



NAAR EEN ZUIVERE WAARNEMING VAN PRESTATIES VAN WINKELGEBIEDEN

POSITION PAPER

platform
de nieuwe winkelstraat

INHOUD

| | | |
|-----|---|-----------|
| 1. | Inleiding | 3 |
| 1.1 | Aanleiding | 3 |
| 1.2 | Gebruik en toepassing van data | 3 |
| 2. | Aan welke onderzoeksgegevens is behoefte? | 5 |
| 2.1 | Economisch functioneren | 6 |
| 2.2 | Draagvlak | 7 |
| 2.3 | Onderscheidend vermogen | 8 |
| 2.4 | Regionale context | 9 |
| 3. | Welke bronnen en onderzoeksmethodes zijn beschikbaar? | 11 |
| 3.1 | Economisch functioneren | 11 |
| 3.2 | Draagvlak | 13 |
| 4. | Voor- en nadelen van meetmethodes | 16 |
| 5. | Aanbevelingen | 17 |
| 6. | Vooruitblik | 19 |
| 7. | Ten slotte | 20 |

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Bij zowel overheid als marktpartijen en belangenorganisaties is veel behoefte aan inzicht in het functioneren en de perspectieven van de detailhandel en van winkelgebieden in het algemeen. Het ministerie van Economische Zaken roept gemeenten in de Retailagenda op “de huidige overcapaciteit aan winkelvloeroppervlakte te reduceren”. Hiervoor moeten investeringen in kansrijke gebieden worden aangejaagd en kunnen leegstaande panden in kansarme gebieden een andere functie worden toebedeeld. Overheden maar ook marktpartijen stoeien met de vraag wat kansrijke en kansarme gebieden zijn en waar de perspectieven liggen voor de winkelgebieden die de vraag naar winkelruimte zien afnemen. Om hier meer zicht op te krijgen laten provincies, gemeenten en marktpartijen (banken, beleggers, branche- en belangenorganisaties) geregeld ruimtelijk-economische onderzoeken uitvoeren die inzicht bieden in het huidige en toekomstige marktpotentieel en de daarbij behorende vraag naar winkelruimte.

Door ontwikkelingen in het koopgedrag (dat steeds diffuser wordt) en innovaties in het onderzoeksdomein (met daarin een grotere rol voor big data), vinden discussies plaats over de relevantie en betrouwbaarheid van de gebruikte onderzoeksdata en -methodes. Vanuit haar ambitie om goede en innovatieve data te stimuleren, heeft Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) het initiatief genomen tot voorliggende position paper. De position paper heeft tot doel om inzicht te bieden in het huidige aanbod van data en onderzoeksmethodes, de ontwikkelingen die hierin gaande zijn en wat we hierin naar de toekomst toe kunnen verwachten en mogelijk initiëren. Het gaat hierbij primair om lokale en regionale data en onderzoeksgegevens over het functioneren en het perspectief van de detailhandelssector voor zover relevant voor het realiseren van een evenwichtige en gezonde detailhandelsstructuur op lokaal, regionaal en landelijk niveau.

1.2 Gebruik en toepassing van data

Onderzoeksgegevens zijn geen doel op zich. Ze moeten inzicht bieden in het functioneren en de toekomstbestendigheid van onze winkelgebieden. Deze inzichten bieden een belangrijke basis voor effectief en zorgvuldig detailhandelsbeleid. Hiermee zijn overheden tevens de belangrijkste eindgebruiker van deze data. Maar ook andere stakeholders (zoals ondernemers(verenigingen), retailorganisaties en vastgoedeigenaren) maken gebruik van de data t.b.v. het realiseren van hun commerciële doelstellingen.

Voor het verzamelen, analyseren en vertalen van de data (al dan niet voorzien van advies) worden onderzoeks- en adviesbureaus ingeschakeld. Zij vormen hiermee een belangrijke schakel in de toepassing en de interpretatie van de data. Vaak worden de data door de bureaus verwerkt in een dpo (distributieplanologisch onderzoek) waarin de behoefte aan winkelmeters wordt berekend. Dit doen zij conform de richtlijnen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (zie onderstaand tekstkader). Deze richtlijnen zijn bepalend voor de huidige aanpak van het ruimtelijk-economisch onderzoek en voor de afbakening van het onderzoeksdomein zoals dat in deze position paper centraal staat (figuur 1).

DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

Het criterium was altijd dat de toevoeging van het winkelaanbod geen duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau mocht veroorzaken. Van een duurzame ontwrichting was sprake wanneer de consument niet meer de beschikking zou hebben over een fijnmazig winkelnetwerk (een voldoende voorzieningenniveau). Een voldoende voorzieningenniveau zegt echter niet dat er geen sprake mag zijn van overaanbod. Tegenwoordig wordt dit criterium wel meegewogen. Een overaanbod aan winkelruimte kan immers leegstand veroorzaken. En leegstand kan weer negatieve gevolgen hebben voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat in de omgeving, aldus de Raad van State. Een dpo alleen is dus niet voldoende om de toevoeging van extra planologische winkelruimte te onderbouwen. Er dient in het kader van de 'goede ruimtelijke ordening' ook gedegen onderbouwd te worden of er daadwerkelijk behoefte bestaat aan extra winkelruimte (en er dus geen onwenselijke leegstand ontstaat).

In 2012 is de Ladder voor duurzame verstedelijking toegevoegd aan het Besluit Ruimtelijke Ordening (Bro). Gemeenten moeten plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken, motiveren volgens de Ladder voor duurzame verstedelijking. Dit betekent onder andere dat de toelichting van het bestemmingsplan een beschrijving van de behoefte aan de detailhandel die mogelijk wordt gemaakt, moet bevatten. Bij de beoordeling van de behoefte dient het bestaande aanbod betrokken te worden. Voor detailhandel betekent dit dat inzichtelijk moet worden gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben, dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden uit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening. Het enkele gegeven dat overaanbod ontstaat, betekent niet dat de ontwikkeling in strijd is met de Ladder. Daarnaast kan op plekken waar weinig marktruimte aanwezig is voor detailhandel, soms wel vernieuwing en versterking van de winkelstructuur nodig zijn. Het kan dus ook gaan om een kwalitatieve behoefte, zijnde de behoefte aan het specifieke karakter van de voorziene stedelijke ontwikkeling

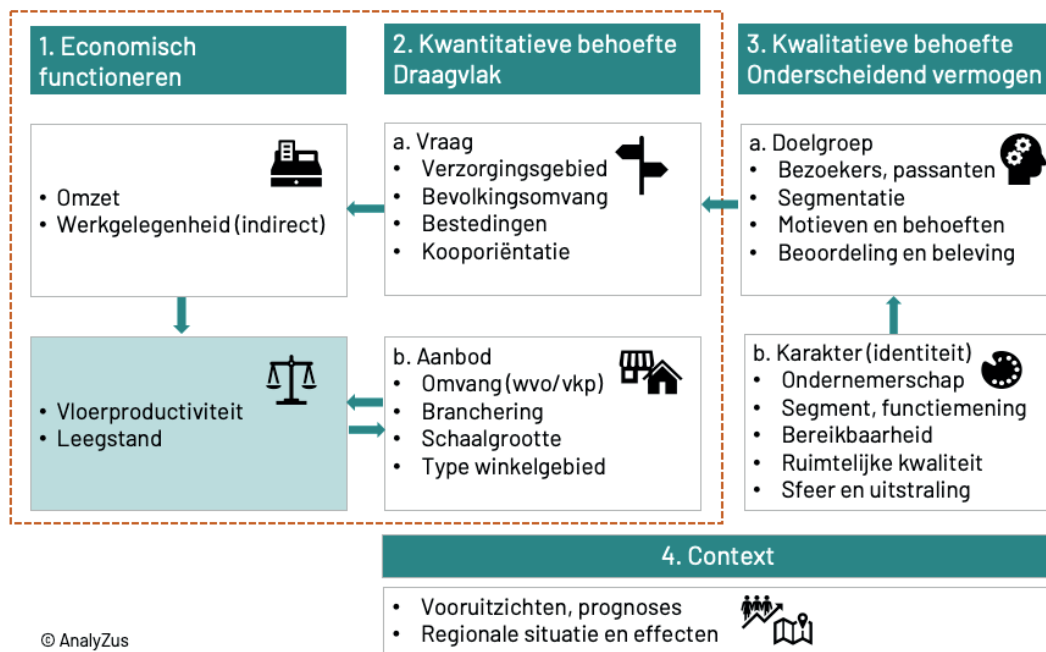
Bron: Kenniscentrum InfoMil, bewerking AnalyZus.

2. AAN WELKE ONDERZOEKSGEGEVENS IS BEHOEFTE?

Een goed functionerende detailhandelstructuur bestaat uit complementaire winkelgebieden die elk een voldoende hoge omzet realiseren passende bij de omvang en aard van het winkelgebied (1). Dan is de vloerproductiviteit op peil, de leegstand laag en kan de ondernemer er zijn brood verdienen. De omzet wordt bepaald door de kooporiëntatie van consumenten en in hoeverre zij ervoor kiezen om in het betreffende winkelgebied bestedingen te doen. Dit is het draagvlak van het winkelgebied (2). De oriëntatie van consumenten op een winkelgebied is afhankelijk van de mate waarin het winkelgebied in kwalitatieve zin weet aan te sluiten bij de specifieke behoefte van haar doelgroep in het verzorgingsgebied (3).

Onderstaand schema geeft een visuele weergave van deze zienswijze en geeft een indruk van de onderliggende indicatoren.

Figuur 1: Het domein van het (ruimtelijk-economisch) detailhandelonderzoek



Bij het economisch functioneren (1) en het draagvlak (2) gaat het om feitelijkheden en objectieve indicatoren die laten zien in hoeverre vraag en aanbod in kwantitatieve zin in evenwicht zijn. Het onderscheidend vermogen (3) van een winkelgebied wordt bepaald door het karakter van het winkelgebied en de mate waarin hiermee specifieke doelgroepen worden aangesproken. Het economisch functioneren en het draagvlak van winkelgebieden staat vaak centraal in het ruimtelijk-economisch onderzoek. Dit is het domein waar overheden (op ieder geografisch niveau) grip op proberen te krijgen teneinde een gezonde detailhandelstructuur te realiseren.

Het onderscheidend vermogen van het winkelgebied heeft juist vaak de aandacht op lokaal niveau waar ondernemersverenigingen vaak in samenwerking met de gemeente en eventueel vastgoedeigenaren trachten om het karakter van het winkelgebied vorm te geven en daarmee aan te sluiten bij de behoeften van de doelgroep in het verzorgingsgebied.

Op het moment dat winkelgebieden hierin succesvol zijn kan het draagvlak (2) toenemen en het economisch functioneren (1) van het winkelgebied verbeteren.

Het functioneren van een winkelgebied kunnen we niet los zien van een (regionale) context waarin zich ontwikkelingen voor kunnen doen die het perspectief van het winkelgebied beïnvloeden (4). In ons fijnmazige samenhangende winkelnetwerk beïnvloeden ontwikkelingen op de ene locatie immers het perspectief van andere locaties. Dit zal te allen tijde moeten worden meegewogen in ruimtelijk-economische beslissingen.

Het draagvlak van winkelgebieden (2) en het economisch functioneren (1) zijn onderdelen waar in de eerste plaats de overheid aan zet is. Het is deze beleidsinstek die centraal staat in voorliggende position paper (binnen het rode kader in figuur 1). Het gaat hier om indicatoren die (in theorie) op landelijk niveau te ontsluiten en te kwantificeren zijn. Geleidelijk aan zien we overheden vaker het initiatief nemen om bepaalde data collectief en op uniforme wijze te verzamelen. Zo hebben het IPO en de Retailagenda in september 2019 een afsprakenkader vastgesteld met uniforme landelijke richtlijnen voor de uitvoering van koopstromenonderzoeken. Naar ons idee is dit een eerste stapje in de goede richting van meer uniformiteit en collectiviteit in het verzamelen van relevante ruimtelijk-economische onderzoekersgegevens.

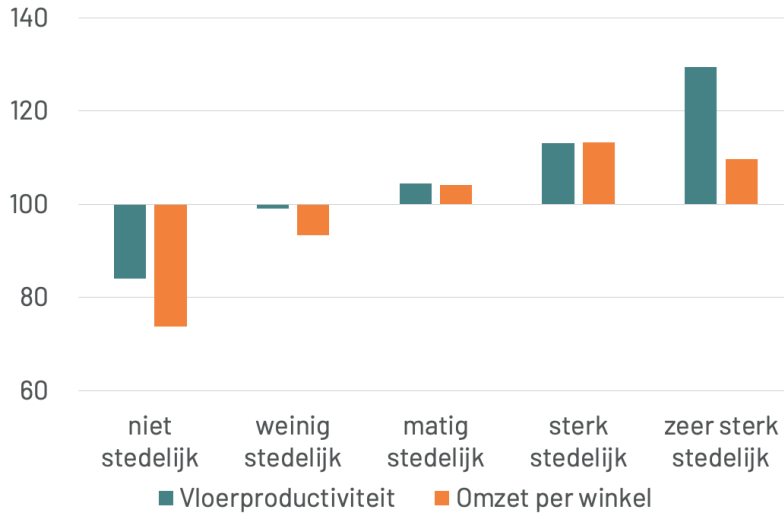
In het vervolg van dit hoofdstuk laten we vanuit deze context zien welke gegevens nodig zijn om de ruimtelijk-economische positie en perspectieven van winkelgebieden in beeld te brengen.

2.1 Economisch functioneren

In de eerste plaats is er behoefte aan inzicht in het economisch functioneren van winkelgebieden. Zoals aangegeven is hiervoor inzicht nodig in omzet en vierkante meters en daarvan afgeleid, de vloerproductiviteit. De veronderstelling is dat bij een hoge vloerproductiviteit er ruimte is voor extra winkelmeters. Bij een lage productiviteit hebben de ondernemers het waarschijnlijk moeilijk en is er een groter risico op toenemende winkelleegstand.

Om de vloerproductiviteit van winkelgebieden te kunnen beoordelen zijn goede referentiegegevens nodig. Onderzoek op basis van landelijke kengetallen laat immers zien dat de vloerproductiviteit van winkels sterk kan variëren naar branches, type winkelgebied, schaalgrootte en regio. Zo realiseren grootschalige winkels (denk aan bouwmarkten) een lagere vloerproductiviteit dan kleinschalige speciaalzaken. Ook ligt in landelijke regio's de vloerproductiviteit gemiddeld lager dan in stedelijke gebieden (zie figuur 2). O.a. omdat de huurniveaus in landelijke gebieden vaak lager liggen dan in stedelijke gebieden kunnen de winkeliers hier zich een lagere vloerproductiviteit 'permitteren'. Een landelijke norm (zoals die nu vaak wordt gehanteerd in dpo's) doet onvoldoende recht aan de diversiteit van het winkellandschap en kan daarmee leiden tot onjuiste conclusies. Een gespecificeerde norm (bijvoorbeeld naar regio en type winkelgebied) is dan ook essentieel voor een correcte beoordeling van het functioneren van winkelgebieden.

Figuur 2: Index gemiddelde vloerproductiviteit en winkelomzet detailhandel naar stedelijkheid (2014, NL=100)



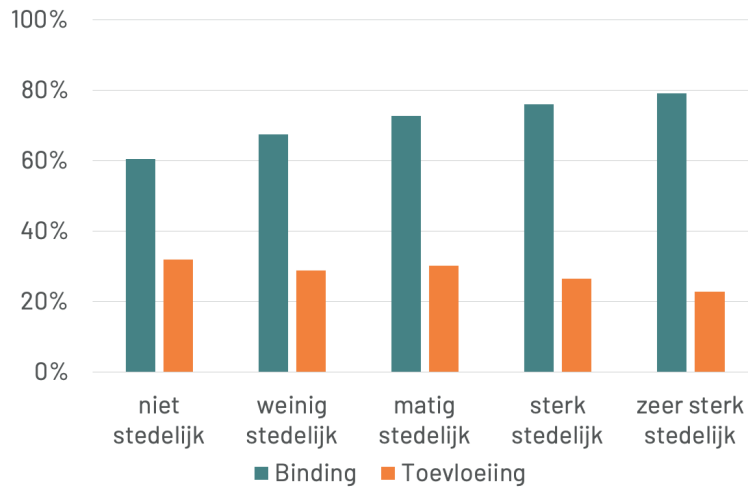
Bron: Rabobank, bewerking AnalyZus

2.2 Draagvlak

Het draagvlak voor winkelgebieden kan in beeld worden gebracht met kennis over bevolkingsomvang, kooporiëntatie en winkelaanbod. Koopstromenonderzoek speelt hierin een belangrijke rol. Op basis van koopstromenonderzoek wordt inzichtelijk gemaakt waar consumenten hun aankopen doen en waar de bestedingen in de winkelgebieden vandaan komen. Hiermee kan bijvoorbeeld het verzorgingsgebied van het winkelgebied worden vastgesteld. De mate waarin consumenten in het verzorgingsgebied op het betreffende winkelgebied zijn georiënteerd noemen we koopkrachtbinding. De mate waarin het winkelgebied bestedingen van buiten het verzorgingsgebied aantrekt, noemen we koopkrachttoevoeiing. Van oudsher worden deze twee variabelen gebruikt om de omzet van het winkelgebied te berekenen (zie paragraaf 4.1). Vanuit deze benadering wordt door gemeenten vaak gestreefd naar een zo hoge mogelijke binding en toevoeiing. Of in elk geval een binding en toevoeiing die als realistisch voor dat winkelgebied wordt verondersteld.

Los van het feit dat deze maatstaven vanwege het gebrek aan goede referentiegegevens vaak niet realistisch zijn (uit een analyse van feitelijke koopstromen o.b.v. pintransacties blijkt dat de reikwijdte van consumenten veel groter is dan vanuit koopstromenonderzoek op basis van enquêtes altijd werd verondersteld), betekent het vergroten van de binding in de ene gemeente per definitie een afnemende toevoeiing in de andere gemeente en vice versa. Deze regionale effecten zijn in het verleden niet altijd zorgvuldig meegewogen in dpo's en gemeentelijke beslissingen met overaanbod en leegstand (in beide gemeenten) tot gevolg. Denk daarbij aan de vele meubelboulevards die de afgelopen decennia zijn gerealiseerd. Een primaire focus op binding en toevoeiing draagt hiermee niet bij aan een evenwichtige detailhandelstructuur. Bovendien laat de praktijk zien dat een lage binding of een lage toevoeiing helemaal niet verkeerd hoeft te zijn. Figuur 3 laat zien dat de toevoeiing in de detailhandel afneemt naarmate gebieden meer stedelijk zijn. In het verleden vormde een zo hoog mogelijke toevoeiing vaak het uitgangspunt. De figuur laat zien dat dit een onrealistisch streven is geweest omdat hierbij onvoldoende rekening werd gehouden met het feit dat in stedelijke gebieden de eigen bevolking verantwoordelijk is voor veruit het grootste deel van de omzet. De minder stedelijke gemeenten (met een beperkt lokaal draagvlak) zijn juist sterker afhankelijk van toevoeiing van buiten de eigen gemeente.

Figuur 3: Gemiddelde binding en toevloeiing detailhandel naar stedelijkheid (2014)



Bron: Rabobank, bewerking AnalyZus

Binding en toevloeiing vertonen vaak een bepaalde samenhang met de omvang van het verzorgingsgebied, het type winkelgebied én de concurrentieomgeving. Deze diversiteit van factoren in combinatie met de beschreven onwenselijke regionale effecten maken binding en toevloeiing tot een dubieuze indicator voor de prestaties van winkelgebieden. Cijfers over kooporiëntatie moeten daarom wat ons betreft beter op waarde worden geschat en níet zomaar worden ingezet als indicator voor het functioneren van winkelgebieden. Zolang de kooporiëntatie (en de bestedingen die daaruit voortvloeien) maar aansluit bij het aanbod (met een passende vloerproductiviteit tot gevolg) en past bij de functie die het winkelgebied vervult binnen de lokale of regionale voorzieningenstructuur. Koopstroomcijfers zullen dan ook altijd vanuit die context beoordeeld moeten worden.

Het inzicht in kooporiëntatie is wat ons betreft vooral van belang om te weten waar consumenten hun aankopen doen, waar klanten vandaan komen, wie dat zijn (bijvoorbeeld m.b.v. postcodesegmentatie), wat de belangrijkste concurrerende centra zijn en om het effect van bevolkingsprognoses in te kunnen schatten. Ook is deze informatie relevant in het kader van onderbouwing van bestemmingsplannen in relatie tot de Dienstenrichtlijn.*

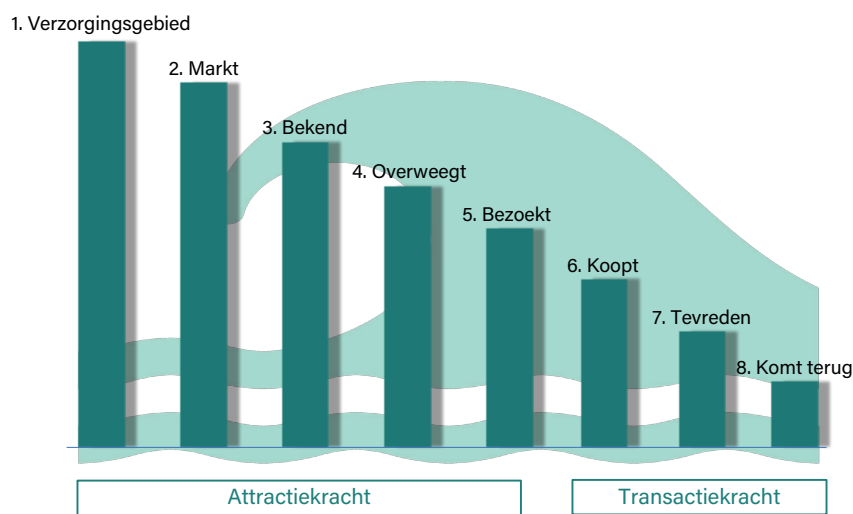
2.3 Onderscheidend vermogen

Vroeger waren kooppatronen duidelijk, overzichtelijk en daarmee redelijk voorspelbaar. Met de huidige diversiteit in het aanbod (online en offline) en de veranderingen in consumentenvoorkeuren, speelt het lokale karakter en daarmee het onderscheidend vermogen van winkelgebieden een steeds grotere rol in de keuze voor een aankooplocatie. Winkelgebieden kunnen zich onderscheiden in bijvoorbeeld een uniek voorzieningenaanbod, sfeer en comfort. Dit karakter zal bepaalde typen consumenten in een bepaalde situatie aanspreken. Aan winkelgebieden de uitdaging om hierin een zorgvuldige afweging te maken en het karakter van het winkelgebied af te stemmen op de behoefte van de doelgroep. Dit karakter is immers van essentieel belang om je als winkelgebied te onderscheiden binnen de vele keuzemogelijkheden die de consument binnen handbereik heeft. Op lokaal niveau zien we de laatste jaren diverse initiatieven die winkelgebieden helpen om de doelgroep te duiden (bijvoorbeeld op basis van postcodesegmentatie en consumentenonderzoek) en met stakeholders gezamenlijk te beoordelen welke maatregelen nodig zijn om een sterke positie binnen de customer journey te verwerven (bijvoorbeeld via een Kom-In-Actie-Traject van Platform DNWS).

* Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State van vandaag, 24 juli 2019.

Relevante indicatoren voor het bepalen van de kwalitatieve behoefte zijn vaak moeilijker te kwantificeren, zeker op landelijk niveau. Het gaat hier onder andere over gedrag, meningen en overwegingen van consumenten én winkelgebiedskwaliteiten die sterk kunnen variëren per moment en per locatie. De mate waarin deze indicatoren met elkaar samenhangen en de mate waarin ze de kwantitatieve behoefte aan winkelmeters en het functioneren daarvan bepalen, kan niet zomaar in een allesomvattend en sluitend model worden gevat. Een model dat hiertoe op basis van een beperkt aantal (kwantificeerbare) kernindicatoren een aanzet doet, is de Retailwaterval (Kotler & Armstrong). De Retailwaterval (figuur 4) maakt inzichtelijk hoe we van een markt komen tot een (terugkerende) klant. Met de toepassing van dit model kunnen winkeliers (en winkelgebieden) zien wat de gevolgen zijn van hun handelen voor de attractiekracht en transactiekracht.

Figuur 4: De Retailwaterval



Bron: Kotler & Armstrong, bewerking AnalyZus

2.4 Regionale context

Om een indruk te krijgen van het toekomstperspectief van winkelgebieden is het van belang om relevante variabelen in een regionale context te zien én om te beoordelen welke toekomstige ontwikkelingen het perspectief van het winkelgebied gaan beïnvloeden.

In het ruimtelijk-economisch onderzoek zal de positie van een winkelgebied altijd in het perspectief van de lokale of regionale voorzieningsstructuur moeten worden beschouwd. Ontwikkelingen op de ene locatie hebben immers effect hebben op de perspectieven van een andere locatie. En een toenemende kooporiëntatie op het ene winkelgebied gaat per definitie ten koste van het draagvlak voor een ander winkelgebied. Naar ons idee zouden in ieder ruimtelijk-economisch onderzoek dergelijke regionale effecten moeten worden meegenomen en afgewogen. Regionale afspraken en/of een provinciale regierol zijn hierin van belang.

Daarnaast is er sprake van autonome ontwikkelingen die het toekomstperspectief van een winkelgebied beïnvloeden.

- » In de eerste plaats gaat het daarbij om de toekomstige bevolkingsontwikkeling. Voor bevolkingsprognoses wordt veelal gebruik gemaakt van data van het CBS of van gemeentelijke prognoses.
- » Sectorale trends en ontwikkelingen zijn van invloed zijn op de (toekomstige) branchebestedingen (online en offline). Deze worden beschreven in publicaties van brancheorganisaties of financiële instellingen.

- » In de omgeving van een winkelgebied kunnen ruimtelijke plannen spelen die het draagvlak voor en de concurrentiepositie van het winkelgebied kunnen gaan beïnvloeden. Denk hierbij aan de uitbreiding van een concurrerend winkelgebied of veranderingen in de bereikbaarheid of parkeergelegenheid. Hiervoor wordt veelal gebruik gemaakt van de website ruimtelijkeplannen.nl of van eigen publicaties van overheidsinstanties.
- » Op lokaal niveau kan Locatus inzicht bieden in de vooruitzichten (het risicoprofiel) van individuele winkelpanden (gebaseerd op de locatie in combinatie met de branche). Met de Retail Risk Index laat Locatus zien hoe groot de kans is dat een ondernemer in een bepaalde branche op een bepaalde locatie over een jaar nog actief is.

Uiteindelijk is het de uitdaging om te bepalen in hoeverre deze ontwikkelingen en verwachtingen het draagvlak voor het winkelgebied gaan beïnvloeden en wat dit betekent voor het perspectief van omliggende winkelgebieden. Op dit moment maken onderzoekers hiervan veelal een inschatting op basis van hun eigen kennis en ervaring. Wij verwachten dat het monitoren van ruimtelijk-economische kengetallen een waardevolle bijdrage kan leveren aan het bepalen van toekomstige effecten van ontwikkelingen in en in de omgeving van het winkelgebied (zie conclusie).

3. WELKE BRONNEN EN ONDERZOEKS-METHODES ZIJN BESCHIKBAAR?

In het vorige hoofdstuk is een beeld geschetst van het ruimtelijk-economisch onderzoeksdomein en de indicatoren die hierin een rol spelen. In voorliggend hoofdstuk gaan we in op een aantal bronnen en methodes om het economisch functioneren en het draagvlak van winkelgebieden vast te stellen. We schetsen een globaal beeld van wat deze bronnen meten en in hoeverre ze interessant zijn of kunnen zijn voor het ruimtelijk-economisch onderzoek. Deze beschouwing van bronnen is niet uitputtend. Het vormt een eerste aanzet voor een vernieuwende blik op de mogelijkheden voor een zuivere waarneming van de prestaties van winkelgebieden.

3.1 Economisch functioneren

a) Berekening omzet op basis van koopstromenonderzoek

Van oudsher wordt het economisch functioneren van winkelgebieden berekend op basis van koopstroomgegevens. Door een combinatie van binding en toevloeiing en gemiddelde bestedingscijfers (gecorrigeerd voor lokale inkomensverschillen en inkomenselasticiteit) wordt de omzet van een winkelgebied geschat (vaak gespecificeerd naar branchegroep). Door deze vervolgens af te zetten tegen het winkelaanbod (wvo) wordt een vloerproductiviteit berekend. Door deze vloerproductiviteit te vergelijken met een landelijke norm wordt bepaald in hoeverre er sprake is van over- of onder-aanbod van winkelmeters (in een bepaalde branche). De landelijke norm wordt (evenals de bestedingscijfers) vaak overgenomen uit de jaarlijks geactualiseerde publicatie "Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek". Onderzoeksbureaus bepalen soms op basis van hun eigen kennis in hoeverre deze norm dient te worden bijgesteld ten einde een realistische benchmark te vormen voor de specifieke situatie van het winkelgebied. Vanwege het ontbreken van een gespecificeerde landelijke benchmark (waarbij onderscheid wordt gemaakt naar regio, type winkelgebied of schaalgrootte van het winkelaanbod) wordt de gehanteerde norm vloerproductiviteit vaak onvoldoende feitelijk onderbouwd. Het feit dat er van (gecorrigeerde) landelijke bestedingscijfers en een landelijke benchmark gebruik wordt gemaakt, maakt dit tot een methode waaraan de nodige haken en ogen zitten. Met allerlei discussies, procedures en second opinions tot gevolg waarbij de Raad van State uiteindelijk haar oordeel mag vellen over de gedane aannames en conclusies.

Bovendien heeft de gehanteerde formule tot gevolg dat bevolkingsgroei in het verzorgingsgebied tot een evenredige toename van de toevloeiing (in €) leidt zonder dat dit wordt onderbouwd vanuit een bevolkingsprognose voor het toevloeiingsgebied. Het toevloeiingspercentage wordt in deze situatie meestal als constant verondersteld. Dit percentage wordt echter toegepast op een hogere totale omzet waardoor de toevloeiing in absolute zin evenredig toeneemt met de omzettoename vanuit het verzorgingsgebied. Tabel 1 illustreert dit.

Tabel 1: Voorbeeldberekening omzetpotentieel

| Variabele | Formule | 2019 | 2025 | Ontwikkeling |
|---------------------------|---------------------|-------------|--------------|--------------|
| A. Inwoners | | 200.000 | 220.000 | 10% |
| B. Koopkrachtbinding | | 70% | 70% | |
| C. Gemiddelde besteding | | € 53,00 | € 53,00 | |
| D. Lokaal draagvlak | $A*B*C$ | € 7.420.000 | € 8.162.000 | 10% |
| E. Toevloeiing (%) | | 20% | 20% | |
| F. Toevloeiing (€) | $E*G$ | € 1.855.000 | € 2.040.500 | 10% |
| G. Totaal omzetpotentieel | $D/(100\%-E)*100\%$ | € 9.275.000 | € 10.202.500 | 10% |

b) Bankgegevens

Sinds enkele jaren worden ook koopstromenonderzoeken uitgevoerd met cijfermateriaal van de Rabobank. Dit is onder andere gedaan in de provincies Noord-Brabant en Zeeland. In deze onderzoeken wordt ook een gemeentelijke detailhandelsomzet vermeld. De Rabobank beschikt over twee bronnen om de omzet op lokaal of regionaal niveau te bepalen.

- » In de eerste plaats is dit mogelijk via de KoopstromenMonitor waarin op basis van betaaltransacties van Rabobankklanten koopstromen in beeld worden gebracht (voor een toelichting op deze methode zie paragraaf 4.2).
- » Daarnaast kon de Rabobank in het verleden gebruik maken van de Regionaal Economische Thermometer (RET). Dit - door de Rabobank ontwikkeld - model meet de economische prestaties van het bedrijfsleven in de Nederlandse gemeenten. De omzet in dit model wordt berekend op basis van een aantal interne bronnen van de Rabobank (de MKB-database en de Monitor Bedrijfsactiviteit) in combinatie met financiële jaarrekeningen van het CBS en werkgelegenheidscijfers van LISA (Landelijk Informatie Systeem Arbeidsorganisaties). De RET werd voorheen jaarlijks geactualiseerd. Sinds 2016 is dat niet meer gebeurd.

Doordat de Rabobank vanuit beide methodes de cijfers voor alle gemeenten beschikbaar heeft, kunnen individuele resultaten worden afgezet tegen een geregionaliseerde benchmark (bijvoorbeeld o.b.v. stedelijkheid van de gemeente). De betreffende cijfers kunnen alleen gebruikt worden in opdracht van de Rabobank en/of de aangesloten lokale banken.

c) Belastinggegevens

Naar alle waarschijnlijkheid zal in het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland (dat momenteel op initiatief van de provincie Overijssel en in opdracht van de deelnemende gemeenten wordt opgestart) gebruik worden gemaakt van omzetcijfers van het CBS. Het CBS verkrijgt de informatie uit registraties van de Belastingdienst. In het geval dat belastinggegevens voor bedrijven niet voldoen, wordt aanvullende informatie verkregen door middel van enquêtering. Aangezien het hier gaat om feitelijke omzetgegevens lijkt het een gedegen basis te bieden voor het inzicht in het functioneren van de winkelgebieden. Door aan deze data informatie toe te voegen over winkelaanbod en werkgelegenheid in branches kan naar verwachting een goed beeld worden geschetst van het economisch belang en het functioneren van de detailhandel en de horeca in de winkelgebieden in Oost-Nederland. Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland vormt een interessante pilot om de kwaliteit van deze methode nader te verkennen. Wel moet rekening gehouden worden met het feit dat het CBS de betreffende omzetcijfers alleen aan overheidsinstanties beschikbaar mag stellen en dus niet aan private opdrachtgevers.

d) Alternatieve omzetbronnen

Idealiter worden omzetgegevens rechtstreeks gemeten bij de bron. Dat wil zeggen: vanuit de kassa van de ondernemer. De praktijk laat echter zien dat ondernemers huiverig zijn om deze bedrijfsinformatie (bijvoorbeeld door een export van de gegevens in hun kassasysteem) te delen. Op lokaal niveau is er in bepaalde gevallen wel iets te organiseren. Een interessant initiatief in dit kader komt van Chains. Chains biedt verschillende online tools voor communicatie tussen stakeholders in winkelgebieden. Het platform biedt onder andere de mogelijkheid om binnen een winkelgebied collectief omzetgegevens te verzamelen en te benchmarken. Het op grote schaal verzamelen van kassaregistraties blijft vooralsnog gecompliceerd en arbeidsintensief.

Ten slotte is er een mogelijkheid om via de Kamer van Koophandel omzetgegevens te verwerven. Bedrijven met de rechtsvorm bv, nv en coöperatie zijn verplicht hun jaarrekening bij de Kamer van Koophandel te deponeren. Gedeponeerde jaarrekeningen kunnen online bij de Kamer van Koophandel worden opgevraagd. Dit is met name interessant op het moment dat je van een specifieke organisatie de financiële positie wilt weten. De jaarrekeningen zouden in theorie ook op landelijk niveau een beeld moeten kunnen geven van de omzet van branches op verschillende locaties. Deze omzetgegevens worden echter niet door Kamer van Koophandel geregistreerd in een centrale database die zich leent voor onderzoeksdoeleinden. De Kamer van Koophandel is wel bereid de mogelijkheden hiertoe te onderzoeken.

e) Alternatieve indicatoren economisch functioneren

Hoewel omzet (en vloerproductiviteit) een veelzeggende indicator is voor het economisch presteren, kan ook een aantal afgeleide indicatoren interessante inzichten bieden. Denk daarbij aan werkgelegenheid en arbeidsproductiviteit. Op het moment dat een winkelcentrum goed functioneert zal de arbeidsproductiviteit stijgen en mogelijk extra personeel worden aangetrokken. Werkgelegenheidscijfers zijn onder andere beschikbaar bij het CBS en (op een lager geografisch niveau) bij Stichting LISA en Abf Research. Stichting LISA koppelt hiervoor de regionale vestigingen- en werkgelegenheidsdata tot een landsdekkend bestand. Abf biedt verschillende economische statistieken en prognoses op basis van externe databronnen en eigen modellen.

Daarnaast kan de leegstand een indicator vormen voor economische prestaties. Op het moment dat de omzet hoog is, zullen winkelpanden worden gevuld. Leegstandscijfers worden van oudsher verworven via Locatus. Maar ook het CBS brengt de leestand in beeld. Dit doet zij op basis van onder meer de Basisregistraties Adressen en Gebouwen (BAG), het Handelsregister van de Kamer van Koophandel en gemeentelijke WOZ-registraties. Via een openbaar dashboard (Landelijke Monitor Leegstand) wordt inzicht geboden in het aantal leegstaande winkels (maar bijvoorbeeld ook logies, onderwijs en kantoren). De cijfers zijn op gemeentenniveau gepubliceerd voor de jaren 2017 en 2018. De landsdekkende beschikbaarheid en specificatie naar functies maakt dit tot een interessante bron. Het geografisch niveau (gemeente) en de branchespecificatie zullen in de meeste gevallen echter ontoereikend zijn voor ruimtelijk-economisch onderzoek voor winkelgebieden. In theorie zou een specificatie naar een lager geografisch niveau (bijvoorbeeld PC4) mogelijk moeten zijn.

Daarnaast beschikt het CBS over diverse andere bedrijfsgegevens (bijvoorbeeld over loon- en inkomstenbelasting) die interessante inzichten kunnen bieden over de economische prestaties van winkelgebieden. De meeste data worden vooralsnog alleen op landelijk niveau gepubliceerd. Wellicht dat ook deze informatie (evenals de omzetcijfers) door het CBS op een lager geografisch schaalniveau voor onderzoeksdoeleinden kan worden ingezet.

3.2 Draagvlak

3.2.1 Bevolkingsomvang en (online) bestedingen

Om het draagvlak van een winkelgebied te bepalen, is inzicht nodig in de bevolkingsomvang van het marktgebied en de bestedingen die deze inwoners doen. Voor de bevolkingsomvang zijn het CBS en gemeentelijke publicaties goede en betrouwbare bronnen gebleken. Voor de branchebestedingen is binnen de onderzoekbranche afgesproken om gebruik te maken van de publicatie "Omzetkengetallen voor ruimtelijk-economisch onderzoek" die jaarlijks door INretail en Panteia wordt geactualiseerd.

Hoewel dit een zeer waardevol document betreft dat in de onderzoeksbranche breeduit als standaard is geaccepteerd, omvat het alleen kengetallen op landelijk niveau. Een regionale specificatie zou hierin van grote meerwaarde zijn. Ten behoeve van gedegen en betrouwbaar ruimtelijk-economisch onderzoek is het wenselijk inzicht te hebben in de regionale verschillen in bestedingen en vloerproductiviteiten (zie ook paragraaf 3.1).

De behoefte aan regionalisering is er ook voor online bestedingen. In koopstromenonderzoeken (o.b.v. enquêtes) wordt een schatting gemaakt van de afvloeiing naar online aankoopkanalen op lokaal niveau. Thuiswinkel.org en het CBS meten elk op hun eigen wijze de online bestedingen of omzet op landelijk niveau. In theorie moet het mogelijk zijn om via deze partijen en/of een collectief van grote spelers op de online retailmarkt, het belang van online bestedingen op lokaal of regionaal niveau in beeld te brengen. Maar ook financiële instellingen hebben mogelijkheden om bijvoorbeeld het aantal Ideal-betalingen in regio's te analyseren.

3.2.2 Verzorgingsgebied en kooporiëntatie

a) Enquêtes

Over de juiste bron voor het in beeld brengen van de kooporiëntatie wordt veel gediscussieerd. Los van het belang en vooral de interpretatie van deze cijfers (zie paragraaf 3.2) wordt de kooporiëntatie traditiegetrouw gemeten op basis van consumenten-enquêtes. In onder andere de Randstad en Oost-Nederland wordt deze vorm van koopstromenonderzoek uitgevoerd door I&O Research via online enquêtes. Het nadeel van deze methode is dat je een beroep doet op het geheugen van de consument en dat de absolute omvang van de bestedingen wordt geschat op basis van landelijke kengetallen. Het voordeel van enquêtes is dat ook kwalitatieve indicatoren kunnen worden meegenomen.

In Noord-Nederland is koopstromenonderzoek uitgevoerd door Broekhuis Rijs Advisering waarbij de enquêtes op locatie (in winkelgebieden) zijn afgenomen. De bezwaren tegen het online en telefonisch enquêteren gelden ook voor de methode van Broekhuis Rijs. In het onderzoek zijn koopstroomcijfers van de Rabobank als referentie gebruikt.

b) Bankgegevens

Enkele jaren geleden heeft een nieuwe bron zijn intrede gedaan: de Rabobank die op basis van betaaltransacties de kooporiëntatie van consumenten in beeld brengt. Onder andere in de provincies Noord-Brabant en Zeeland zijn op basis van deze bron gemeentelijke koopstromen in beeld gebracht. De Rabobank KoopstromenMonitor maakt gebruik van data over pin- en incassotransacties van particuliere Rabobankklanten bij zakelijke klanten. De betalingen zijn door Panteia geïjkt aan de landelijke detailhandelsomzet en aan het gemiddelde huishoudinkomen per gemeente. Hiermee biedt de KoopstromenMonitor een landelijk beeld van het ruimtelijke koopgedrag van de Nederlandse consument en van de herkomst van de omzet van de Nederlandse gevestigde detailhandel. Het gaat hierbij alleen om bestedingen door Nederlandse consumenten bij Nederlandse winkels. Bestedingen door buitenlanders bij winkels in ons land en door Nederlandse consumenten in het buitenland blijven buiten beschouwing. En doordat bij deze methode het ruimtelijk kooppatroon van consumenten naar gevestigde winkels (en andere consumentenvoorzieningen) centraal staat, blijven online bestedingen van consumenten buiten beschouwing. De KoopstromenMonitor is beschikbaar over de jaren 2009, 2011 en 2014. Sindsdien zijn de data niet meer geactualiseerd.

De Hanzehogeschool heeft in opdracht van DNWS de betreffende methode geëvalueerd in de MRE. Hoewel de cijfers van de Rabobank duidelijke en betrouwbare regionale patronen in beeld brengen, zitten er op lokaal niveau haken en ogen aan de methode. Dit heeft vooral te maken met de omvang en samenstelling van de zakelijke steekproef (de bedrijven) die op lokaal niveau niet altijd representatief is. Daarnaast heeft deze methode (evenals de omzetstatistiek van het CBS) te maken met mogelijke vertekening door filiaalbedrijven welke gecorrigeerd wordt o.b.v. het aantal werkzame personen bij de vestigingen.

c) Dagboekmethode

Daarnaast is er de mogelijkheid van een dagboekmethode waarbij consumenten in een panel over een bepaalde periode hun uitgaven registreren. Indien er sprake is van een goede steekproef en correcte registraties, heeft deze methode de potentie om een goed beeld te geven van feitelijke koopstromen. Het nadeel is dat dit nogal wat inzet vraagt van consumenten waardoor het niet eenvoudig zal zijn (en hoge kosten met zich mee zal brengen) om een voldoende grote steekproef op poten te zetten. Voorbeelden van onderzoeken waarbij van de dagboekmethode gebruik wordt gemaakt, zijn het kijk- en luisteronderzoek (door GfK, The Nielsen Company en Kantar TNS) en bij het tijdsbestedingsonderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau. Bij deze onderzoeken is de geografische component echter minder van belang dan bij koopstromenonderzoek. Doordat je bij koopstromenonderzoek op lokaal niveau zowel aan de kant van de consument als aan de kant van de winkel voldoende registraties nodig hebt om betrouwbare uitspraken te kunnen doen, zul je over een zeer omvangrijke steekproef moeten beschikken. Met het oog op de afnemende bereidheid van consumenten om aan dergelijke onderzoeken deel te nemen, is het de vraag of dit (op landelijk niveau) te realiseren is.

d) Geodata-analyse

Ten slotte is er een aantal partijen dat op basis van diverse variabelen (zoals bevolkingsomvang, doelgroepen, concurrerend aanbod en reistijden) een schatting maken van het verzorgingsgebied van een winkelcentrum (geodata-analyse). De Verzorgingsgebieden Verkenner van Locatus is hier een voorbeeld van. Hoewel dergelijke tools en modellen interessant kunnen zijn bij vestigingsplaatskeuzes van retailers, wordt er in het ruimtelijk-economisch onderzoek nauwelijks gebruik van gemaakt. Naar verwachting heeft dit te maken met modelmatige karakter van deze tools waarin de specifieke lokale situatie onvoldoende wordt weerspiegeld.

3.2.3 Winkelaanbod

Voor gegevens over het winkelaanbod (verkooppunten en winkelvloeroppervlakte) in en buiten winkelgebieden wordt vrijwel altijd gebruik gemaakt van Locatus. Locatus maakt in haar datasets onder andere onderscheid naar branches en type winkelgebieden. De belangrijkste bron van de database van Locatus is veldwerk. Locatus controleert de winkels in winkelgebieden jaarlijks op naam, adres, ligging en wvo. Het wvo van de detailhandel wordt sinds 2000 door Locatus geregistreerd. Sinds 2017 doet Locatus dit ook voor horeca en andere dienstverlenende retailers.

Een alternatieve bron voor het aantal verkooppunten is het Handelsregister van de Kamer van Koophandel. Via het Handelsregister kan ook inzicht worden verkregen in het aantal vestigingen per branche en locatie. Deze gegevens zijn gebaseerd op de registraties (inschrijving of wijziging) in het Handelsregister. Hierbij wordt onderscheid gemaakt naar branches op basis van de SBI-codering van het CBS. Daarnaast wordt aangegeven of het een hoofd- of nevenvestiging betreft, wat de rechtsvorm van de onderneming is en op welk adres deze is gevestigd. Oppervlaktegegevens van de vestigingen zijn niet beschikbaar bij de Kamer van Koophandel.

4. VOOR- EN NADELEN VAN MEETMETHODES

Los van de beschouwing van bronnen en de wijze waarop deze worden verwerkt in het ruimtelijk-economisch onderzoek, is het van belang stil te staan bij een aantal intrinsieke kenmerken van de verschillende meetmethodes. Grofweg kunnen we voor het meten van relevante variabelen en indicatoren de volgende methodes onderscheiden:

- » Transacties (bijvoorbeeld pintransacties en kassasystemen)
- » Registraties (CBS, Kamer van Koophandel en dagboekmethode)
- » Observaties (Locatus)
- » Bevragen (enquêtes)

Het meten van transacties (zoals Rabobank dat doet op basis van pingegevens) of op basis van registraties (zoals het CBS dat doet met belastinggegevens) wordt steeds meer als gewenste meetmethode gezien. Omdat hiermee op continue basis feiten bij de bron worden gemeten en er sprake is van een omvangrijke steekproef, bieden de methodes potentie voor goede monitoring. Desondanks zijn er ook aan deze methodes nadelen verbonden. Denk hierbij aan de invloed van uitschieters (zoals de aanwezigheid van één grote meubelzaak) en aan het feit dat de omzet van filiaalbedrijven bij de Rabobank en het CBS veelal op het hoofdkantoor worden geregistreerd (onjuiste geografische toewijzing). Om de data geschikt te maken voor ruimtelijk-economisch onderzoek zal hiervoor gecorrigeerd moeten worden met een afnemende validiteit tot gevolg.

Daarnaast moeten we er bij deze methodes rekening mee houden dat het onderscheid naar branches bij deze bronnen gebaseerd is op een registratie van de ondernemingen. Op het moment dat een onderneming zich inschrijft bij de Kamer van Koophandel wordt deze gekoppeld aan een sbi-code. Zowel de Rabobank als het CBS deelt het bedrijfsleven in op basis van deze sbi-coderingen. Dit wil echter niet zeggen dat de onderneming ook werkelijk die functie vervult of als zodanig door de consument wordt ervaren. Zo kan een winkel voor bouwmaterialen zich ooit als detailhandel bij de Kamer van Koophandel hebben ingeschreven terwijl hij in de praktijk vooral levert aan bedrijven (en dus de rol van groothandel vervult). Bij observeren (zoals Locatus dat doet) en bevragen (zoals dat bij enquêtes gebeurt) wordt een branche juist toebedeeld op basis van de beleving van de consument of een veldwerker. Wat is dan de werkelijkheid? Is dat de meting of registratie? Of is het onze beleving van de werkelijkheid?

Daarbij komt dat in het ruimtelijk-economisch onderzoek cijfers die op basis van verschillende meetmethodes zijn vastgesteld, veelvuldig aan elkaar worden gekoppeld in berekeningen. Een kooporiëntatie van de consument (o.b.v. een enquête) wordt gekoppeld aan een gemiddelde branchebesteding (o.b.v. CBS-registratie) en vervolgens aan een winkelvloeroppervlakte (o.b.v. een Locatus-observatie). Of de omzet uit pintransacties (gemeten door de Rabobank) wordt toebedeeld aan de branche-indeling van de Kamer van Koophandel (o.b.v. registraties) en vervolgens gekoppeld aan het aantal vestigingen in de branche (o.b.v. observatie). Een en ander werkt onzuiverheden in de hand.

Daarnaast dienen we rekening te houden met het geografisch niveau waarop wordt gemeten. In het ruimtelijk-economisch onderzoek worden meestal winkelgebieden onderscheiden. In de databronnen van de Rabobank, het CBS en de Kamer van Koophandel is het winkelgebied niet als variabele opgenomen. De waarnemingen en registraties bij deze bronnen vinden plaats op adresniveau (dat in onderzoek geaggregeerd kan worden tot Postcode 6- of Postcode 4-niveau).

Naar ons idee is het dan ook onrealistisch om te veronderstellen dat er één meetmethode is die een volledig betrouwbaar beeld van de werkelijkheid schetst. We zullen ernaar moeten streven de werkelijkheid zo goed mogelijk te benaderen. Welke methode zich hiervoor het beste leent, kunnen we met elkaar bepalen door verschillende bronnen en onderzoeksresultaten grondig te analyseren en in het licht te plaatsen van ervaring en gezond verstand.

5. AANBEVELINGEN

Het moge duidelijk zijn dat de huidige werkwijze in het ruimtelijk-economisch onderzoek niet ideaal is. Onderzoekers zijn afhankelijk van beschikbare bronnen en zijn genoodzaakt hierin zelf keuzes te maken en cijfers op basis van eigen kennis te interpreteren. Het is een kwestie van roeien met de riemen die we hebben. Het is jammer dat - in een land met een zo fijnmazig voorzieningennetwerk en een rijke historie in landschapsplanning - het detailhandelonderzoek op deze wijze is georganiseerd. Daarbij komt dat de onderzoeken vaak ad hoc in een geografisch afgebakend gebied worden uitgevoerd en de resultaten in rapportvorm worden gepubliceerd. Dit heeft o.a. tot gevolg dat resultaten moeilijk aan elkaar gekoppeld en met elkaar vergeleken kunnen worden waardoor goede referentiegegevens vaak ontbreken. Om de kwaliteit van het ruimtelijk-economisch onderzoek in de toekomst te verbeteren doen wij de volgende aanbevelingen:

1. Feiten meten bij de bron
2. Van uniforme naar collectieve dataverzameling
3. Een gedegen onderbouwing van prognoses

Ad 1) Feiten meten bij de bron

Ons pleidooi is om in te zetten op het meten van feitelijkheden bij de bron waarbij in de eerste plaats de aandacht uitgaat naar het monitoren van de detailhandelsomzet op lokaal niveau (als belangrijkste indicator voor het economisch functioneren). De laatste tijd is er veel gediscussieerd over de verschillende vormen van dataverzameling voor koopstromenonderzoek. Terwijl wat ons betreft hier niet de prioriteit zou moeten liggen. Zoals wij in voorliggende position paper hebben laten zien, vormt de kooporiëntatie immers niet per definitie een indicator voor de prestaties van een winkelgebied. Het onderscheid tussen economische prestaties en koopstromen zou daarom wat ons betreft nadrukkelijker moeten worden gemaakt in de huidige discussies over de verschillende methodes en databronnen voor ruimtelijk-economisch onderzoek.

Op het moment dat economische prestaties (de omzet van winkelgebieden) bij de bron gemeten kunnen worden, is het niet meer nodig om dit via koopstroom- en bestedingscijfers te berekenen. Koopstromenonderzoeken kunnen dan sec worden ingezet om de kooporiëntatie in beeld te brengen, het verzorgingsgebied en de concurrentiepositie te bepalen en het effect van lokale en regionale ontwikkelingen op het draagvlak in beeld te brengen. Idealiter worden ook de mogelijkheden van een goede bronmeting voor het bepalen van de kooporiëntatie nader onderzocht maar de urgentie daarvan is wat ons betreft kleiner dan het meten en monitoren van economische prestaties bij de bron. Het koopstromenonderzoek via enquêtes biedt als voordeel dat ook inzicht kan worden geboden in de motieven en de winkelgebiedsbeleving die aan dit consumentengedrag ten grondslag liggen. Dit is met name interessant om het onderscheidend vermogen van winkelgebieden in beeld te brengen.

Ad2) Van uniforme naar collectieve dataverzameling

De aandacht zou dus in de eerste plaats uit moeten gaan naar het vinden van een goede bron voor het meten van economische prestaties. Bronnen die in dit kader nader onderzocht kunnen worden zijn het CBS, de Kamer van Koophandel en/of (samenwerkende) financiële instellingen. Bij deze laatste groep is het van belang te wijzen op de PSD2-regelgeving en de mogelijkheden die dit biedt voor fintechbedrijven om betaalgedrag nader te analyseren. Voor wat betreft de CBS-data is het raadzaam de aanpak en resultaten van het koopstromenonderzoek Oost-Nederland te volgen. Uit deze pilot zal moeten blijken in hoeverre het CBS betrouwbare resultaten biedt en van toegevoegde waarde is voor in het ruimtelijk-economisch onderzoek in winkelgebieden. Maar ook voor het meten van andere relevante indicatoren pleiten wij voor een grondige inventarisatie van bronnen (die al dan niet in deze position paper aan de orde zijn gekomen) om meer data over het functioneren van de detailhandel op lokaal of regionaal niveau te kunnen ontsluiten. Denk daarbij aan branchecijfers over (online) bestedingen en de kooporiëntatie van consumenten. Laten we niet bij de pakken neer gaan zitten als een initiatief niet direct van de grond komt of als privacyregelgeving roet in het eten gooit. Laten we blijven streven naar vernieuwing, zoeken naar en experimenteren met innovatieve bronnen, nieuwe vormen van dataverzameling en interessante toepassingsmogelijkheden daarvan.

Ons advies is om toe te werken naar een landelijke database met relevante data voor ruimtelijk-economisch onderzoek. Behalve met data uit (potentieel) nieuwe bronnen, kan de database gevuld worden met informatie uit reeds beschikbare databronnen m.b.t. bijvoorbeeld demografie, winkelaanbod en werkgelegenheid. Op het moment dat we over een aantal goede bronnen beschikken kunnen we de data koppelen, analyseren, verrijken en uiteindelijk vertalen naar relevante marktkennis. Door koppeling van data kan naar verbanden worden gezocht die uiteindelijk tot nieuwe inzichten en tot nieuwe indicatoren voor de prestaties en perspectieven van voorzieningenclusters en de daar gevestigde branches kunnen leiden. Bovendien kunnen op dat moment benchmarks worden vastgesteld waarmee de prestaties van individuele gebieden vergeleken kunnen worden met een groep van vergelijkbare gebieden (bijvoorbeeld op basis van regio, stedelijkheid, grootteklasse of type winkelgebied) en kunnen effecten van ontwikkelingen worden gemonitord. Dit laatste biedt tevens aanknopingspunten voor de prognoses en het schatten van effecten van toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen.

Een dashboard zoals dat van Retail Insiders zou hier geschikt voor kunnen zijn. Op dit moment worden binnen dit dashboard vooral landelijke kengetallen gemonitord. Er zijn plannen om dit binnenkort uit te breiden met kengetallen uit verschillende regionale koopstromenonderzoeken. Dit kan een mooie aanzet vormen voor de gewenste database.

Ad 3) Een gedegen onderbouwing van prognoses

De aandacht in de position paper is vooral uitgegaan naar indicatoren voor de huidige prestaties en positie van winkelgebieden. Om de toekomstbestendigheid daarvan te kunnen bepalen, zouden we moeten weten welke ontwikkelingen er in de toekomst gaan plaatsvinden en in hoeverre deze de prestaties van de winkelgebieden gaan beïnvloeden. Het is een illusie om te denken dat we deze toekomstige ontwikkelingen en effecten daarvan kunnen voorspellen en dichttimmeren. Wat we wel kunnen doen is afspraken maken over bronnen die we hiervoor gebruiken en op welke wijze we deze verwerken in het ruimtelijk-economisch onderzoek. Collectieve dataverzameling kan daarbij helpen. Op het moment dat we op landelijk niveau de prestaties van winkelgebieden gaan monitoren, ontstaat tevens een basis voor betere prognoses. We beschikken dan namelijk over een referentiekader waarmee we beter kunnen inschatten in hoeverre bepaalde ontwikkelingen de economische prestaties van winkelgebieden beïnvloeden. De Retail Risk Index van Locatus kan hiervoor als voorbeeld worden gezien: een model dat op basis van diverse indicatoren en historische ontwikkelingen een verwachting uitspreekt ten aanzien van toekomstige ontwikkelingen.

6. VOORUITBLIK

In deze position paper staat het traditionele ruimtelijk-economisch onderzoek centraal zoals we dat gewend zijn uit te voeren t.b.v. de planning van winkelruimte. De onderzoeken worden veelal uitgevoerd conform de eisen die de wetgever daaraan stelt (Ladder voor Duurzame Verstedelijking) en bieden ons hierin de benodigde onderbouwing en houvast. Het is echter de vraag hoe lang deze methode nog stand kan houden en of we op termijn niet op een andere manier naar winkelgebiedsprestaties moeten gaan kijken. Dit heeft met name te maken met de veranderende functie van winkelgebieden.

De detailhandel vormt hierin steeds vaker slechts een onderdeel van een integraal pakket aan consumentenvoorzieningen (zorg, wonen, horeca, cultuur et cetera). De prestaties van deze voorzieningen zijn hiermee medebepalend voor de positie en het perspectief van het winkelgebied. Winkelgebieden vormen een onderdeel van een daily urban system waarin allerlei bewegingen vanuit verschillende motieven plaatsvinden: kopen, ontmoeten, werken, recreëren, studeren et cetera. Het is daarom van belang om ook andere (al dan niet commerciële) functies in winkelgebieden op waarde te schatten. Bovendien staan ook de winkelvestigingen zelf aan de vooravond van een functieverandering. Winkels fungeren steeds vaker als ontmoetingsplek, servicepunt of als billboard voor de formule. Een plek waar de consument komt om producten te zien, te voelen en uit te proberen. Of om online bestellingen af te halen of te retourneren.

Deze situatie zal vragen om een andere benadering van het onderzoek naar het functioneren en het perspectief van winkelgebieden. Daarbij draait het niet meer alleen om de bestedingen die ter plaatse worden gedaan maar veel meer om onderscheidend vermogen en de functie die het gebied als geheel vervult voor de consument. Wij adviseren dan ook om bij de opbouw van een eventuele monitor verder te kijken dan de traditionele dpo-indicatoren maar voor te sorteren op het toekomstperspectief van het winkelgebied van de toekomst. Hierbij kan gedacht worden aan de prestaties van andere branches, passantengegevens, lokale of regionale cijfers over de online bestedingen en indicatoren die een beeld geven van het onderscheidend vermogen van het winkelgebied (zie figuur 1).

7. TEN SLOTTE

We hopen dat deze position paper een positieve bijdrage zal leveren aan de toekomst van het ruimtelijk-economische detailhandelsonderzoek. Naar ons idee vragen de ontwikkelingen in het winkellandschap en het daarbij behorende diffuse koopgedrag van consumenten om een nieuwe aanpak waarbij op landelijk niveau op zoek wordt gegaan naar goede bronnen en indicatoren voor de feitelijke prestaties en het draagvlak van winkelgebieden.

Wij roepen de stakeholders dan ook op om gezamenlijk te werken aan een landelijk dashboard met goede en relevante data en indicatoren. Een dashboard dat het mogelijk maakt om op basis van gespecificeerde benchmarks lokale resultaten beter te duiden en in perspectief te plaatsen. Dat het mogelijk maakt om winkelgebiedsprestaties te monitoren en daarmee zal bijdragen aan betere prognoses van effecten van toekomstige ruimtelijk-economische ontwikkelingen.

Bovendien kan een dergelijke aanpak kostenbesparingen met zich meebrengen. Vrijwel iedere gemeente en provincie vraagt van tijd tot tijd om ruimtelijk-economisch onderzoek. Lokale of regionale uitvoering is relatief kostbaar. De collectieve opbouw en financiering van een dergelijk dashboard zal leiden tot schaalvoordelen waardoor de totale uitgaven aan het ruimtelijk-economisch onderzoek kunnen afnemen.

Bovenal beschikken we dan over een kennisbasis van waaruit we samen kunnen werken aan een evenwichtige voorzieningstructuur. Een structuur waarin gemeenten en winkelgebieden elkaar aanvullen in plaats van beconcurreren, waarin op regionaal niveau een evenwichtig pakket aan consumentenvoorzieningen wordt geboden en waarin ieder gebied vanuit zijn eigen kracht goed kan functioneren. Laten we hierover met elkaar en met de verschillende organisaties die hier een bijdrage aan kunnen leveren, in gesprek gaan. Met als streven een zuivere waarneming van winkelgebiedsprestaties die beleidskeuzes op basis van feiten en onderbouwde veronderstellingen mogelijk maken.

COLOFON

In opdracht van:

Platform de Nieuwe Winkelstraat

Auteur:

Anouk Smeltink-Mensen (AnalyZus)

Begeleidingscommissie:

Marcel Evers (INretail)

Jan-Willem Janssen (Shift Advisor)

Robin van Lieshout (BRO)

Fleur de Best (Platform de Nieuwe Winkelstraat)

Vormgeving:

Claire Brinkman (INretail)

Publicatiedatum:

Januari 2020

platform

de nieuwe winkelstraat

