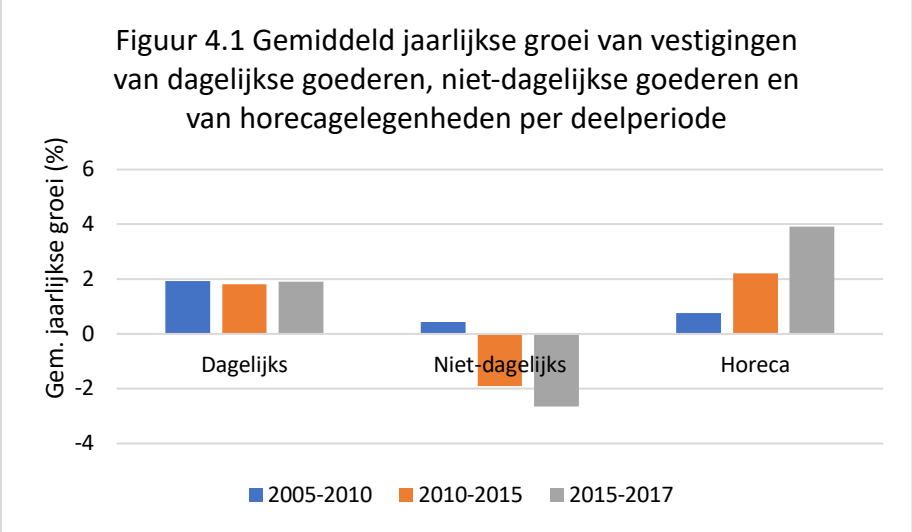
In de komende 3 hoofstukken (hoofstukken 4, 5 en 6) worden per groei-indicator (aantal vestigingen/ werkgelegenheid/maximale winkelhuren) de groeiverschillen van de 87 Amsterdamse winkel- en horecalocaties geschetst. Allereerst wordt per indicator gekeken of de verschillen tussen de winkelgebieden in de loop van de tijd toenemen (toenemende spreiding). Ten tweede wordt gekeken in hoeverre er per indicator sprake is van toenemende ongelijkheid. Daarna wordt ook per indicator gekeken in hoeverre er sprake is van polarisering. Ten slotte wordt gekeken hoe winkelgebieden per groei-indicator ten opzichte van elkaar scoren en in hoeverre per subperiode de positie van winkelgebieden ten opzichte van elkaar verschilt.

4 Groei van verkooppunten

4.1 Groeiverschillen

In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de verschillen in groei van het aantal verkooppunten van de onderzochte 87 winkelgebieden in de gemeente Amsterdam. We nemen eerst de totale groei in de winkelgebieden onder de loep en bekijken daarna de spreiding van de groei over de winkielgebieden.

Tussen 2005 en 2017 neemt het totale aantal vestigingen van winkels en horecagelegenheden[1] in de Amsterdamse winkelgebieden toe van 5.868 naar 6.710, oftewel een toevoeging van 842 vestigingen. Dat is een gemiddelde groei van 70 winkels per jaar (gemiddelde jaarlijkse groei van 1,17%). Figuur 4.1 (staafdiagram) laat zien dat dit groeipercentage verschilt per segment (winkels met dagelijkse goederen[2], winkels met niet-dagelijkse goederen[3] en horecagelegenheden[4]) en per deelperiode. In de periode 2005-2010 neemt het aantal vestigingen in elk van de drie segmenten toe, maar het meest voor de winkels van dagelijkse goederen (gemiddeld jaarlijkse groei met 2%). Opvallend is dat dit groeipercentage voor winkels van dagelijkse goederen min of meer constant blijft in de twee latere perioden. Voor de winkels van de niet-dagelijkse goederen slaat de kleine groei om in een toenemend verlies. Daarentegen laat het aantal horecagelegenheden in de loop van de tijd een steeds grotere groei zien.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

[1] 'Totaal aantal': Dit betreft SBI's 4711, 4719, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779, 5510, 5610, 5630, 5914, 7820, 7911, 8621, 8622, 8623, 8691, 8692, 8891, 9004, 9101, 9102, 9313, 9601, 9602, 9603

[2] 'Dagelijks': Dit betreft SBI's 4711, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729

[3] 'Niet-dagelijks': Dit betreft SBI's 4719, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779

[4] 'Horeca': Dit betreft SBI's 5510, 5610, 5630

Tabel 4.1 laat (voor de retail als geheel) zien dat in de Amsterdamse winkelgebieden de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal verkooppunten tussen 2005 en 2017 afneemt. Hierdoor daalt het gemiddelde aantal vestigingen per winkelgebied. In de subperiode 2010-2015 is de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingen in de retail het kleinst, mogelijk als gevolg van de kredietcrisis. In de periode 2005-2017 komt de gemiddelde jaarlijkse groei neer op 1,12%.

Tabel 4.1 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de groei van het aantal vestigingen in de retail[5] per winkelgebied in Amsterdam in 2005, 2010, 2015 en 2017

Periode	*Gemiddelde jaarlijkse groei*	*Standaardafwijking*	*Variatiecoëfficiënt*
2005-2010	1,48	25,99	17,56
2010-2015	0,82	12,27	14,96
2015-2017	0,94	7,39	7,86
2005-2017	1,12	23,57	21,04

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Nog opvallender in tabel 4.1 is dat de variatiecoëfficiënt (de standaardafwijking gedeeld door de gemiddelde jaarlijkse groei) beduidend afneemt. Dat wil zeggen dat wat betreft vestigingsaantallen de spreiding tussen de Amsterdamse winkelgebieden afneemt. Het is mogelijk dat deze afnemende spreiding vooral in een bepaald segment aanwezig is (dagelijkse goederen, niet-dagelijkse goederen of horecagelegenheden). Daarom geven de volgende tabellen per segment het gemiddelde en de spreiding van het aantal verkooppunten per winkelgebied aan.

Tabel 4.2 Het gemiddelde en de spreiding van de groei van het aantal vestigingen in de dagelijkse goederen[6] per winkelgebied in Amsterdam in 2005, 2010, 2015 en 2017

Periode	*Gemiddelde jaarlijkse groei*	*Standaardafwijking*	*Variatiecoëfficiënt*
2005-2010	1,93	34,77	18,02
2010-2015	1,80	20,57	11,43
2015-2017	1,91	14,79	7,74
2005-2017	1,87	31,83	17,02

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Voor de dagelijkse goederen geldt eveneens dat de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen positief is over de periode 2005-2017. Dat houdt in dat het aantal vestigingen in de

[5] 'Totaal aantal': Dit betreft SBI's 4711, 4719, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779, 5510, 5610, 5630, 5914, 7820, 7911, 8621, 8622, 8623, 8691, 8692, 8891, 9004, 9101, 9102, 9313, 9601, 9602, 9603

[6] 'Dagelijks': Dit betreft SBI's 4711, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729

dagelijkse sector over alle vier peiljaren (2005, 2010, 2015 en 2017) toeneemt. De gemiddelde jaarlijkse groei komt in deze periode neer op 1,87%. De gemiddelde jaarlijkse groei van de dagelijkse sector is groter dan de gemiddelde jaarlijkse groei van de retail als geheel (tabel 4.1) over de gehele periode 2005-2017. Het aantal vestigingen in de dagelijkse sector neemt daarom relatief gezien sterk toe. Er is een structurele ontwikkeling waarbij het aantal winkels voor dagelijkse goederen per winkelgebied toeneemt, ongeacht wat de stand van de economie is. Ook in de komende jaren moet waarschijnlijk rekening worden gehouden met een toename van het gemiddeld aantal vestigingen voor dagelijkse goederen per winkelgebied in Amsterdam. Daarnaast neemt de variatiecoëfficiënt (standaardafwijking gedeeld door gemiddelde) tussen 2005 en 2017 af van 18,02 naar 7,74 (afname van 132,82%). Dit duidt op afnemende spreiding. Oftewel, Amsterdamse winkelgebieden gaan qua vestigingsaantallen in de dagelijkse sector steeds meer op elkaar lijken. De spreiding neemt het sterkst af tussen 2010 en 2015, de periode rondom de kredietcrisis.

Tabel 4.3 Het gemiddelde en de spreiding van de groei van het aantal vestigingen in de niet-dagelijkse goederen[7] per winkelgebied in Amsterdam in 2005, 2010, 2015 en 2017

Periode	*Gemiddelde jaarlijkse groei*	*Standaardafwijking*	*Variatiecoëfficiënt*
2005-2010	0,43	32,30	75,12
2010-2015	-1,90	15,59	-8,21
2015-2017	-2,66	12,53	-4,71
2005-2017	-1,06	31,93	-30,12

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

De gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen in de niet-dagelijkse sector gaat in de periode 2005-2017 over van positieve groei naar negatieve groei. Dat houdt in dat het aantal winkels voor niet-dagelijkse goederen in de Amsterdamse winkelgebieden afneemt. De grootste afname vond plaats in subperiode 2015-2017. Dit is in tegenstelling tot de ontwikkelingen die eerder over de dagelijkse goederen werden geschetst. Daar bleek de gemiddelde jaarlijkse groei positief voor de gehele periode 2005-2017. De negatieve groeicijfers laten zien dat de niet-dagelijkse sector structureel krimpt. De variatiecoëfficiënt neemt beduidend af. Tussen 2005 en 2017 gaat het om een spreidingsafname van 75,12 naar -4,71 (afname van 106,27%). Amsterdamse winkelgebieden gaan qua vestigingsaantallen in de niet-dagelijkse sector steeds meer op elkaar lijken.

[7] Dit betreft SBI's 4719, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779

Tabel 4.4 Het gemiddelde en de spreiding van de groei van het aantal vestigingen in de horecagelegenheden[8] per winkelgebied in Amsterdam in 2005, 2010, 2015 en 2017

Periode	*Gemiddelde jaarlijkse groei*	*Standaardafwijking*	*Variatiecoëfficiënt*
2005-2010	0,76	34,01	44,75
2010-2015	2,21	21,18	9,58
2015-2017	3,91	12,60	3,22
2005-2017	1,88	29,75	15,82

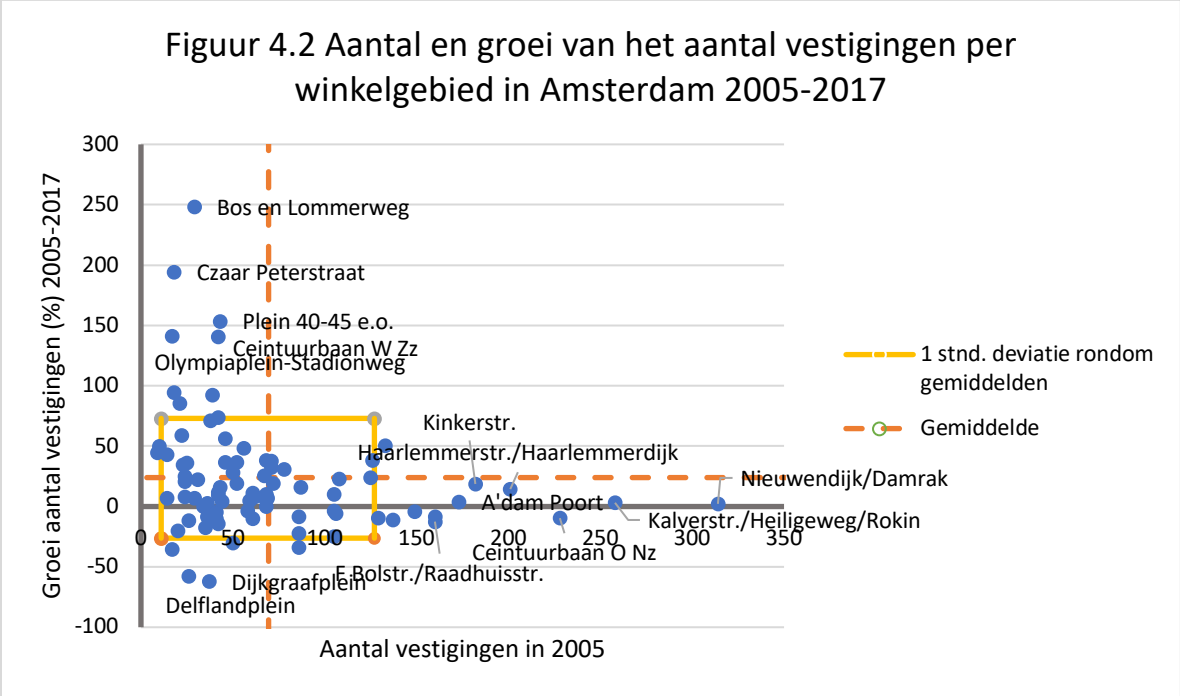
Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

De gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen in de horecasector neemt over alle drie de periodes toe. Dat wil zeggen dat in de periode 2005-2017 het aantal horecagelegenheden per winkelgebied gemiddeld genomen toeneemt in Amsterdam. Van alle drie sectoren (dagelijks, niet-dagelijks en horeca) is het de horecasector waar de gemiddelde jaarlijkse groei in de twee meest recente perioden (2010-2015 en 2015-2017) het sterkst toeneemt. Dit is een aanwijzing voor de toegenomen aandacht voor de belevenisfunctie van het shoppen. Het gaat men niet meer zozeer om het doen van aankopen, maar het gaat men er steeds meer om het hebben van een gezellige tijd. Het is opvallend dat in de periode 2005-2010 zeer geringe gemiddelde jaarlijkse groei was, terwijl de standaardafwijking erg hoog was, wat resulteert in een relatief hoge variatiecoëfficiënt van 44,75. In deze periode was dus de groei van het aantal vestigingen in de horecasector weinig verspreidt over de Amsterdamse winkelgebieden. Daarentegen zien we dat vanaf 2010 de variatiecoëfficiënt beduidend lager is (9,58 in 2010-2015 en 3,22 in 2015-2017). Er is dus in de horecasector van Amsterdam sprake van relatief veel groei en deze groei wordt steeds gelijkmatiger verdeeld over de Amsterdamse winkelgebieden.

4.2 Ongelijke ontwikkeling

Wanneer we het hebben over toenemende ongelijkheid in vestigingsaantallen, gaat het erover dat de winkelgebieden met relatief veel vestigingen groeien en de winkelgebieden met relatief weinig vestigingen krimpen. Dan groeien c.q. krimpen de winkelgebieden qua aantal vestigingen uit elkaar. Dit is in beeld gebracht door de groei van het aantal vestigingen per winkelgebied af te zetten tegen het aantal vestigingen in 2005 (zie figuur 4.2). Theoretisch doet zich toegenomen ongelijkheid voor als het merendeel van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsboven in de figuur (veel vestigingen in 2005 en sterke groei van het aantal vestigingen tussen 2005 en 2017) en in het kwadrant linksonder (weinig vestigingen in 2005 en weinig of negatieve groei in de periode 2005-2017). In het midden van de figuur zijn de winkelgebieden gepositioneerd die een gemiddelde omvang en een gemiddelde groei hebben. Zij vormen qua aantalsgroei als het ware het peloton van de Amsterdamse winkelgebieden en laten we daarom buiten de bespreking.

[8] Dit betreft SBI's 5510, 5610, 5630

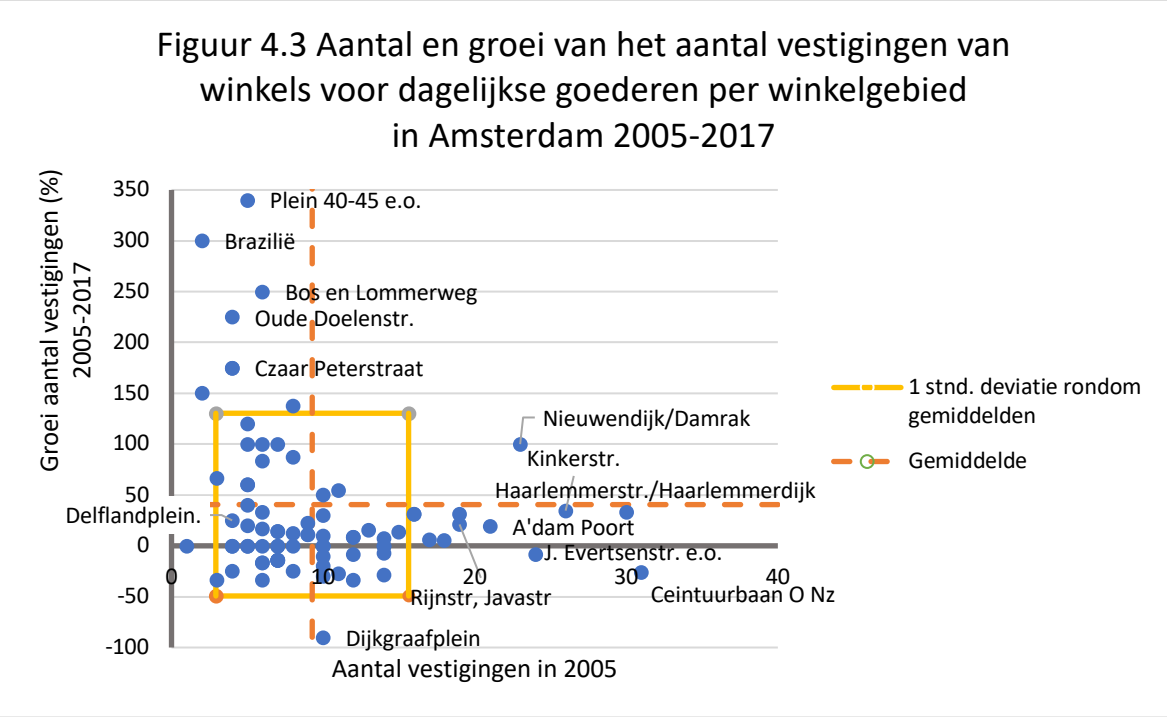


Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Het is in één oogopslag duidelijk dat er qua (groei van het) aantal vestigingen over de periode 2005-2017 geen sprake is van toegenomen ongelijkheid tussen de Amsterdamse winkelgebieden. Ten eerste omdat de groeiverschillen voor het merendeel van de winkelgebieden gering is. 56 winkelgebieden (65,1 %) bevinden zich rond de gemiddelden (in de geel gekleurde rechthoek). Ten tweede omdat geen van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsboven ('koplopers'). Daar staat tegenover dat er wel twee winkelgebieden zijn in het kwadrant linksonder (weinig aantal vestigingen, afname van het aantal vestigingen), namelijk Dijkgraafplein en Delflandplein. Beide winkelgebieden zijn buiten de A10-ring gelegen in stadsdeel Nieuw-West. Dat in deze winkelgebieden het toch al geringe aantal vestigingen verder terugloopt is een aanwijzing dat deze winkelgebieden in aanmerking komen voor het predicaat 'onderkoeling' (zie hoofdstuk 2).

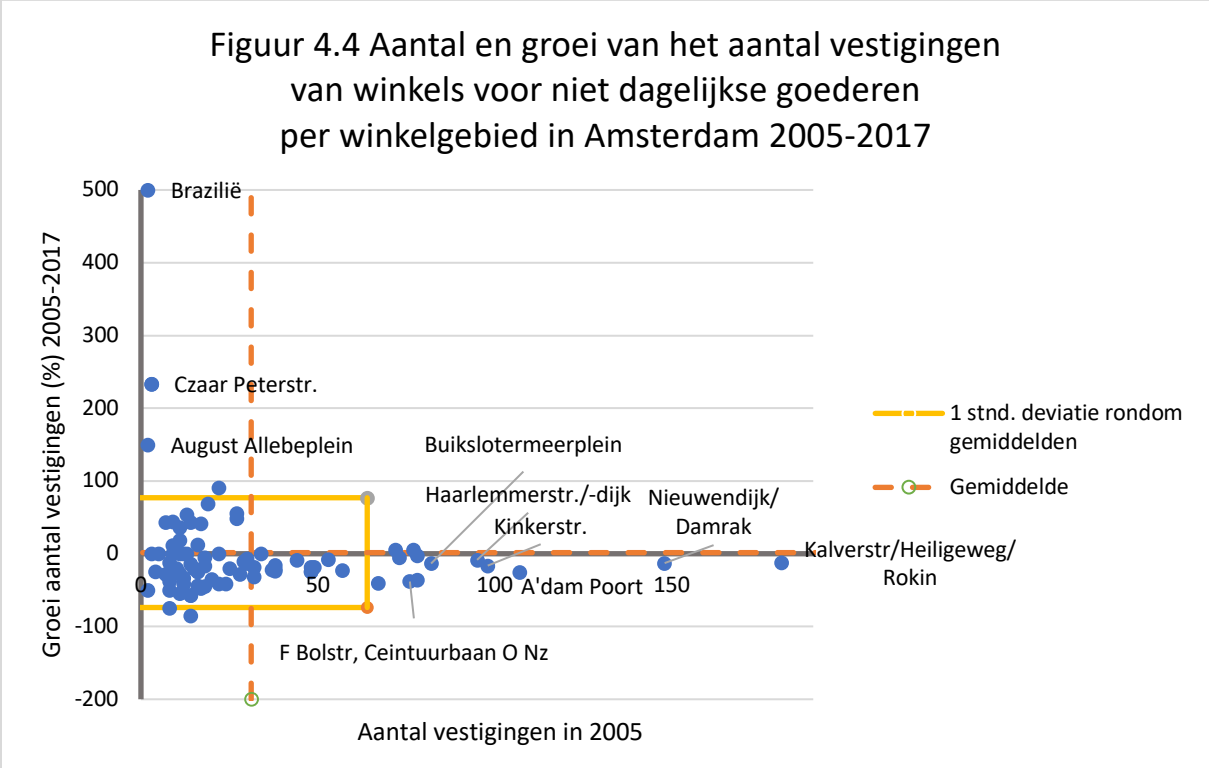
In plaats van toegenomen ongelijkheid zorgen de groeiverschillen dus juist voor meer gelijkheid tussen de winkelgebieden qua aantallen vestigingen. Zo zijn de kwadranten linksboven (weinig winkels en veel groei) en rechtsonder (veel winkels en weinig groei) goed gevuld. Linksboven gaat het om winkelgebieden in (woon)wijken rondom het centrum. Dit is een aanwijzing van de gunstige invloed van het gentrificatieproces op het winkelbestand. In het kwadrant rechtsonder gaat het vooral om winkelgebieden in het centrum van Amsterdam. Daar is altijd al sprake geweest van veel winkels en horecagelegenheden, maar dit aantal blijft na 2005 achter bij de algehele groei van het aantal vestigingen. Dit duidt op een relatieve achterstand in aantalsgroei in het centrum van Amsterdam. Mogelijk wordt dit veroorzaakt door de ruimtedruk in de binnenstad, waarbij uitbreiding van bestaande vestigingen leidt tot vermindering van het aantal vestigingen.

Interessant is ook om te kijken of de toegenomen gelijkheid opgaat voor elk van de sectoren (dagelijks, niet-dagelijks en horeca) afzonderlijk. In figuren 4.3, 4.4 en 4.5 wordt daarom per sector de groei van het aantal vestigingen per winkelgebied afgezet tegen het aantal vestigingen in 2005.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Uit de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat het aantal winkels voor dagelijks goederen tussen 2005 en 2017 is toegenomen. Deze groei spreidt zich weliswaar ongelijkmatig uit over de winkelgebieden (zie figuur 4.3), maar dat wil niet zeggen dat de ongelijkheid tussen de Amsterdamse winkelgebieden qua groei van het aantal winkels toeneemt. Ten eerste omdat de groeiverschillen tussen de winkelgebieden meestal klein zijn. 59 Winkelgebieden (68,6 %) bevinden zich in het peloton van winkelgebieden rondom het gemiddelde aantal en de gemiddelde groei (het gele vierkant). Ten tweede zijn de kwadranten linksboven (weinig winkels, veel groei) en rechtsonder (veel winkels, weinig groei) goed gevuld. De groei van het aantal vestigingen leidt daardoor tot meer gelijkheid tussen de winkelgebieden qua aantallen vestigingen. Ten derde zijn er geen winkelgebieden in het kwadrant linksonder (achterblijvers) en slechts enkele winkelgebieden in het kwadrant rechtsboven (koplopers). Voor het totaal van de drie segmenten (zie figuur 4.2) is geconstateerd dat het veelal in het centrum gelegen winkelgebieden zijn die zich in het kwadrant 'veel winkels, weinig groei' bevinden, maar dit gaat voor de winkels van dagelijkse sector veel minder vaak op. Wat betreft winkels van dagelijkse goederen gaat het om twee aanloopstraten naar het centrum (Kinkerstraat en Haarlemmerstraat/-dijk) en verder gaat het om winkelgebieden die meer in de buitenwijken liggen, die dus qua groei van het aantal vestigingen achterblijven bij de andere winkelgebieden. Dit geldt ook voor het winkelgebied Dijkgraafplein dat bovendien minder vestigingen heeft. Waar Delflandplein en Dijkgraafplein qua aantalsgroei van het totale aantal winkels en horecagelegenheden beide tot de categorie 'weinig winkels, weinig groei' behoorden, qua aantalsgroei van vestigingen in de dagelijkse sector behoort Dijkgraafplein tot de categorie 'veel winkels, weinig groei' en behoort Delflandplein tot het gemiddelde. Interessant is verder dat qua aantal winkels van dagelijkse goederen winkelgebied Nieuwendijk/Damrak een relatief sterke groei laat zien. Dit duidt op de groei van het aantal toeristenwinkels die dagelijkse goederen verkopen, zoals kaaswinkels. Ook winkelgebieden Kinkerstraat en Haarlemmerstraat/Haarlemmerdijk bevinden zich op de rand van het kwadrant veel winkels en sterke groei. Het lijkt erop dat het gentrificatieproces in Oud-West een groei van het aantal winkels tot gevolg heeft.

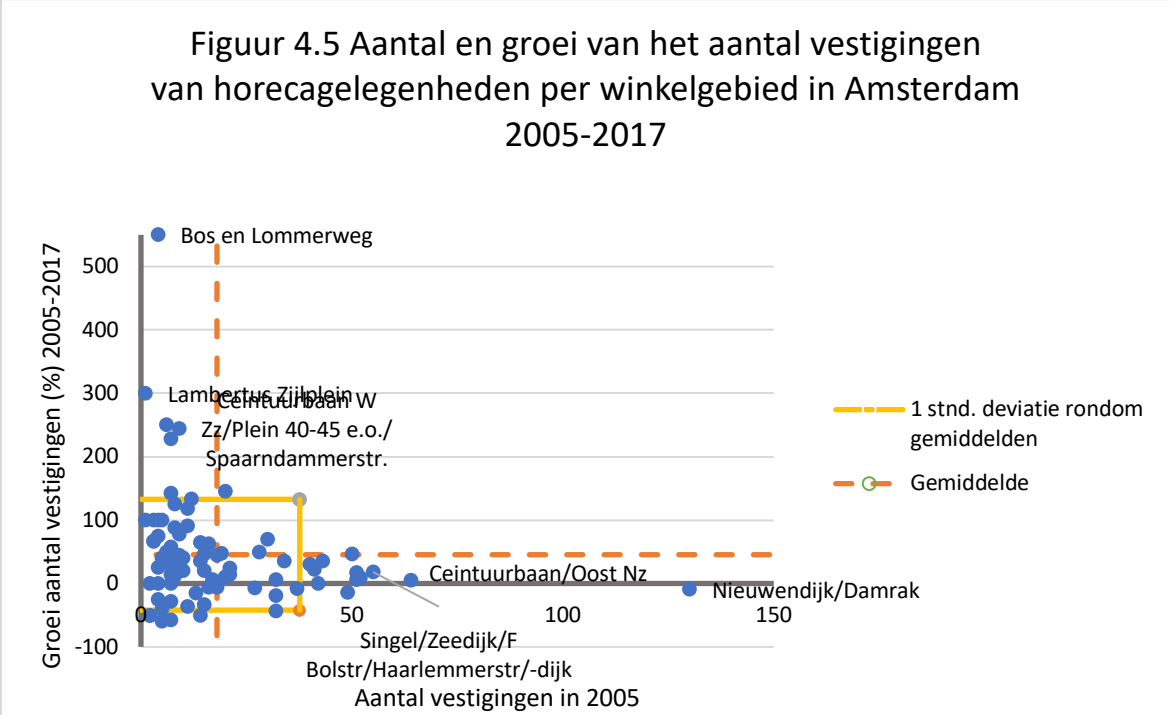


Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Het aantal winkels voor niet-dagelijkse goederen neemt in de periode 2005-2017 af met 11,9 %. Afnemende groei geldt voor de meeste winkelgebieden, namelijk in 56 winkelgebieden (65,1 %). Omdat deze afname zich voordoet in zowel kleine winkelgebieden met weinig vestigingen als in grote winkelgebieden met veel vestigingen (zie figuur 4.4) is er geen sprake van toenemende ongelijkheid. Bovendien zijn de groeiverschillen klein en bevinden zich verreweg de meeste winkelgebieden (74,4 %) zich in 'het peloton' (in de gele vierhoek om de gemiddelden). Zij wijken qua aantal vestigingen en de groei daarvan dus weinig af van het gemiddelde. Enkele winkelgebieden bevinden zich in de kwadranten linksboven en rechtsonder. Alle drie de winkelgebieden in het kwadrant linksboven (weinig vestigingen, sterke groei) hebben in 2005 geen of nauwelijks vestigingen in 2005. Het zijn dus nieuwe winkelgebieden met een daardoor uitzonderlijk hoog groeipercentage. Het zijn winkelgebieden Brazilië (Oostelijk Havengebied), Czaar Peterstraat (Centrum Oost) en August Allebéplein (Slotervaart). Dit is een aanwijzing van de gunstige invloed van het gentrificatieproces op het winkelbestand. Rechtsonder (veel vestigingen, afname van het aantal vestigingen) gaat het om zowel in het centrum gelegen winkelgebieden (Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin, Nieuwendijk/Damrak), als rondom het centrum gelegen winkelgebieden (Kinkerstraat, Haarlemmerstraat/Haarlemmerdijk) als op enige afstand van het centrum gelegen winkelgebieden (Amsterdamse Poort, Buikslotermeerplein). Overigens is de afname van het aantal winkels in deze winkelgebieden zeer gering. Geen enkel van de winkelgebieden bevindt zich in de kwadranten linksonder of rechtsboven. Echte koplopers en achterblijvers zijn er niet te ontdekken.

Het aantal horecagelegenheden in de Amsterdamse winkelgebieden is tussen 2005 en 2017 met 25,5 % toegenomen. Toch leidt deze groei niet of nauwelijks tot een toenemende ongelijkheid tussen de winkelgebieden (zie figuur 4.5). De groei spreidt zich dus min of meer gelijkmatig uit over de Amsterdamse winkelgebieden. Ook wat betreft de horecagelegenheden bevinden zich de meeste winkelgebieden in 'het peloton' (zie de gele rechthoek: 58 winkelgebieden, oftewel 66,7%) en bevindt zich geen enkel van de winkelgebieden in de kwadranten linksonder of rechtsboven. Enkele winkelgebieden bevinden zich in het kwadrant linksboven en sommige in het kwadrant rechtsonder.

Enkele van de winkelgebieden in het kwadrant linksboven hadden in 2005 geen of nauwelijks geen horecagelegenheden (Bos en Lommerweg, Zijlplein) andere winkelgebieden hadden een beperkt aantal horecagelegenheden (Plein ’40-;45, Spaarndammerstraat). De spreiding van het aantal horecagelegenheden heeft zich vooral in Amsterdam-West voorgedaan. In het kwadrant rechtsonder gaat het vooral om winkelgebieden in en om het centrum van Amsterdam. Anders dan men zou verwachten laten deze winkelgebieden een zeer geringe groei van het aantal horecagelegenheden zien (Nieuwendijk & Damrak, Ceintuurbaan, Singel, Zeedijk, Haarlemmerstraat & Haarlemmerdijk). Dit duidt op een verzadiging van het aantal horecagelegenheden in het centrum van Amsterdam.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Overigens zijn er enkele winkelgebieden die niet in de figuren 4.2 tot en met 4.5 worden weergegeven. In al deze figuren komen twee winkelgebieden niet voor. 1e Constantijn Huijgensstraat en Caleido hadden in 2005 0 geregistreerde vestigingen. Er kan daarom geen groeipercentage voor de periode 2005-2017 worden berekend. Dat houdt in dat de winkelgebieden niet in de grafiek weergegeven kunnen worden. In figuur 4.4 ontbreekt tevens Wisseloordplein Gein, omdat er in 2005 0 geregistreerde vestigingen in de niet-dagelijkse sector waren. In figuur 4.5 ontbreekt naast 1e Constantijn Huijgensstraat en Caleido ook het Christiaan Huygensplein, vanwege 0 geregistreerde horecavestigingen in 2005. Caleido (aan de Pieter Calandlaan) is een nieuw winkelgebied en wordt sinds 2008 meegenomen in de DTZ/Cushman&Wakefield detailhandelsrapporten (DTZ, 2008). 1e Constantijn Huygenstraat is gelegen in het ‘Hallenkwartier’, een gebied in Oud West dat de afgelopen jaren een enorme ontwikkeling heeft doorgemaakt. Dat blijkt uit de toename van horecagelegenheden en winkels in het gebied (Halllenkwartier, 2018).

Kortom, voor zowel het totale aantal vestigingen als voor de drie afzonderlijke segmenten kan worden geconcludeerd dat er geen sprake is van toenemende ongelijkheid. Vooral de winkelgebieden in (woon)wijken rondom het centrum zijn de koplopers qua groei van de aantallen vestigingen. Dit is een aanwijzing van de gunstige invloed van het gentrificatieproces op het winkelbestand. Verder lijkt het erop dat zich een verzadiging voordoet qua aantalsgroei in de winkelgebieden in en om het centrum van Amsterdam. Dit kan te maken hebben met de toegenomen druk op de ruimte. Wanneer

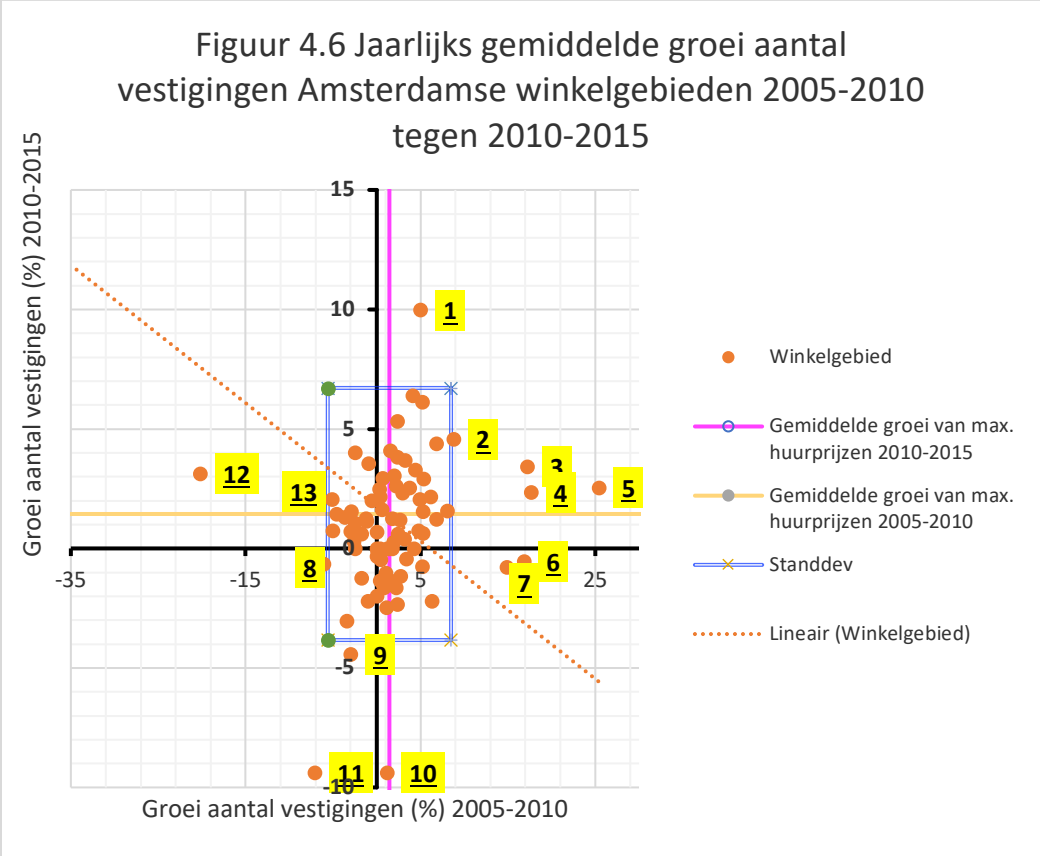
tegelijkertijd schaalvergroting (het uitbreiden van het aantal vierkante meters vloeroppervlak) van bestaande vestigingen plaatsvindt, blijft er weinig ruimte over voor aantalsgroei. De stijging van de huurprijzen in het centrum kan een andere oorzaak zijn. In hoofdstuk 6 zal dit nader worden toegelicht.

Wanneer wordt ingezoomd op de afzonderlijke segmenten dan wordt slechts in enkele gevallen afgeweken van dit algemene patroon. Wat betreft winkels voor dagelijkse goederen en voor niet-dagelijkse voorzieningen blijven niet alleen de in het centrum gelegen winkelgebieden achter qua aantalsgroei. Ook een aantal rondom het centrum gelegen winkelgebieden vertonen een relatieve groeiachterstand. Wanneer in bepaalde winkelcentra aantalsgroei van dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen stagneert en aantalsgroei van horecagelegenheden doorzet, kan dat een aanwijzing zijn voor het 'trickle-down' effect. Dit verschijnsel zien we vooral in het centrum. Hier stijgen de huurprijzen, waardoor ondernemers die de huurprijs niet meer kunnen opbrengen, genoodzaakt zijn om op zoek te gaan naar een andere vestigingslocatie. De vrijgekomen plaats wordt ingenomen door een ondernemer die de huurprijs wél kan betalen. In veel gevallen is dit iemand die inspeelt op de beleveniseconomie en daarmee extra waarde toevoegt aan zijn producten. Het 'trickle-down' effect komt erop neer dat aanbieders van meer specialistische producten de hoge huurprijs van een centrale locatie kunnen betalen, waardoor aanbieders van dagelijkse producten - die de huurprijs niet meer kunnen opbrengen - worden verdrongen.

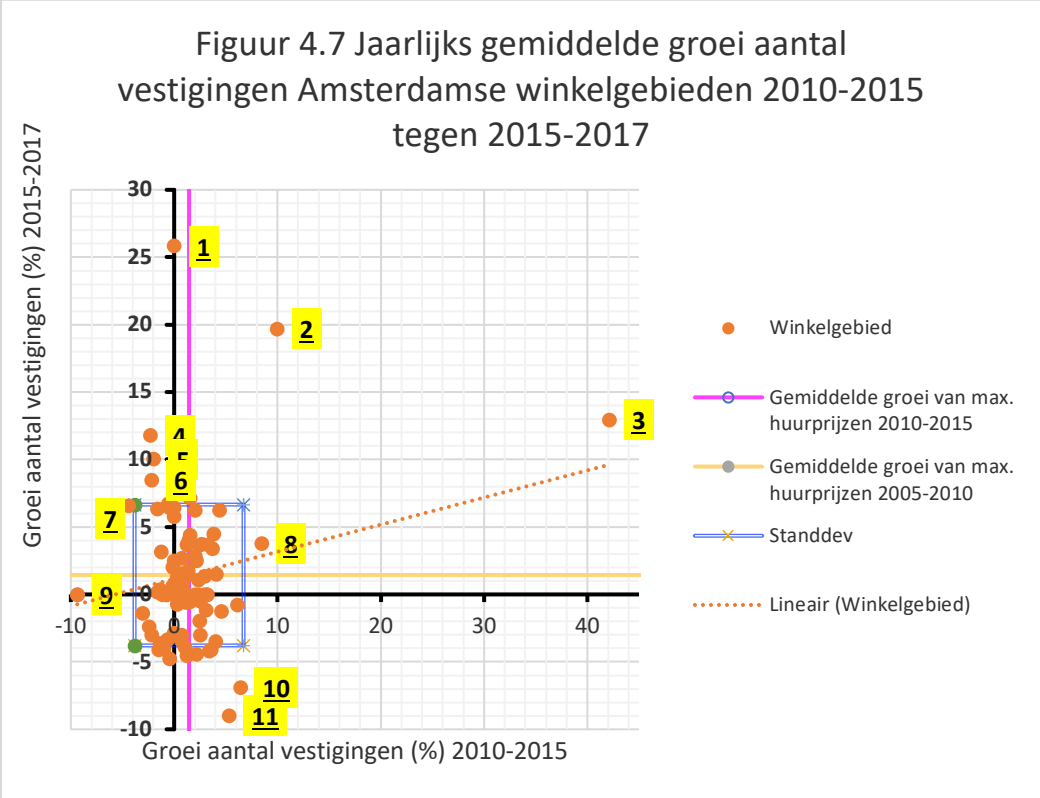
4.3 Polarisatie

Een tweede manier om groeiverschillen in kaart te brengen is door naar polarisatie te kijken. In hoofdstuk 2 is dat op de volgende manier onder woorden gebracht: '*Polarisatie is wanneer…het aantal winkelcentra dat een bovengemiddelde ofwel ondergemiddelde groei van het aantal vestigingen heeft toeneemt en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van het aantal vestigingen daalt'.* Met andere woorden, nu worden per winkelgebied de groeiverschillen niet afgezet tegen het aantal vestigingen in 2005, maar tegenover de groei in de voorgaande periode. De gemiddeld jaarlijkse groei in de deelperioden 2010-2015 wordt afgezet tegen die van 2005-2010 (zie figuur 4.6) en die van 2015-2017 tegenover die van 2005-2010 (zie figuur 4.7). Theoretisch doet zich polarisatie voor als aan één van de volgende twee condities wordt voldaan. (De andere conditie geldt dan automatisch). Ten eerste, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat tot het gemiddelde behoort afneemt. Ten tweede, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat niet tot het gemiddelde behoort toeneemt.

In het algemeen bestaat er voor de gehele groep van winkelgebieden tussen 2005-2010 en 2010-2015 een negatief verband bestaat qua aantalsgroei. Dat betekent dat veel van de winkelgebieden waar in 2005-2010 groei van het aantal vestigingen was, in 2010-2015 krimp van het aantal vestigingen laten zien. Dit is de eerste aanwijzing dat er qua aantalsgroei over het grootste deel van de onderzoeksperiode geen sprake is van polarisatie. Dit verband is bij de vergelijking tussen de deelperioden 2010-2015 en 2015-2017 wel positief. Dat betekent dus dat veel van de winkelgebieden waar in 2010-2015 groei van het aantal vestigingen was, ook in 2015-2017 groei laten zien. Hoewel enkel de tweede vergelijking een significant verband laat zien, is er voor beide vergelijkingen wel een duidelijke verandering in de ontwikkeling van het aantal vestigingen gedurende de jaren. (Voor 2005-2010 en 2010-2015 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= -0.5154, p= 0.0003, en voor 2010-2015 en 2015-2017 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= 0.2053, p= 0.0591).



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Voor beide vergelijkingen (groei in de perioden 2005-2010 en 2010-2015, groei in de perioden 2010-2015 en 2015-2017) geldt dat de meeste winkelcentra zich in het 'peloton' bevinden. In de eerste vergelijking gaat het om 71 winkelgebieden (81,6%) en in de tweede vergelijking gaat het om 65 winkelgebieden (74,7%). Dat wil zeggen, ze bevinden zich binnen één standaardafwijking van de gemiddelden (in de figuren aangegeven met de blauwe rechthoek). Echter, in de tweede vergelijking bevinden een aantal winkelgebieden zich op de grens of nét buiten de grens van de standaardafwijking. Er is dus een aantal winkelgebieden dat nét niet binnen één standaardafwijking van de gemiddelden hoort. Hoewel er wel een afname is van het aantal winkelgebieden dat tot het gemiddelde behoort (en dus automatisch een toename van het aantal winkelgebieden met een boven- of ondergemiddelde groei), kan niet met overtuiging worden gezegd dat er sprake is van polarisatie.

Er zijn enkele winkelgebieden die niet tot het gemiddelde behoren. Zo blijken tussen de perioden 2005-2010 en 2010-2015 de winkelgebieden Czaar Peterstraat (#1; Czaar Peterbuurt), Brazilië (#2; Zeeburgereiland), Ceintuurbaan W Zz (#3; De Pijp), Plein 40-45 e.o. (#4; Slotermeer) en Bos en Lommerweg (#5; Bos en Lommer) blijvende groei (doorgroei) te vertonen. Dit zijn voor een klein deel nieuwe winkelgebieden (Brazilië), maar voor het overgrote deel winkelgebieden die over een opmerkelijke veerkracht te beschikken waar het gaat om groei van aantal vestigingen. Hetzelfde geldt voor de vergelijking tussen de twee meest recente perioden (2010-2015 en 2015-2017), zij het voor een beperkter aantal winkelgebieden: Czaar Peterstraat (#2; Czaar Peterbuurt), Waterlandplein (#3; Waterlandpleinbuurt) en Caleido (#8; Osdorp).

Het valt op dat het bij deze doorgroeiers vooral gaat om buiten het stadscentrum gelegen winkelgebieden. De oorzaken van de doorgroei verschilt per winkelgebied. Brazilië is een relatief nieuw winkelcentrum (uit het jaar 1998) en hoewel het in het begin van de 21^{e} eeuw te kampen had met leegstand, is die leegstand de laatste jaren teruggedrongen dankzij ontwikkelingsprojecten (van onder andere stadsdeel Zeeburg) en participatie van belanghebbende partijen. In het volgende hoofdstuk zal duidelijk worden dat hierdoor ook de werkgelegenheid toeneemt. Winkelcentrum Bos en Lommer ligt in de gelijknamige wijk die in de afgelopen decennia een herstructurering heeft doorgemaakt ('krachtwijk'). Blijkbaar heeft dat ook zijn vruchten afgeworpen in de groei van het aantal winkels en horecagelegenheden. In de Czaar Peterbuurt vindt gentrificatie al sinds de jaren '80 van de 20^{e} eeuw plaats. Sloop- en nieuwbouwprojecten worden in de daaropvolgende jaren voortgezet. Sinds 2005 zetten de veranderingen in stroomversnelling voort, mede dankzij het Plan van Aanpak van de stadsdeelraad. Nieuwe koopwoningen trekken nieuwe koopkrachtige bewoners, wat zich vertaalt in een toename van het aantal horecagelegenheden, winkels (waaronder ook de traiteurs, gericht op de maatschappelijke bovenklasse) en bedrijfjes in de creatieve sector. De ontwikkelingen gaan door dankzij de titel 'Leukste winkelstraat van Nederland' (Het Parool, 2017). De Pijp is een goed voorbeeld van een wijk waar gentrificatie heeft plaatsgevonden in de afgelopen 20 jaar. Dat verklaart mogelijk ook de groei van het aantal vestigingen in de Ceintuurbaan. Hetzelfde geldt voor Plein 40-45. Ook hier is de laatste jaren een instroom van kapitaalkrachtige bewoners. Maar het winkelaanbod sluit nog slecht bij hen aan en er is nog veel leegstand. Daarom is de gemeente in samenspraak met buurtbewoners, lokale ondernemers en vastgoedeigenaren bezig met het opstellen van een plan voor revitalisering (opwaardering) van de buurt (de Architect, 2018). Plein 40-45 heeft de potentie om te groeien: het functioneert als een ontmoetingsplek voor bewoners en is goed bereikbaar door de verbindingen met het openbaar vervoer. In winkelcentrum Caleido is het winkelaanbod erg divers. Wel bleek uit een analyse van OIS (2016, p. 4) dat in 2016 bezoekers van winkels aan de Pieter Calandlaan (dat komt neer op winkelgebied Caleido) vonden dat daar te weinig aanbod was in non-food en daghoreca.

Maar er zijn ook winkelgebieden die (relatieve) vermindering van de groei van het aantal vestingen kennen en getypeerd kunnen worden als 'neergang'. In de vergelijking van de eerste twee subperioden

gaat het om Olympiaplein-Stadionweg (#6; Oud-Zuid) en Beethovenstraat (#7; Oud-Zuid). Bij de tweede vergelijking gaat het om de winkelgebieden Wisseloordplein Gein (#10; Gaasperdam) en Sint Anthoniebreestraat (#11; Centrum Oost). Waarom hier de groei van het aantal vestigingen (relatief) achterblijft bij de andere winkelgebieden in Amsterdam is voorlopig nog een open vraag. Een mogelijk verklaring is dat er weinig ruimte is voor nieuwe vestigingen. Wanneer tegelijkertijd schaalvergroting van bestaande ondernemingen plaatsvindt, wordt de druk op de ruimte nog groter. Deze redenering gaat over het algemeen vooral op voor winkelgebieden in het centrum waar de druk op de ruimte groot is en er weinig mogelijkheden zijn voor groei van het aantal vestigingen. Waarom de andere winkelgebieden te maken hebben met (relatieve) vermindering van de groei van het aantal vestingen is nog niet duidelijk. Mogelijk speelt locatie een rol. Olympiaplein-Stadionweg en Beethovenstraat, beide gelegen in Oud-Zuid, en Wisseloordplein in Gaasperdam hebben geen centrale locatie. Het is niet verassend dat tussen 2010 en 2015 de Beethovenstraat te maken kreeg met relatieve vermindering van de groei van het aantal vestigingen. De Beethovenstraat staat bekend om een luxueus aanbod en in de periode rondom de kredietcrisis kreeg dit segment het moeilijk. Sint Anthoniebreestraat is erkend als een winkelgebied waar verschraling van het winkelaanbod optreedt. De groeiende groep toeristen heeft tot gevolg dat het winkelaanbod meer gericht is op bezoekers dan op bewoners. Het aan het centrum grenzende winkelgebied heeft te maken met toenemende specialisatie van retail dat gericht is op toeristen. In de Sint Anthoniebreestraat wordt geëxperimenteerd met instrumenten om de diversiteit van het winkelaanbod te waarborgen (Amsterdam Dagblad, 2017).

Uit de vergelijking van subperiodes 2005-2010 en 2010-2015 blijkt dat de ontwikkeling van het aantal vestigingen in winkelgebieden Dam/Magna Plaza e.o (#8; Centrum West), Gelderlandplein (#9; Buitenveldert), Zonneplein (#10; Tuindorp Oostzaan) en Delflandplein (#11; Slotervaart) al enkele jaren achterloopt ('Achterstand'). In de vergelijking van subperiodes 2010-2015 en 2015-2017 komt wederom Delflandplein (#9; Slotervaart) naar voren. De verwachting is dat de komende jaren het Delflandplein zal opbloeien. Een bijzonder samenwerkingsverband tussen een restaurant op het plein en een reisorganisatie – waarbij toeristen lunchen en dineren bij het restaurant – zorgt voor een enorme toeloop van (veelal Chinese) toeristen (AT5, 28 augustus 2018). Dit heeft tot gevolg dat lokale winkeliers profiteren en er is zelfs een toeristenwinkel geopend op het plein. Tevens is recentelijk van start gegaan met een 'place making' programmering, waarbij ernaar gestreefd wordt om het Delflandplein nieuw leven in te blazen (Placemakingplus, 2018).

Naast 'doorgroei' en 'achterstand' onderscheiden we 'herstel'. Dit lijkt vooral het gevolg van sociaal-demografische veranderingen in de wijk om het winkelgebied. Zo deed zich bij de vergelijking tussen de groei in de tweede periode (2010-2015) en de groei in de eerste periode (2005-2010) herstel voor in de winkelgebieden Dijkgraafplein (#12; De Aker) en Ten Katestraat (#13; Oud-West). Bij de vergelijking tussen de perioden 2015-2017 en 2010-2015 gaat de typering herstel op voor de winkelgebieden Van der Pekstraat (#1; Van der Pekbuurt), Belgiëplein (#4; Nieuw Sloten), Mosveld/Hagedoornweg (#5; Van der Pekbuurt), Waddenweg e.o. (#6; Tuindorp Buiksloot) en Gelderlandplein (#7; Buitenveldert). Dijkgraafplein is een 'hersteller' door gentrificatie die er beginjaren 21^{e} eeuw heeft plaatsgevonden. In de Ten Katestraat is ook veel veranderd in de afgelopen jaren. Het project De Hallen heeft een grote impuls gegeven aan de bedrijvigheid in het gebied. Het project is tweeledig: ten eerste bestaat het uit transformatie van een voormalige tramremise tot een cultureel centrum met een bioscoop, diverse horecagelegenheden, sportactiviteiten en werkplaatsen. Ten tweede bestaat het uit nieuwbouw van koopwoningen. Project De Hallen is slechts één van de voorbeelden van gentrificatie in de buurt Oud-West. De Van der Pekbuurt is een tuindorp waar vanaf 2015 renovatie van sociale huurwoningen heeft plaatsgevonden. Zo beschouwd herstelt de groei van het aantal vestigingen zich voornamelijk in de woonwijken van de stad.

Overigens zijn er enkele winkelgebieden die niet in de figuren 4.6 en 4.7 worden weergegeven. In figuur 4.6 komen twee winkelgebieden niet voor. 1e Constantijn Huijgensstraat en Caleido hadden in 2005 0 geregistreerde vestigingen. Er kan daarom geen groeipercentage voor de periode 2005-2010 worden berekend. Dat houdt in dat de winkelgebieden niet in de grafiek weergegeven kunnen worden. In figuur 4.6 ontbreekt tevens Waterlandplein, omdat de jaarlijks gemiddelde groei van 42,13% in 2010-2015 buiten het bereik van de y-as valt. De enorme groei van het aantal vestigingen in deze periode lijkt in gang te zijn gezet door de renovatie en nieuwbouw die er heeft plaatsgevonden afgelopen jaren.

4.4 Rangorde van winkelgebieden

Een andere manier om de groeiverschillen in kaart te brengen is via rangnummers. Daarbij wordt per deelperiode gekeken naar de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen. De winkelgebieden zijn op rangorde gezet van grootste groei tot kleinste (mogelijk zelfs negatieve) groei. De volgende tabellen (4.5 en 4.6) geven de 20 winkelgebieden weer die in de periode 2005-2010 de grootste en de kleinste jaarlijkse gemiddelde groei van het aantal vestigingen laten zien. Per regel is af te lezen of de winkelgebieden zijn gestegen of zijn afgegleden op de ranglijst.

De meest opvallende uitkomst van deze dit deel van de analyse is dat er weinig continuïteit is qua positie van een winkelgebied in de rangorde van de aantalsgroei. Zo komen van de twintig winkelgebieden met de hoogste aantalsgroei in de periode 2005-2010 slechts zeven gebieden terug in de top 20 over de periode 2010-2015 en even veel in de top 20 over de periode 2015-2017. Bovendien gaat het in de beide laatstgenoemde periodes dikwijls om andere winkelgebieden. Dit is een tweede aanwijzing dat polarisatie geen structureel verschijnsel is tussen de Amsterdamse winkelgebieden. De onderlinge verschillen in aantalsgroei zijn immers per subperiode erg groot. In grote lijnen geldt hetzelfde voor de winkelgebieden met de minste aantalsgroei (tabel 4.6).

Tabel 4.5 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen met hoogste rang in 2005-2010

Winkelgebied	**Rangnummer**		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
1e Constantijn Huijgensstraat	1	16	43
Caleido	2	3	20
Bos en Lommerweg	3	22	59
Plein 40-45 en omgeving	4	26	52
Ceintuurbaan W Zz	5	47	82
Olympiaplein-Stadionweg	6	67	8
Beethovenstraat	7	70	45
Brazilie	8	7	65
Linneausstraat	9	34	18
Lambertus Zijlplein	10	41	84
Roelof Hartstraat	11	8	15
Waddenweg eo	12	81	6
Hugo de Grootplein e.o.	13	29	83
Burg van Leeuwenlaan	14	20	46
Zeilstraat/Hoofdddorpplein	15	49	33
Oude Doelenstraat	16	36	60
Molukkenstraat	17	5	63
Osdorpplein/Tussen Meer	18	69	51
Czaar Peterstraat	19	2	2
August Allebeplein	20	30	14

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Tabel 4.6 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen met laagste rang in 2005-2010

Winkelgebied	Rangnummer		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
Waterlandplein	87	1	3
Dijkgraafplein	86	17	48
Ten Katestraat	85	25	24
Delflandplein	84	86	47
Dam/Magna Plaza e.o.	83	68	74
Prinsenstraat	82	31	27
Vijzelstraat/Vijzelgracht	81	46	72
Singel even zijde ts Koningsplein M	80	37	19
Raadhuisstraat	79	38	32
Burg de Vlugtlaan	78	84	66
Ceintuurbaan O Nz	77	47	39
Gelderlandplein	76	85	9
Rooswijk	75	35	7
F Bolstraat Z	74	53	62
2e Nassaustraat/v Limburg Stirumstr	73	44	78
Joh Huizingalaan N	72	57	12
Jan van Galenstraat	71	10	76
Van Baerlestraat	70	50	56
Waterlooplein/Jodenbreestraat	69	73	26
Gelderse kade	68	40	22

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Uit tabellen 4.5 en 4.6 blijkt dat de top 20 van gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen erg veranderlijk is. Eerder bleek ook uit figuren 4.6 en 4.7 dat de uitschieters veranderlijk zijn.

4.5 Conclusie

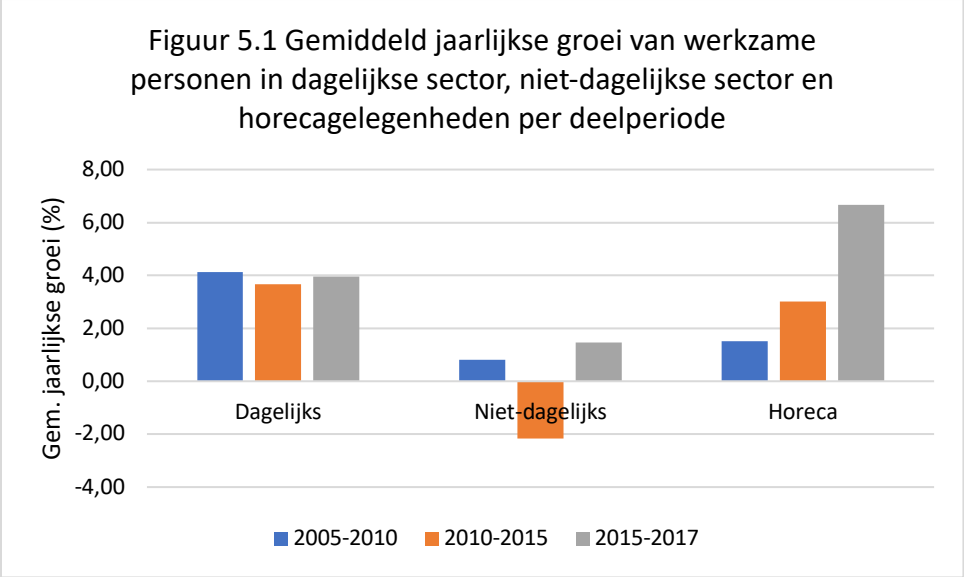
Er bestaan verschillen in aantalsgroei tussen de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Deze verschillen in groei per segment (sterke groei van het aantal horecagelegenheden, constante groei van het aantal winkels voor dagelijkse goederen en vermindering van het aantal winkels voor niet-dagelijkse goederen) en per deelperiode (sterke groei in de periode 2005-2010, stagnerende groei in de periode 2010-2015 en herstellende groei in de periode 2015-2017). Deze groeiverschillen wijzen echter niet op een toenemende ongelijkheid en een toenemende polarisatie tussen de Amsterdamse winkelgebieden qua aantal winkels. Veel winkelgebieden bevinden zich in het 'peloton'. Het beperkte aantal afwijkingen lijkt te worden verklaard door de ligging van de winkelgebieden ten opzichte van het centrum van Amsterdam en door specifieke fysieke, economische en demografische veranderingen in de wijken rondom de winkelgebieden.

5 Groei van werkgelegenheid

5.1 Groeiverschillen

In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de verschillen in groei van het aantal werkzame personen van de onderzochte 87 winkelgebieden in de gemeente Amsterdam. We nemen eerst de totale groei in de winkelgebieden onder de loep en bekijken daarna de spreiding van de groei over de winkielgebieden.

Tussen 2005 en 2017 neemt het totale aantal werkzame personen[9] in fulltime equivalenten in de Amsterdamse winkelgebieden toe van 31.320 naar 38.476, oftewel een toevoeging van 7.156 FTE banen. Dat is een gemiddelde groei van 596 FTE banen per jaar (gemiddelde jaarlijkse groei van 1,7 %). Figuur 5.1 (staafdiagram) laat zien dat dit groeipercentage verschilt per segment (winkels met dagelijkse goederen[10], winkels met niet-dagelijkse goederen[11] en horecagelegenheden[12]) en per deelperiode. In de periode 2005-2010 neemt het aantal werkzame personen in elk van de drie segmenten toe, maar het meest voor de winkels van dagelijkse goederen (gemiddeld jaarlijkse groei met 4,1 %). Opvallend is dat dit groeipercentage voor winkels van dagelijkse goederen min of meer constant blijft in de twee latere perioden. Voor de winkels van de niet-dagelijkse goederen slaat de kleine groei om in een verlies in 2010-2015 en vervolgens weer groei in 2015-2017. Daarentegen laat de horecasector vanaf 2010 een toenemende groei zien.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

[9] 'Totaal aantal': Dit betreft SBI's 4711, 4719, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779, 5510, 5610, 5630, 5914, 7820, 7911, 8621, 8622, 8623, 8691, 8692, 8891, 9004, 9101, 9102, 9313, 9601, 9602, 9603

[10] 'Dagelijks': Dit betreft SBI's 4711, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729

[11] 'Niet-dagelijks': Dit betreft SBI's 4719, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779

[12] 'Horeca': Dit betreft SBI's 5510, 5610, 5630

Tabel 5.1 laat (voor de retail als geheel) zien dat in de Amsterdamse winkelgebieden de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen tussen 2005 en 2017 toeneemt. Hierdoor stijgt het gemiddelde aantal werkzame personen per winkelgebied. In de subperiode 2010-2015 is de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen het kleinst, mogelijk als gevolg van de kredietcrisis. In de periode 2005-2017 komt de gemiddelde jaarlijkse groei neer op 1,7 %. Eerder bleek dat in dezelfde periode de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen 1,1 % bedroeg. Dit wil zeggen dat het gemiddeld aantal werkzame personen per vestiging is toegenomen. Dit kan op twee ontwikkelingen duiden. Ten eerste lijkt het erop dat winkeliers meer service willen bieden aan hun klanten. Mogelijk hangt dit samen met de opkomst van de beleveniseconomie. Ten tweede duidt dit mogelijk op schaalvergroting (het vergroten van het winkelvloeroppervlak).

Tabel 5.1 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de groei van de werkgelegenheid in de retail[13] per winkelgebied in Amsterdam in deelperioden

Periode	Gemiddelde jaarlijkse groei	Standaardafwijking	Variatiecoëfficiënt
2005-2010	1,70	30,22	17,78
2010-2015	1,16	15,49	13,35
2015-2017	3,13	12,41	3,96
2005-2017	1,71	27,40	16,02

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Net als bij de ontwikkeling door de tijd van het aantal vestigingen (tabel 4.1), neemt ook bij de ontwikkeling van de werkgelegenheid (tabel 5.1) de variatiecoëfficiënt af, met name in de meest recente periode. Dus zowel qua vestigingsaantallen als qua werkzame personen neemt de spreiding tussen Amsterdamse winkelgebieden af. Welke locatie specifieke kenmerken ten grondslag liggen aan het ontstaan van deze geïntegreerde markt wordt in het verloop van dit onderzoek nader onderzocht. Om erachter te komen of deze ontwikkeling vooral in een bepaald segment aanwezig is, gaan tabellen 5.2 tot en met 5.4 over de segmenten dagelijkse goederen, niet-dagelijkse goederen en horeca.

[13] 'Totaal aantal': Dit betreft een selectie van vestigingen, namelijk SBI's 4711, 4719, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779, 5510, 5610, 5630, 5914, 7820, 7911, 8621, 8622, 8623, 8691, 8692, 8891, 9004, 9101, 9102, 9313, 9601, 9602, 9603

Tabel 5.2 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse goederen[14] per winkelgebied in Amsterdam in deelperioden

Periode	Gemiddelde jaarlijkse groei	Standaardafwijking	Variatiecoëfficiënt
2005-2010	4,12	42,38	10,29
2010-2015	3,67	23,80	6,49
2015-2017	3,97	22,45	5,65
2005-2017	3,84	37,02	9,64

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Voor de dagelijkse goederen geldt dat de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen tussen 2005 en 2017 afneemt. Afnemende groei duidt op stabilisatie van het aantal werkzame personen in de dagelijkse sector. De gemiddelde jaarlijkse groei blijft echter positief en dat wil zeggen dat het gemiddelde aantal werkzame personen in de dagelijkse sector per winkelgebied toeneemt. Wat betreft het aantal vestigingen (tabel 4.1) zagen we dat de gemiddelde jaarlijkse groei in de dagelijkse sector groter is dan die van de retail als geheel en dezelfde conclusie kan getrokken worden wat betreft de werkgelegenheid (tabel 5.1). Dit duidt op een relatief sterke groei van de dagelijkse sector in Amsterdamse winkelgebieden. Daarnaast neemt de standaardafwijking rond de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen af over de periode 2005-2017 (afname van 45,1 %). Dit duidt op afnemende spreiding. Oftewel, Amsterdamse winkelgebieden gaan qua werkgelegenheid in de dagelijkse sector steeds meer op elkaar lijken.

Tabel 5.3 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de groei van de werkgelegenheid in de niet-dagelijkse goederen[15] per winkelgebied in Amsterdam in deelperioden

Periode	Gemiddelde jaarlijkse groei	Standaardafwijking	Variatiecoëfficiënt
2005-2010	0,82	35,51	43,30
2010-2015	-2,17	20,00	-9,22
2015-2017	1,47	13,70	9,32
2005-2017	-0,32	36,11	-112,84

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Wat betreft de niet-dagelijkse goederen zien de ontwikkelingen er anders uit. In dit segment neemt de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid af over de periode 2005-2017 (gemiddelde jaarlijkse groei van -0,3 %). De afname is het grootst in subperiode 2010-2015, mogelijk als gevolg van

[14] Dit betreft SBI's 4711, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729

[15] Dit betreft SBI's 4719, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779

de kredietcrisis. De negatieve groeicijfers laten zien dat de niet-dagelijkse sector structureel krimpt. Dit is in lijn met de negatieve groeicijfers van de vestigingsaantallen (tabel 4.3). De variatiecoëfficiënt neemt beduidend af. Tussen 2005 en 2017 gaat het om een spreidingsafname van 43,30 naar 9,32 (afname van 364,6 %). Dit is eveneens in lijn met de spreidingsafname van de aantalsgroei. Amsterdamse winkelgebieden gaan qua zowel qua aantalsgroei als qua groei van de werkgelegenheid in de niet-dagelijkse sector steeds meer op elkaar lijken.

Tabel 5.4 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de groei van de werkgelegenheid in de horecagelegenheden[16] per winkelgebied in Amsterdam in deelperioden

Periode	Gemiddelde jaarlijkse groei	Standaardafwijking	Variatiecoëfficiënt
2005-2010	1,52	39,57	26,03
2010-2015	3,02	26,01	8,61
2015-2017	6,65	22,65	3,41
2005-2017	2,97	34,03	11,46

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

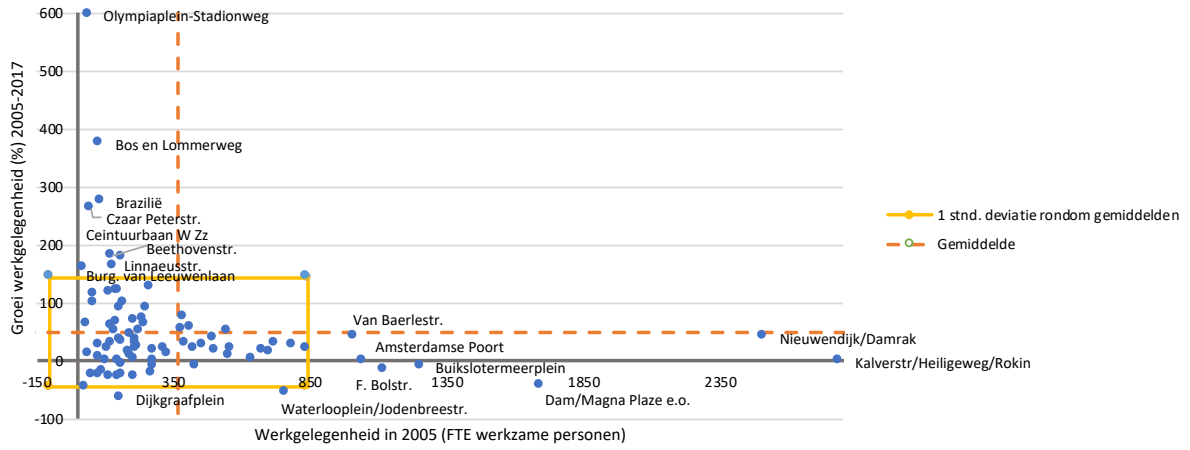
Het aantal werkzame personen in de horecasector in alle Amsterdamse winkelgebieden is tussen 2005 en 2017 toegenomen met een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,0 %. In subperiode 2015-2017 is het de horecasector die de grootste gemiddelde jaarlijkse groei laat zien (6,7 %). Eerder zagen we al dat in 2015-2017 de horecasector ook flink groeit wat betreft vestigingsaantallen. We zien nu dus een extra aanwijzing voor de toegenomen aandacht voor de belevenisfunctie van het shoppen. Daarnaast laat tabel 5.4 zien dat de variatiecoëfficiënt vanaf 2010 afneemt. Dat wil zeggen dat de spreiding rondom de gemiddelde jaarlijkse groei afneemt en dat de groeiverschillen tussen de Amsterdamse winkelgebieden kleiner worden. Er is sprake van relatief veel groei en deze groei wordt steeds gelijkmatiger verdeeld over de Amsterdamse winkelgebieden. Dezelfde ontwikkelingen zagen we ook bij groei van vestigingsaantallen (tabel 4.4).

5.2 Ongelijke ontwikkeling

Wanneer we het hebben over toenemende ongelijkheid in werkgelegenheid, gaat het erover dat de winkelgebieden met relatief veel werkzame personen groeien en de winkelgebieden met relatief weinig werkzame personen krimpen. Dit is in beeld gebracht door de groei van het aantal werkzame personen per winkelgebied af te zetten tegen het aantal werkzame personen (in fulltime equivalenten) in 2005 (zie figuur 5.2). Theoretisch doet zich toegenomen ongelijkheid voor als het merendeel van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsboven in de figuur (veel werkzame personen in 2005 en sterke groei van het aantal werkzame personen tussen 2005 en 2017) en in het kwadrant linksonder (weinig werkzame personen in 2005 en weinig of negatieve groei in de periode 2005-2017). In het midden van de figuur zijn de winkelgebieden gepositioneerd die een gemiddelde omvang en een gemiddelde groei hebben.

[16] Dit betreft SBI's 5510, 5610, 5630

Figuur 5.2 Aantal en groei van het aantal werkzame personen per winkelgebied in Amsterdam 2005-2017

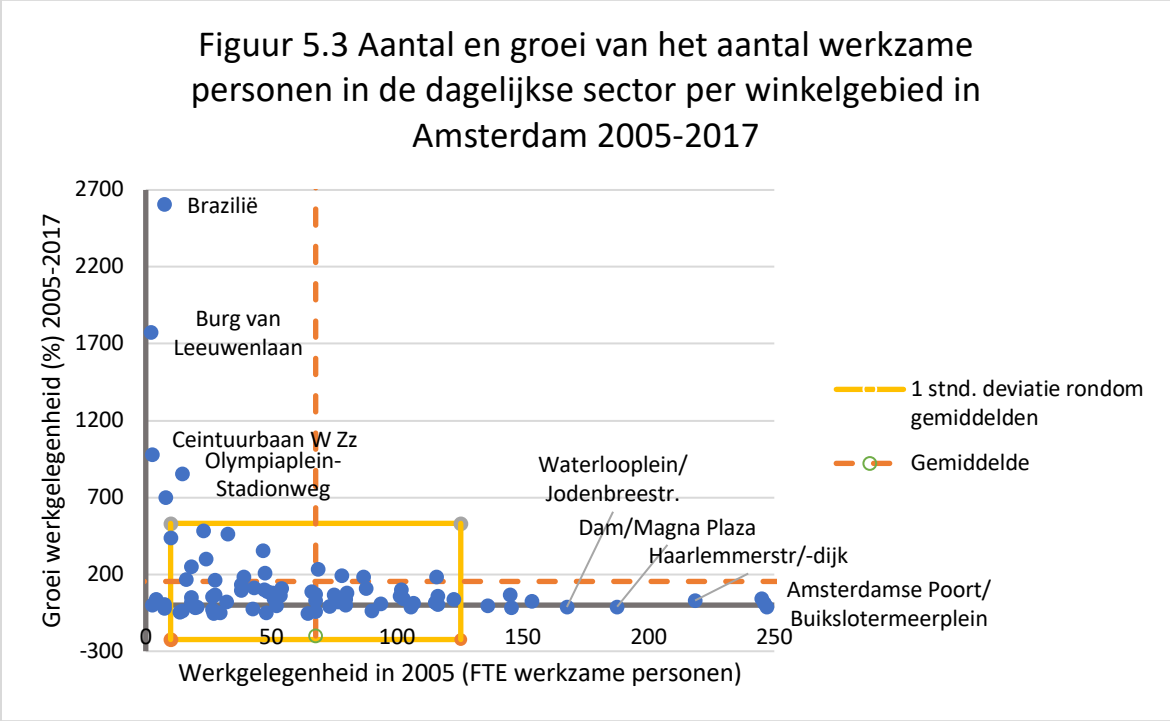


Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Het is duidelijk dat er qua groei van het aantal werkzame personen over de gehele periode 2005-2017 geen sprake is van toegenomen ongelijkheid tussen de Amsterdamse winkelgebieden. Ten eerste omdat de groeiverschillen voor het merendeel van de winkelgebieden gering is. 67 winkelgebieden (76,1 %) bevinden zich rond de gemiddelden (in de geel gekleurde rechthoek). Ten tweede omdat geen van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsboven ('koplopers'). Daar staat tegenover dat er wel één winkelgebied is in het kwadrant linksonder, namelijk Dijgraafplein. Dit winkelgebied kwam eerder naar voren als 'onderkoeld' winkelgebied toen werd gekeken naar vestigingsaantallen (figuur 4.2).

In plaats van toegenomen ongelijkheid zorgen de groeiverschillen juist voor meer gelijkheid tussen de winkelgebieden. Zo zijn de kwadranten linksboven (weinig werkgelegenheid en veel groei) en rechtsonder (veel werkgelegenheid en weinig groei) goed gevuld. In grote lijnen komt hier hetzelfde patroon naar voren als bij de groei van het aantal vestigingen (figuur 4.2). Ook de winkelcentra die naar voren komen in figuren 4.2 en 5.2 komen veelal overeen. Waarom werkgelegenheidsgroei juist in centrumgebieden achterblijft, heeft mogelijk te maken met de toenemende concurrentie van de e-commerce. Het zijn namelijk vooral winkels in het niet-dagelijkse segment ('non-food') die online groeien en deze non-food sector bevindt zich over het algemeen in centrumgebieden. Daarentegen bestaan winkelgebieden rondom het centrum meer uit winkels in het dagelijkse segment ('food' sector). Deze winkels hebben minder concurrentie van de e-commerce.

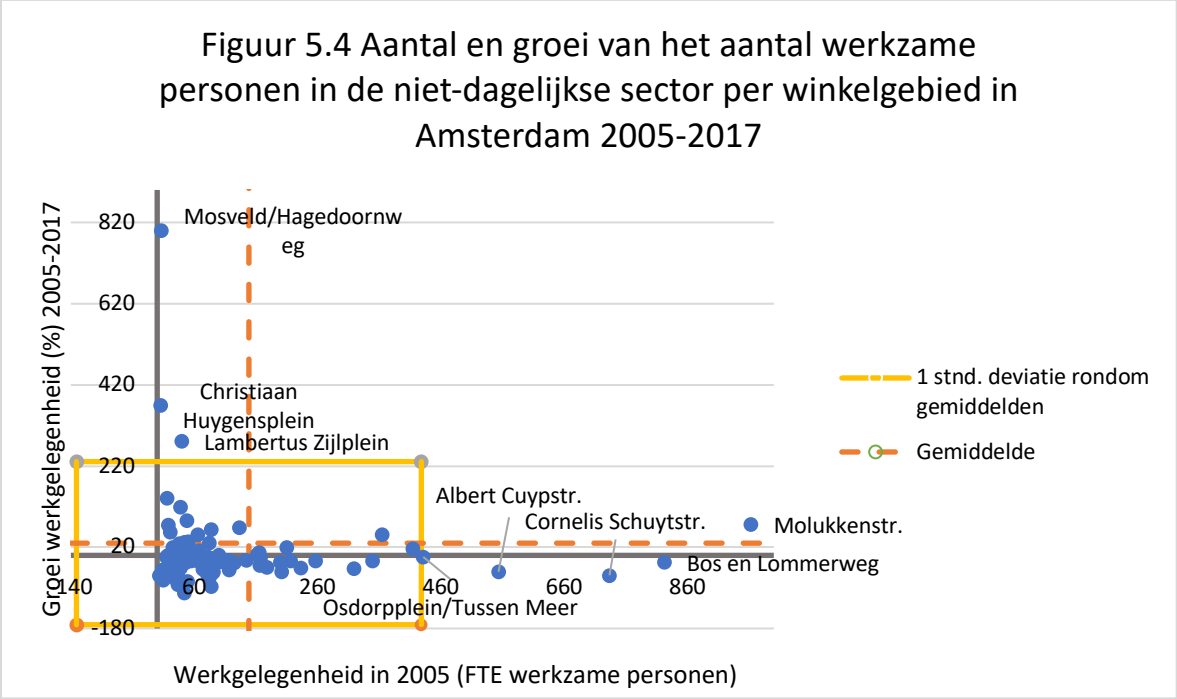
Het blijkt dat het interessant is om verder in te gaan op de verschillen tussen de sectoren (dagelijks, niet-dagelijks en horeca). In figuren 5.3, 5.4 en 5.5 wordt daarom per sector de groei van het aantal werkzame personen per winkelgebied afgezet tegen het aantal werkzame personen in 2005.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

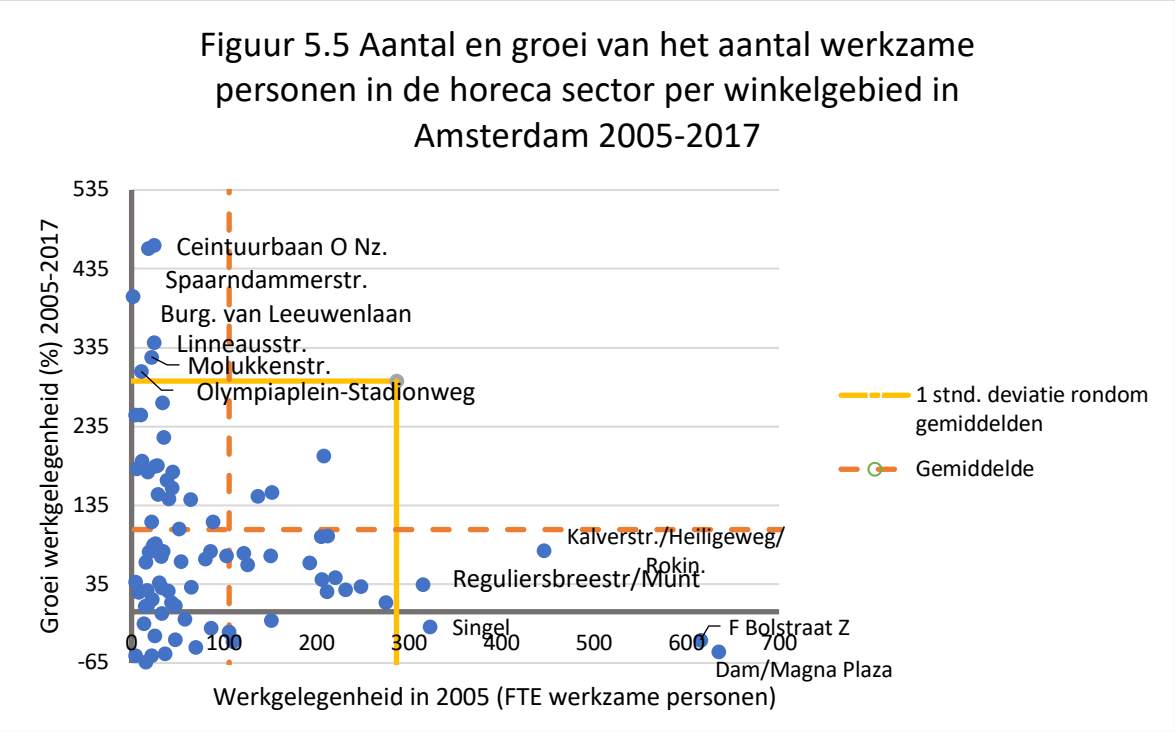
Het is weer meteen duidelijk dat er qua groei van het aantal werkzame personen in de dagelijkse sector over de gehele periode 2005-2017 geen sprake is van toegenomen ongelijkheid tussen de Amsterdamse winkelgebieden. Ten eerste omdat de groeiverschillen tussen de winkelgebieden meestal klein zijn. 63 winkelgebieden (71,6 %) bevinden zich in het peloton van winkelgebieden rondom het gemiddelde aantal en de gemiddelde groei (de gele rechthoek). Ten tweede zijn de kwadranten linksboven (weinig werkgelegenheid, veel groei) en rechtsonder (veel werkgelegenheid, weinig groei) goed gevuld en dit duidt op toegenomen gelijkheid. Ten derde zijn er geen winkelgebieden in de kwadranten linksonder (achterblijvers) en rechtsboven (koplopers).

Voor de groei van het aantal vestigingen in de dagelijkse sector (figuur 4.3) is geconstateerd dat het veelal gaat om winkelgebieden die in buitenwijken zijn gelegen die zich in het kwadrant 'veel winkels, weinig groei' bevinden, maar dit gaat voor de groei van werkgelegenheid minder op. Het gaat om zowel in het centrum gelegen winkelgebieden alsook in buitenwijken gelegen winkelgebieden. Qua aantalsgroei van vestigingen in de dagelijkse sector behoort Dijkgraafplein tot de categorie 'veel winkels, weinig groei', maar qua groei van de werkgelegenheid behoort Dijkgraafplein tot het gemiddelde. Tot de categorie 'weinig werkgelegenheid, veel groei van werkgelegenheid' behoren Brazilië, Burgemeester van Leeuwenlaan, Ceintuurbaan W Zz en Olympiaplein-Stadionweg. Het gaat hier voornamelijk om winkelgebieden die in woonwijken rondom het centrum gelegen zijn met uitzondering van de verder naar de rand gelegen Burgemeester van Leeuwenlaan. De dagelijkse sector lijkt zich meer te verplaatsen naar de woonwijken. Een mogelijke oorzaak hiervoor is verdringing op de vastgoedmarkt die ontstaat door stijgende huurprijzen. Hoofdstuk zes gaat verder in op de gevolgen van verschillen en ontwikkelingen in huurprijzen.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Ook in de niet-dagelijkse sector lijkt er in de periode 2005-2017 eerder sprake te zijn van toenemende gelijkheid dan van toenemende ongelijkheid. De grafiek laat zien dat veruit de meeste winkelgebieden zich in het 'peloton' bevinden (74 winkelgebieden, oftewel 84,1 %), maar de winkels die zich wél buiten het peloton bevinden, kunnen behoorlijk afwijken van het gemiddelde. Er zijn enkele winkelgebieden die er qua werkgelegenheid in 2005 ofwel qua groei van de werkgelegenheid tussen 2005 en 2017 uitspringen. Er zijn twee winkelgebieden met een uitzonderlijk hoog groeipercentage van het aantal werkzame personen en weinig vestigingen in 2005. Dit zijn Mosveld/Hagedoornweg en Christiaan Huygensplein. Deze winkelgebieden verschillen van de drie winkelgebieden die bij figuur 4.4 als groeiers in het linkerboven kwadrant werden genoemd. Ze zijn alle twee ver buiten het centrum gelegen. Rechtsonder (veel werkgelegenheid, weinig groei of zelfs afname) gaat het om Osdorpplein/Tussen Meer, Albert Cuypstraat, Cornelis Schuytstraat en Bos en Lommerweg. Deze gebieden zijn eveneens op enige afstand van het centrum gelegen. Deze winkelgebieden leiden mogelijk onder concurrentie van andere winkelgebieden of onder de opkomst van de e-commerce. Ook in de categorie 'veel werkgelegenheid, veel groei' komen weinig centrumlocaties voor. Tot deze categorie behoren Lambertus Zijlplein en Molukkenstraat en van deze winkelgebieden is er geen één in het centrum gelegen. Deze gebieden hadden kennelijk potentie om uit te breiden. De Molukkenstraat heeft dit waarschijnlijk te danken aan gentrificatie en de Lambertus Zijlplein heeft mogelijk geprofiteerd van verbeterde ontsluiting van het plein wat omzet en de vraag naar personeel deed stijgen. In deze winkelgebieden neemt de werkgelegenheid in de niet-dagelijkse sector weliswaar toe, het aantal vestigingen neemt niet toe (figuur 4.4). Centrumgebieden 'houden zich schuil' in het peloton als het gaat om werkgelegenheidsgroei in de niet-dagelijkse sector. Geen enkel van de winkelgebieden bevindt zich in de kwadranten linksonder.



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

De toenemende gemiddelde jaarlijkse groei van de horecasector die uit tabel 5.4 bleek, lijkt in figuur 5.5 toenemende gelijkheid tot gevolg te hebben. Ten eerste omdat de groeiverschillen tussen de winkelgebieden meestal klein zijn. 71 winkelgebieden (oftewel 81,6 %) bevinden zich in het peloton van winkelgebieden rondom het gemiddelde aantal en de gemiddelde groei (de gele rechthoek). Ten tweede zijn de kwadranten linksboven en rechtsonder goed gevuld en dit duidt op toegenomen gelijkheid. Ten derde zijn er geen winkelgebieden in de kwadranten linksonder (achterblijvers) en rechtsboven (koplopers).

De winkelgebieden met 'veel werkgelegenheid, weinig groei' zijn veelal winkelcentra die in het centrum gelegen zijn. Centrale winkelgebieden zijn aantrekkelijke locaties voor de horecasector, maar ruimtegebrek maakt wellicht dat groei op deze locaties niet mogelijk is. De winkelgebieden met 'weinig werkgelegenheid, veel groei' zijn buiten het centrum gelegen en bevinden zich zowel binnen de A10-ring alsook buiten de ring in Nieuw-West. In de winkelgebieden Ceintuurbaan O Nz, Spaarndammerstraat, Burgemeester van Leeuwenlaan, Linneausstraat, Molukkenstraat en Olympiaplein-Stadionweg was waarschijnlijk nog ruimte voor uitbreiding van de horecasector.

Overigens zijn er enkele winkelgebieden die niet in de figuren 5.2 tot en met 5.5 worden weergegeven. In al deze figuren komen twee winkelgebieden niet voor. 1e Constantijn Huijgensstraat en Caleido hadden in 2005 0 geregistreerde werkzame personen. Er kan daarom geen groeipercentage voor de periode 2005-2017 worden berekend. Dat houdt in dat de winkelgebieden niet in de grafiek weergegeven kunnen worden. Bovendien geldt hetzelfde voor Sint Anthoniebreestraat en P.C. Hooftstraat wat betreft de dagelijkse sector. Deze straten hadden in 2005 0 geregistreerde werkzame personen in de dagelijkse sector. In deze straten zijn (nog steeds) meer winkels in de niet-dagelijkse sector te vinden. Bovendien geldt hetzelfde voor Wisseloordplein Gein wat betreft de niet-dagelijkse sector. Dit winkelcentrum is er voor de buurtbewoner; er zijn hoofdzakelijk winkels in de dagelijkse sector. Bovendien geldt hetzelfde voor Christiaan Huygensplein wat betreft horeca. Ook dit winkelcentrum is er voor de buurtbewoner: de beleveniseconomie lijkt hier weinig voor te stellen. Wat betreft de niet-dagelijkse sector zijn er enkele winkelgebieden die niet in de grafiek zijn weergegeven,

omdat ze een uitzonderlijk hoog aantal werkzame personen hebben of een uitzonderlijk grote groei doormaken. Dit zijn Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin (2.124 werkzame personen in 2005) en Brazilië (1.557,1 % groei van aantal werkzame personen). Hetzelfde geldt ook voor de horecasector. Het gaat om winkelgebieden Bos en Lommerweg (1.458,8% groei van het aantal werkzame personen) en Nieuwendijk/Damrak (1.318,5 werkzame personen in 2005). Deze winkelgebieden vallen buiten de schaal van de x-as en y-as.

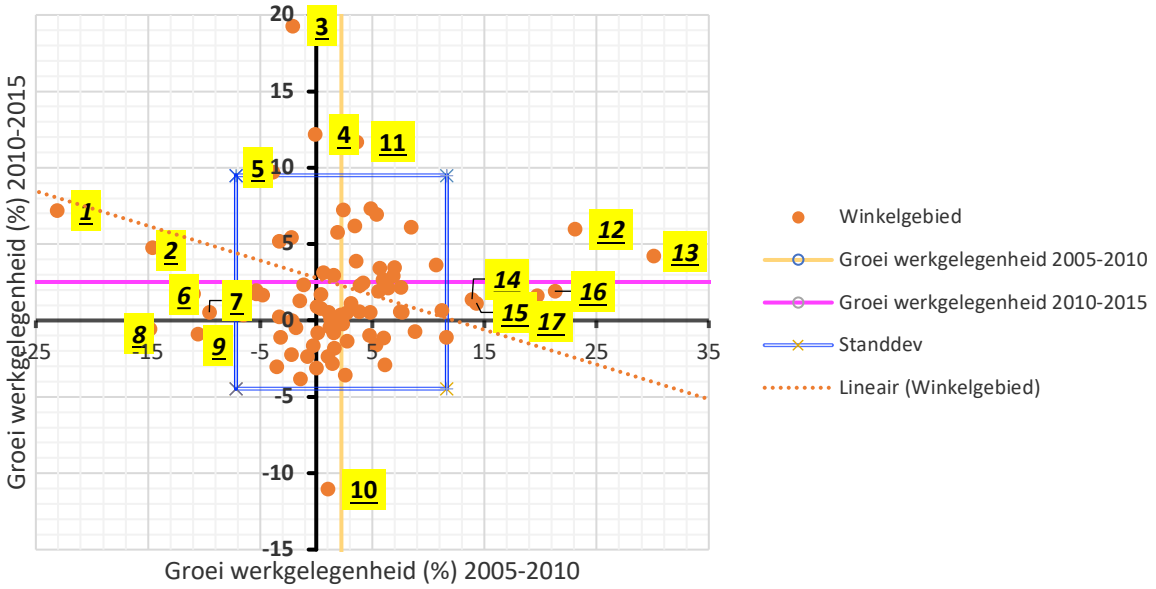
Kortom, voor zowel het totale aantal werkzame personen, alsook de afzonderlijke segmenten kan worden geconcludeerd dat er geen sprake is van toenemende ongelijkheid. Er vinden een aantal convergerende ontwikkelingen plaats. Het algemene beeld is dat werkgelegenheidsgroei in centrumgebieden achterblijft. Hier was altijd veel werkgelegenheid, maar de groei blijft sinds 2005 achter in vergelijking met andere winkelgebieden. Daarnaast lijkt het erop dat het dagelijkse segment en het horeca segment zich meer verplaatst naar de woonwijken. Hier was weinig werkgelegenheid in 2005, maar in de periode 2005-2017 is er relatief veel groei. Bovendien neemt in een aantal centrale winkellocaties (Dam/Magna Plaza, Haarlemmerstraat/-Dijk, Waterlooplein/Jodenbreestraat) de werkgelegenheid in de dagelijkse sector af. Mogelijk wordt dit veroorzaakt door verdringing op de vastgoedmarkt die ontstaat door stijgende huurprijzen.

5.3 Polarisatie

In deze paragraaf wordt gekeken in hoeverre er sprake is van polarisatie. In paragraaf 2.4.1 werd tot de volgende uitspraak gekomen: '*Polarisatie is wanneer…het aantal winkelcentra dat een bovengemiddelde ofwel ondergemiddelde groei van het aantal werkzame personen heeft toeneemt en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van het aantal werkzame personen daalt*'. Met andere woorden, nu worden per winkelgebied de groeiverschillen niet afgezet tegen het aantal vestigingen in 2005, maar tegenover de groei in de voorgaande periode. De gemiddeld jaarlijkse groei in de deelperioden 2010-2015 wordt afgezet tegen die van 2005-2010 (zie figuur 5.6) en die van 2015-2017 tegenover die van 2005-2010 (zie figuur 5.7). Theoretisch doet zich polarisatie voor als aan één van de volgende twee condities wordt voldaan. (De andere conditie geldt dan automatisch). Ten eerste, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat tot het gemiddelde behoort afneemt. Ten tweede, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat niet tot het gemiddelde behoort toeneemt.

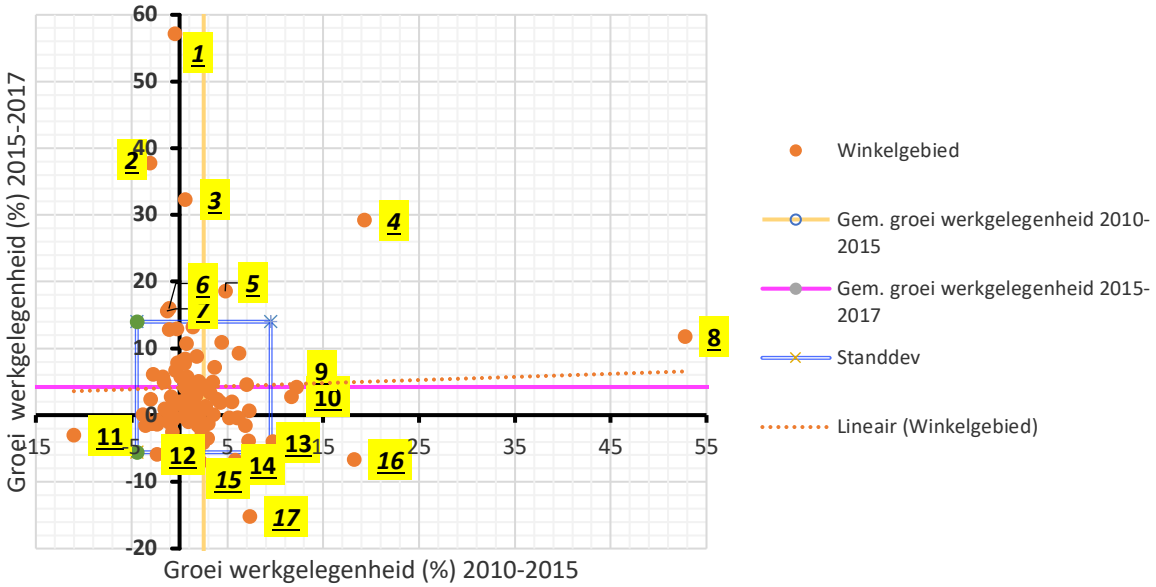
In het algemeen bestaat er voor de gehele groep van winkelgebieden tussen 2005-2010 en 2010-2015 een negatief verband qua groei van werkgelegenheid, terwijl dit verband tussen 2010-2015 en 2015-2017 licht positief is. Dat betekent dat veel van de winkelgebieden waar in 2005-2010 groei van de werkgelegenheid was, in 2010-2015 krimp van de werkgelegenheid laten zien. Daarentegen geldt dat veel van de winkelgebieden waar in 2010-2015 groei van de werkgelegenheid was in 2015-2017 ook groei laten zien. Hoewel enkel de eerste vergelijking een significant verband laat zien, is er wel voor beide vergelijkingen een duidelijke verandering in de ontwikkeling van de werkgelegenheid gedurende de jaren. (Voor 2005-2010 en 2010-2015 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= -0.4294, p= 0.0036, en voor 2010-2015 en 2015-2017 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= 0.0237 p= 0.7607).

Figuur 5.6 Jaarlijks gemiddelde groei van werkgelegenheid in Amsterdamse winkelgebieden 2005-2010 tegen 2010-2015



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Figuur 5.7 Jaarlijks gemiddelde groei van werkgelegenheid in Amsterdamse winkelgebieden 2010-2015 tegen 2015-2017



Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

De dynamiek van de groei van de werkgelegenheid laat een wat ander beeld zien dan die van de groei van het aantal vestigingen. Wel is het zo dat weer voor beide vergelijkingen (groei in de perioden 2005-2010 en 2010-2015, groei in de perioden 2010-2015 en 2015-2017) geldt dat de meeste winkelcentra zich in het 'peloton' bevinden. In de eerste vergelijking gaat het om 66 winkelgebieden (75,9%) en in de tweede vergelijking gaat het om 70 winkelgebieden (80,5%). De toename van het aantal winkelgebieden dat tot het gemiddelde behoort (en dus automatisch de afname van het aantal winkelgebieden met een boven- of ondergemiddelde groei) laat zien dat er geen sprake is van polarisatie. Er is in de Amsterdamse retailmarkt wat betreft werkgelegenheid eerder sprake van concentratie.

Daarnaast blijken de winkelgebieden Hugo de Grootplein e.o. (#11; Westerpark) Brazilië (#12; Zeeburgereiland) en Bos en Lommerweg (#13; Bos en Lommer) tussen de perioden 2005-2010 en 2010-2015 blijvende groei (doorgroei) te vertonen. Deze winkelgebieden blijken over veel veerkracht te beschikken als het om werkgelegenheid gaat. Dat geldt ook voor de vergelijking tussen de twee meest recente perioden (2010-2015 en 2015-2017) voor winkelgebieden aan de Czaar Peterstraat (#4; Centrum Oost), Ten Katestraat (#5; Oud-West) en Waterlandplein (#8; Waterlandpleinbuurt). Het gaat om winkelgebieden die buiten het centrum liggen. Hoe hebben deze gebieden zich ontwikkeld tot 'doorgroeiers'? Het Hugo de Grootplein staat bekend om de concentratie van horecagelegenheden. Mogelijk trekt deze clustering van gerelateerde bedrijven nieuwe bedrijven in zijn soort aan. Dit kan de doorgroei verklaren. Brazilië is een relatief nieuw winkelcentrum (uit het jaar 1998) en hoewel het in het begin van de 21^{e} eeuw te kampen had met leegstand, is dat de laatste jaren teruggedrongen dankzij ontwikkelingsprojecten (van onder andere stadsdeel Zeeburg) en participatie van belanghebbende partijen. Hierdoor is de werkgelegenheid toegenomen. Winkelcentrum Bos en Lommer heeft sinds de gentrificatie nieuwe ondernemers aangetrokken. In de Czaar Peterbuurt vindt gentrificatie al sinds de jaren '80 van de 20^{e} eeuw plaats. Sloop- en nieuwbouwprojecten worden in de daaropvolgende jaren voortgezet. Sinds 2005 zetten de veranderingen in stroomversnelling voort, mede dankzij het Plan van Aanpak van de stadsdeelraad. Nieuwe koopwoningen trekken nieuwe koopkrachtige bewoners. Maar er is ook een toename in het aantal horecagelegenheden, winkels (waaronder ook de traiteurs, gericht op de maatschappelijke bovenklasse) en bedrijfjes in de creatieve sector. In de Ten Katestraat is ook veel veranderd in de afgelopen jaren. Het project De Hallen heeft een grote impuls gegeven aan de bedrijvigheid in het gebied. Het project is tweeledig: ten eerste bestaat het uit transformatie van een voormalige tramremise tot een cultureel centrum met een bioscoop, diverse horecagelegenheden, sportactiviteiten en werkplaatsen. Ten tweede bestaat het uit nieuwbouw van koopwoningen. Project De Hallen is slechts één van de voorbeelden van gentrificatie in de buurt Oud-West. Op het Waterlandplein hebben renovaties plaatsgevonden de afgelopen jaren. Daarnaast werd een groot deel vervangen door nieuwbouw en zijn nieuwe winkels geopend. 'Doorgroeiers' worden dus gekenmerkt door minder centraal gelegen gebieden waar gentrificatie heeft plaatsgevonden en waar actief is ingezet op gebiedsontwikkeling. Een vergelijking van paragraaf drie van hoofdstukken vier en vijf levert op dat er een aantal winkelgebieden zijn die zowel qua aantal vestigingen als qua werkgelegenheid doorgroei vertonen. Dit zijn Czaar Peterstraat, Brazilië, Bos en Lommerweg en Waterlandplein.

Maar er zijn ook winkelgebieden die (relatieve) vermindering van de werkgelegenheid kennen en getypeerd kunnen worden als 'neergang'. In de vergelijking van de eerste twee subperioden gaat het om Linneausstraat (#14; Oud-Oost), Spaarndammerstraat (#15; Westerpark), Beethovenstraat (#16; Oud-Zuid) en Ceintuurbaan Wzz (#17; De Pijp). Bij de tweede vergelijking gaat het om de winkelgebieden J.P. Heijestraat (#9; Oud-West), Hugo de Grootplein e.o. (#10; Westerpark), Beukenplein (#13; Oud-Oost), Sint Anthoniebreestraat (#14; Centrum Oost), Caleido (#16; Osdorp) en August Allebeplein (#17; Slotervaart). Beethovenstraat en Sint Anthoniebreestraat werden ook genoemd in paragraaf 3 van hoofdstuk 4. Daar werd genoemd dat het luxueuze aanbod van de

Beethovenstraat mogelijk leidt onder de kredietcrisis en dat Sint Anthoniebreestraat leidt onder verschraling van het winkelaanbod. Mogelijk zijn dit de oorzaken voor zowel de vermindering van de groei van het aantal vestigingen (hoofdstuk 4) alsook vermindering van de groei van de werkgelegenheid (hoofdstuk 5). Waarom bij de andere winkelgebieden de groei van de werkgelegenheid (relatief) achterblijft is voorlopig nog een open vraag. Mogelijk is het zo dat door gentrificatie en stijgende huurprijzen, ondernemers wegtrekken omdat zijn niet langer de winkelhuur kunnen betalen. Gentrificatie speelt zich in ieder geval af in de Spaarndammerstraat, Ceintuurbaan, J.P. Heijestraat, Beukenplein en August Allebeplein. Overigens valt op te merken dat de typering 'neergang' voor de Linnaeusstraat in de vergelijking van 2005-2010 met 2010-2015 een verkeerd beeld lijkt op te wekken. In 2014 heeft er juist een forse uitbreiding plaatsgevonden met de opening van winkelcentrum Oostpoort. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat grote ketens uit een Linnaeusstraat zijn vertrokken naar het nieuwe winkelcentrum Oostpoort en dat daarvoor in de plaats kleine ondernemingen zich er vestigen. Dit kan een oorzaak zijn voor een vermindering van de werkgelegenheid.

Uit de vergelijking van subperiodes 2005-2010 en 2010-2015 blijkt dat de ontwikkeling van de werkgelegenheid in winkelgebieden Tussen Meer Midden (#6; Osdorp), Delflandplein (#7; Slotervaart), Waterlooplein/Jodenbreestraat (#8; Centrum Oost), Dam/Magna Plaza e.o. (#9; Centrum West) en Zeilstraat/Hoofddorpplein (#10; Oud-Zuid) al enkele jaren achterloopt ('Achterstand'). In de vergelijking van subperiodes 2010-2015 en 2015-2017 komen Zonneplein (#11; Tuindorp Oostzaan), Albert Camuslaan (#12; Vogeltjeswei) en Vijzelstraat/Vijzelgracht (#15; Centrum Oost) naar voren als het gaat om achterstand van de werkgelegenheidsgroei. Dam/Magna Plaza e.o., Zonneplein en Delflandplein werden ook als 'achterstand' getypeerd toen het ging om relatieve achterstand van de groei van het aantal vestigingen (paragraaf 3 van hoofdstuk 4). Daar werd genoemd dat Delflandplein naar verwachting gaat opbloeien, vanwege de impulsen die aan het gebied worden gegeven. Het is goed mogelijk dat ook Zonneplein gaat opbloeien door de 'veryupping' van Amsterdam Noord. Daarentegen kampt het Magna Plaza al jaren met leegstand. Volgens de vastgoedadviseurs bij Colliers International past het winkelaanbod niet bij de wensen van het publiek en oogt het geheel van winkels rommelig. Zij willen de leegstand aanpakken door de retailmix kritisch te herzien en op de tweede verdieping een foodcourt te herbergen. Het lijkt alsof Colliers hiermee wil inspelen op de opkomst van de beleveniseconomie (Retailtrends, 2018).

Er deed zich herstel voor in de eerste periode in de winkelgebieden Dijkgraafplein (#1; De Aker), Ten Katestraat (#2; Oud-West), Czaar Peterstraat (#3; Centrum Oost), J.P. Heijestraat (#4; Oud-West) en Beukenplein (#5; Oud-Oost). De Ten Katestraat heeft zich van 'herstellend' in 2005-2010 / 2010-2015 opgewerkt tot 'doorgroeier' in 2010-2015 / 2015-2017. Zowel qua werkgelegenheid als qua aantal vestigingen (hoofdstuk 4) is hier sprake van herstel, mogelijk vanwege de gentrificatie in Oud-West. Ook Dijkgraafplein is een 'hersteller' zowel qua werkgelegenheid als qua aantal vestigingen door gentrificatie die er beginjaren 21^{e} eeuw heeft plaatsgevonden. Czaar Peterstraat ontwikkelt zich van 'hersteller' in 2005-2010 / 2010-2015 tot 'doorgroeier' in 2010-2015 / 2015-2017. In de meest recente periode gaat de typering herstel op voor de winkelgebieden Mosveld/Hagedoornweg (#1; Van der Pekbuurt), Van der Pekstraat (#2; Van der Pekbuurt), Burgemeester van Leeuwenlaan (#3; Slotermeer) Zeilstraat/Hoofddorpplein (#6; Oud-Zuid) en Van Baerlestraat (#7; Oud-Zuid). De Van der Pekbuurt is een tuindorp waar vanaf 2015 renovatie van sociale huurwoningen heeft plaatsgevonden. De Burgemeester van Leeuwenlaan ligt in de Confuciusbuurt waar sinds 2010 renovatie gaande was. In winkelcentrum Zeilstraat/Hoofddorpplein vond eveneens gentrificatie plaats waardoor starters en jonge gezinnen naar de buurt trokken en er een opbloei was van horecagelegenheden. Zo beschouwd herstelt de groei van de werkgelegenheid zich voornamelijk in de woonwijken van de stad. Daarnaast is te zien hoe renovatie en gentrificatie samengaat met verhipping en veryupping en de opbloei van

kleine ondernemingen. Opvallend is ook dat de Van Baerlestraat (in de directe omgeving van de luxueuze P.C. Hooftstraat) het voor de wind lijkt te gaan in de nasleep van de economische crisis.

Overigens zijn er enkele winkelgebieden die niet in de figuren 5.6 en 5.7 worden weergegeven. In figuur 4.6 komen twee winkelgebieden niet voor. 1e Constantijn Huijgensstraat en Caleido hadden in 2005 0 geregistreerde werkzame personen. Er kan daarom geen groeipercentage voor de periode 2005-2010 worden berekend. Dat houdt in dat de winkelgebieden niet in de grafiek weergegeven kunnen worden. In figuur 5.6 wordt ook Waterlandplein niet weergegeven. Vanwege een uitzonderlijke afname van werkgelegenheid in 2005-2010 (-33,6 %) en een uitzonderlijke toename van werkgelegenheid in 2010-2015 (52,7 %) past het winkelgebied niet binnen de x-as en y-as. In figuur 5.6 ontbreekt tevens Olympiaplein-Stadionweg vanwege een uitzonderlijke toename van werkgelegenheid in 2005-2010 (35,6 %). Beide winkelgebieden hebben de laatste jaren te maken gehad met renovaties en nieuwbouw.

5.4 Rangorde van winkelgebieden

Een andere manier om de groeiverschillen in kaart te brengen is via rangnummers. Daarbij wordt per deelperiode gekeken naar de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid. De winkelgebieden zijn op rangorde gezet van grootste groei tot kleinste (mogelijk zelfs negatieve) groei. De volgende tabellen (5.5 en 5.6) geven de 20 winkelgebieden weer die in de periode 2005-2010 de grootste en de kleinste jaarlijkse gemiddelde groei van het aantal werkzame personen laten zien. Per regel is af te lezen of de winkelgebieden zijn gestegen of zijn afgegleden op de ranglijst.

De meest opvallende uitkomst van deze dit deel van de analyse is dat er weinig continuïteit is qua positie van een winkelgebied in de rangorde van de werkgelegenheidsgroei. Dit komt overeen met de constatering die in paragraaf 4 van hoofdstuk 4 werd gedaan (over aantalsgroei). Zo komen van de twintig winkelgebieden met de hoogste groei in de periode 2005-2010 slechts zes gebieden terug in de top 20 over de periode 2010-2015 en even veel in de top 20 over de periode 2015-2017. Bovendien gaat het in de beide laatstgenoemde periodes dikwijls om andere winkelgebieden. Dit is tweede aanwijzing dat polarisatie geen structureel verschijnsel is tussen de Amsterdamse winkelgebieden, zowel niet qua aantalsgroei (hoofdstuk 4) alsook niet qua werkgelegenheidsgroei (hoofdstuk 5). De onderlinge verschillen in werkgelegenheidsgroei zijn immers per subperiode erg groot. In grote lijnen geldt hetzelfde voor de winkelgebieden met de minste aantalsgroei (tabel 5.6).

Tabel 5.5 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen met hoogste rang in 2005-2010

Winkelgebied	**Rangnummer**		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
1e Constantijn Huijgensstraat	1	11	73
Caleido	2	3	84
Olympiaplein-Stadionweg	3	19	12
Bos en Lommerweg	4	20	48
Brazilie	5	14	61
Beethovenstraat	6	36	74
Ceintuurbaan W Zz	7	41	38
Spaarndammerstraat	8	45	35
Linneausstraat	9	42	8
Lambertus Zijlplein	10	72	68
Roelof Hartstraat	11	48	13
Plein 40-45 en omgeving	12	22	20
Cornelis Schuytstraat	13	66	65
Wisseloordplein Gein	14	13	62
Albert Cuypstraat	15	51	16
Vijzelstraat/Vijzelgracht	16	32	86
Burg van Leeuwenlaan	17	49	3
1e vd Helststraat	18	23	58
Overtoom	19	27	78
1e Oosterparkstraat	20	33	56

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Tabel 5.6 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen met laagste rang in 2005-2010

Winkelgebied	Rangnummer		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
Waterlandplein	87	1	11
Dijkgraafplein	86	9	79
Waterlooplein/Jodenbreestraat	85	65	47
Ten Katestraat	84	18	5
Tussenmeer midden	83	38	15
Dam/Magna Plaza eo	82	69	41
Delflandplein	81	53	19
Joh Huizingalaan N	80	57	60
F Bolstraat Z	79	37	51
Rooswijk	78	34	26
Singel even zijde ts Koningsplein M	77	40	39
Beukenplein	76	6	80
Burg de Vlugtlaan	75	83	43
De Wieken	74	17	63
Prinsenstraat	73	58	17
Gelderlandplein	72	71	10
1e van Swindenstraat	71	78	66
Jan van Galenstraat	70	16	46
Pretoriusstraat	69	60	45
Czaar Peterstraat	68	2	4

Bron: Gemeente Amsterdam (2018b). Eigen bewerking

Uit tabellen 5.5 en 5.6 blijkt dat de top 20 van gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal werkzame personen erg veranderlijk is. Eerder bleek ook uit figuren 5.6 en 5.7 dat de uitschieters veranderlijk zijn.

5.5 Conclusie

Er bestaan verschillen in werkgelegenheidsgroei tussen de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Deze verschillen in groei per segment (sterk toenemende jaarlijkse gemiddelde groei van werkgelegenheid in de horeca, licht toenemende jaarlijkse gemiddelde groei van werkgelegenheid in de niet-dagelijkse sector en afnemende jaarlijkse gemiddelde groei van werkgelegenheid in de dagelijkse sector) en per deelperiode (sterke groei in de periode 2005-2010, stagnerende groei in de periode 2010-2015 en herstellende groei in de periode 2015-2017). Deze groeiverschillen wijzen echter niet op een toenemende ongelijkheid en een toenemende polarisatie tussen de Amsterdamse winkelgebieden qua werkgelegenheid. Wel lijkt de spreiding tussen Amsterdamse winkelgebieden af te nemen zowel wat betreft werkgelegenheidsgroei alsook wat betreft aantalsgroei. Dat zien we aan de afnemende variatiecoëfficiënt tussen 2005 en 2017 voor alle drie sectoren (dagelijks, niet-dagelijks, horeca). Veel winkelgebieden bevinden zich in het 'peloton'. Het beperkt aantal afwijkingen lijkt te worden verklaard door de ligging van de winkelgebieden ten opzichte van het centrum van Amsterdam en door

specifieke fysieke, economische en demografische veranderingen in de wijken rondom de winkelgebieden.

6 Groei van maximale huurprijzen

6.1 Groeiverschillen

In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de verschillen in groei van de maximale huurprijzen van de onderzochte 87 winkelgebieden in de gemeente Amsterdam. We nemen eerst de totale groei in de winkelgebieden onder de loep en bekijken daarna de spreiding van de groei over de winkielgebieden.

Tussen 2005 en 2017 neemt de som van de maximale huurprijzen per winkelgebied van het totaal Amsterdamse retailvestigingen[17] toe van € 31.715,0 naar € 44.830,0, oftewel een verhoging van € 13.115,0. Dat is een gemiddelde groei van € 1.092,9 per jaar (gemiddelde jaarlijkse groei van 2,9 %).

Tabel 6.1 laat (voor de retail als geheel) zien dat in de Amsterdamse winkelgebieden de gemiddelde jaarlijkse groei van de som van de maximale huurprijzen tussen 2005 en 2017 toeneemt. Hierdoor stijgt de gemiddelde maximale huurprijs per winkelgebied. In de subperiode 2010-2015 is de gemiddelde jaarlijkse groei de som van de maximale huurprijzen het grootst. In de periode 2005-2017 komt de gemiddelde jaarlijkse groei neer op 2,9 %.

Tabel 6.1 De gemiddelde jaarlijkse groei en de spreiding van de som van de maximale huurprijzen in de retail[8] per winkelgebied in Amsterdam in deelperioden

Periode	Gemiddelde jaarlijkse groei	Standaardafwijking	Variatiecoëfficiënt
2005-2010	5,11	13,45	2,63
2010-2015	0,25	10,18	0,51
2015-2017	3,81	13,33	3,50
2005-2017	2,86	18,38	6,43

Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking

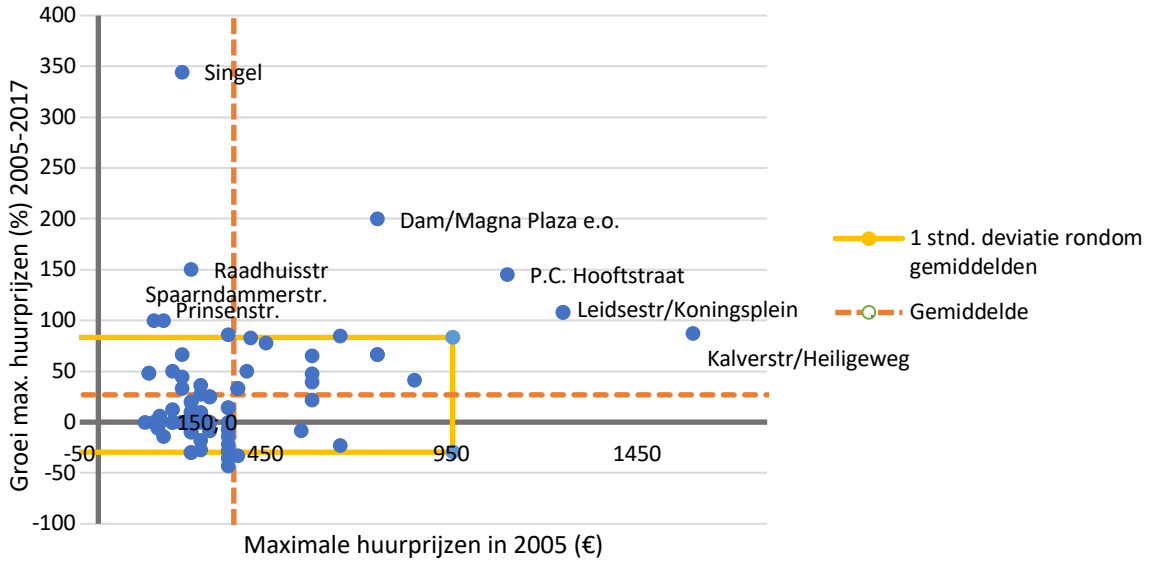
Interessante uitkomst van tabel 6.1 is dat de verschillen tussen de Amsterdamse winkelgebieden qua maximale huurprijs toenemen tussen 2005 en 2017, want in deze periode neemt de variatiecoëfficiënt toe. Wat betreft de gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs lijken de Amsterdamse winkelgebieden dus steeds minder op elkaar. Het lijkt erop dat bepaalde locaties aantrekkelijker worden voor potentiële huurders, terwijl andere locaties in huurwaarde dalen. In de periode 2010-2015 is de variatiecoëfficiënt beduidend lager dan in de andere periodes en dit is ook de periode waarin de gemiddelde jaarlijkse groei beduidend lager is dan in de andere periodes.

[17] 'Totaal aantal': Dit betreft SBI's 4711, 4719, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729, 4741, 4742, 4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759, 4761, 4762, 4763, 4764, 4765, 4771, 4772, 4773, 4774, 4776, 4777, 4778, 4779, 5510, 5610, 5630, 5914, 7820, 7911, 8621, 8622, 8623, 8691, 8692, 8891, 9004, 9101, 9102, 9313, 9601, 9602, 9603

6.2 Ongelijke ontwikkeling

Wanneer we het hebben over toenemende ongelijkheid in (maximale) huurprijzen, gaat het erover dat *de winkelgebieden met hoge huurprijzen duurder worden en de winkelgebieden met lage huurprijzen goedkoper worden*. Dit is in beeld gebracht door de groei van de gemiddelde maximale huurprijs per winkelgebied af te zetten tegen de maximale huurprijzen in 2005 (zie figuur 6.2). Theoretisch doet zich toegenomen ongelijkheid voor als het merendeel van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsboven in de figuur (hoge maximale huurprijzen in 2005 en sterke stijging van maximale huurprijzen tussen 2005 en 2017) en in het kwadrant linksonder (lage maximale huurprijzen in 2005 en weinig stijging of zelfs daling in de periode 2005-2017). In het midden van de figuur zijn de winkelgebieden gepositioneerd die een gemiddelde maximale huurprijs en een gemiddelde groei hebben.

Figuur 6.2 Aantal en groei van maximale winkelhuren per winkelgebied in Amsterdam 2005-2017



Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking

Figuur 6.2 maakt duidelijk dat er qua groei van de gemiddelde maximale huurprijzen over de gehele periode 2005-2017 sprake kan zijn van toenemende gelijkheid tussen de Amsterdamse winkelgebieden. Ten eerste omdat de groeiverschillen voor het merendeel van de winkelgebieden gering is. 71 winkelgebieden (80,7 %) bevinden zich rond de gemiddelden (in de geel gekleurde vierhoek). Ten tweede omdat er geen noemenswaardige winkelgebieden in het kwadrant linksonder ('achterblijvers') liggen. Ten derde omdat het kwadrant linksboven goed gevuld is. Dit zijn voornamelijk in het centrum gelegen gebieden. Het lijkt erop dat dit de opkomende winkelgebieden zijn, want in 2005 waren de maximale huurprijzen nog relatief laag, maar in 2005-2017 was er sprake van stijgende huren.

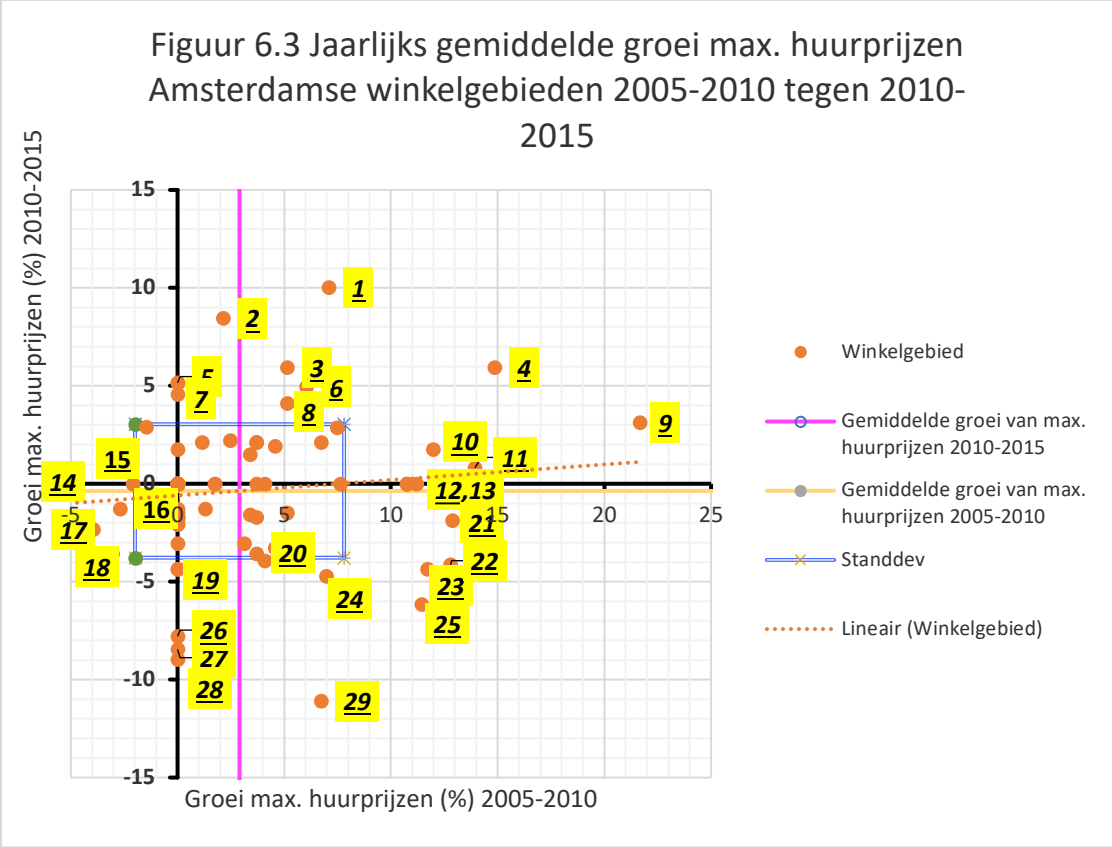
Figuur 6.2 maakt tevens duidelijk dat er sprake kan zijn van toenemende ongelijkheid. Ten eerste omdat geen enkel van de winkelgebieden zich bevindt in het kwadrant rechtsonder. Ten tweede omdat het kwadrant rechtsboven goed gevuld is. Hierin bevinden zich Dam/Magna Plaza e.o., P.C.

Hooftstraat, Leidsestraat/Koningsplein en Kalverstraat/Heiligeweg. Het zijn de bekende winkelgebieden die in het centrum of tegen het centrum aan gelegen zijn. Hier waren de maximale huurprijzen in 2005 al hoog en in 2005-2017 was er ook nog sprake van stijgen huren. Dit draagt bij aan toenemende ongelijkheid tussen de winkelgebieden van Amsterdam. Het veelgehoorde 'Locatie, locatie, locatie' is nog steeds van kracht in het retail vastgoed. Retail ondernemers zijn en blijven bereid om voor centrum locaties de hoogste huurprijs te betalen. Waar bij groei van het vestigingsaantal (hoofdstuk 4) en groei van de werkgelegenheid (hoofdstuk 5) niet enkel centrumlocaties naar voren komen, is dat bij groei van de maximale huurprijzen wel het geval. Het lijkt er ook op dat tussen de grootte van een winkelgebied (aantal vestigingen) en de hoogte van de maximale huurprijs weinig samenhang is.

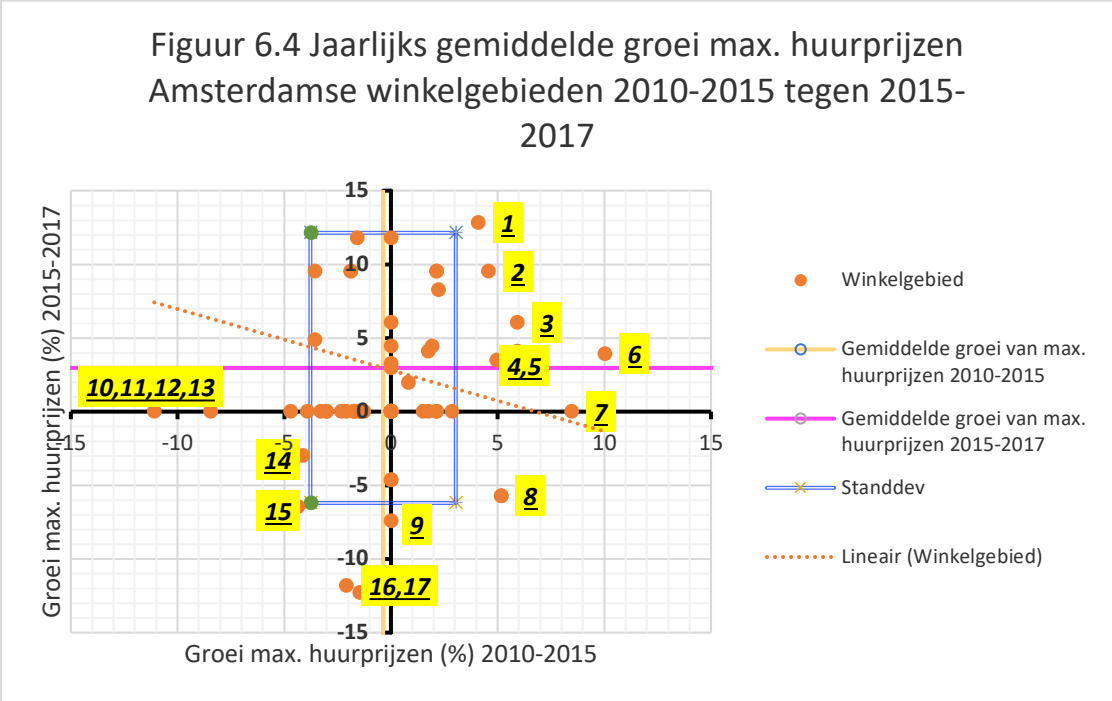
6.3 Polarisatie

Een tweede manier om groeiverschillen in kaart te brengen is door naar polarisatie te kijken. In paragraaf 2.4.1 is dat op de volgende manier onder woorden gebracht: '*Polarisatie is wanneer… het aantal winkelcentra dat een bovengemiddelde ofwel ondergemiddelde groei van de maximale huurprijs heeft toeneemt en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van de maximale huurprijs daalt.'* Met andere woorden, nu worden per winkelgebied de groeiverschillen niet afgezet tegen het aantal vestigingen in 2005, maar tegenover de groei in de voorgaande periode. De gemiddeld jaarlijkse groei in de deelperioden 2010-2015 wordt afgezet tegen die van 2005-2010 (zie figuur 6.6) en die van 2015-2017 tegenover die van 2005-2010 (zie figuur 6.7). Theoretisch doet zich polarisatie voor als aan één van de volgende twee condities wordt voldaan. (De andere conditie geldt dan automatisch). Ten eerste, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat tot het gemiddelde behoort afneemt. Ten tweede, uit de vergelijking van de twee figuren moet blijken dat het aantal winkelcentra dat niet tot het gemiddelde behoort toeneemt.

Het is goed om vooraf te weten dat voor de gehele groep van winkelgebieden er tussen de huurprijzen van 2005-2010 en 2010-2015 een licht positief verband bestaat, terwijl dit verband tussen de huurprijzen van 2010-2015 en 2015-2017 licht negatief is. Dat betekent dat veel van de winkelgebieden waar in 2005-2010 groei van de maximale huurprijs was, ook een groei van de maximale huurprijs laten zien in 2010-2015. Veel van de winkelgebieden waar in 2010-2015 groei van de maximale huurprijs was, laten in 2015-2017 een daling van de maximale huurprijs zien. Hoewel er geen significante verbanden zijn, is er wel een duidelijke verandering in huurprijsontwikkeling te zien gedurende de jaren. (Voor 2005-2010 en 2010-2015 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= 0.1636, p= 0.2939, en voor 2010-2015 en 2015-2017 geldt: Pearson's correlatiecoëfficiënt= -0.0573, p= 0.154).



Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking



Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking

Voor beide vergelijkingen (groei in de perioden 2005-2010 en 2010-2015, groei in de perioden 2010-2015 en 2015-2017) geldt dat de meeste winkelcentra zich in het 'peloton' bevinden. In de eerste vergelijking gaat het om 53 winkelgebieden (60,9%) en in de tweede vergelijking gaat het om 55 winkelgebieden (63,2%). De toename van het aantal winkelgebieden dat tot het gemiddelde behoort (en dus automatisch de afname van het aantal winkelgebieden met een boven- of ondergemiddelde groei) laat zien dat er geen sprake is van polarisatie. Er is in de Amsterdamse retailmarkt wat betreft maximale huurprijzen eerder sprake van concentratie.

De vergelijking van twee subperioden levert daarnaast verschillende uitkomsten op. Zo blijken de winkelgebieden P.C. Hooftstraat (#1; Oud-West), Haarlemmerstraat/Dijk (#3; Centrum West), Dam/Magna Plaza e.o. (#4; Centrum West), Ferdinand Bolstraat Zuid (#6; De Pijp), Prinsenstraat (#8; Centrum West), Singel even zijde ts Koningsplein (#9; Centrum Oost), Nieuwendijk/Damrak (#10; Centrum West), Leidsestraat/Koningsplein (#11; Centrum Oost), Reguliersbreestraat/Munt (#12; Centrum West) en Raadhuisstraat (#13; Centrum West) tussen de perioden 2005-2010 en 2010-2015 blijvende groei (doorgroei) te vertonen. Men zou kunnen zeggen dat deze winkelgebieden gebleken zijn over veel veerkracht te beschikken. Dat geldt voor de vergelijking tussen de twee meest recente perioden (2010-2015 en 2015-2017) voor de winkelgebieden Prinsenstraat (#1; Centrum West), Zeedijk (#2; Centrum West), Dam/Magna Plaza e.o. (#3; Centrum West), Ferdinand Bolstraat Zuid (#4; De Pijp), Haarlemmerstraat/Dijk (#5; Centrum West) en P.C. Hooftstraat (#6; Oud-West). Voor beide vergelijkingen van subperioden geldt dat het veelal om centraal gelegen winkelgebieden gaat. Het is opvallend dat de 'doorgroeiers' van beide vergelijkingen veelal overeenkomen met elkaar. Dat wil zeggen dat de winkelgebieden die in 2005-2010 groei kenden van de maximale huurprijs en die in 2010-2015 werden gekenmerkt met 'doorgroei', in 2015-2017 eveneens worden gekenmerkt met 'doorgroei'. Kortom, voor beide vergelijking kan worden gesteld dat qua maximaal huurniveau vooral de centraal gelegen winkelgebieden doorgroei vertonen en dat er weinig verschuiving is in de als 'doorgroei' geclassificeerde winkelcentra. Zoals al geconcludeerd in paragraaf 2 van hoofdstuk 6: locatie lijkt nog steeds een belangrijke factor voor de (door)groei van maximale huurprijzen in Amsterdamse winkelgebieden.

Maar er zijn ook winkelgebieden die (relatieve) daling van het maximaal huurniveau kennen ('neergang'). In de vergelijking van de eerste twee subperioden gaat het om de winkelgebieden aan Sierplein e.o. (#20; Slotervaart), Spaarndammerstraat (#21; Westerpark), Cornelis Schuytstraat (#22; Oud-Zuid), Beethovenstraat (#23; Zuidas), Eerste van Swindenstraat (#24; Indische Buurt), Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin (#25; Centrum West) en Buikslotermeerplein (#29; Buikslotermeer). Bij de tweede vergelijking gaat het om de winkelgebieden Amstelveenseweg (#7; Zuidas), Ceintuurbaan O Nz (#8; De Pijp) en Osdorper Ban/Hoenekes (#9; Osdorp). Het is opvallend dat er weinig winkelgebieden in het stadscentrum een daling van het maximaal huurniveau laten zien. Daarnaast is er sprake van veel verschuiving; er is weinig consistentie te bespeuren in de als 'neergaand' geclassificeerde centra. De Beethovenstraat werd ook als 'neergang' getypeerd wat betreft aantalsgroei en werkgelegenheidsgroei. Het lijkt erop dat het luxueuze aanbod van de Beethovenstraat ten tijde van de kredietcrisis onder druk staat en dat dit zijn weerslag heeft op zowel het aantal vestigingen, alsook de werkgelegenheid en de maximale huurprijzen. Hetzelfde geldt voor de Cornelis Schuytstraat waar een deel van het exclusieve en specialistische winkelaanbod mogelijk bezweek onder de kredietcrisis, waardoor huurprijzen zijn gedaald. Op het Sierplein en in de Spaarndammerstraat is leegstand mogelijk het gevolg van criminaliteit en het toegenomen aantal inbraken in winkelpanden. Mogelijk leidt de Eerste van Swindenstraat onder het succes van het diverse aanbod van de dichtbijgelegen Javastraat. Bovendien heeft de gemeente de afgelopen jaren meer geïnvesteerd in de Javastraat dan in de Eerste van Swindenstraat. Winkelgebied Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin heeft een eentonig aanbod, terwijl voornamelijk beginnende ondernemers zich graag vestigen in gebieden met een divers aanbod. Daarnaast zijn hier de maximale

huurprijzen altijd hoog geweest; het is niet verassend dat ten tijde van de kredietcrisis deze uitzonderlijk hoge huren onder druk staan. Op het Buikslotermeerplein wordt vernieuwing al jaren uitgesteld, omdat onderhandelingen tussen vastgoedeigenaren spaaklopen. Daardoor neemt de leegstand toe en verschraalt het winkelaanbod. De Amstelveenseweg, Ceintuurbaan en Osdorper Ban zijn echte verkeersaders en mogelijk werkt dat het idee van een aantrekkelijk winkelgebied om plezierig te winkelen tegen.

Uit de vergelijking van subperiodes 2005-2010 en 2010-2015 blijkt dat de huurprijsontwikkeling in winkelgebieden Caleido (#16; Osdorp), Johan Huizingalaan (#17; Slotervaart), Jan Evertsenstraat e.o. (#18; De Baarsjes), Bos en Lommerweg (#19; Bos en Lommer), Delflandplein (#26; Slotervaart), Christiaan Huygensplein (#27; Watergraafsmeer) en De Wieken (#28; Oostzanerwerf) al enkele jaren onder druk staat ('Achterstand'). Hetzelfde geldt in de vergelijking van de meest recente perioden voor de winkelgebieden Buikslotermeerplein (#10; Buikslotermeer), Christiaan Huygensplein (#11; Watergraafsmeer), Eerste van Swindenstraat (#12; Indische Buurt), Sierplein e.o. (#13; Slotervaart), Cornelis Schuytstraat (#14; Oud-Zuid), Beethovenstraat (#15; Oud-Zuid), Lambertus Zijlplein (#16; Slotermeer) en Amsterdamse Poort (#17; in de gelijknamige buurt Amsterdamse Poort). In beide vergelijkingen komen de minder centraal gelegen winkelgebieden naar voren. Het is opvallend dat het Christiaan Huygensplein in beide vergelijkingen de stempel 'achterstand' krijgt. Dat wil zeggen dat het winkelgebied in 2005-2010 een daling van de maximale huurprijs laten zien en dat deze daling nog steeds aanwezig was in de periodes 2010-2015 en 2015-2017. Waarom hier sprake is van een blijvende daling van de maximale huurprijs zal voor een deel te maken hebben met de locatie ver buiten het centrum. Daarnaast werd al bij figuur 5.5 geconstateerd dat het Christiaan Huygensplein in 2005 0 geregistreerde werkzame personen in de horeca telde; mogelijk heeft het winkelcentrum daarom moeite met het aantrekken van winkelend publiek, waardoor de leegstand toeneemt en huurprijzen dalen. Delflandplein is in 2005-2010 / 2010-2015 als 'achterstand' getypeerd wat betreft vestigingsgroei, werkgelegenheidsgroei en huurprijsgroei. Dit zal voor een deel te maken hebben met de locatie buiten de A10-ring. In ieder geval is het Delflandplein in 2010-2015 / 2015-2017 niet langer als 'achterstand' getypeerd, mogelijk als gevolg van de impulsen die aan het gebied zijn gegeven.

Er deed zich herstel voor in de eerste periode in het winkelgebied aan de Amstelveenseweg (#2; Zuidas), Ceintuurbaan O Nz (#5; De Pijp), Zeedijk (#7; Centrum West), Dijkgraafplein (#14; De Aker) en Belgiëplein (#15; Nieuw Sloten). Zo beschouwd herstelt de groei van de maximale huurprijzen zich zowel in het centrum als in de woonwijken van de stad. In de meest recente periode is er in de winkelgebieden van Amsterdam weinig herstel te zien. Dijkgraafplein is in 2005-2010 / 2010-2015 als 'herstellend' getypeerd wat betreft vestigingsgroei, werkgelegenheidsgroei en huurprijsgroei. Dit zal voor een deel te maken hebben met de gentrificatie die er sinds de 21^{e} eeuw heeft plaatsgevonden.

Het algemene beeld is dat de winkelgebieden met 'doorgroei' in 2010-2015 verder zijn doorgegroeid in 2015-2017. Winkelgebieden met een (relatieve) daling van het maximaal huurniveau ('neergang') in 2010-2015 zijn daarentegen niet verder gedaald in 2015-2017. In de categorie 'achterstand' is er in het algemeen ook geen sprake van een verslechterde positie (met uitzonder van het Christiaan Huygensplein) en in de categorie 'herstel' is er ook geen sprake van verbeterde herstel.

6.4 Rangorde van winkelgebieden

Een andere manier om de groeiverschillen in kaart te brengen is via rangnummers. Daarbij wordt per deelperiode gekeken naar de gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijzen. De winkelgebieden zijn op rangorde gezet van grootste groei tot kleinste (mogelijk zelfs negatieve) groei. De volgende tabellen (6.2 en 6.3) geven de 20 winkelgebieden weer die in de periode 2005-2010 de grootste

en de kleinste jaarlijkse gemiddelde groei van de maximale huurprijs laten zien. Per regel is af te lezen of de winkelgebieden zijn gestegen of zijn afgegleden op de ranglijst.

De meest opvallende uitkomst van deze analyse is dat de duurzaamheid van de groeiverschillen gering is. Dit komt overeen met de constatering die in paragraaf 4 van hoofdstukken 5 en 6 werd gedaan (over aantalsgroei en werkgelegenheidsgroei). Zo komen van de twintig winkelgebieden met de hoogste groei in de periode 2005-2010 slechts zeven gebieden terug in de top 20 over de periode 2010-2015 en zes in de top 20 over de periode 2015-2017. Bovendien gaat het in de beide laatstgenoemde periodes dikwijls om andere winkelgebieden. Dit is tweede aanwijzing dat polarisatie geen structureel verschijnsel is tussen de Amsterdamse winkelgebieden, zowel niet qua aantalsgroei (hoofdstuk 4) alsook niet qua werkgelegenheidsgroei (hoofdstuk 5) of qua huurprijsgroei (hoofdstuk 6). De onderlinge verschillen in werkgelegenheidsgroei zijn immers per subperiode erg groot. In grote lijnen geldt hetzelfde voor de winkelgebieden met de minste aantalsgroei (tabel 6.3).

Tabel 6.2 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van maximale huurprijzen met hoogste rang in 2005-2010

Winkelgebied	**Rangnummer**		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
Singel even zijde ts Koningsplein	1	10	8
Dam/Magna Plaza eo	2	3	23
Leidsestraat/Koningsplein	3	22	33
Spaarndammerstraat	4	68	19
Cornelis Schuytstraat	5	76	78
Nieuwendijk/Damrak	6	28	19
Beethovenstraat	7	79	81
Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin	8	83	4
Raadhuisstraat	9	42	7
Reguliersbreestraat/Munt	10	43	62
Utrechtsestraat	11	48	31
Vijzelstraat/Vijzelgracht	12	50	69
Dapperstraat/Dapperplein	13	28	47
Van Baerlestraat	14	12	68
P C Hoofstraat	15	1	29
1e van Swindenstraat	16	82	36
Buiklotermeerplein	17	87	43
Oude Hoogstraat	18	16	17
F Bolstraat Z	19	7	30
Haarlemmerstraat/dijk	20	4	27

Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking

Tabel 6.3 Top 20 winkelgebieden gemiddelde jaarlijkse groei van maximale huurprijzen met laagste rang in 2005-2010

Winkelgebied	Rangnummer		
	2005-2010	2010-2015	2015-2017
Tussenmeer midden	87	47	78
Dijkgraafplein	86	29	77
Joh Huizingalaan N	85	71	51
Jan Evertsenstraat eo	84	75	24
Caleido	83	57	45
Belgieplein	82	26	40
1e vd Helststraat	81	11	87
Zonneplein	80	54	75
Zeedijk	79	8	20
Wisseloordplein Gein	78	53	73
Waterlooplein/Jodenbreestraat	77	66	10
Waterlandplein	76	52	71
Waddenweg eo	75	51	70
Van der Pekstraat	74	49	6
Sint Anthoniebreestraat	73	65	9
Scheldestraat	72	46	14
Rooswijk	71	64	65
Rijnstraat	70	67	18
Reigersbos	69	44	63
Purmerplein	68	41	61

Bron: Cushman & Wakefield (2005, 2010,2015,2017). Eigen bewerking

Uit tabellen 6.2 en 6.3 blijkt dat de top 20 van gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijzen erg veranderlijk is. Eerder bleek ook uit figuren 6.3 en 6.4 dat de uitschieters veranderlijk zijn.

6.5 Conclusie

Er bestaan verschillen in huurprijsgroei tussen de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Deze verschillen in groei per deelperiode (sterke groei in de periode 2010-2015 en gematigde groei in de perioden 2005-2010 en 2015-2017). Deze groeiverschillen wijzen echter niet op een toenemende ongelijkheid en een toenemende polarisatie tussen de Amsterdamse winkelgebieden qua werkgelegenheid. Wel lijkt de spreiding tussen Amsterdamse winkelgebieden toe te nemen wat betreft huurprijsgroei (toenemende variatiecoëfficiënt). Daarentegen lijkt de spreiding af te nemen zowel wat betreft werkgelegenheidsgroei alsook wat betreft aantalsgroei (hoofdstukken 4 en 5). Locatie lijkt nog steeds een belangrijke factor te spelen in de huurprijsontwikkeling van winkelgebieden, maar ook economische en demografische veranderingen spelen mogelijk een rol.

Het blijkt dat het nog niet zo eenvoudig is om de mate van ongelijkheid en polarisatie aan te geven. Op basis van hoofdstukken 4, 5 en 6 vinden we eigenlijk niet dat er gesproken kan worden van polarisatie. Wel werd in deze hoofdstukken duidelijk dat er sprake is van groeiverschillen tussen de

Amsterdamse winkelgebieden. Maar welke ruimtelijke, economische en demografische veranderingen liggen ten grondslag aan de groeiverschillen?

7 Resultaten van de beschrijvende statistiek

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van hoofdstukken 4, 5 en 6 met elkaar vergeleken. De uitkomsten zijn samengevat in tabellen 1 tot en met 8 in de appendix.

Tussen 2005 en 2017 is de gemiddelde jaarlijkse groei van Amsterdamse winkelgebieden in te delen in drie periodes: een periode van groei (2005-2010), een periode van krimp (2010-2015) en een periode van herstel (2015-2017). Deze conjuncturele ontwikkeling gaat op voor de gemiddelde jaarlijkse groei van zowel het aantal vestigingen, alsook van de werkgelegenheid en de maximale winkelhuurprijzen (zie tabel 1 in de appendix).

Zowel qua vestigingsaantallen als qua werkzame personen nemen de groeiverschillen tussen Amsterdamse winkelgebieden tussen 2005 en 2017 af, met name in de meest recente periode 2015-2017 (te zien aan een afnemende variatiecoëfficiënt). Wat betreft maximale huurprijs nemen de groeiverschillen tussen Amsterdamse winkelgebieden tussen 2005 en 2017 juist toe (toenemende variatiecoëfficiënt). Wat betreft de gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs lijken de Amsterdamse winkelgebieden dus steeds minder op elkaar. De gemiddelde jaarlijkse groei is het kleinst in de periode 2010-2015 en dat geldt voor alle drie indicatoren. Mogelijk is dit een gevolg van de kredietcrisis. Een ander mogelijk gevolg van de kredietcrisis is de toename van het aantal werkzame personen per vestiging tussen 2015 en 2017. Het lijkt erop dat winkeliers meer service willen bieden aan hun klanten als reactie op de kredietcrisis.

Daarnaast kunnen groeiverschillen tussen sectoren worden aangeduid. In de niet-dagelijkse sector neemt tussen 2015-2017 het aantal vestigingen af (jaarlijks gemiddelde groei -2,66%), terwijl de werkgelegenheid in deze sector toeneemt (jaarlijks gemiddelde groei 1,47%). Dit kan een aanwijzing zijn voor recente schaalvergroting in de niet-dagelijkse sector. In de horecasector neemt tussen 2005 en 2017 de gemiddelde jaarlijkse groei van zowel het aantal vestigingen alsook van de werkgelegenheid toe. Dit lijkt een aanwijzing te zijn voor de opkomst van de beleveniseconomie. In de dagelijkse sector blijft de gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal vestigingen en van de werkgelegenheid redelijk stabiel over de periode 2005-2017.

De gemiddelde jaarlijkse groei verschilt niet alleen per periode, maar ook per winkelgebied. Toch zijn verreweg de meeste winkelgebieden ‘gemiddeld’ te noemen wat betreft omvang en groei van vestigingen, werkgelegenheid en maximale huurprijzen. Met ‘gemiddeld’ bedoelen we dat de afwijking tot het gemiddelde niet groter is dan 1 standaarddeviatie. 56 winkelgebieden (65,1%) zijn gemiddeld wat betreft omvang (in 2005) en groei (tussen 2005 en 2017) van vestigingen, 67 winkelgebieden (76,1 %) zijn gemiddeld wat betreft omvang en groei van werkgelegenheid en 71 winkelgebieden (80,7 %) zijn gemiddeld wat betreft omvang en groei van maximale winkelhuurprijzen.

Wanneer we het hebben over toenemende ongelijkheid gaat het erover dat de winkelgebieden met een relatief grote omvang groeien en dat de winkelgebieden met een relatief kleine omvang krimpen. In de appendix is per indicator (vestigingen, werkgelegenheid, maximale huurprijzen) een overzicht gegeven van omvang en groei, zodat in één oogopslag gezien kan worden in hoeverre er sprake is van toenemende ongelijkheid. Uit tabel 2 in de appendix valt direct op te merken dat toenemende ongelijkheid van Amsterdamse winkelgebieden in meerdere mate geldt voor de indicator maximale huurprijzen en dat het in mindere mate geldt voor de indicatoren vestigingsaantal en werkgelegenheid. Wat betreft de indicator maximale huurprijzen bevinden namelijk relatief veel winkelgebieden zich in de kwadranten rechtsboven en linksonder, terwijl de kwadranten linksboven en rechtsonder minder gevuld zijn. Wat betreft de indicatoren vestigingsaantal en werkgelegenheid is dit precies andersom. Daarnaast valt uit dezelfde tabel op te merken dat de indicatoren

vestigingsaantal en werkgelegenheid enige samenhang lijken te hebben, terwijl bij de indicator maximale huurprijzen veelal andere winkelgebieden worden genoemd.

Wat betreft het vestigingsaantal en de werkgelegenheid is ook per sector (dagelijks, niet-dagelijks en horeca) te duiden in hoeverre er sprake is van toenemende ongelijkheid. Zo is te zien dat de gemiddelde jaarlijkse groei niet alleen per periode en per winkelgebied verschilt, maar ook per sector. In de drie sectoren zijn de meeste winkelgebieden 'gemiddeld' (afwijking tot gemiddelde < 1 standaarddeviatie) te noemen wat betreft omvang (in 2005) en groei (tussen 2005 en 2017) van vestigingen en werkgelegenheid. In de dagelijkse sector zijn 59 winkelgebieden (68,6 %) gemiddeld wat betreft vestigingsaantal en 63 winkelgebieden (71,6 %) zijn gemiddeld wat betreft werkgelegenheid. In de niet-dagelijkse sector zijn 56 winkelgebieden (65,1 %) gemiddeld wat betreft vestigingsaantal en 74 winkelgebieden (84,1 %) gemiddeld wat betreft werkgelegenheid. In de horecasector zijn 58 winkelgebieden (66,7%) gemiddeld wat betreft vestigingsaantal en 71 winkelgebieden (oftewel 81,6 %) gemiddeld wat betreft werkgelegenheid. Tevens kan uit tabellen 3, 4 en 5 in de appendix direct worden opgemerkt dat er weinig sprake is van toenemende ongelijkheid in de dagelijkse sector, de niet-dagelijkse sector en de horecasector van Amsterdamse winkelgebieden. De kwadranten rechtsboven en linksonder zijn namelijk weinig gevuld terwijl de kwadranten linksboven en rechtsonder goed gevuld zijn.

Wanneer we het hebben over polarisatie gaat het erover dat het aantal winkelcentra met een bovengemiddelde ofwel ondergemiddelde groei van de omvang toeneemt en het aantal winkelcentra met een gemiddelde groei van de omvang afneemt. In de appendix in tabellen 6, 7 en 8 is per indicator (vestigingsaantal, werkgelegenheid, maximale huurprijzen) een overzicht gegeven van de groei in periode t en de groei in periode t+1, zodat in één oogopslag gezien kan worden in hoeverre er sprake is van polarisatie.

De meeste winkelgebieden zijn 'gemiddeld' (afwijking tot gemiddelde < 1 standaarddeviatie) te noemen wat betreft groei van vestigingen, werkgelegenheid en maximale huurprijzen. Van groei in vestigingsaantal zijn 71 winkelgebieden (81,6%) gemiddeld in periode 2005-2010 en 67 winkelgebieden (76,1 %) in 2010-2015. Van groei in werkgelegenheid zijn 66 winkelgebieden (75,9) gemiddeld in periode 2005-2010 en 70 winkelgebieden (80,5%) in 2010-2015. Van groei in maximale winkelhuurprijzen zijn 53 winkelgebieden (60,9%) gemiddeld in periode 2005-2010 en 55 winkelgebieden (63,2%) in 2010-2015. We zien dat wat betreft aantalsgroei en werkgelegenheidsgroei circa 70 van de 87 winkelgebieden tot het gemiddelde behoren. Daarnaast lijkt wat betreft groei van de maximale huurprijs meer spreiding te zijn (slechts circa 54 winkelgebieden behoren tot het gemiddelde).

Daarnaast valt op te merken dat er weinig sprake is van polarisatie in de Amsterdamse winkelgebieden wanneer in twee opeenvolgende periode gekeken wordt naar de groei van de werkgelegenheid en de maximale huurprijzen. Er lijkt wat betreft groei van de werkgelegenheid juist sprake te zijn van concentratie rondom het gemiddelde van de groei-indicator. Bovendien laten de indicatoren groei van het vestigingsaantal en groei van de werkgelegenheid afnemende groeiverschillen en toenemende gelijkheid zien. Hoewel er wat betreft de indicator groei van de maximale huurprijzen geen sprake is van polarisatie, laat deze indicator wel toenemende groeiverschillen en toenemende ongelijkheid zien.

Groeiverschillen die uit de tabellen 2 tot en met 8 in de appendix naar voren komen onthullen mogelijke factoren die van invloed zijn op de groei van de Amsterdamse winkelgebieden. Wat betreft de maximale huurprijzen zijn het veelal in het centrum gelegen gebieden die als 'doorgroeiers' kunnen worden getypeerd. Bovendien zijn het veelal (ver) buiten het centrum gelegen gebieden die als 'neergang' of 'achterstand' worden getypeerd. Het lijkt erop dat locatie een belangrijke factor is in het

verklaren van groeiverschillen in maximale huurprijzen. Waarom locatie een factor lijkt te zijn in groeiverschillen van maximale huurprijzen, heeft mogelijk te maken met de locatievoorkeur van beleggers. Vastgoedbeleggers willen zo min mogelijk risico en daarom gaat hun voorkeur uit naar winkelgebieden die zich al bewezen hebben. Dit zijn over het algemeen centraal gelegen locaties. Het gevolg is dat er een vliegwieleffect ontstaat. De bewezen winkelgebieden worden duurder en duurder.

Groeiverschillen in aantal vestigingen en werkgelegenheid lijken voor een deel door gentrificatie te worden verklaard. Uit de analyses bleek dat gentrificatie op twee manieren invloed heeft op het winkelbestand. Gentrificatie kan enerzijds zorgen voor opleving van de buurt en het aantrekken van nieuwe retailondernemers. Anderzijds drijft het de winkelhuurprijzen omhoog, wat voor verdringing van oorspronkelijke ondernemers kan zorgen (het 'trickle-down' effect). Gentrificatie zorgt daarom mogelijk voor zowel toevoegingen als onttrekkingen in het vestigingsaantal en de werkgelegenheid.

In hoofdstuk 8 zal nader onderzocht worden in hoeverre ruimtelijke, economische en sociale factoren van invloed zijn op de drie groei-indicatoren.

8 Meervoudige lineaire regressies

In paragraaf 1 worden modellen ontwikkeld voor de afhankelijke variabelen gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal, gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid en gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs. Elk model bestaat uit één afhankelijke variabele en meerdere onafhankelijke variabelen om zodoende meervoudige lineaire regressies uit te voeren. In elke paragraaf wordt de vraag gesteld: In hoeverre zijn ruimtelijke, economische en sociale factoren van invloed op de verschillen in groei tussen consumptieruimten in Amsterdam? In paragraaf 2 wordt een onderscheid gemaakt tussen dagelijkse goederen, niet-dagelijkse goederen en horecagelegenheden. Er worden nieuwe modellen gemaakt om te kijken of indeling in sectoren van invloed is op de verbanden die zijn gevonden in paragraaf 1. De sectorindeling kan alleen worden gemaakt voor de indicatoren vestigingsaantal en werkgelegenheid.

8.1 Resultaten van de lineaire regressies

Voor de drie afhankelijke variabelen gemeten als gemiddelde jaarlijkse groei in 2005-2017 wordt gekeken in hoeverre ruimtelijke, economische en sociale factoren gemeten in 2015 van invloed zijn. Tabel 8.1 geeft de volgende drie modellen weer:

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei aantal vestigingen } 2005-2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid } 2005-2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei maximale huurprijzen } 2005-2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

Tabel 8.1 Resultaten van de lineaire regressie van gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal, werkgelegenheid en maximale huurprijs tussen 2005-2017 en ruimtelijke, economische en sociale factoren in 2015

	Vestigingsaantal		**Werkgelegenheid**		**Max. huurprijs**	
	ß	Std. fout	ß	Std. fout	ß	Std. fout
Constante	2,566	2,720	3,434	3,146	-1,512	1,617
Werkgelegenheidsfunctie	-0,246	0,279	-0,109	0,323	0,260	0,166
Locatie	0,000	0,000	0,000	0,000	-0,001***	0,000
Filialisering	-0,030	0,042	-0,060	0,049	0,001	0,025
HHI	-19,900***	7,267	-19,590**	8,407	10,419**	4,320
Beleving	0,260	0,611	-0,109	0,707	0,076	0,363
Inkomen	0,129*	0,077	0,205**	0,089	0,093**	0,046
Woningeigendom	-0,096	0,106	-0,132	0,122	0,005	0,063
Gecorrigeerde R^2	0,059		0,068		0,453	
F-statistiek	1,772		1,899*		11,190***	

*** Significant (p<0,01)
** Significant (p<0,05)
* Significant (p<0,10)

8.1.1 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal

De gecorrigeerde R^2 van 0,059 geeft weer dat 5,9% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen ('gecorrigeerd' wil zeggen dat hierbij is gecorrigeerd voor het aantal variabelen in het model). Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model zwak is. Het model als geheel is niet significant (F = 1,772, p > 0,10).

Toch zijn er enkele onafhankelijke variabelen die een significant effect hebben. Dit zijn HHI (p<0,01; 99% betrouwbaarheid) en inkomen (p<0,10; 90% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, locatie, filialisering, beleving en woningeigendom. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal neemt met 19,9% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal neemt met 12,9% toe wanneer het gemiddeld inkomen met €1.000,0 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Met andere woorden, naar mate de HHI groter wordt en er dus qua sectorale samenstelling van de bedrijvigheid sprake is van minder diversiteit (of te wel meer specialisatie) dan neemt het aantal vestigingen per winkelgebied af. Hoe meer diversiteit, des te hoger de groei van vestigingen dus. In het theoretische hoofdstuk kwam naar voren dat functiediversiteit positief in verband wordt gebracht met de aantrekkelijkheid van winkelgebieden voor consumenten (Clarke, Kirkup & Oppewal, 2012; Teller, 2008; Teller & Reutterer, 2008, Leo & Philippe, 2002). Mogelijk spelen retailondernemers hierop in door zich te vestigen in een functiedivers winkelgebied.

Inkomensniveau van de buurt is de andere relevante onafhankelijke variabele. Deze variabele laat een positief verband zien met de toename van het aantal vestigingen. Hoger inkomen in de buurt betekent dus meer vestigingen. Dit kan worden verklaard door het 'people follow capital' van Hamnett (1991): de investeringen door projectontwikkelaars resulteren in een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor nieuwe ondernemers. Let wel: de significante verbanden zijn gecontroleerd voor de andere in de analyse betrokken onafhankelijke variabelen. Zowel aanbodfactoren (diversiteit van de samenstelling van sectoren) als vraagfactoren (het inkomensniveau van de omliggende buurt) hebben effect op de groei van het aantal retailvestigingen in de Amsterdamse winkelgebieden.

8.1.2 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid

De gecorrigeerde R^2 van 0,068 geeft weer dat 6,8% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model zwak is. Het model als geheel is significant met 90% betrouwbaarheid ($F = 1,899$, $p < 0,10$).

Hoewel het model als geheel significant is, betekent dit niet dat iedere onafhankelijke variabele een significant effect heeft. Variabelen met een significant effect zijn HHI ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid) en inkomen ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, locatie, filialisering, beleving en woningeigendom. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid neemt met 19,59% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid neemt met 20,5% toe wanneer het gemiddeld inkomen met €1.000,0 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

De verklaring van de groei van de werkgelegenheid per winkelgebied wijst naar dezelfde significante onafhankelijke variabelen als die van de groei van het vestigingsaantal. Weer zijn het de toenemende diversiteit van de sectorale samenstelling en het stijgende inkomensniveau in de omliggende buurt die positief samenhangen met de groei van de werkgelegenheid per winkelgebied.

8.1.3 Gemiddelde jaarlijkse groei maximale huurprijzen

De gecorrigeerde R^2 van 0,453 geeft weer dat 45,3% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model redelijk sterk is. Het model als geheel is significant met 99% betrouwbaarheid ($F = 11,190$, $p < 0,01$).

Hoewel het model als geheel significant is, betekent dit niet dat iedere onafhankelijke variabele een significant effect heeft. Variabelen met een significant effect zijn locatie ($p<0,01$; 99% betrouwbaarheid), HHI ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid) en inkomen ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, filialisering, beleving en woningeigendom. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs neemt met 0,1% af wanneer de afstand tot het Centraal Station met 1 km toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs neemt met 10,42% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs neemt met 9,3% toe wanneer het gemiddeld inkomen met €1.000,0 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

De meest opvallende uitkomst van deze regressie is dat de totale verklaarde variantie veel hoger is dan bij de groei per winkelgebied van het vestigingsaantal en van de werkgelegenheid. Bovendien doet de ligging ten opzichte van het centrum van de stad er nu toe. De stijging van de maximale huurprijzen in de binnenstad is veel hoger dan elders in Amsterdam en naar mate de afstand tot het centrum groter wordt, neemt de toename van de huurprijs af. Dit is een empirisch bewijs van de bid-rent gedachte zoals die eerder in het theoretische hoofdstuk is besproken. Beleggers of ondernemers bieden in de binnenstad tegen elkaar op hetgeen tot een grotere toename van de huurwaarde leidt dan elders in de stad. Ook winkelgebieden met een toenemende sectorale diversiteit en met een stijgend inkomensniveau in de omliggende buurt laten een relatief hoge toename van de huurprijs zien. Dit zijn waarschijnlijk 'second best' locaties voor beleggers en ondernemers. In het theoretisch hoofdstuk kwam al naar voren dat het aantrekken van hoogopgeleide professionals vaak samengaat met de opkomst van lokale ondernemingen. Wanneer het winkelgebied aantrekkelijker wordt en het aantal ondernemers groeit, resulteert het in stijgende huurprijzen (Zukin e.a., 2009; Hubbard, 2017). In het fasemodel van Snepenger, Murphy & O'Connell (2003) worden deze ontwikkelingen beschreven als behorend tot de *development* fase. Deze ontwikkelingen hebben ook een keerzijde: stijgende huurprijzen kunnen oorspronkelijke ondernemers verdringen (Zukin e.a., 2009; Ganzalez&Waley, 2012). Daarnaast is in de theorie ook al besproken dat toenemende sectorale diversiteit en stijgende huurprijzen vaak samengaan. Retailhandelaren willen graag gevestigd zijn in een aantrekkelijk winkelgebied waar naast detailhandel ook horecagelegenheden gevestigd zijn en zijn bereid hier een hogere huurprijs voor te betalen (Butink, 2015, p. 53).

8.2 Lineaire regressies uitgesplitst naar sectoren

Een vervolgvraag is of de gemiddelde jaarlijkse groei – waar in paragraaf 1 modellen voor zijn opgesteld – kan worden uitgesplitst naar sectoren. In deze paragraaf wordt daarom de vraag gesteld: wordt de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal verschillend verklaard voor de dagelijkse, niet-

dagelijkse en horecasector? Vervolgens wordt ook de vraag gesteld: wordt de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid verschillend verklaard voor de dagelijkse, niet-dagelijkse en horecasector? Voor beide vragen worde drie nieuwe modellen opgesteld: één voor de dagelijkse sector, één voor de niet-dagelijkse sector en één voor de horecasector. Hetzelfde kan niet worden gedaan voor de indicator maximale huurwaardes, omdat specifieke data ontbreekt. Tabel 8.2 geeft de volgende drie modellen weer over de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal:

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal dagelijkse sector } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal niet} - \text{dagelijkse sector } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal horecagelegenheden } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

Tabel 8.2 - Resultaten van de lineaire regressie van gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal tussen 2005-2017 en ruimtelijke, economische en sociale factoren in 2015, uitgesplitst naar de sectoren dagelijks, niet-dagelijks en horeca

	Dagelijks		**Niet-dagelijks**		**Horeca**	
	ß	Std. fout	ß	Std. fout	ß	Std. fout
Constante	0,924	3,824	-5,148	3,754	5,220	3,350
Werkgelegenheidsfunctie	0,087	0,392	-0,364	0,385	-0,188	0,344
Locatie	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001**	0,000
Filialisering	0,009	0,059	0,045	0,058	0,003	0,052
HHI	-8,461	10,220	-25,510**	10,030	-24,310***	8,950
Beleving	-0,675	0,859	0,539	0,843	0,981	0,752
Inkomen	0,144	0,108	0,165	0,106	0,153	0,095
Woningeigendom	-0,058	0,149	-0,015	0,146	-0,285**	0,130
Gecorrigeerde R^2	-0,020		0,023		0,104	
F-statistiek	0,756		1,288		2,428**	

*** Significant (p<0,01)
** Significant (p<0,05)
* Significant (p<0,10)

8.2.2 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal dagelijkse sector

De gecorrigeerde R^2 van -0,020 geeft weer dat 2,0% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model erg zwak is. Het model als geheel is niet significant (F = 0,756, p > 0,10). Geen enkele van de onafhankelijke variabelen heeft een significant effect.

8.2.3 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantal niet-dagelijkse sector

De gecorrigeerde R^2 van 0,023 geeft weer dat 2,3% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model erg zwak is. Het model als geheel is niet significant (F = 1,288, p > 0,10).

Toch is er een onafhankelijke variabele die een significant effect heeft. De variabele met een significant effect is HHI (p<0,05; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, locatie, filialisering, beleving, woningeigendom en inkomen. De interpretatie van de bèta van de significante variabele is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal in de niet-dagelijkse sector neemt met 25,510% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Weer is het de toenemende diversiteit van de sectorale samenstelling die positief samenhangt met de groei van het vestigingsaantal in de niet-dagelijkse sector per winkelgebied (ofwel de afnemende diversiteit die negatief samenhangt met de groei). In paragraaf 1 zagen we dat meer diversiteit samenhangt met meer groei van het totale vestigingsaantal en nu zien we dat meer diversiteit samenhangt met meer groei van specifiek de niet-dagelijkse sector.

8.2.4 Gemiddelde jaarlijkse groei vestigingsaantallen horecasector

De gecorrigeerde R^2 van 0,104 geeft weer dat 10,4% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model zwak is. Het model als geheel is significant met 95% betrouwbaarheid ($F = 2,428$, $p < 0,05$).

Hoewel het model als geheel significant is, betekent dit niet dat iedere onafhankelijke variabele een significant effect heeft. Variabelen met een significant effect zijn locatie (p<0,05; 95% betrouwbaarheid), HHI (p<0,01; 99% betrouwbaarheid) en woningeigendom (p<0,05; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, filialisering, beleving en inkomen. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal in de horecasector neemt met 0,1% af wanneer de afstand tot het Centraal Station met 1 km toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal in de horecasector neemt met 24,310% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal in de horecasector neemt met 0,285% af wanneer het percentage koopwoningen met 1% toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Kortom, de ligging ten opzichte van het centrum van de stad doet ertoe voor de horeca: hoe dichter bij het centrum gelegen, des te groter is de groei van de horecasector. Dit laat zien dat beleggers en ondernemers in de horeca een voorkeur hebben voor centrale locaties, mogelijk omdat deze locaties zich al bewezen hebben en het beleggersrisico relatief laag is. Bovendien is dit weer een empirisch bewijs van de bid-rent gedachte dat het specialistische segment (waartoe horeca behoort) relatief veel op centrale locaties is gevestigd. Daarnaast wordt toenemende diversiteit in verband gebracht met groei van het vestigingsaantal van specifiek de horecasector. (Eerder zagen we dat toenemende diversiteit ook samenhangt met vestigingsgroei van de niet-dagelijkse sector, maar dat het niet samenhangt met vestigingsgroei van de dagelijkse sector). Dit ondersteunt de bewering van Teller

(2008) dat de bezoeker van een winkelgebied steeds meer afkomt op restaurants en cafés, wat zijn weerslag heeft op het groeiend aantal horecagelegenheden en een afnemend aantal winkels in winkelgebieden. De meest opvallende uitkomst van deze regressie is dat een toename van het aandeel koopwoningen samenhangt met een daling van het vestigingsaantal in de horecasector. Mogelijk stuit de mogelijke komst van horecagelegenheden op te veel weerstand van permanente bewoners vanwege geluidsoverlast.

Tabel 8.3 geeft de volgende drie modellen weer over de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid:

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid dagelijkse sector } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid niet} - \text{dagelijkse sector } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

$$\text{Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid horecagelegenheden } 2005 - 2017 = \beta_0 + \beta_1 * Dichtheid + \beta_2 * Locatie + \beta_3 * Filialisering + \beta_4 * HHI + \beta_5 * Beleving + \beta_6 * Inkomen + \beta_7 * \%\, koopwoningen + \varepsilon$$

Tabel 8.3 Resultaten van de lineaire regressie van gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid tussen 2005-2017 en ruimtelijke, economische en sociale factoren in 2015, uitgesplitst naar de sectoren dagelijks, niet-dagelijks en horeca

	Dagelijks		**Niet-dagelijks**		**Horeca**	
	ß	Std. fout	ß	Std. fout	ß	Std. fout
Constante	5,279	4,291	-6,087	4,238	7,892**	3,827
Werkgelegenheidsfunctie	0,089	0,440	-0,123	0,435	-0,236	0,392
Locatie	-0,000	0,000	0,000	0,000	0,001*	0,000
Filialisering	-0,041	0,067	0,020	0,066	0,011	0,059
HHI	-3,333	11,465	-23,010**	11,320	-34,110***	10,230
Beleving (locatiequotiënt van horecasector)	-2,139**	0,964	0,422	0,952	0,810	0,859
Inkomen	0,241*	0,121	0,170	0,120	0,210*	0,108
Woningeigendom	-0,147	0,167	0,071	0,165	-0,329**	0,149
Gecorrigeerde R^2	0,050		0,027		0,106	
F-statistiek	1,652		1,336		2,462	

*** Significant (p<0,01)
** Significant (p<0,05)
* Significant (p<0,10)

8.2.5 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid dagelijkse sector

De gecorrigeerde R^2 van 0,050 geeft weer dat 5,0% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model erg zwak is. Het model als geheel is niet significant (F = 1,652, p > 0,10).

Toch zijn er enkele onafhankelijke variabelen met een significant effect. Significante variabelen zijn beleving (p<0,05; 95% betrouwbaarheid) en inkomen (p<0,10; 90% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, locatie, filialisering, HHI en woningeigendom. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector neemt met 2,139% af wanneer het locatiequotiënt van de horecasector met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector neemt met 24,1% toe wanneer het gemiddeld inkomen met €1.000,0 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Dit model is beter dan die van het vestigingsaantal in de dagelijkse sector. Ten eerste omdat de verklaarde variantie hoger is (alhoewel nog steeds laag) en ten tweede omdat twee onafhankelijke variabelen een significant effect laten zien. Beleving (gemeten als locatiequotiënt van horecavestigingen) hangt negatief samen met de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector. Mogelijk wordt dit verklaard door verdringing van de dagelijkse sector door opkomst van de horecasector. De stijging van huurprijzen brengt met name de ondernemers in het dagelijkse segment in de problemen, omdat zij verkopen met een lage winstmarge (Zukin, 2009; Ganzalez & Waley, 2012). Het gemiddeld inkomen hangt positief samen met groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector. De gegentrificeerde wijken waar het gemiddeld inkomen stijgt, hebben te maken met een groei van het aanbod in de dagelijkse sector. In Amsterdam is dat te zien aan de opkomst van de tot het hogere segment behorende supermarktketen Marqt (Marqt, z.d.).

8.2.6 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid niet-dagelijkse sector

De gecorrigeerde R^2 van 0,027 geeft weer dat 2,7% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model erg zwak is. Het model als geheel is niet significant ($F = 1,336$, $p > 0,10$).

Toch is er een onafhankelijke variabele met een significant effect. De variabele met een significant effect is HHI ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met een niet-significant effect zijn locatie, werkgelegenheidsfunctie, filialisering, beleving, inkomen en woningeigendom. De interpretatie van de bèta van de significante variabele is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de niet-dagelijkse sector neemt met 23,010% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Met andere woorden, meer diversiteit hangt samen met meer groei van de werkgelegenheid in de niet-dagelijkse sector. Eerder werd geconstateerd dat meer diversiteit ook samenhangt met meer groei van het vestigingsaantal in de niet-dagelijkse sector.

8.2.7 Gemiddelde jaarlijkse groei werkgelegenheid horecasector

De gecorrigeerde R^2 van 0,106 geeft weer dat 10,6% van de variantie in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de variantie in de onafhankelijke variabelen. Dat wil zeggen dat de pasvorm van het model zwak is. Het model als geheel is niet significant ($F = 2,462$, $p > 0,10$).

Toch zijn er enkele onafhankelijke variabelen met een significant effect. Variabelen met een significant effect zijn locatie ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid), HHI ($p<0,01$; 99% betrouwbaarheid), inkomen ($p<0,10$; 90% betrouwbaarheid) en woningeigendom ($p<0,05$; 95% betrouwbaarheid). Variabelen met

een niet-significant effect zijn werkgelegenheidsfunctie, filialisering en beleving. De interpretatie van de bèta van de significante variabelen is als volgt:

- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de horecasector neemt met 0,1% af wanneer de afstand tot het Centraal Station met 1 km toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de horecasector neemt met 34,110% af wanneer de HHI met 0,01 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector neemt met 21,1% toe wanneer het gemiddeld inkomen met €1.000,0 toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*
- *De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de horecasector neemt met 0,329% af wanneer het percentage koopwoningen met 1% toeneemt. Hierbij is het effect van de andere variabelen constant gehouden.*

Deze regressie over groei van werkgelegenheid in de horecasector geeft vergelijkbare resultaten als de regressie die gaat over groei van vestigingsaantallen in de horecasector. Weer zijn locatie, diversiteit en percentage koopwoningen variabelen met een significant effect. Ook de richting van het verband (positief of negatief) is voor elke variabele hetzelfde. Bovendien wordt het gemiddeld inkomen positief in verband gebracht met groei van werkgelegenheid in de horecasector. Koopkrachtige bewoners kunnen zich blijkbaar 'beleving' veroorloven.

8.3 Samenvatting van de significante verbanden

Tabel 8.4 geeft een samenvatting van de significante verbanden die in de paragrafen 1 en 2 naar voren kwamen. Diversiteit en gemiddeld inkomen hebben een significant positief effect op alle drie groei-indicatoren (gelet op het totaal van de drie sectoren). Tevens wordt gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijzen aanvullend verklaard door de factor locatie (significant positief verband).

Tabel 8.4 Samenvatting van de significante verbanden

Afhankelijke variabele	***Sector***	***Onafhankelijke variabelen met significant effect (+ = positief verband, – = negatief verband)***
Gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal	Totaal	Diversiteit (+) Gemiddeld inkomen (+)
	Dagelijks	-
	Niet-dagelijks	Diversiteit (+)
	Horeca	Locatie/centrale ligging (+) Diversiteit (+) % koopwoningen (-)
Gemiddelde jaarlijkse groei van werkgelegenheid	Totaal	Diversiteit (+) Gemiddeld inkomen (+)
	Dagelijks	Beleving/locatiequotiënt van de horecasector (-) Gemiddeld inkomen (+)
	Niet-dagelijks	Diversiteit (+)
	Horeca	Locatie/centrale ligging (+) Diversiteit (+) Inkomen (+) % koopwoningen (-)
Gemiddelde jaarlijkse groei van max. huurprijs	Totaal	Diversiteit (+) Gemiddeld inkomen (+) Locatie/centrale ligging (+)

9 Conclusie en discussie

9.1 Antwoord op de centrale vraag

Amsterdam zou in toenemende mate te maken hebben met enerzijds een drukteproblematiek in het stadscentrum en anderzijds de verschraling van retailvoorzieningen in gebieden buiten de binnenstad. Deze ontwikkelingen zouden tot gevolg hebben dat in Amsterdam verschillen ontstaan tussen gebieden met hoge en groeiende bezoekersaantallen ('hotspots') en gebieden met lage en verminderde bezoekersaantallen ('coldspots'). In deze thesis is op basis van beschikbare databronnen nagegaan in hoeverre deze veronderstellingen kloppen met de werkelijkheid. Zo is de hypothese dat hotspots mogelijk worden bedreigd door een gebrek aan diversiteit van voorzieningen, aantasting van het ondernemersklimaat (filialisering), excessief hoge vastgoedprijzen (selectie), overlast door drukte (leefbaarheidseffecten) en vervreemding van bewoners van hun eigen buurt. Coldspots zouden worden bedreigd door structurele leegstand, een beperkter wordende diversiteit van voorzieningen en druk op leefbaarheid (Gemeente Amsterdam, 2018a; p. 8; Gemeente Amsterdam, 2015, p. 36). De thesis geeft een antwoord op een viertal beleidsrelevante vragen.

9.1.1 In welke mate is sprake van polarisering van succesvolle en minder succesvolle Amsterdamse winkelgebieden?

Het onderscheid tussen succesvolle en minder succesvolle winkelgebieden is steeds minder relevant in de 87 Amsterdamse winkelgebieden. Ten eerste omdat er wat betreft groei van het vestigingsaantal en groei van de werkgelegenheid afnemende groeiverschillen en toenemende gelijkheid zijn geconstateerd. Bovendien is er wat betreft beide groei-indicatoren geen sprake van polarisatie. Ten tweede is er wat betreft groei van de maximale huurprijzen wel sprake van toenemende groeiverschillen en toenemende ongelijkheid, maar deze verschillen zijn te klein om echt van polarisatie te kunnen spreken. Kortom, continuering van de belangrijkste groei in de extreme winkelgebieden (hotspots en coldpots) lijkt niet het geval te zijn.

9.1.2 In hoeverre kan deze polarisatie/concentratie aanvullend worden verklaard door functioneel-economische en sociaal-demografische factoren?

Uit de regressies blijkt dat winkelgebieden met een diverser retailaanbod en gelegen in een buurt met een hoger gemiddeld inkomen, een hogere gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en van de werkgelegenheid laten zien. Tevens blijkt dat winkelgebieden met een diverser retailaanbod, een hoger gemiddeld inkomen en een meer centrale locatie een hogere gemiddelde jaarlijkse groei van de maximale huurprijs laten zien. Ook uit de grafieken blijkt dat winkelgebieden met een bovengemiddelde maximale huurprijs en een bovengemiddelde groei veelal in het centrum gelegen zijn en dat winkelgebieden met een ondergemiddelde maximale huurprijs en een ondergemiddelde groei veelal buiten het centrum gelegen zijn. Dit benadrukt het polariserende effect van de factor locatie. Mogelijk moet de oorzaak hiervoor gezocht worden aan de beleggerskant: zij willen zo min mogelijk risico lopen en daarom gaat hun voorkeur uit naar winkelgebieden die zich al bewezen hebben. Dit zijn over het algemeen centraal gelegen locaties.

9.2 Beleidsaanbevelingen

9.2.1 Welk beleid zou de gemeente Amsterdam kunnen uitvoeren om het voorzieningenniveau in winkelgebieden op peil te houden?

Het is gebleken dat meer diversiteit van het retailaanbod en een hoger gemiddeld inkomen van de buurt waarin het winkelgebied is gevestigd een significant positief effect hebben op de gemiddelde

jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en de werkgelegenheid. Als de gemeente de groei van bepaalde winkelgebieden wil stimuleren dan moet het inzetten op het vergroten van de diversiteit van het aanbod en het verhogen van het gemiddeld inkomen. Beide aspecten hebben waarschijnlijk met elkaar te maken, want uit verschillende studies is gebleken dat functiediversiteit een positief significant effect heeft op de aantrekkelijkheid van winkelgebieden voor consumenten (Clarke, Kirkup & Oppewal, 2012; Teller, 2008; Teller & Reutterer, 2008, Leo & Philippe, 2002). Bij het samenstellen van een divers retailaanbod is het bovendien goed om te weten dat de bezoeker van het winkelgebied steeds meer afkomt op de aanwezigheid van een divers horeca aanbod (Teller, 2008). Tussen de toename van functiediversiteit en de toename van bezoekersaantallen bestaat een soort vliegwieleffect: door groei van de bestedingen wordt het winkelgebied steeds aantrekkelijker als vestigingslocatie voor retailondernemers, waardoor de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en de werkgelegenheid toeneemt, waardoor het steeds meer bestedingen aantrekt enz. enz. De gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en de werkgelegenheid neemt ook toe door toename van het gemiddelde inkomen. Een hoger gemiddeld inkomen betekent namelijk koopkrachtige inwoners met een hoger vraagniveau. Dat heeft tot mogelijk gevolg dat de retailondernemers in aantal toenemen (Hamnett, 1991).

9.2.2 Welk beleid zou de gemeente Amsterdam kunnen uitvoeren om drukte in sommige winkelgebieden tegen te gaan (en daarmee de leefbaarheid te vergroten)?

De gemeente heeft recentelijk al het beleidsbesluit genomen om de vestiging van nieuwe toeristenwinkels in het postcodegebied 1012 en circa 40 aangrenzende winkelstraten te weren (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 28). Op basis van het onderzoek van Teller (2008) - waarin wordt genoemd dat er aanwijzingen zijn dat de bezoeker van het winkelgebied steeds meer afkomt op de aanwezigheid van een divers horeca aanbod – lijkt het beleidsbesluit van de gemeente Amsterdam een goede maatregel om de groei van het toerisme in de binnenstad een halt toe te roepen. Bovendien, een tweede argument voor het genomen beleidsbesluit is dat toeristenwinkels andere retailaanbieders verdringen (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 41). Uit deze thesis is gebleken dat er mogelijk sprake is van verdringing. De locatiequotiënt van horecavestigingen heeft een negatief significant effect op de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de dagelijkse sector. Dit is een aanwijzing voor verdringing van de dagelijkse sector door opkomst van de horecasector. De gemeente Amsterdam moet het nieuwe beleidsbesluit handhaven om drukte en verdringing tegen te gaan.

Kort samengevat, de gemeente Amsterdam moet

- *In gebieden waar het voorzieningenniveau achterblijft: inzetten op een divers horeca aanbod*
- *In gebieden waar het vraagniveau achterblijft: inzetten op gentrificatie (waardoor het gemiddeld inkomen toeneemt)*
- *In gebieden waar de leefbaarheid wordt aangetast: handhaven van het genomen beleidsbesluit 'vestiging van nieuwe toeristenwinkels weren in postcodegebied 1012'*

9.3 Beperkingen

Een eerste beperking is dat de conclusies van deze thesis enkel gelden voor de 87 winkelgebieden van Amsterdam. Ze zijn niet toepasbaar op andere winkelgebieden. Ten tweede moet de lezer er rekening mee houden dat de studie gebaseerd is op een selectie van SBI-nummers. De hoofdzakelijk in winkelgebieden aanwezige sectoren worden meegenomen, maar de in winkelgebieden ondergeschikte dienstverlening (zoals bijvoorbeeld benzinestations) zijn niet meegenomen in de selectie. De voetnoten in paragraaf 1 van de hoofdstukken 4, 5 en 6 geven hier meer informatie over.

Een andere beperking wordt veroorzaakt door het gebruik van locatiequotiënten. Erg gespecialiseerde sectoren – zoals horeca – hebben per definitie een hogere locatiequotiënt dan minder gespecialiseerde sectoren, zoals dagelijkse en niet-dagelijkse goederen. Daarnaast kan de locatiequotiënt in kleine winkelgebieden hoger zijn dan in grotere winkelgebieden.

9.4 Reflectie

Uit de regressies is naar voren gekomen dat functiediversiteit een significant positief effect heeft op de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal en de werkgelegenheid. Daarom zou het een interessante toevoeging zijn geweest om één of meerdere winkelgebied makelaars gevraagd te hebben naar hun ervaring met functiediversiteit. Hebben zij ervaren dat door het aanbieden van meer diversiteit het winkelgebied aantrekkelijker wordt bevonden door bezoekers van het winkelgebied? Neemt daardoor ook het aantal nieuwe retailvestigingen toe? Een andere sociaal-demografische factor die meegenomen had kunnen worden in het onderzoek is opleiding. Een toename van de hoogst genoten opleiding is een indicator voor gentrificatie. Wellicht zou het construct 'gentrificatie' – bestaande uit opleidingsniveau, inkomensniveau en woningeigendom – wel een significant effect gehad hebben op de drie afhankelijke groei-indicatoren. Hoewel zowel een interview met een winkelgebied makelaar als het toevoegen van een construct 'gentrificatie' goede toevoegingen geweest konden zijn, gingen ze wellicht voorbij aan de omvang van een scriptie.

9.5 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek

Tevens zijn er enkele onbeantwoorde vragen die aan het licht zijn gekomen. Zo zal er nader onderzocht kunnen worden in hoeverre er in de Amsterdamse retailmarkt sprake is van verdringing. In deze thesis is een aanwijzing gevonden voor verdringing. Maar hoewel de locatiequotiënt van horecavestigingen een negatief significant effect heeft op de gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid, kon er geen negatief significant effect op de gemiddelde jaarlijkse groei van het vestigingsaantal worden geconstateerd. Een andere mogelijkheid voor toekomstig onderzoek is het onderzoeken in hoeverre de verkregen resultaten ook gelden voor andere steden. Verschillende steden in binnen- en buitenland hebben te maken met toenemende drukteproblematiek en het is interessant om te evalueren welke beleidsmaatregelen effect hebben.

Literatuurlijst

Alonso, W. (1964). *Location and land use. Toward a general theory of land rent*. Cambridge: Harvard University Press.

Boschma, R., Balland, P.A. & Kogler, D. (2015). Relatedness and technological change in cities: the rise and fall of technological knowledge in U.S. metropolitan areas from 1981 to 2010. *Industrial and Corporate Change, 24*(1), 223-250.

Bridge, G. & Dowling, R. (2001). Microgeographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer, 32*(1), 93-107.

Burger, M.J., Meijers, E.J. & Van Oort, F.G. (2014). Regional spatial structure and retail amenities in The Netherlands. *Regional Studies 48*(12), 1972-1992.

Butink, C.L. (2015). Toekomst van de Nederlandse winkelstraat. *AGORA Magazine*, *31*(2), 52-54.

Carù, A. & Cova, B. (2014). The design of consumer experiences: managerial approaches for service companies. *Managing Consumer Services*, 91-108. DOI: 10.1007/978-3-319-04289-3_6

Castells, M. & Mollenkopf, J.H. (1991). *Dual City: Restructuring New York*. New York: Russell Sage Foundation.

CBS (z.d. a). Het CBS. Opgevraagd op 15 juni, 2018, verkregen van https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/organisatie

CBS (z.d. b). Kerncijfers Wijken en Buurten. Opgevraagd op 15 juni, 2018, verkregen van http://statline.cbs.nl/

Chang, T.C., & Huang, S. (2014). Urban tourism and the experience economy. *The Wiley Blackwell companion to tourism*, 220-229.

Christaller, W. (1966). *Central places in southern Germany*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Clarke, I., Kirkup, M. & Oppewal, H. (2012). Consumer satisfaction with local retail diversity in the UK: effects of supermarket access, brand variety and social deprivation. *Environment and Planning A, 44*(8), 1896-1911.

Cushman & Wakefield (2005). *Winkelhuren Amsterdam 2005*. Amsterdam: Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield (2010). *Winkelhuren Amsterdam 2010*. Amsterdam: Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield (2015). *Winkelhuren Amsterdam 2015*. Amsterdam: Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield (2017). *Winkelhuren Amsterdam 2017*. Amsterdam: Cushman & Wakefield

Decisio (2017). *Bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort. Pilot gebruik mobiele telefoondata in bezoekers en verplaatsingsonderzoek*. Verkregen van de website van het Parool: https://www.parool.nl/rest/content/assets/1d7b4341-a4a2-4087-a02b-d9a328eb2bff

Eaton, B.C., & Lipsey, R.G. (1982). An economic theory of central places. *The Economic Journal 92*(365), 56-72.

Friedmann, J., & Wolff, G. (1982). World city formation: an agenda for research and action. *International Journal of Urban and Regional Research*, *6*(3), 309-344.

Gadet, J. (2011). *Terug naar de stad; geografisch portret van Amsterdam.* Amsterdam: Sun Trancity.

Gemeente Amsterdam (2007). *Winkelen in Amsterdam 2005-2006*. Verkregen van de website van de gemeente Amsterdam: https://www.ois.amsterdam.nl/pdf/2007_winkelen_in_amsterdam.pdf

Gemeente Amsterdam (2015). *Stad in balans; startdocument*. Verkregen van de website van de gemeente Amsterdam: http://amsterdamcity.nl/wp-content/uploads/2017/01/stad_in_balans.pdf

Gemeente Amsterdam (2017). *Sturen op een divers winkelgebied*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam

Gemeente Amsterdam (2018a). *Detailhandelsbeleid Amsterdam 2018-2022: sterke winkelgebieden in een groeiende stad*. Verkregen van de website van de gemeente Amsterdam: https://www.amsterdam.nl/ondernemen/detailhandel/detailhandelsbeleid/

Gemeente Amsterdam (2018b). *ARRA-bestanden 2005, 2010, 2015, 2017.* Amsterdam: Gemeente Amsterdam

Glass, R.L. (1964). *Aspects of change*. London: MacGibbon & Kee.

González, S., & Waley, P. (2013). Traditional retail markets: the new gentrification frontier?. *Antipode*, *45*(4), 965-983.

Goodman, M.K., Goodman, D. & Redclift, M. (2009). Situating consumption, space and place. *Environment, Politics and Development Working Paper Series. London: Department of Geography, King's College London*.

Haig, R.M. (1926). Toward an understanding of the Metropolis: II. The assignment of activities to areas in urban regions. *The Quarterly Journal of Economics*, *40*(3), 402-434.

Hamnett, C. (1994). Socio-economic change in London: professionalization not polarization. *Built Environment, 20*(3), 192-203.

Hamnett, C. (1991). The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers, 16*(2), 173-189. DOI: 10.2307/622612

Howard, E. (2007). New shopping centres: is leisure the answer? *International Journal of Retail & Distribution Management, 35*(8), 661-672. DOI: 10.1108/09590550710758649

Hubbard, P. (2017). Introduction: gentrification and retail change. In: *The Battle for the High Street* (1-13). London: Palgrave Macmillan.

Jayne, M. (2006). Cultural geography; consumption and the city. *Geography, 91*(1), 34-42.

Leo, P.Y. & Philippe J. (2002). Retail centers: Location and consumer's satisfaction. *Service Industries Journal, 22*(1), 122-146.

Marcuse, P. (1989). 'Dual city': a muddy metaphor for a quartered city. *International Journal of Urban and Regional Research, 13*(4), 697-708.

Marqt (z.d.). Winkels en openingstijden. Opgevraagd op 10 oktober, 2018, verkregen van https://www.marqt.nl/winkels-en-openingstijden/amsterdam/

Mehta, V. & Bosson, J.K. (2010). Third places and the social life of streets. *Environment and Behavior, 42*(6), 779-805.

Mermet, A.C. (2017). Global retail capital and the city: towards an intensification of gentrification. *Urban Geography, 38*(8), 1158-1181. DOI: 10.1080/02723638.2016.1200328

OIS (2012). *Drukte in de binnenstad 2012.* Amsterdam: Gemeente Amsterdam.

OIS (z.d.). Detailhandel in Amsterdam. Opgevraagd op 5 oktober, 2018, verkregen van https://www.ois.amsterdam.nl/themas/detailhandel-in-amsterdam/#

OIS (2018c, 2018, 5 januari 2018). Amsterdam groeit door en bereikt hoogste buitenlands migratiesaldo ooit: 13.600. Verkregen van https://www.ois.amsterdam.nl/nieuwsarchief/2018

Peet, J.R. (1969). The spatial expansion of commercial agriculture in the nineteenth century: a Von Thunen interpretation. *Economic Geography, 45*(4), 283-301.

Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76,* 97-105.

Rhoades, S.A. (1993). The Herfindahl-Hirschman index. *Federal Reserve Bulletin,* 188-189.

Sassen, S. (1984). The new labor demand in global cities. In: M.P. Smith (red.*), Cities in transformation* (139-171). Beverley Hills: Sage.

Sassen, S. (1988). *The mobility of labour and capital.* Cambridge: Cambridge University Press.

Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo.* Princeton: Princeton University Press.

Schulze, G. (2005). *The experience society*. London: Sage.

Slater, T. (2011). Gentrification of the city. In: G., Bridge & S., Watson (red.), *The New Blackwell Companion to the City* (571-585). Chichester: John Wiley & Sons.

Smith, N. (1987). Gentrification and the rent gap. *Annals of the Association of American Geographers*, *77*(3), 462-465.

Snepenger, D.J., Murphy, L., O'Connell, R., & Gregg, E. (2003). Tourists and residents use of a shopping space. *Annals of Tourism Research 30*(3), 567-580.

Spierings, B.H.A. (2004). De binnenstad als moderne consumptieruimte: mobiliteit, kwaliteit en beeldvorming. Ruimteconferentie op 26 oktober 2004.

Styhre, A., & Engberg, T. (2003). Spaces of consumption: from margin to centre. *Ephemera: Critical Dialogues on Organization*, *3*(2), 115-125.

Teller, C. (2008). Shopping streets versus shopping malls–determinants of agglomeration format attractiveness from the consumers' point of view. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 18*(4), 381-403.

Teller, C., & Reutterer, T. (2008). The evolving concept of retail attractiveness: what makes retail agglomerations attractive when customers shop at them?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *15*(3), 127-143.

Timmermans, H. J. P. (1980). Functionele hiërarchie en ruimtelijk keuzegedrag van consumenten: een theoretische uiteenzetting en een empirische toepassing van een ruimtelijk preferentie model. *Geografisch Tijdschrift. Nieuwe Reeks, 14*(3), 182-193.

Toffler, A. (1970). *Future shock.* New York: Random House.

Tong, D., & Murray, A. T. (2017). Location analysis: developments on the horizon. In: R. Jackson & P. Schaeffer (red.), *Regional Research Frontier* (193-208). Cham: Springer International Publishing.

Wagner, J. E. (2000). Regional economic diversity: action, concept, or state of confusion. *Journal of Regional Analysis and Policy*, *30*(2), 1-22.

Weltevreden, J. W. J., & Langeweg, S. J. (2007). *Winkelen in het internettijdperk*. Rotterdam: NAi Uitgevers.

Wyckoff, M. A. (2014). Definition of placemaking: four different types. *Planning & Zoning News*, *32*(3), 1-10.

Zhang, X. & Kanbur, R. (2001) What difference do polarisation measures make? An application to China. *Journal of Development Studies, 37*(3), 85-98. DOI: 10.1080/00220380412331321981

Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T., & Walker, A. (2009). New retail capital and neighborhood change: boutiques and gentrification in New York city. *City & Community, 8*(1), 47–64.

Appendix

Tabel 1 Groeiverschillen (gemiddeld jaarlijks groeipercentage)

	Vestigingen	Werk	Huurprijzen
Totaal			
2005-2010	1,48	1,70	5,11
2010-2015	0,82	1,16	0,25
2015-2017	0,94	3,13	3,81
2005-2017	1,12	1,71	2,86
Winkels dagelijkse goederen			
2005-2010	1,93	4,12	-
2010-2015	1,80	3,67	-
2015-2017	1,91	3,97	-
2005-2017	1,87	3,84	-
Winkels niet-dagelijkse goederen			
2005-2010`	0,43	0,82	-
2010-2015	- 1,90	- 2,17	-
2015-2017	- 2,66	1,47	-
2005-2017	- 1,06	- 0,32	-
Horecagelegenheden			
2005-2010	0,76	1,52	-
2010-2015	2,21	3,02	-
2015-2017	3,91	6,65	-
2005-2017	1,88	2,97	-

Tabel 2 Ongelijke ontwikkeling tussen 2005-2017 (omvang*groei) totaal van sectoren

	Vestigingen	**Werkgelegenheid**	**Max. huurprijzen**
Peloton	56 winkelgebieden; 65,1 %	67 winkelgebieden; 76,1 %	71 winkelgebieden; 80,7 %
Rechtsboven (veel+sterke groei)	Overtoom	-	Dam/Magna Plaza Kalver/Heilige/Rokin Leidsestr./Konings-plein Oude Hoogstraat P.C. Hooftstraat
Linksonder (weinig+geringe groei)	Delflandplein Dijkgraafplein Zonneplein	Dijkgraafplein	1e vd Helststraat Christiaan Huygensplein Osdorpplein/Tussen Meer
Linksboven (weinig+sterke groei)	Beethovenstraat Bos en Lommerweg Brazilië Ceintuurbaan W Zz Czaar Peterstraat Olympiaplein-Stadionweg Plein 40-45 Roelof Hartstraat	Beethovenstraat Bos en Lommerweg Brazilië Burg. Van Leeuwenlaan Ceintuurbaan W Zz Czaar Peterstraat Linnaeusstraat Olympiaplein-Stadionweg	F. Bolstraat Prinsenstraat Raadhuisstraat Singel Spaarndammer-straat
Rechtsonder (veel+geringe groei)	A'damse Poort Buikslotermeerplein Ceintuurbaan O Nz Ferdinand Bolstraat Haarlemmerstraat/Haarlem-merdijk Jan Evertsenstraat e.o. Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Kinkerstraat Leidsestraat/Koningsplein Nieuwendijk/Damrak Overtoom Raadhuisstraat	A'damse Poort Dam/Magna Plaza Ferdinand Bolstraat Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Nieuwendijk/Damrak Van Baerlestraat Waterlooplein/Jodenbree-straat	-

Tabel 3 Ongelijke ontwikkeling tussen 2005-2017 (omvang*groei) winkels dagelijkse goederen

	Vestigingen	**Werkgelegenheid**	**Max. huurprijzen**
Peloton	59 winkelgebieden; 68,6 %	63 winkelgebieden; 71,6 %	-
Rechtsboven (veel+sterke groei)	Nieuwendijk/Damrak	-	-
Linksonder (weinig+geringe groei)	Oude Hoogstraat	Johan Huizingalaan Oude Hoogstraat Waddenweg e.o.	-
Linksboven (weinig+sterke groei)	Plein 40-45 Brazilië Bos en Lommerweg Oude Doelenstraat Burgemeester van Leeuwenlaan Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Czaar Peterstraat	Brazilië Burgemeester van Leeuwenlaan Ceintuurbaan W Zz Olympiaplein-Stadionweg Czaar Peterstraat Van der Pekstraat	-
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Amsterdamse Poort Kinkerstraat Haarlemmerstraat/Haarlemmer-dijk Jan Evertsenstraat e.o. Ceintuurbaan O Nz Rijnstraat Javastraat Dijkgraafplein F Bolstraat Z Raadhuisstraat Albert Cuypstraat	Amsterdamse Poort Buikslotermeerplein Haarlemmerstraat/-dijk Dam/Magna Plaza Waterlooplein/Jodenbree-straat Kinkerstraat Christiaan Huygensplein Reigersbos	-

Tabel 4 Ongelijke ontwikkeling tussen 2005-2017 (omvang*groei) winkels niet-dagelijkse goederen

	Vestigingen	Werkgelegenheid	Max. huurprijzen
Peloton	56 winkelgebieden; 65,1 %	74 winkelgebieden; 84,1 %	-
Rechtsboven (veel+sterke groei)	P.C. Hooftstraat Albert Cuypstraat	Lambertus Zijlplein Molukkenstraat	-
Linksonder (weinig+geringe groei)	Delflandplein Dijkgraafplein	-	-
Linksboven (weinig+sterke groei)	Brazilië Czaar Peterstraat August Allebeplein Beethovenstraat	Mosveld/Hagedoornweg Christiaan Huygensplein	-
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Nieuwendijk/Damrak Amsterdamse Poort Kinkerstraat Haarlemmerstraat/Haarlemmerdijk Buikslotermeerplein Ferdinand Bolstraat Ceintuurbaan O Nz Buikslotermeerplein Leidsestraat/Koningsplein Raadhuisstraat	Bos en Lommerweg Cornelis Schuytstraat Albert Cuypstraat Osdorpplein/Tussenmeer Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin	-

Tabel 5 Ongelijke ontwikkeling tussen 2005-2017 (omvang*groei) horecagelegenheden

	Vestigingen	Werkgelegenheid	Max. huurprijzen
Peloton	58 winkelgebieden; 66,7%	71 winkelgebieden; 81,6 %	-
Rechtsboven (veel+sterke groei)	Amsterdamse Poort Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Brazilië	-	-
Linksonder (weinig+geringe groei)	Delflandplein Wisseloordplein Gein Dam/Magna Plaza e.o.	-	-
Linksboven (weinig+sterke groei)	Bos en Lommerweg Lambertus Zijlplein Ceintuurbaan W Zz Plein 40-45 e.o. Spaarndammerstraat Zeilstraat/Hoofddorpplein Osdorppplein/Tussen Meer	Ceintuurbaan O Nz Spaarndammerstraat Burgemeester van Leeuwenlaan Linneausstraat Molukkenstraat Olympiaplein-Stadionweg	-
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Nieuwendijk/Damrak Ceintuurbaan O Nz Singel Zeedijk Ferdinand Bolstraat Haarlemmerstraat/-dijk Overtoom Utrechtsestraat Jan Evertsenstraat e.o.	Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Reguliersbreestraat/Munt Ferdinand Bolstraat Dam/Magna Plaza Singel	-

Tabel 6 Polarisatie (groei tijdsperiode T=1 * groei tijdsperiode T-1) vestigingsaantal

	2005-2010 * 2010-2015	**2010-2015 * 2015-2017**
Peloton	71 winkelgebieden; 81,6%	65 winkelgebieden; 74,7%
Rechtsboven (veel+sterke groei)	Czaar Peterstraat Brazilië Ceintuurbaan W Zz Plein 40-45 e.o. Bos en Lommerweg	Czaar Peterstraat Waterlandplein Caleido
Linksonder (weinig+geringe groei)	Dam/Magna Plaza e.o Gelderlandplein Zonneplein Delflandplein	Delflandplein
Linksboven (weinig+sterke groei)	Dijkgraafplein Ten Katestraat	Van der Pekstraat Belgiëplein Mosveld/Hagedoornweg Waddenweg e.o.
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Olympiaplein-Stadionweg Beethovenstraat Waterlandplein	Wisseloordplein Gein Sint Anthoniebreestraat Gelderlandplein

Tabel 7 Polarisatie (groei tijdsperiode T=1 * groei tijdsperiode T-1) werkgelegenheid

	2005-2010 * 2010-2015	**2010-2015 * 2015-2017**
Peloton	66 winkelgebieden; 75,9%	70 winkelgebieden; 80,5%
Rechtsboven (veel+sterke groei)	Hugo de Grootplein e.o. Brazilië Bos en Lommerweg	Czaar Peterstraat Ten Katestraat Waterlandplein
Linksonder (weinig+geringe groei)	Tussen Meer Midden Delflandplein Waterlooplein/Jodenbreestraat Dam/Magna Plaza e.o. Zeilstraat/Hoofddorpplein	Zonneplein Albert Camuslaan Vijzelstraat/Vijzelgracht
Linksboven (weinig+sterke groei)	Dijkgraafplein Ten Katestraat Czaar Peterstraat J.P. Heijestraat Beukenplein	Mosveld/Hagedoornweg Van der Pekstraat Burgemeester van Leeuwenlaan Zeilstraat/Hoofddorpplein Van Baerlestraat
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Linneausstraat Spaarndammerstraat Beethovenstraat Ceintuurbaan Wzz	J.P. Heijestraat Hugo de Grootplein e.o. Beukenplein Sint Anthoniebreestraat Caleido August Allebeplein

Tabel 8 Polarisatie (groei tijdsperiode T=! * groei tijdsperiode T-1) max. huurprijzen

	2005-2010 * 2010-2015	**2010-2015 * 2015-2017**
Peloton	53 winkelgebieden; 60,9%	55 winkelgebieden; 63,2%
Rechtsboven (veel+sterke groei)	P.C. Hooftstraat Haarlemmerstraat/Dijk Dam/Magna Plaza e.o. Ferdinand Bolstraat Zuid Prinsenstraat Singel even zijde ts Koningsplein Nieuwendijk/Damrak Leidsestraat/Koningsplein Reguliersbreestraat/Munt Raadhuisstraat	Prinsenstraat Zeedijk Dam/Magna Plaza e.o. Ferdinand Bolstraat Haarlemmerstraat/Dijk P.C. Hooftstraat
Linksonder (weinig+geringe groei)	Caleido Johan Huizingalaan Jan Evertsenstraat e.o. Bos en Lommerweg Delflandplein Christiaan Huygensplein De Wieken	Buikslotermeerplein Christiaan Huygensplein Eerste van Swindenstraat Sierplein e.o. Cornelis Schuytstraat Beethovenstraat Lambertus Zijlplein Amsterdamse Poort
Linksboven (weinig+sterke groei)	Amstelveenseweg Ceintuurbaan O Nz Zeedijk Dijkgraafplein Belgiëplein	-
Rechtsonder (veel+geringe groei)	Sierplein e.o. Spaarndammerstraat Cornelis Schuytstraat Beethovenstraat Eerste van Swindenstraat Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin Buikslotermeerplein	Amstelveenseweg Ceintuurbaan O Nz Osdorper Ban/Hoenekes