Van leegstand naar leegloop?

Een kwantitatieve studie naar wat leegstand doet met looproutes in vier middelgrote steden



Isabel van Veen
Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit
Augustus 2022

Van leegstand naar leegloop?

Een kwantitatieve studie naar wat leegstand doet met looproutes in vier middelgrote steden

Isabel van Veen
S1043428
Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit
Begeleider: drs. Maria Kaufmann
Aantal woorden: 19222
Augustus 2022

Voorwoord

Beste lezer, voor u ligt mijn Bachelor scriptie “Van leegstand naar leegloop?”. In deze thesis wordt gekeken naar het mogelijke effect van leegstand op het bezoekersaantal in middelgrote steden. Het onderzoek heeft mij tot nieuwe, interessante inzichten gebracht en daarom heb ik het onderzoek met grote belangstelling uitgevoerd. Desondanks ben ik blij dat het eindresultaat nu, na 8 maanden eindelijk klaar is. Hiervoor wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst mijn scriptie begeleidster Maria Kaufmann bedank ik voor de uitgebreide feedback en (online) sessies waarbij ik al mijn vragen kon stellen. Ook wil ik DTNP bedanken voor het verzorgen van de enquête en het beschikbaar stellen van de informatie. Daarnaast bedank ik graag Huub Ploegmakers, die me heeft geholpen bij het analyseren van de data en de dataset heeft opgesteld. Ook Kevin Raaphorst wil ik bedanken voor het opstellen van de GIS-dataset. Tot slot een bedankwoord voor mijn medestudenten die mij hebben geholpen.

Isabel van Veen
Nijmegen, 10 augustus 2022

Samenvatting

Leegstand is een verschijnsel dat de laatste jaren steeds meer optreedt in de Nederlandse binnensteden. Met name in middelgrote steden; daar bevindt zich met gemiddeld 15% de meeste leegstand. Na de coronacrisis zal deze leegstand zelfs nog verder toenemen. Tegenwoordig is de norm voor binnensteden dat ze aantrekkelijk en leefbaar moeten blijven, maar met een toename in leegstand wordt dit steeds lastig. De manier hoe mensen zich door de stad bewegen zegt veel over hoe mensen een stad ervaren, ook wat betreft aantrekkelijkheid. Het is voor te stellen dat leegstand in de binnenstad een effect heeft op het aantal bezoekers in bepaalde straten waar veel of waar weinig leegstand te vinden is. Daarom is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

"In welke mate heeft leegstand in de binnenstad een effect op de looproutes van bezoekers in middelgrote binnensteden?"

Het onderzoeksdoel is om te onderzoeken wat leegstand doet met de manier hoe mensen zich door de middelgrote stad bewegen. Voor de beantwoording van deze hoofdvraag zijn drie deelvragen opgesteld. De eerste deelvraag gaat over de looproutes, namelijk hoe mensen zich door een binnenstad bewegen. De tweede deelvraag gaat over de leegstand, namelijk waar leegstand in de binnenstad gevestigd is en waarom daar. In de derde en laatste deelvraag wordt een regressieanalyse uitgevoerd waarbij het verschijnsel leegstand in twee aspecten wordt opgedeeld, namelijk het absolute aantal leegstaande verkooppunten en het aantal in oppervlakte wat leegstaat. Er wordt vervolgens onderzocht wat het verschil is in het effect tussen deze twee aspecten op het aantal bezoekers dat er langs loopt.

Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met DTNP, waarbij face-to-face enquêtes zijn afgenomen in 8 verschillende middelgrote binnensteden met een groep andere onderzoekers. Voor dit onderzoek is ervoor gekozen om uit deze 8 steden een selectie te maken van 4 steden in verband met de haalbaarheid en interne validiteit van het onderzoek. Hierbij is ervoor gekozen om in het spectrum van middelgrote steden 2 steden te kiezen die wat kleiner zijn, namelijk Uden en Zutphen, en 2 steden die wat groter zijn, namelijk Amersfoort en Zwolle. Daardoor kan er een zo breed mogelijk beeld worden geschetst over het gehele spectrum van middelgrote steden. Dit is positief voor de generaliseerbaarheid; de externe validiteit. Het onderzoek wordt uitgevoerd door middel van een cross sectioneel survey-onderzoek, waarbij er op één tijdstip materiaal wordt verzameld bij een bepaalde groep. Dit wordt vervolgens vele malen herhaald. Door het gebruik van kwantitatieve methoden kan er in dit onderzoek veel data worden verzameld, maar heeft ook als gevolg dat de verzamelde informatie niet erg diepgaand is. Veel data heeft als doel de betrouwbaarheid van het onderzoek te bevorderen.

In totaal zijn er 2172 enquêtes afgenomen in Amersfoort, Uden, Zutphen en Zwolle. In Uden zijn de minste responses verkregen en in Amersfoort de meeste. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is ongeveer 49 jaar en de enquête is door meer vrouwen dan mannen ingevuld, met ongeveer een 60-40 verhouding. Het grootste deel van de respondenten hebben een hbo opleiding genoten. Het gemiddelde inkomen van het huishouden van de respondenten ligt tussen de €1500 en €3000 euro per maand. Het gemiddelde rapportcijfer dat wordt gegeven voor het centrum in het algemeen, is een 7,7.

Om verder in te gaan op de analyse, wordt er zoals gezegd gestart met het analyseren van de looproutes. De binnenstad wordt in zijn geheel gepasseerd door de bezoekers, maar centrale punten

in de stad worden het meest gepasseerd. Dit kan een hoofdwinkelstraat zijn of een centraal (historisch) plein. De straten die hieromheen gelegen zijn en tellen als een soort verbinding met de rest van de stad, plaatsen zich ook vaak in de top 10 van meest bezochte straten van de binnenstad. Deze straten liggen in het kernwinkelgebied en zijn daarom geen aanloopstraat. Met uitzondering van Zwolle, wordt vaak één straat in de 10 meest gepasseerde straten gemarkeerd als aanloopstraat, de rest ligt in het kernwinkelgebied. In de twee grootste steden Zwolle en Amersfoort liggen de drukstbezochte straten dichtbij elkaar, maar in de kleinere steden Uden en Zutphen liggen de drukstbezochte straten wat verder uit elkaar. Wanneer er wordt gekeken naar waar zich het meeste leegstand bevindt, is dat qua absoluut aantal in de aanloopstraten. Qua oppervlak ligt de leegstand, met uitzondering van Zwolle, in het kernwinkelgebied. Dit komt vermoedelijk omdat grote winkelketens zich vaak vestigen in een kernwinkelgebied, of in een winkelcentrum dat in een kernwinkelgebied ligt. Verder is er weinig leegstand te vinden in de hoofdwinkelstraat. Elke stad is bezig met het oplossen van leegstand, sommige steden zijn nog in de beschrijvende fase en sommige steden zijn al verder in het proces en zijn al bezig met herstructurering met als doel, een verhoging van de leefbaarheid.

Vervolgens wordt de verklarende variabele ‘leegstand’ getoetst op de afhankelijke variabele ‘aantal bezoekers’. Zoals is gezegd wordt leegstand uitgesplitst in het aantal en het oppervlakte. Hieruit blijkt dat zowel het aantal verkooppunten dat leegstaat als het aantal oppervlakte dat leegstaat allebei een significant positief verband hebben met het aantal bezoekers. Dit is verrassend, aangezien uit het theoretisch kader het tegenovergestelde bleek. Daarom zijn er andere verklarende variabelen aan het model toegevoegd. Allereerst zijn de variabelen ‘locatie in kerngebied’ en ‘locatie in aanloopstraat’ toegevoegd: het kan immers zijn dat de locatie waar een verkooppunt zich bevindt, invloed heeft op het aantal bezoekers. Hoe dichter bij het centrale punt, hoe meer bezoekers blijkt uit de voorgaande analyses. Dit blijkt inderdaad zo te zijn. Wanneer een verkooppunt in een kerngebied ligt, is er een sterk positief verband met het aantal bezoekers. Ook wanneer een verkooppunt in een aanloopgebied ligt, is er een positief verband met het aantal verkooppunten. De variabelen van leegstand nemen af in hun positieve verband, waarbij het verband tussen het oppervlakte leegstand en het aantal bezoekers zelf verdwijnt. Vervolgens worden er type verkooppunten toegevoegd aan het model: ‘verkooppunten dagelijks’, ‘verkooppunten mode & luxe’, ‘verkooppunten vrije tijd’ en ‘verkooppunten totaal’. Al deze type verkooppunten hebben een positief verband met het aantal bezoekers dat er langs loopt. Het verband is bij verkooppunt mode & luxe het grootst. Met het toevoegen van deze variabele verdwijnt het positieve effect nu ook voor het aantal verkooppunten dat leegstaat op het aantal bezoekers. Dat betekent dat, wanneer er andere verkooppunten aanwezig zijn in de straat en als de straat in een kerngebied ligt, het effect van deze variabelen op het aantal bezoekers sterker is dan het effect van leegstand op het aantal bezoekers. Leegstand zorgt wél voor een effect op het aantal bezoekers dat erlangs loopt, maar leegstand is niet de enige factor die zorgt voor een effect op het aantal bezoekers. Wanneer er namelijk meer factoren worden toegevoegd die ook een effect zouden kunnen hebben, is het effect van leegstand op het aantal bezoekers niet meer significant.

In vervolgonderzoek zou er meer onderzoek gedaan kunnen worden naar verklarende factoren die mogelijk een groter effect hebben op het aantal bezoekers dan dat leegstand heeft. Ook zou er door middel van kwalitatief onderzoek over dit onderwerp kunnen worden onderzocht waarom mensen leegstand wel of niet ontwijken.

Inhoud

Hoofdstuk 1: inleiding en relevantie 1
1.1 Aanleiding 1
1.2 Doel en onderzoeksvragen 2
1.3 Wetenschappelijke relevantie 3
1.4 Maatschappelijke relevantie 3
1.5 Conceptueel model 4
Hoofdstuk 2: theorievorming 5
2.1 De binnenstad 5
2.1.1 Definitievorming 5
2.1.2 Doel binnenstad 6
2.1.3 Categorisatie grootte steden 7
2.1.4 Stadscentrum 8
2.1.5 Aanloopstraten 9
2.2 Leegstand 10
2.2.1 Oorzaken leegstand 10
2.2.2 Gevolgen leegstand 13
2.3 Aantrekkelijkheid 15
2.4 Looproutes 16
Hoofdstuk 3: methodologie 19
3.1 Onderzoeksstrategie 19
3.2 Onderzoeksmateriaal 20
3.2.1 Dataverzameling 20
3.2.2 Validiteit 23
3.2.3 Betrouwbaarheid 23
3.2.4 Data analyse 24
Hoofdstuk 4: Resultaten 25
4.1 Beschrijvende statistieken 25
4.2 Looproutes 28
4.3 Leegstand 33
4.4 Verband tussen leegstand en looproutes 39
Hoofdstuk 5: Conclusie 45
5.1 Conclusie 45
5.2 Discussie en reflectie 46
5.3 Aanbevelingen en beperkingen 48
6. Bibliografie 49

Bijlage I: Enquête..... 54

Hoofdstuk 1: inleiding en relevantie

1.1 Aanleiding

Leegstand is een verschijnsel dat in de laatste jaren steeds meer optreedt in de Nederlandse binnensteden. In grote binnensteden is de leegstand afgelopen drie jaar verdubbeld, maar middelgrote binnensteden spannen de kroon. Daar bevindt zich met zo'n 15% de meeste leegstand (Stec Groep, 2022; Kamphuis, 2021). Volgens onderzoek van de Stec Groep (2022) zal de leegstand na de coronacrisis ook nog verder toenemen.

Voor de leegstand zijn verschillende oorzaken aan te wijzen. Eén van de oorzaken is het in toenemende mate online winkelen waardoor veel fysieke winkels failliet verklaard worden (Vastgoed Business School, 2019). Als tweede oorzaak kunnen de verschillende economische crises worden aangewezen. Deze hebben invloed gehad op het winkelgebied, waarbij de coronacrisis met name in grote steden ervoor zorgt dat er nog meer panden leeg komen te staan (Kamphuis, 2021).

Eén van de grootste gevolgen wat leegstand vaak met zich meebrengt, is een verminderde leefbaarheid van de binnenstad. Dat is juist wat de overheid, zowel lokaal als nationaal, wil tegengaan. Het verbeteren van de leefbaarheid van een stad is vandaag de dag een van de belangrijkste taken van een verscheidenheid aan actoren, variërend van de overheid tot private partijen. Zij hebben er allemaal baat bij wanneer een stad leefbaar is en ook steeds leefbaarder wordt (Kaal, 2011). Het begrip leefbaarheid wordt vaak gebruikt in de literatuur maar er is niet één concrete definitie. Alleen al het RIVM (2004) geeft 12 verschillende definities. Wat de meeste overeenkomsten tussen deze begrippen zijn, is dat ze de omgeving in relatie stellen met het individu of met sociale netwerken. De definitie van het begrip leefbaarheid zou het best kunnen worden samengevat in de volgende definitie van Balsas (2004): *"het vermogen van een binnenstad om zijn levensvatbaarheid en vitaliteit te behouden en te verbeteren*". Deze definitie zal ook worden aangehouden in dit onderzoek.

Een manier om de leefbaarheid te vergroten terwijl de leegstand toeneemt, zou gevonden kunnen worden in een andere visie op het beleid van de binnenstad, namelijk die van functiemenging, oftewel 'blurring'. Wanneer de functies in de binnenstad sterker gemengd of 'geblurd' zouden worden, wordt de binnenstad meer divers met een boost voor de binnenstadseconomie als gevolg. Hierdoor zullen ondernemers zich meer aangetrokken voelen tot de binnenstad en zal dit voor nieuwe kansen zorgen. Er kan gedacht worden aan werken op locaties die voorheen een andere functie hadden, zoals leegstaande winkelpanden of pakhuizen. Het verschilt per locatie in hoeverre functiemenging wenselijk is (Platform 31, 2022).

Ook kan er gedacht worden aan wonen in de binnenstad. Zowel in het kader van functiemenging als in het kader van de huidige woningnood. De huizenprijzen blijven maar stijgen en voor 2030 zouden er 1 miljoen woningen bij moeten worden gebouwd. Op het moment van schrijven zijn er zo'n 280.000 woningen te weinig (Schreuder, 2022). Oplossingen voor het woningtekort worden vaak gezocht in de uitbreiding van steden: bouwen aan de stadsgrenzen, waardoor een stad of gebied zich uitbreidt. Dit zorgt tegenwoordig echter voor een oplopend aantal problemen, zowel fysisch als sociaal. Doordat mensen bijvoorbeeld verder moeten reizen van hun woonwijk naar de stad, vindt er meer uitstoot plaats. Bovendien wordt met stadsuitbreiding natuur opgeofferd (Zhang, 2021). Ook wordt er sociale homogeniteit gecreëerd omdat de uitbreiding gaat vaak per wijk (Brody, 2013). Als de leegstand in binnensteden zou kunnen bijdragen aan het oplossen van de woningnood, zouden daarmee meerdere doelen bereikt kunnen worden: zowel de leefbaarheid als

functiemenging zou vergroot worden. Door binnenstedelijk te herstructureren zou er bovendien minder stadsuitbreiding plaats hoeven te vinden waardoor er meer kan overblijven.

Het kabinet heeft onlangs 100 miljoen euro geïnvesteerd in de herstructurering van winkelgebieden in binnensteden. Vaak gaat het hierbij om de transformatie van leegstaand winkelvastgoed naar woningen, maar ook andere herstructureringen die de binnenstad vitaal houden vallen onder de subsidie (RVO, 2021).

Het is echter af te vragen of leegstaande winkelpanden wel degelijk zo'n groot probleem zijn voor de bezoekers binnenstad als wordt gedacht. Er is veel aandacht besteed aan het probleem van leegstand in de binnenstad, maar er is nog niet bekend wat dit doet met de perceptie van de aantrekkelijkheid van een binnenstad door bezoekers. Hoewel leefbaarheid een vrij vaag begrip is om te kunnen operationaliseren, is aantrekkelijkheid wel degelijk te meten.

Een ongeschreven regel tegenwoordig is dat de binnenstad aantrekkelijk moet zijn. Dit zou goed zijn voor de stad in zijn geheel, de werkgelegenheid en een gevoel van trotsheid van de inwoners (Hospers, Van Melik & Ernste, 2015, p. 56). Aantrekkelijkheid is een koepelbegrip dat een aantal aspecten in zich draagt en invloed op uitoefent, zoals verblijfsduur, bezoekersproductiviteit, aantal winkels, looproutes, enzovoort (BRO, z.d.). Looproutes, oftewel de manier hoe mensen zich door de stad bewegen, zegt veel over hoe mensen een stad ervaren. Welke plekken vermijden zij en waar lopen juist de meeste mensen langs? Deze manier van analyseren kan worden gezien als een beoordeling van de beleving van de binnenstad en daarmee ook de waardering. Dit kan ook andersom beredeneerd worden: het is voor te stellen dat leegstaande panden ervoor zorgen dat de binnenstad minder gewaardeerd wordt, maar zorgt dit er ook voor dat er minder mensen langs lopen? Een voorbeeld hierbij is de leegstand van de V&D. Dit zijn grote panden maar liggen vaak midden op de looproute van mensen die een stad bezoeken. Ontlopen bezoekers bewust dit leegstaande pand of wordt het genegeerd?

1.2 Doel en onderzoeksvragen

Volgens bovenstaande informatie is er het meeste leegstand te vinden in middelgrote binnensteden, en dit zal alleen maar verder toenemen. Ook is er nog niet bekend hoe leegstand effect heeft op het loopgedrag van bezoekers van de binnenstad. Het doel van dit onderzoek is daarom om te onderzoeken wat leegstand doet met de manier hoe mensen zich door de middelgrote stad bewegen. Zodoende is de volgende hoofdvraag opgesteld: ***"In welke mate heeft leegstand in de binnenstad een effect op de looproutes van bezoekers in middelgrote binnensteden?".***

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden, zal er allereerst een selectie en vervolgens een analyse worden gemaakt van binnensteden waarop het onderzoek uit zal worden gevoerd. De bijpassende eerste deelvraag daarbij zal zijn: *"Hoe bewegen mensen zich door Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?".* Vervolgens wordt er gekeken hoe de leegstand zich vormgeeft in de ruimte. Dit wordt gedaan aan de hand van de volgende deelvraag: "*Hoe ziet de leegstand eruit in Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?".* Tot slot kan er een verband worden getrokken tussen leegstand en de looproutes in de statistische analyse, waarbij de laatste deelvraag zal worden beantwoord: "*Wat is het verschil tussen het effect van het aantal verkooppunten die leegstaan en het winkeloppervlak dat leegstaat op het aantal bezoekers?"*.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Er zijn eerder al onderzoeken uitgevoerd naar de aantrekkelijkheid van de binnenstad, zoals bij het onderzoek van Teller en Reutterer (2008). Zij hebben gekeken naar hoe aantrekkelijkheid bevorderd kan worden in winkelgebieden. Eén van de conclusies daarbij was dat een mix van de huurders van de panden, en de sfeer van het winkelgebied, beide een belangrijke bepalende factor zijn voor de ervaren aantrekkelijkheid. Hier wordt dus ingegaan op aantrekkelijkheid maar niet op looproutes in het algemeen.

In het rapport "De Bestendige Binnenstad" van het PBL (2014) wordt leegstand in de binnenstad geanalyseerd, maar er wordt verwoord dat het met name een probleem is van de eigenaar van het pand. Hierbij gaat het met name om financiële redenen, namelijk het mislopen van rendement. Dit verklaart dus nog niet het mogelijke probleem voor de bezoeker van de binnenstad. Het buiten beschouwing laten van bezoekers, en met name looproutes, is overigens het geval in veel studies geweest: ook bij Huizinga en Ossonika (2014), waarbij met name wordt gesproken over de rol van de overheid. "Een beetje leegstand" wordt omschreven als geen probleem zijnde op de winkelmarkt, maar het is onduidelijk of dit voor de beleving van de binnenstad eveneens geldt.

In het onderzoek van Lok (2011) zijn looproutes onderzocht voor de binnenstad van Utrecht en leegstand is onder andere meegenomen, maar er kan niet gesteld worden of de looproutes daadwerkelijk worden beïnvloed door leegstand omdat er veel andere factoren ook worden meegenomen. Daarom zouden de looproutes evengoed door deze andere factoren verklaard kunnen worden.

Hamans (2013) onderzoekt transformaties van leegstaande winkelpanden en heeft gekeken naar het sociale in plaats van financiële aspect, maar het ging daarbij om de sociale wenselijkheid en was kwalitatief van aard. Daardoor zijn looproutes buiten beschouwing gelaten.

Uit, onder andere, bovenstaande onderzoeken blijkt dus dat er een 'research gap' bestaat omdat zowel leegstand als looproutes zijn onderzocht maar nog niet in (direct) verband met elkaar. Dit onderzoek zal daar verandering in brengen door leegstand en het aantal bezoekers dat daar langs loopt in kwantitatief verband met elkaar te brengen. Hierdoor wordt tevens de waardering van de bezoekers onder de aandacht gebracht.

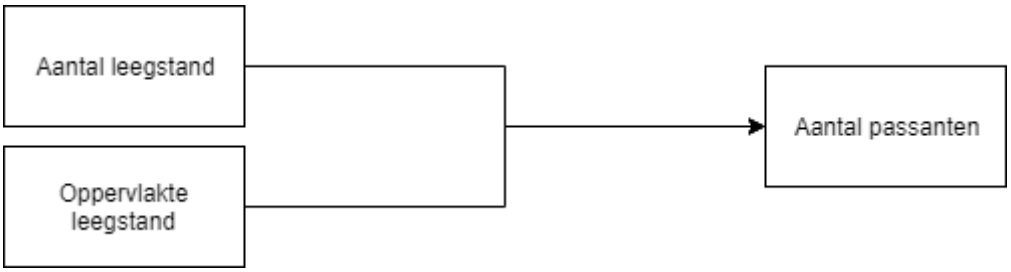
1.4 Maatschappelijke relevantie

Zoals ook al is uitgelicht in de inleiding, is er steeds meer leegstand te vinden in de Nederlandse binnensteden, terwijl de binnenstad tegelijkertijd nog wel leefbaar en daarmee aantrekkelijk moet blijven. Omdat de manier hoe mensen zich door een stad bewegen een goede indicator is voor de waardering en aantrekkelijkheid van een stad, is het van belang om leegstand in verband te brengen met looproutes die bezoekers afleggen.

Deze kennis is relevant voor gemeenten, zodat zij een keus kunnen maken of het nodig is om een pand of gebied waar veel leegstand te vinden is, te gaan revitaliseren of niet. Daarmee zou dit onderzoek gezien kunnen worden als een eerste aanzet in het proces van herstructureren, omdat er in de meeste gevallen eerst leegstand is alvorens de herstructurering plaatsvindt (VNG, 2011). Wanneer de bezoekers van de binnenstad de leegstand niet ervaren als negatief, is het ook niet nodig om te herstructureren en zal de gemeente een meer afwachtende rol kunnen innemen totdat er een nieuwe huurder het pand betrekt.

Bovendien is het ook voor het individu relevant dat gemeenten inzicht krijgen in looproutes. Zij zijn de gebruikers van de stad en hebben daarom baat bij een aantrekkelijke binnenstad.

1.5 Conceptueel model



Figuur 1: conceptueel model

Dit conceptuele model in figuur 1 is ter ondersteuning van de data analyse en theorieverzameling. Het model suggereert dat het aantal leegstaande panden en de oppervlakte van leegstand allebei een ander effect hebben op het aantal passanten bij een bepaald straatsegment waar leegstand te vinden is. Dat komt omdat leegstand in twee vormen kan voorkomen, namelijk in het absolute aantal qua verkooppunten dat leegstaat, en in een inhoudelijke vorm. Hierbij valt te denken aan een groot pand in de binnenstad dat ophoudt te bestaan waardoor er veel vloeroppervlakte vrij komt. Het is voor te stellen dat deze twee vormen van leegstand een ander effect hebben op het aantal passanten dat er langs loopt. Misschien ontwijken mensen eerder een groot leegstaand pand en hebben zij niet veel last van een aantal panden die leegstaan en nauwelijks opvallen in een drukke winkelstraat. Er is bewust voor gekozen om het aspect aantrekkelijkheid geen onderdeel uit te laten maken van het conceptuele model, omdat aantrekkelijkheid zowel te maken heeft met leegstand als het aantal passanten en daardoor een dubbelzinnige factor zou zijn om toe te voegen aan het model en daarmee aan de analyse. Bovendien zegt de analyse van dit model daarom indirect iets over aantrekkelijkheid.

Hoofdstuk 2: theorievorming

In dit hoofdstuk wordt er een theoretisch kader geschetst, waar er verder wordt ingegaan op de theorie die bruikbaar is voor dit onderzoek. Er wordt ingegaan op de binnenstad, leegstand, aantrekkelijkheid en looproutes.

2.1 De binnenstad

In deze paragraaf wordt het begrip 'de binnenstad' nader toegelicht. Dit is een begrip wat vaak wordt gebruikt in de literatuur, maar vaak wordt het niet duidelijk uitgelegd. Omdat 'de binnenstad' ook deel uitmaakt van de hoofdvraag in dit onderzoek, is het nuttig om een beeld te schetsen van deze term. Er zijn verschillende dimensies toe te kennen aan het begrip binnenstad: zowel ruimtelijk, historisch en economisch. Volgens Wirth zijn de definities die worden toegekend aan de hand van deze dimensies enigszins arbitrair (Hospers et al., 2015, p.14). Iedere stad is namelijk verschillend en daardoor kan de definitie verschillen per stad (Hospers et al., 2015, p.14).

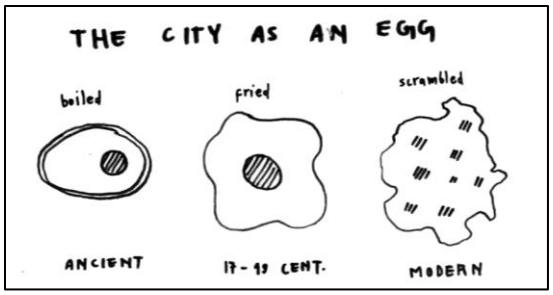
2.1.1 Definitievorming

Ruimtelijke dimensie

Een binnenstad is, zonder al te veel te kijken naar bijvoorbeeld het verleden of het economische aspect, *"het deel van de stad dat door de aanwezigheid van winkels en andere openbare voorzieningen de centrumfunctie vervult in een stad"* (Mulder, 2017). Hierbij gaat het er om welke ruimtelijke aspecten een bepaalde plek tot een binnenstad maken en welke geografische locatie daarbij belangrijk is. Zoals ook in figuur 2 zichtbaar is, verandert dit met de tijd en wordt de geografische locatie steeds minder belangrijk. Wel is het vaak zo dat er in de binnenstad een hogere bebouwingsdichtheid is dan in andere delen van een stad. Ook is er een hoge concentratie van verschillende soorten verkeer (Mitkoviç & Dinic, 2004, p.55).

Historische dimensie

Van oudsher wordt de binnenstad vaak aangeduid als het gebied wat binnen de grachten ligt. Tegenwoordig is dit in veel steden nog steeds het geval, zoals in Amsterdam, Zwolle en Groningen. Dit zijn dan ook steden die al lang bestaan. In relatief nieuwe steden, dat wil zeggen gebouwd na industriële ontwikkeling, zoals Purmerend of Lelystad, is er geen omheinende gracht of singel rond de binnenstad (Buursink, 1980, pp. 196-200). Heinemeijer (1968, in: Van Duren, 1995, p.54) definieert de binnenstad als: "*het stadsdeel dat reeds bestond vóór de periode van de grote stadsuitbreidingen in de tweede helft van de negentiende eeuw en veelal nog door singels en grachten wordt begrensd*". Vanuit de historische dimensie gezien zou dat dus betekenen dat steden die na de industrialisatie gebouwd zijn niet of nauwelijks zouden beschikken over een binnenstad. De historische binnenstad wijkt volgens Buursink (1980, pp. 196-200) af van de nieuwere stad en/of stadsdelen doordat de historische binnenstad zich sterk kenmerkt door zijn bouwstijl en vormen van het stratenplan.



Figuur 2: de stad als een ei (bron: Price, in: Hospers et al., 2015)

In figuur 2 is de ontwikkeling van de stad laten zien als metafoor in een ei. Hoewel dit gaat over een hele stad, is de ontwikkeling van de binnenstad ook te zien. Waar het tot de 19e eeuw een duidelijk afgebakend gebied is (midden)in een stad, is het tegenwoordig een meer verspreid verschijnsel (Hospers et al., 2015, p.16). Het centrum en de binnenstad verliezen hun betekenis (Hospers, 2010).

Economische dimensie

Met name in de Verenigde Staten wordt de binnenstad beschreven aan de hand van de economische dimensie. Sohmer & Lang (2001, p.64) beschrijven dat de binnenstad verschillend is per stad. Maar wat overeenkomt tussen alle steden, is dat de binnenstad equivalent is aan het Central Business District. In dit voorbestemde gebied zijn vrijwel alle banen en niet-residentiële activiteiten van een bepaalde stad te vinden (Alperovich, 1982). Ook Hospers et al. (2015) geven aan dat een Amerikaanse binnenstad gelijkgesteld kan worden aan een ander typisch economisch Amerikaans fenomeen, namelijk de shopping mall. In Nederland is dit anders: de Zuid-As is duidelijk niet de binnenstad van Amsterdam en de Westfield Mall of the Netherlands is ook niet de binnenstad van Den Haag. In Nederland vertaalt de economische dimensie van de binnenstad zich, met name in de laatste jaren, in functiemenging. Zoals ook in de inleiding is benoemd, wordt de binnenstad meer divers door functies te mengen. Hierdoor wordt de economie in de binnenstad bevorderd en zien ondernemers nieuwe kansen waardoor de binnenstad aantrekkelijk blijft (Van Dijken, Ghauharali & 't Hooft, 2020).

2.1.2 Doel binnenstad

De dimensie waarin een stad zich uit zoals in bovenstaande paragraaf is beschreven, sluit aan bij de vorm waarin binnensteden willen verschijnen. Tot voor kort waren binnensteden vooral bedoeld als 'places to buy'. De transitie naar 'places to be and live' komt de laatste jaren, met de komst van functiemenging, steeds meer onder de aandacht. Hierbij komen wonen, beleving en winkelen samen (Pen, 2021). We zouden langer moeten blijven hangen in de binnenstad omdat we het er naar ons zin hebben, in plaats van omdat we iets nodig hebben (Stedebouw & Architectuur, 2015).

Naast het creëren van een verblijfsfunctie in de binnenstad door de het bewust invoeren van functiemenging, speelt de ontmoetingsfunctie van de stad ook een belangrijke rol. Het doel van ontmoeting, is gezelligheid (Wilps, 2021). De mate van gezelligheid hangt af van de levendigheid en welke mensen er in de binnenstad te vinden zijn. Een onderzoek van Multiscope (2014) wees uit dat de belangrijkste reden waarom een bezoeker naar de binnenstad gaat, gezelligheid is. Daaruit zou gesteld kunnen worden dat zowel de verblijfsfunctie als de ontmoetingsfunctie in de binnenstad erg belangrijk zijn: gezelligheid bevordert een aangenaam verblijf van de bezoeker van de binnenstad, en andersom, maar ook de ontmoetingsfunctie gaat samen met gezelligheid. De openbare ruimte is erop ingericht om mensen te laten ontmoeten: *"zonder ontmoeting is de openbare ruimte een leeg*

fysiek omhulsel". Door ontmoeting in de openbare ruimte zou deze vorm krijgen en vinden er uitwisselingen plaats tussen verschillende maatschappelijke groepen (Hospers et al., 2015).

In principe is het bezoek aan de binnenstad op te delen in één van drie categorieën: fun-, run- en doelshoppen. Funshoppen sluit aan bij het beschreven bovenstaande en wordt geassocieerd met het doen van een recreatief bezoek aan de stad, waarbij er enkele winkels worden bezocht en het bezoek gefocust is op vermaak in plaats van winkelen. Vaak gebeurt dit in het gezelschap van anderen. Runshoppen is het tegenovergestelde. Bij dit verschijnsel gaat men winkelen met een duidelijk doel van wat ze willen hebben, het liefst zo snel mogelijk. Dit gebeurt vaker bij winkelcentra of supermarkten aan de rand van de stad, terwijl het funshoppen vaak plaats vindt in de binnenstad waarbij de concentratie aan winkels en andere vrijetijdsvoorzieningen hoog is (Gorter, Nijkamp & Klamer, 2003). Doelshoppen lijkt op runshoppen, het onderscheid ligt erin dat hierbij het doel is om zo snel mogelijk een aankoop te doen van een niet-alledaags product, zoals tuinartikelen. Ook combinatiebezoeken vinden vrijwel niet plaats bij doelshoppen volgens het, inmiddels opgeheven, Hoofdbedrijfschap Detailhandel terwijl dit wel het geval kan zijn bij runshoppen (HBD, in: Evers, Van Hoorn, & Van Oort, 2005).

Deze drie vormen kunnen worden onderverdeeld in het utilitaristische en hedonistische bezoekersdoel. Bezoekers die met een utilitaristisch oftewel functioneel motief komen, willen tijdsefficiënt en doelgericht aankopen doen, met zo "min mogelijk irritaties" (Childers, Carr, Peck, & Carson, 2001, p.513). Het run- en doelshoppen past onder deze categorie. Meer hedonistische bezoekers zullen aankopen doen omdat ze genot en plezier willen ervaren en dat, in dit geval, denken te krijgen door de stad te bezoeken (Childers et al., 2001, p.514). Dit komt overeen met het funshoppen. Er zou dus concluderend gesteld kunnen worden dat hedonistische binnenstadsbezoekers (funshoppers) komen om te genieten van het zijn in de stad en minder van het kopen als activiteit op zich. Utilistische stadsbezoekers (run- en doelshoppers) daarentegen komen niet om de binnenstad te bezoeken en plezier te maken, maar om effectief en zo snel mogelijk hun doelgerichte aankoop te kunnen doen.

2.1.3 Categorisatie grootte steden

Vanzelfsprekend kan er een onderscheid gemaakt worden in de grootte van steden. Er zijn grote, middelgrote en kleine steden. Vaak zijn grote en kleine steden wel te onderscheiden, naast de categorisatie op het aantal inwoners. In grote steden vindt over het algemeen de meeste economische groei plaats (Frick & Rodríguez, 2018). Hierbij valt, in de Nederlandse context, te denken aan steden zoals Amsterdam en Rotterdam. Grote steden in Nederland hebben meer dan 100.000 inwoners (Platform 31, z.d.). Met ruim 800.000 en 600.000 inwoners zijn Amsterdam en Rotterdam de grootste steden in Nederland (Promovendum, 2022). Er zijn dus geen megasteden met meer dan 10 miljoen inwoners te vinden in Nederland. Dat komt omdat volgens het onderzoek van Frick & Rodríguez (2018) megasteden alleen zorgen voor economische groei in grote landen waarbij er meer dan 28,5 miljoen stedelijke inwoners zijn. In Nederland waren er in 2020 iets meer dan 16 miljoen stedelijke inwoners (Macrotrends, z.d.). Dat zou een van de verklaringen kunnen zijn waarom er in Nederland geen megasteden zijn en er dus ook geen onderscheid kan worden gemaakt tussen 'groot' en 'megagroot'. Hierdoor kan er volgens Frick & Rodríguez (2018) gesteld worden dat kleine steden efficiënter zijn in kleinere landen en grote steden efficiënter zijn in grotere landen.

Kleine steden zijn steden met weinig inwoners, in Nederland tussen de 30 tot 40.000 inwoners, en deze steden hebben meestal geen last van de negatieve externe effecten zoals

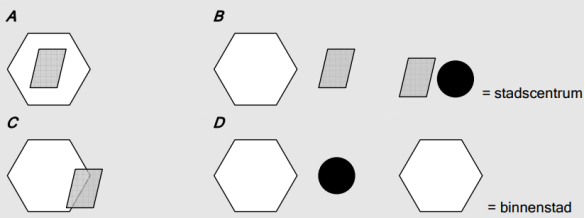
verkeersopstoppingen, de daarop volgende luchtvervuiling en hoge huurprijzen (Platform 31, z.d.; Frick & Rodríguez, 2018).

De categorie die dan overblijft zijn de middelgrote steden. Middelgrote steden hebben vaak tussen de 40.000 en 100.000 inwoners. Kenmerkend voor dit type steden is dat ze hun eigen geschiedenis en daardoor lokale cultuur kennen. Daarom heeft elke middelgrote stad in Nederland een eigen karakter. Hun overeenkomst is dat ze elk een relatief groot verzorgingsgebied hebben, namelijk die voor hun eigen inwoners en van kleinere agglomeraties in de omgeving. Dit komt omdat ze een uitgebreid aanbod aan voorzieningen hebben en daardoor ook genoeg werkgelegenheid wordt gecreëerd. Ook het woningaanbod in middelgrote steden is in voldoende mate aanwezig (Platform 31, z.d.). Dit zonder de problemen die zich in grote steden afspelen, die ook zijn benoemd bij de kleine steden. Volgens Frick & Rodríguez (2018) zorgen middelgrote steden vrijwel altijd voor nationale economische groei en dynamiek, behalve in erg kleine landen, dus in Nederland zal dit ook gelden aangezien Nederland niet valt onder de categorie van een erg klein land. Hoewel middelgrote steden kunnen profiteren van de grote steden, door bijvoorbeeld de marktwerking in grote steden en de levering van collectieve goederen, vindt er ook competitie plaats (Frick & Rodríguez, 2018; Giffinger, Fertner, Kramar, & Meijers, 2007). Middelgrote steden staan economisch gezien op een zwakkere positie, maar voorzien in voordelen die er mogelijk niet zijn in grotere steden (Giffinger et al., 2007).

Deze beschrijving van de middelgrote stad sluit aan bij de formulering van Platform 31 (z.d.) over de vier krachten van de middelgrote stad: de regionale, lokale, economische en sociale kracht. De regionale kracht houdt in, dat het samenwerken tussen andere regionale middelgrote steden voordeel kan opleveren. De lokale kracht gaat over het samenwerken tussen overheid en burgers door maatschappelijke initiatieven en sociaal ondernemerschap. De economische kracht betreft de economische uitdagingen voor middelgrote steden en daarmee ook de verbetering van hun concurrentiepositie. Tot slot de sociale kracht: de opkomende relevantie van bewonersinitiatieven valt hieronder en de rol van de gemeente daarbij.

2.1.4 Stadscentrum

Naast het begrip ‘binnenstad’, wordt er ook vaak gesproken over het ‘stadscentrum’. Het verschil tussen deze twee begrippen is niet altijd even duidelijk, maar er is wel degelijk een onderscheid te maken. De binnenstad is over het algemeen een groter afgebakend gebied dan enkel het stadscentrum. Het stadscentrum is volgens Nelissen (1979) het deel van de binnenstad waar voorzieningen zich concentreren. Buursink (1980) voegt daaraan toe dat, door deze concentratie en verdichting, het gebied van het stadscentrum enkel uit dat soort voorzieningen bestaat. Nelissen (1979) concretiseert voorzieningen als *“winkels, overheidsgebouwen, kantoren, horecabedrijven en instellingen van educatieve, culturele en recreatieve aard”*. Wat volgens Nelissen en Buursink dus niet gezien wordt als het stadscentrum, maar wat wel behoort tot de binnenstad, zijn de aanloopstraten. Hier bevinden zich bijvoorbeeld naast winkels ook woningen. In paragraaf 2.1.5 wordt hier nader uitleg over gegeven. Dit zou volgens Buursink (1980) behoren tot de ‘binnenstedelijke randzone’. Volgens Van Duren (1995) is er sprake van een sterke overlapping tussen de binnenstad en het stadscentrum in Nederlandse steden. Dit heeft hij gevisualiseerd in figuur 3.



Figuur 3: Ruimtelijke samenstelling binnenstad en stadscentrum (Bron: Van Duren, 1995)

2.1.5 Aanloopstraten

Aanloopstraten hebben een belangrijke functie in de binnenstad: zij verbinden het stadscentrum met bijvoorbeeld een nader gelegen parkeerterrein, station of woning. Ook kan het zijn dat er in aanloopstraten ondernemers gevestigd zijn die om bepaalde (economische) redenen niet in het kernwinkelgebied gevestigd kunnen zijn en daardoor 'uitwaaieren' naar deze omliggende straten (Husslage, in: Bressers, 2011). Bressers (2011) heeft een aanloopstraat geformuleerd als volgt:

> Een straat die onderdeel uitmaakt van de binnenstad. Aanloopstraten behoren niet tot het kernwinkelgebied, maar staan wel in verbinding met of vormen de entree naar het kernwinkelgebied. De aanloopstraten behoren tot het B- en C-milieu. Daarnaast is een aanloopstraat te typeren door relatief veel kleinschalig, zelfstandig ondernemerschap en een hoge mate van functiemenging van detailhandel, horeca, ambacht, dienstverlening en (…) de woonfunctie. (p. 42)

Bressers (2011) noemt het typerend voor aanloopstraten dat er woonfuncties zijn, maar deze vaak boven de andere functies, zoals winkels, worden geplaatst. De plint blijft dus grotendeels bestaan uit niet-woonfuncties, namelijk met 60% tot 75% uit winkels.

Daar komt bij dat de huurprijzen relatief laag zijn in aanloopstraten, omdat deze in een B- of C-milieu liggen in plaats van op een A-locatie midden in het kernwinkelgebied. B- of C-plekken liggen verder van de binnenstad af. Vanwege deze ligging van aanloopstraten is het voor te stellen dat het voor met name startende ondernemers aantrekkelijk is om zich hier te vestigen (Bressers, 2011).

Husslage (in: Bressers, 2011) heeft een onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten aanloopstraten. Er zijn drie verschillende typen geformuleerd, welke te zien zijn in figuur 4.

Bronpunt Uitwaaier Solitair gelegen



Figuur 4: verschillende type aanloopstraten (bron: Bressers, 2011)

Bij het eerste type, vormt de aanloopstraat een connectie tussen een bepaald bronpunt, zoals een parkeerplaats of station, en het kernwinkelgebied. Bij het tweede type dient de aanloopstraat als uitwaaier van het kernwinkelgebied naar bijvoorbeeld een woonwijk in de buurt. Bij het laatste type is de aanloopstraat solitair en daarmee ook redelijk onafhankelijk gelegen van het kernwinkelgebied. De winkels die hier gevestigd zijn, krijgen vooral veel doelgerichte bezoekers (Husslage, in: Bressers, 2011). Dit zal later helpen bij de beantwoording van de derde deelvraag, omdat er gekeken kan worden welke type aanloopstraten veel worden gepasseerd door bezoekers.

In het onderzoek van Bressers (2011), is beschreven dat het goed of slecht functioneren van de aanloopstraat zich uit in een aantal factoren, waaronder leegstand en passantenintensiteit. Hoe dichterbij de aanloopstraat bij het kernwinkelgebied en/of bronpunt ligt, des te beter het perspectief in functioneren van de straat. Idealiter zijn er verder ook geen barrières, zowel fysiek als visueel. Ook zal de straat beter functioneren wanneer *"het bezoekdoel aansluit op de verkeersfunctie van de straat"* (Bressers, 2011, p.45).

2.2 Leegstand

Eén van de grootste problemen dat zich voordoet in Nederlandse binnensteden, is leegstand. In 2014 schreven Huizinga en Ossonika een artikel waarbij zij in kwestie trokken of de toename van de leegstand een structurele opgave zou zijn of dat de hoge leegstand voornamelijk een conjunctureel karakter zou hebben. Nu, bijna 10 jaar later, is duidelijk dat de leegstand alleen nog maar is toegenomen en dat het probleem structureel van aard is (Stec Groep, 2022). Uit ditzelfde onderzoek blijkt dat de coronacrisis zal dit ook niet gaan oplossen, in tegendeel. Huizinga en Ossonika (2014) stelden als voordeel dat dit op lange termijn gunstig zou zijn voor de economie, omdat er met leegstaand winkelvastgoed mogelijkheden zijn voor andere activiteiten. Echter stelden ze hier als nadeel tegenover dat een concentratie van leegstaande panden kon zorgen voor een sterk verminderde leefbaarheid van dat gebied en andere negatieve maatschappelijke effecten. In deze paragraaf wordt er verder ingegaan op leegstand en zullen de oorzaken en gevolgen nader worden onderzocht.

2.2.1 Oorzaken leegstand

Leegstand heeft te maken met de vastgoedmarkt, waarbij zowel vraag als aanbod een rol spelen. De meest ideale situatie is wanneer de vraag gelijk is aan het aanbod, oftewel wanneer er een marktevenwicht is. Wanneer de vraag afwijkt van het aanbod, of andersom, kan dit leiden tot een schaarste of juist overvloed aan vastgoed. Een situatie met een groter aanbod dan dat er vraag is, leidt tot leegstand. De aanbieders op de vastgoedmarkt bestaan met name uit partijen die vastgoed ontwikkelen en erin investeren, zoals projectontwikkelaars. De vraagkant bestaat uit eigenaars, en/of huurders van het object (Van Zweeden, 2009). De vastgoedmarkt ziet er echter wel wat anders uit dan een normale markt, en voldoet ook niet aan de criteria die een perfect marktevenwicht mogelijk maken. Volgens Van der Krabben (2021) zijn deze criteria*: "volledige concurrentie, volledige informatie voor alle betrokkenen, toegang tot alle markten, geen toe- en uittredingsbarrières, geen transactiekosten en homogene producten"* (p.23). Door de specifieke kenmerken van vastgoed, is het bijvoorbeeld niet mogelijk om het uit te wisselen tussen binnensteden wanneer de ene stad een overschot heeft en de andere een tekort. Zo zal er in de binnenstad van Amsterdam minder leegstand te vinden zijn dan in de binnenstad van Purmerend: de binnenstad van Amsterdam is voor

veel ondernemers aantrekkelijker omdat daar meer bezoekers komen (Van Zweeden, 2009). Uit dit voorbeeld blijkt dat lokale, en soms zelfs regionale, factoren een grote rol spelen die uiteindelijk kunnen zorgen voor grote verschillen in een klein gebied. Dit is zo in de normale vastgoedmarkt, maar in de winkel-vastgoedmarkt speelt locatie een nog belangrijkere rol. Zo willen winkels zich vestigen dichtbij andere winkels. Het potentiële aantal klanten die de winkel in het cluster zouden bezoeken, zou groter zijn wanneer deze winkels dichtbij elkaar gevestigd zijn dan wanneer de winkels uit elkaar zitten. Deze relatie tussen het potentiële aantal klanten en de afstand tot de concurrent-winkels wordt het principe van cumulatieve attractie genoemd. Dit principe werkt alleen als hetgeen dat wordt verkocht in de winkels ongeveer gelijk is, maar niet precies hetzelfde (Vernor, Amundson, Johnson, & Rabianski, 1993).

Het belangrijkste is volgens Van Zweeden (2009) om als winkel naast een *'magnet store'* te gaan vestigen. Dit zijn vaak grote winkels die veel mensen aantrekken, waardoor het als kleine winkel erg aantrekkelijk is om zich in de buurt van zulke publiekstrekkers te vestigen. Dit kan zorgen voor meer klandizie omdat bezoekers impulsaankopen kunnen doen terwijl ze onderweg zijn naar de publiekstrekker.

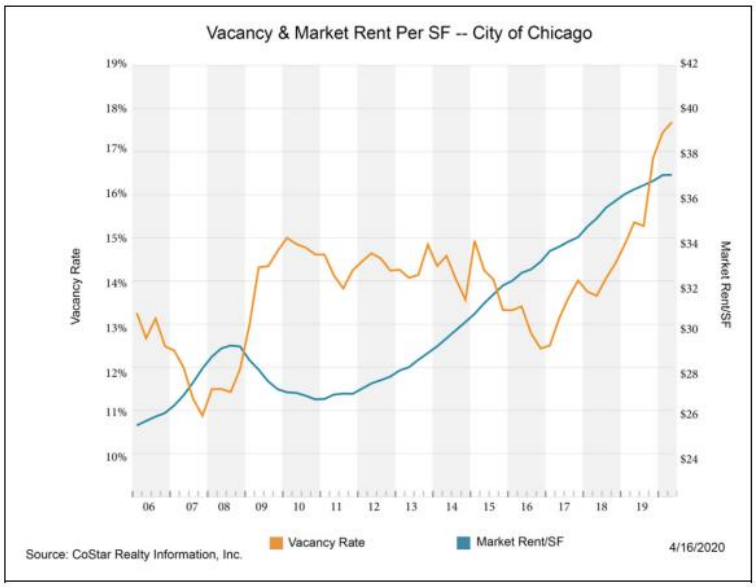
Toch is het niet alleen locatie dat kan zorgen voor meer winst bij de vraagkant van het winkelvastgoed. Juist de combinatie met factoren als huurprijzen, winkelruimte en het aantal bezoekers aan de stad in zijn geheel zijn bepalend voor het werken van de winkel-vastgoedmarkt die in elke stad verschilt (Van Zweeden, 2009). Hierdoor is het nodig om leegstand per stad te analyseren, wat dan ook gedaan zal worden in paragraaf 4.3. Daarbij kan er in de analyse ook gekeken worden naar andere factoren die het mogelijke verband tussen leegstand kunnen beïnvloeden. Andersom geldt dit ook: het is niet alleen de huurprijs wat ervoor kan zorgen dat er meer vraag komt in delen van de binnenstad waar veel leegstand te vinden is. Ook dit duidt aan dat de vastgoedmarkt anders is dan bij normale marktomstandigheden.

De oorzaken voor leegstand in de binnenstad kunnen op twee manieren worden benaderd: vanuit de vraag- en de aanbodzijde. Ten eerste worden de oorzaken voor leegstand vanuit de vraagkant, kort gezegd vanuit de huurders, bestudeerd. Met name de hoofdwinkelstraten in de binnenstad zijn aantrekkelijk voor een ondernemer om zich daar te vestigen omdat deze straten het drukst bezocht zouden zijn. Er geldt doorgaans in veel steden een wachtlijst om hier een winkel te kunnen vestigen. Een binnenstad bestaat echter niet alleen uit de hoofdwinkelstraat. Het komt vaak voor dat er in de omliggende straten en aanloopstraten meer structurele leegstand te vinden is, omdat deze straten minder in trek zijn bij ondernemers vanwege het verwachte lagere passantenaantal (Bolt, 2003). Dit zal zich uitwijzen bij de analyse van de tweede deelvraag, waar zal worden geanalyseerd waar de meeste leegstand zich bevindt en of dit inderdaad in een aanloopstraat is. Een ander probleem dat de (mogelijke) eigenaren en/of huurders van winkelvastgoed aankaarten is dat het steeds lastiger is om een winkel(pand) te hebben, vanwege de hoger wordende belasting en de regels die het lastiger maken om eigenaar te zijn of te huren (Talen & Park, 2021). Zo mogen veel winkels in Nederlandse steden nu ook op zondag open zijn. Dit kan een probleem zijn voor winkeleigenaren omdat zij niet genoeg personeel kunnen vinden. Bovendien blijkt de opening en het in stand houden van een winkel voor een startende ondernemer vaak tegen te vallen, waar zij pas achter komen na een paar jaar of maanden (Talen & Park, 2021). Bromley & Thomas (1993) beschrijven de neerwaartse spiraal van leegstand: een gebied waar veel leegstand is, zoals een bepaalde straat in de binnenstad, kan ervoor zorgen dat er nog meer leegstand komt. Volgens hen ontwijken mensen leegstaand commercieel vastgoed, waardoor het minder aantrekkelijk is voor ondernemers om zich daar te vestigen met als gevolg dat de leegstand

structureel blijft bestaan of dat er zelfs nog meer leegstaande panden komen. Een ander spectrum van de stedelijke context wat wordt uitgelicht door Talen & Park (2021) is dat het kan zijn dat het aantal winkels te groot is voor de hoeveelheid mensen die daarop afkomen om deze te bezoeken. Op een gegeven moment kunnen winkeliers dit merken en moeten zij hun deuren sluiten. Met de welbekende oorzaak van de toename van het online winkelen en met de komst van COVID wordt dit versterkt (BNR, 2021). Ook demografische veranderingen tussen de binnenstadbezoekers kunnen ervoor zorgen dat er meer leegstand komt door een verandering in de vraagkant van de winkel-vastgoedmarkt. Door de vergrijzing zijn er zowel minder bezoekers als minder werknemers beschikbaar in winkels (Lokhorst, Remøy, & Koppels, 2013).

Ten tweede, de oorzaken van leegstand vanuit de aanbodzijde. Hoewel het aantal winkels de laatste jaren is afgenomen, is het winkeloppervlak juist toegenomen. Het komt soms zelfs voor dat het winkeloppervlak sneller groeit dan de populatie dat in een bepaalde stad woont (Benjamin, Jud, & Winkler, 1998). Wanneer zo'n onderneming vervolgens failliet gaat, kan dit een andere impact hebben op een binnenstad dan wanneer de winkel is gevestigd in een pand met een klein vloeroppervlak. Ook worden er steeds meer winkelcentra of andere grote winkelketens geopend aan de rand van de stad, welke dezelfde functies hebben als de binnenstad. Dit zou gezien kunnen worden als een concurrentie voor de binnenstad, want deze winkelcentra beïnvloeden de binnenstad negatief: volgens verschillende onderzoeken (Stone, 1988; De Noni, Orsi & Zanderighi, 2012) wordt er minder uitgegeven in winkels in de binnenstad van steden die ook een grote 'out-of-town' shopping center hebben. Volgens Van Zweeden (2009) kan de toename van winkelvloeroppervlak en het gelijk blijven van prijzen leiden tot leegstand, met de aanname dat het winkeloppervlak sterker stijgt dan de gemiddelde uitgaven van de bezoekers van de binnenstad.

Talen & Park (2021) beschrijven het gedrag van grondeigenaren. In figuur 5 is te zien dat er in de periode van 2008 tot 2015 een hoge mate van leegstand is, met de huurprijzen die zich daarbij aanpassen: die zijn relatief laag. Vanaf 2017 is er een grote stijging te zien in de mate van leegstand. De huurprijzen stijgen daarbij echter ook, in plaats van dat ze dalen. Dit zou kunnen komen omdat de huurprijzen niet reageren op een stijgend leegstandspercentage of het zou kunnen komen doordat de stijgende huurprijzen er juist toe hebben geleid dat de leegstand ook verder toenam. Hoe dan ook, elk van de twee zou een versterkend probleem zijn dat voor de structurele leegstand van een pand zorgt.



Figuur 5: Winkelleegstand en huurprijzen in Chicago, 2006-2020 (bron: Talen & Park, 2021)

Een partij die nog niet is genoemd maar die wel een grote rol kan spelen bij leegstand, is de gemeente. Een manier waarop de gemeente deze rol kan vervullen, is door zich te richten op de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van de stad, waar in paragraaf 2.3 verder op wordt ingegaan. Waar de gemeente eerder een actieve rol had in het bestrijden of aangaan van leegstand, wordt deze rol steeds meer stimulerend en passief: er wordt meer overgelaten aan bijvoorbeeld de ontwikkelende partijen. Deze verschuiving in het aannemen van rollen van de gemeente, wordt de verschuiving van 'government' naar 'governance' genoemd (Peters, 2014). Overigens kan volgens Peters (2014) de gemeente zowel ontwikkelaar en eigenaar zijn van vastgoed in de binnenstad.

2.2.2 Gevolgen leegstand

Wanneer er leegstand bestaat, is dit in eerste instantie het probleem van de eigenaar van het pand. Echter kan structurele leegstand een probleem worden van de maatschappij. Hierbij valt te denken aan de negatieve gevolgen die leegstand met zich mee kan nemen. Op deze manier wordt leegstand ook een probleem voor de gemeente.

Allereerst kan leegstand leiden tot een toename van criminaliteit: door de verpaupering van een gebied kan het worden overgenomen door zichtbare signalen van criminaliteit zoals ingeslagen ramen, graffiti of andere vormen van vandalisme. Hier is de Broken Window Theory aan gekoppeld, die ervanuit gaat dat zichtbare vormen van wanorde een signaal geeft aan criminelen en vandalisten dat de buurt er niet om geeft hoe het gebied er bij ligt en dat er dus ook niet gecontroleerd wordt. Als gevolg zouden er nog meer, steeds ergere overtredingen plaatsvinden (Boggess, & Maskaly, 2014). Ten tweede, mede als een gevolg van de toenemende criminaliteit, neemt de leefbaarheid en aantrekkelijkheid in het gebied af, waar in paragraaf 2.3 verder op in zal worden gegaan. Door de verloedering en verpaupering kan het gebied in een negatieve spiraal terechtkomen (Peters, 2014).

Andere problematische gevolgen van leegstand zijn vooral financieel van aard. Zo lopen de eigenaren van de panden huurinkomsten mis omdat zij geen verhuurder kunnen vinden. Dit terwijl zij de kosten van het pand gewoon door moeten betalen. Ook lopen gemeenten kunnen inkomsten mislopen, echter alleen als zij zelf eigenaar zijn van een pand. Dan krijgen zij geen WOZ-opbrengst

van het pand (Peters, 2014). Bovendien is ruimte schaars, vooral op gewilde plekken zoals in de binnenstad. Deze plekken zouden ook gebruikt kunnen worden om het gebrek aan woonruimte op te lossen.

Volgens Peters (2014) zal de leegstand niet opgelost worden door de vraagkant, de huurders, van de winkelvastgoedmarkt. Dit komt door allerlei maatschappelijke ontwikkelingen waardoor vraag en aanbod niet meer op elkaar aan kunnen sluiten. Voorbeelden van deze ontwikkelingen zijn de nieuwe vormen van leven: werken doet men steeds meer thuis en winkelen ook, via internet. Ook de genoemde demografische ontwikkelingen in paragraaf 2.2.1 zullen niet snel veranderen. Daarom zal er in ieder geval vanuit de vraagkant geen oplossing gevonden kunnen worden.

Er zal dus gefocust moeten worden op de aanbodkant, de eigenaren in eerste instantie, om leegstand aan te pakken. Dit zijn bijvoorbeeld beleggers en projectontwikkelaars. Zij merken als eerst dat ze minder inkomsten genereren omdat ze geen huurders meer kunnen vinden (Peters, 2014). Beleggers zijn volgens Gelinck en Benraad (2011) echter meestal niet betrokken bij de omgeving en de staat waarin hun pand verkeerd. Zij hebben vaak veel panden in hun bezit en wanneer er enkele panden leegstaan, ervaren zij dit niet als een urgent probleem (Gelinck & Benraad, 2011). Ook zijn zij niet betrokken bij, en kennen dan vaak ook geen, 'lokale potentiële afnemers'.

Een gevolg en oplossing van leegstand is om leegstaande panden te transformeren of herstructureren. Mantel (2013) heeft geprobeerd een eigen definitie te geven aan herstructurering: "*het interveniëren in de ruimtelijke omgeving door middel van verandering in de functie van locaties of behoud van de functie van locatie en hetgeen wat invloed heeft op sociale, fysieke en economische aspecten*" (p.15). Herstructurering heeft dus naast de duidelijke fysieke uitwerking ook vaak sociale invloeden, in de vorm van positieve effecten op de sociale cohesie en sociale veiligheid. Het verschil in leefbaarheid in een gebied met leegstaande panden en in een gebied waar deze leegstaande panden zijn geherstructureerd naar bijvoorbeeld woningen, is dusdanig groot dat herstructurering of transformatie gezien zou kunnen worden als een erg passende oplossing tegen de problematiek die leegstand met zich meebrengt (De Kam, & Needham, 2004).

Volgens Van der Wal (2006) is het proces van herstructurering ook wel een moderniseringsproces, waarbij actoren verschillende opvattingen hebben over dit proces, vooral financieel van aard, en allen willen zij weinig risico lopen (Hulsman, 2007). Gelinck en Benraad (2011) bevestigen dit en voegen toe dat pandeigenaren zoals beleggers niet bekend zijn met het proces van herstructureren en dat zij soms wettelijke belemmeringen ervaren om hun pand te kunnen transformeren. Bovendien is "wachten voor beleggers altijd een reëel alternatief" (p.13) omdat zij vooral geïnteresseerd zijn in het rendement dat met het pand samengaat en niet in de staat van het pand. Om deze redenen worden lang niet alle panden getransformeerd en blijven ze leegstaan, ondanks dat transformatie een uiterst goede oplossing kan zijn (Gelinck & Benraad, 2011).

Wanneer een situatie dermate urgent wordt, kan de gemeente nog veel doen om de interesse voor het transformatieproces toch te laten starten bij de belegger. De gemeente kan bijvoorbeeld haar faciliterende rol aannemen en zo transformatiekansen voor de belegger in beeld brengen. De belegger kan uiteindelijk instemmen met transformatie als hij zeker weet dat het project vervolgens snel rendement op kan leveren. Ook zou de gemeente initiatief kunnen nemen in het leggen van contacten tussen de belegger en de mogelijke eindafnemer; de huurder (Gelinck & Benraad, 2011).

2.3 Aantrekkelijkheid

Hoewel het begrip aantrekkelijkheid geen deel uitmaakt van de hoofdvraag, is het toch nodig om iets dieper in te gaan op dit begrip. Leegstand wordt in beleidsstukken vaak in één adem genoemd met vitaliteit en leefbaarheid van de stad, wat, zoals zo meteen zal blijken, samenhangt met aantrekkelijkheid.

De aantrekkelijkheid van de binnenstad kan door iedereen anders worden geïnterpreteerd en is daarom een subjectief begrip. Bovendien is de reden van het bezoek aan de binnenstad ook van invloed op de factoren die aantrekkelijkheid bepalen. Toch zijn er vaak termen die aantrekkelijkheid proberen te concretiseren in een aantal factoren. Onder andere het BRO (z.d.) heeft een poging gedaan om aantrekkelijkheid objectief te maken in de 'attractiviteitsmatrix'. Deze gaat uit van de drie belangrijkste aantrekkelijkheidsindicatoren in een binnenstad: verblijfsduur, bezoekersproductiviteit en omvang. Teller en Reutterer (2008) stellen dat functiemenging en de sfeer in de stad bepalend zijn voor de aantrekkelijkheid. Wat juist niet uitmaakt volgens hen, zijn bijvoorbeeld de parkeerkosten. Een grootschalig bevolkingsonderzoek uit 2004 bevestigt dit (NVM, in: De Lange, 2005). Uit dit onderzoek blijkt dat 32% van de ondervraagden de keuze van het winkelaanbod het meest belangrijk vond. Het parkeertarief vond men het minst belangrijk. Dit is terug te zien in figuur 6.

	Meest belangrijk
Keuze winkelaanbod	32%
Sfeer	26%
Bereikbaarheid	20%
Veiligheid	9%
Prijsniveau winkelaanbod	7%
Parkeergelegenheid	3% (8%)[120]
Keuze horeca-aanbod	3%
Parkeertarief	2% (5%)

Figuur 6: Beoordeling aantrekkelijkheid (bron: NVM, in: De Lange, 2005)

Al deze factoren dragen dus bij aan de perceptie van de aantrekkelijkheid in een stad. Een term die vaker in vakliteratuur wordt gebruikt, is de 'livability' oftewel leefbaarheid. Aantrekkelijkheid gaat hand in hand met de leefbaarheid van een binnenstad. De leefbaarheid zou gezien kunnen worden als een aspect van aantrekkelijkheid, aangezien volgens Romão, Kourtit, Neuts & Nijkamp (2018) de leefbaarheid alleen de sociale aspecten van stedelijke duurzaamheid omvat en aantrekkelijkheid de algehele situatie in een stad betreft. Als enkele voorbeelden van leefbaarheid noemt Romão et al. (2018) de werkgelegenheid, de kosten in de stad en sociale veiligheid. Echter in een ander onderzoek van Wang, Yue, Zhang, Su & Qin (2021) wordt de mate van werkgelegenheid genoemd als factor om de aantrekkelijkheid te meten en ook in Hospers (in: Hospers et al., 2015) wordt veiligheid genoemd als een noodzakelijke voorwaarde voor een aantrekkelijke openbare ruimte. Het is dus voor te stellen dat deze begrippen zich met elkaar verweven en dat er niet een eenduidig verschil is aan te wijzen. Hospers (in: Hospers et al., 2015) voegt ook toe dat "variatie in het straatbeeld, details en natuurlijke elementen" ook bijdragen aan een aantrekkelijke omgeving.

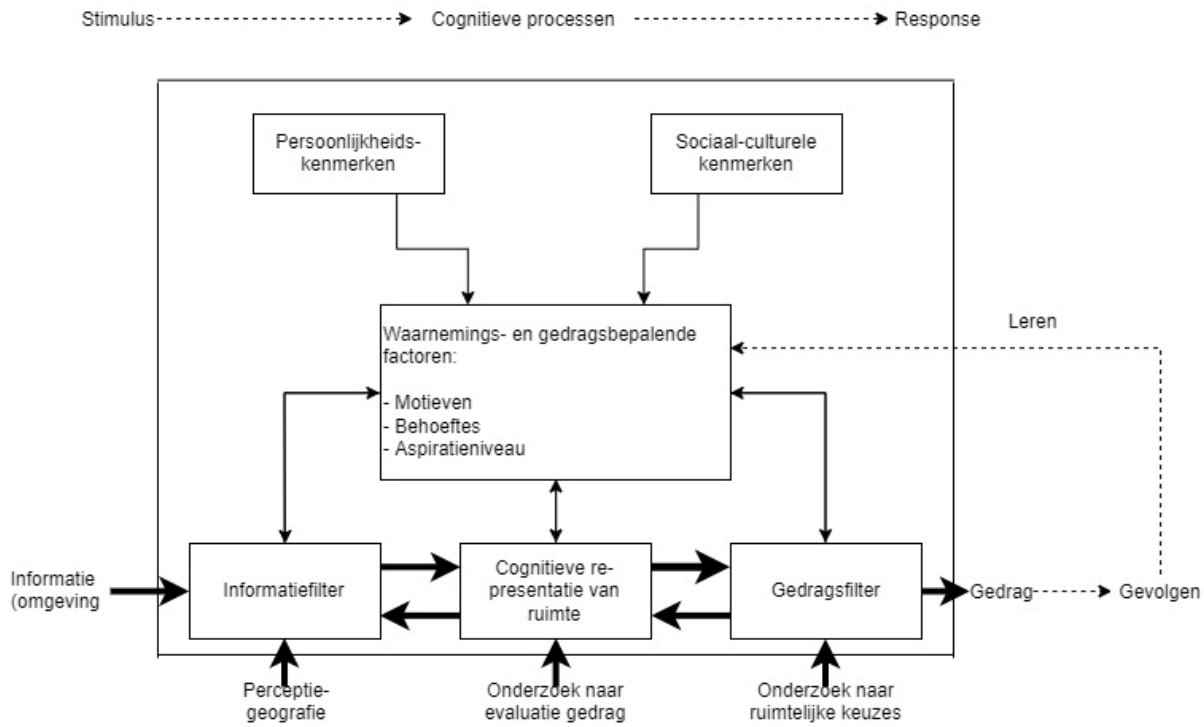
Er is de laatste jaren steeds meer onderzoek gedaan naar leegstand. In tegenstelling tot aantrekkelijkheid, kan leefbaarheid enigszins concreter worden gedefinieerd, ondanks dat het begrip subjectief is. Volgens Balsas (2004) is de definitie: *"het vermogen van een binnenstad om zijn*

levensvatbaarheid en vitaliteit te behouden en te verbeteren". Het gaat er hierbij dus om of een binnenstad het vermogen heeft om zichzelf continu aantrekkelijk te houden en "in leven te blijven" (Balsas, 2004). Zoals ook is genoemd in paragraaf 2.2, is leegstand een grote bedreiging voor de leefbaarheid van een stad. Hoewel er aandacht wordt besteed aan het oplossen van problemen die de leefbaarheid in gevaar brengen, zoals herstructureringsprogramma's, wordt er nog te weinig gemonitord en geëvalueerd (Balsas, 2004). Volgens dezelfde onderzoekers wordt er weinig onderzoek gedaan naar het monitoren van de resultaten van revitalisering en herstructurering. Ook zou de voortgang niet goed genoeg worden bestudeerd.

De leefbaarheid in een grote stad zal eerder onder druk staan, dan in een kleine stad, zegt Hospers et al., (2015). Dat komt volgens hen omdat zij leefbaarheid beschouwen als een 'common pool resource' (p.66). Dat wil zeggen dat het een verschijnsel is wat is gedeeld, het is een niet-uitsluitbaar fenomeen, maar tegelijkertijd ook schaars: hoe meer personen er gebruik van maken, hoe minder er overblijft voor de ander (Hospers et al., 2015).

2.4 Looproutes

Hoe aantrekkelijker een bepaalde winkelstraat is, hoe meer mensen er langs lopen: dat klinkt als een logische uitspraak. Of is het juist andersom: hoe meer mensen ergens langs lopen, hoe aantrekkelijker een bepaalde winkelstraat wordt? Hoewel het passantenaantal niet vaak wordt benoemd in factoren die de aantrekkelijkheid of leefbaarheid beïnvloeden, wordt een factor als veiligheid wel vaker benoemd. Veiligheid houdt ook verband met hoeveel mensen ergens te vinden zijn, blijkt ook uit het behavoriaal gedragsmodel, te zien in figuur 7 (Werlen, in: Hospers et al., 2015).



Figuur 7: Behavoriaal gedragsmodel (Werlen in: Hospers et al., 2015, p.105)

Vanuit het model dat is weergegeven in figuur 7, kunnen looproutes deels worden verklaard. Het model geeft aan dat het informatiefilter, de presentatie van de ruimte en het gedragsfilter allen

elkaar wederzijds beïnvloeden, en dat deze ook worden beïnvloed door allerlei aspecten, wat in de praktijk vergeleken kan worden met de gepercipieerde aantrekkelijkheid van het gebied. Vervolgens hebben deze factoren een effect op het gedrag dat men uitvoert, oftewel hoe mensen bepalen te lopen. De waarnemings- en gedragsbepalende factoren zoals motieven, behoeftes en het aspiratieniveau, die worden beïnvloed door persoonlijkheidskenmerken en sociaal-culturele kenmerken, heb vervolgens een wederzijdse relatie met de eerdergenoemde factoren. Volgens Hospers et al. (2015) kan de stad het best worden waargenomen *'op ooghoogte en met vijf kilometer per uur'* (p.91).

Als het gaat over looproutes, gaat het zowel om bezoekers als bewoners van de stad, al is voor te stellen dat deze groepen een totaal andere route lopen. De ene groep is op zoek naar vermaak en gezelligheid en de ander baant zich een weg naar huis. Door te lopen door de stad, creëert men een interactie met zijn omgeving. Terwijl de bezoeker door de stad wandelt, ontwikkelt hij bepaalde gevoelens en gedachten: hij ontwikkelt een 'sense of place' (Wunderlich, 2008). In ditzelfde onderzoek van Wunderlich (2008) worden drie vormen beschreven van lopen: doelgericht, discursief en conceptueel lopen. Doelgericht lopen wordt gedaan als een activiteit die gedaan moet worden: het doel is mentaal duidelijk in zicht, men gaat van A naar B. Dit zou in verband kunnen worden gebracht met het run- en doelgericht shoppen, wat is uitgelegd in paragraaf 2.1.2. Discursief lopen is het tegenovergestelde van doelgericht lopen. Het is een spontane manier van lopen waarbij het ritme en tempo afwisselen terwijl de wandelaar de omgeving verkent. De reis is belangrijker dan de bestemming. De laatste vorm, conceptueel lopen, vindt plaats als de wandelaar zichzelf reflectief opstelt, om bijvoorbeeld nieuwe informatie op te doen over de stad. De manier van lopen bepaalt de 'sense of place' van een wandelaar, want dat ligt aan de manier waarop de stedelijke omgeving wordt gebruikt (Wunderlich, 2008). Dit past bij het funshoppen, benoemd in paragraaf 2.1.2.

Ook Millonig & Gartner (2007) hebben een onderscheid gemaakt in loopvormen, maar hierbij is gefocust op het type wandelaars in plaats van het lopen op zichzelf. Het eerste type is de "broadly interested flaneur". Deze houdt een lage snelheid aan, keert en draait zich veel om, stopt op verschillende plekken en heeft meerdere interesses in de winkelstraat. Het tweede type is de "goal-oriented, efficient go-getter", welke een hoge snelheid aanhoudt, de kortste route uitkiest tussen de stops die hij moet maken en dan ook specifieke interesses heeft.

Volgens Hermans, Van de Coevering & Van der Waerden (2011) geven passantenstromen weer hoe druk straten zijn en de ontwikkeling van deze stromen zegt iets over de aantrekkelijkheid van een aanloopstraat. Bovendien kan de afname van een aantal passanten die langs een bepaalde plek lopen, zorgen voor meer leegstand. Dit zou tegen gegaan kunnen worden door de aanleg of vergroting van een parkeervoorziening die mensen een bepaalde route op kan leggen (Hermans et al., 2011).

Volgens Kemperman, Borgers & Timmermans (2009), is een binnenstad een netwerk die uit verschillende 'links' bestaat. Dat correspondeert met een bepaald segment van een winkelstraat. Verschillende links die met elkaar verbonden zijn, is een looproute. Er wordt gesuggereerd dat voetgangers in de stad in principe rechtdoor lopen, totdat er een punt wordt bereikt waarop zij een bepaalde richting moeten kiezen. Vervolgens zullen zij doorlopen totdat er weer zo'n soort punt komt. Deze 'richtingspunten' doen zich meestal voor bij kruisingen. Kemperman et al. (2009) stellen dat voetgangers zodoende lopen van knooppunt tot knooppunt. De keuze van de richting bepalen de bezoekers op basis van de gepercipieerde aantrekkelijkheid, die afhangt van de eerdergenoemde factoren benoemd in paragraaf 2.3. Uit de resultaten van hetzelfde onderzoek blijkt dat hedonistische winkelaars graag een rondje maken in de stad, waarbij zij de links vaak twee keer

gebruiken, terwijl utilitaristische winkelaars hun route meer efficiënt uitzoeken. Zij hoeven niet persé een rondje te maken. Hedonistische shoppers leggen dan ook gemiddeld een langere afstand af, terwijl zij een kleiner gedeelte van de binnenstad bezoeken. Er is ook een verschil in looproutes tussen bezoekers die bekend zijn met het gebied en bezoekers die niet bekend zijn met het gebied. Bezoekers die niet bekend zijn met de binnenstad, zullen een langere tijd verblijven in het gebied. Bovendien zullen zij meer in de hoofdwinkelstraat rondhangen en niet snel daarvan af wijken (Kemperman et al., 2009).

Hoofdstuk 3: methodologie

In dit hoofdstuk wordt de gebruikte onderzoeksstrategie en -methode uitgelegd. Er wordt uitgelegd waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt en ook wordt er aangegeven welke programma's er worden gebruikt voor de data analyse. Bovendien wordt er aandacht besteed aan de validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek.

3.1 Onderzoeksstrategie

Om verder te kunnen gaan met het onderzoek en verdere samenhang te kunnen ontdekken, is het noodzakelijk om een grondige onderzoeksstrategie te ontwikkelen. Dit gaat over de gehele benadering die wordt gehanteerd tijdens het onderzoek: een algemeen plan dat laat zien hoe het onderzoek zal worden uitgevoerd aan de hand van de onderzoeksvragen (Saunders, Lewis, Thornhill, Booij, & Verckens, 2011, p. 564).

De gehanteerde onderzoeksstrategie bij dit onderzoek was het afnemen van enquêtes. Op deze manier is het mogelijk om bij een grote populatie gegevens te verzamelen. Het afnemen van enquêtes wordt doorgaans gerelateerd aan een deductieve methode omdat hierbij een top-down methode wordt gehanteerd. Dat houdt in dat er vanuit een generalisatie specifieke gevallen gezocht worden (Vennix, 2019). De indicatoren in de enquête zijn afgeleid van bestaande theorieën over het onderwerp van aantrekkelijke binnensteden. Echter, volgens Vennix (2019) mag bij het afnemen van vragenlijsten niet vergeten worden dat sampling (steekproef) onlosmakelijk daarmee verbonden is, en sampling is een manier die hoort bij het inductief redeneren. Inductief is het tegenovergestelde van deductief, hierbij wordt er gegeneraliseerd vanuit een (groot) aantal specifieke gevallen naar het geheel. In het geval van dit onderzoek is het dus nodig om een onderzoeks-sample te gebruiken in plaats van de gehele populatie, want deze is te groot om iedereen te ondervragen. Bij sampling wordt er begonnen met een bepaald aantal empirische observaties, middels een van te voren uitgekozen steekproef grootte. Vervolgens worden er verbanden en theorieën gevormd: de sample wordt gegeneraliseerd naar de gehele onderzoekspopulatie (Vennix, 2019).

De onderzoekspopulatie in dit onderzoek zijn bezoekers van 4 middelgrote binnensteden, die in paragraaf 3.2.1 zullen worden benoemd. De onderzoeks-sample is rond de 2000 steekproeven in totaal. De steekproef is willekeurig tussen de bezoekers uitgevoerd. Voordelen van het willekeurig afnemen van een steekproef is dat er gemiddelden kunnen worden berekend over de onderzoekspopulatie en dat er gegeneraliseerd kan worden (Vennix, 2019). De onderzoekspopulatie is representatief omdat er op een grote schaal enquêtes worden verzameld waardoor zij de kenmerken van de gehele populatie, namelijk alle bezoekers van alle middelgrote binnensteden, nauwkeurig weer zal geven (Young, 2021).

Dit onderzoek werd uitgevoerd door middel van een cross sectioneel survey-onderzoek. Hierbij worden er volgens Verschuren & Doorewaard (2015) op één tijdstip materiaal verzameld bij een bepaalde groep. Dit type survey is makkelijk uitvoerbaar en heeft lage kosten. Het was niet mogelijk om bij dit onderzoek telkens dezelfde bezoekers te ondervragen, omdat niet dezelfde groep mensen elke dag een bepaalde binnenstad bezoekt. Daarom bestaan de resultaten van dit onderzoek uit uitkomsten van meerdere cross sectionele survey-onderzoeken. Deze methode brengt ook een aantal nadelen met zich mee. Vergeleken met kwalitatieve methoden is de data die wordt verkregen minder diepgaand en door het gesloten karakter van de survey vragen hebben de respondenten soms niet de mogelijkheid om hun eigen inbreng te geven. Dit kan ervoor zorgen dat ze foutieve

antwoorden geven, wat weer gevolgen heeft voor de interne validiteit. Deze wordt besproken in paragraaf 3.2.2.

Er is gekozen voor een kwantitatief onderzoek omdat er ten eerste op deze manier meer data kan worden verzameld: er wordt data verzameld in de breedte in plaats van in de diepte (Verschuren & Doorewaard, 2015). Dit leidt tot het grootste voordeel van kwantitatief onderzoek, namelijk dat het, in tegenstelling tot het gebruik van kwalitatieve methoden, meer te generaliseren is. Bij deze thesis is dat van groot belang, omdat er een conclusie geveld wordt over een bepaalde populatie, namelijk de bezoekers van middelgrote steden, maar dat niet al deze bezoekers ondervraagd kunnen worden. De onderzoekspopulatie is daar simpelweg te groot voor. Met kwalitatieve methoden wordt er over het algemeen minder data verzameld waardoor de conclusie niet of nauwelijks te generaliseren is (Jones, Baxter, & Khanduja, 2013).

3.2 Onderzoeksmateriaal

3.2.1 Dataverzameling

De enquêtes die in dit onderzoek zijn afgenomen zijn samengesteld door het onderzoeksbureau Droogh Trommelen en Partners (DTNP). De vragenlijst gaat over het algemeen over de beoordeling van de aantrekkelijkheid van de binnenstad, waarbij veel factoren worden meegenomen. De vragenlijst begint met de vraag welke winkels de bezoeker heeft bezocht, wat de reden is van zijn/haar bezoek, hoe lang het bezoek duurde, met welk vervoermiddel hij/zij naar het centrum is gekomen, het uitgavepatroon en de frequentie van het centrumbezoek van de respondent. Vervolgens dient er door de respondent een rapportcijfer gegeven te worden over een aantal aspecten van het centrum, zoals gezelligheid en de kwaliteit van de winkels. De enquête is te zien in bijlage I, waar ook de verdere aspecten en vragen te zien zijn. De resultaten uitten zich in kwantitatieve data welke via SPSS verwerkt zijn. De laatste vraag ging over het intekenen van de looproutes. De respondent heeft aangegeven waar hij/zij heeft gelopen, en dit werd door de afnemer van de enquête handmatig ingetekend in een GIS-programma.

DTNP

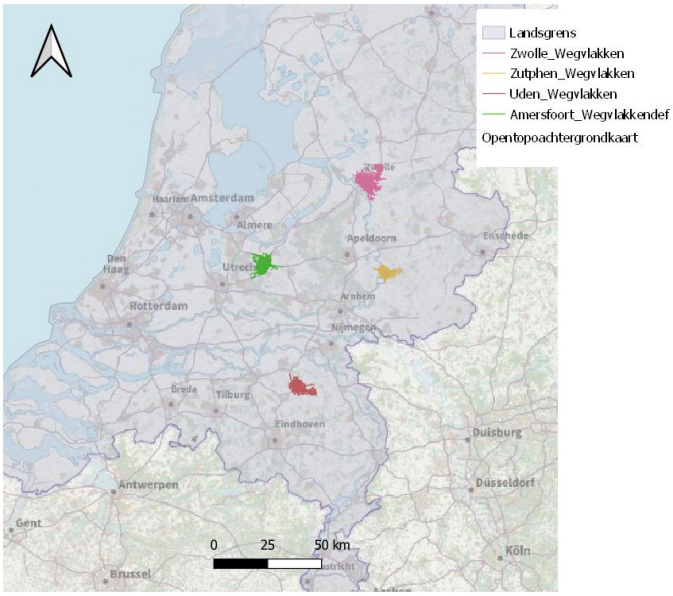
Voor deze scriptie is ervoor gekozen om samen te werken met het ruimtelijk onderzoeksbureau DTNP. Zij werken al meerdere jaren samen met studenten van de Radboud Universiteit. Zij hebben een aantal middelgrote steden geselecteerd in Nederland, waar elk jaar tussen wordt gerouleerd om te enquêteren. Deze zijn te zien in figuur 8. Hierin wordt door DTNP een onderscheid gemaakt tussen historische, planmatige en organisch gevormde steden. De historische steden bestaan uit Zwolle, Amersfoort, Woerden, Gouda, Zutphen, Gorinchem, Bergen op Zoom en Venlo. De planmatige steden bestaan uit Meppel, Houten, Oosterhout, Etten-Leur, Roosendaal, Uden en Geleen en de organisch gevormde steden zijn Hengelo, Haaksbergen, Doetinchem, Zevenaar, Elst, Wageningen, Ede, Nijkerk, Tiel, Wijchen, Oss, Waalwijk, Tilburg, Helmond en Weert. De organisch gevormde steden zijn dus in de meerderheid.



Figuur 8: onderzochte middelgrote steden (persoonlijke communicatie, 2022)

Dit jaar werden de enquêtes face-to-face afgenomen in 8 middelgrote steden, namelijk Weert, Bergen op Zoom, Meppel, Zwolle, Amersfoort, Uden, Zutphen en Helmond. Deze steden zijn uitgekozen omdat er vanuit DTNP elk jaar gerouleerd wordt met een aantal steden en dit jaar waren bovenstaande steden aan de beurt. Voor de haalbaarheid van deze scriptie zijn daaruit vier steden geselecteerd, namelijk Zwolle, Amersfoort, Uden en Zutphen, welke te zien zijn in figuur 9. Deze steden zijn interessant omdat Zwolle en Amersfoort de twee wat grotere steden zijn en beide hebben ze ook een regionale functie. Uden en Zutphen liggen het dichtst bij elkaar qua inwonersaantal, wat te zien is in tabel 1. Zodoende zijn er twee ‘grote’ en twee ‘kleine’ steden geselecteerd die beide qua inwonersaantal op elkaar lijken. Omdat er van elke categorie twee steden geselecteerd zijn, is dit bevorderlijk voor de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek, wat in paragraaf 3.2.2 en 3.2.3 verder zal worden uitgelegd.

De dataverzameling in de verschillende binnensteden werd gedaan in een periode van 4 maanden, waarbij elke binnenstad twee keer werd bezocht: één keer op een doordeweekse dag en één keer op een zaterdag, wat gebeurde met het aantal van 8 onderzoekers.



Figuur 9: selectie vier steden

Tabel 1: dichtheid en grootte per stad (Alle Cijfers, z.d.)

Stad	**Adressen per km^2**	**Populatie**
Zwolle	2094/km^2	130.668
Amersfoort	2378/km^2	158.590
Uden	1383/km^2	42.291
Zutphen	1663/km^2	48.330

Hoewel de respondenten dus in eerste instantie willekeurig werden aangesproken, is het lastig om een volledig zuivere willekeurige steekproef af te nemen (Vennix, 2019). Ook in dit onderzoek zal de steekproef niet volledig willekeurig zijn. Er is bewust voor gekozen om de onderzoekspopulatie te formuleren als bezoekers van middelgrote binnensteden. Er kunnen er geen conclusies worden getrokken over de personen die niét in de binnenstad aanwezig zijn, dus het is dan ook niet efficiënt om deze groep in de onderzoekspopulatie te betrekken. Het nadeel is dat het dan ook niet gegeneraliseerd kan worden naar alle Nederlanders.

Om terug te komen op een niet volledig zuivere willekeurige steekproef, wordt als voorbeeld genomen dat de verleiding vaak groot is om in een binnenstad enkel oudere bezoekers aan te spreken, omdat zij vaak tijd hebben en veel willen vertellen. Er moest echter op gelet worden dat de respondenten niet allemaal op elkaar lijken. Om een praktisch bruikbare steekproef op te zetten, zal er gebruik worden gemaakt van de theorie van ‘quota sampling’. Daarbij worden er eerst bepaalde kenmerken van de respondenten op een rij gezet, zoals geslacht en leeftijd. Vervolgens wordt er beschreven hoeveel respondenten er per groep behaald zouden moeten worden (Vennix, 2019). Dit is echter niet bindend, maar slechts bedoeld als leidraad. Ook omdat een quotum steekproef niet de ideale vorm is van een steekproef, dat is de willekeurige steekproef. In tabel 2 is geprobeerd een onderverdeling te maken in de respondenten. Er is voor gekozen om het geslacht in te delen per leeftijd in de categorie jong, van 10 tot 60 jaar, en oud, van 60 tot 100 jaar. Het ideaalbeeld zou zijn

om per categorie 10 mensen de enquête af te laten nemen. Dit is samen 40 en dat is het minimale streefaantal voor enquêtes op een dag.

Tabel 2: quota sampling

	Man	**Vrouw**
Jong (10-60)	10	10
Oud (60-100)	10	10

Daarnaast is het ook interessant om minderheidsgroepen, zoals gehandicapten en mindervaliden, de enquête in te laten vullen omdat zij waarschijnlijk een andere looproute afleggen dan de rest van de bezoekers. Er is voor gekozen om hier geen quotum voor te maken omdat het niet bekend is of deze mensen de stad bezoeken op het moment dat de enquêtes worden afgenomen.

Tot slot werd bij elke enquête de non-respons geturfd, dit zegt echter niks over de reden van non-respons. Wel zeggen veel bezoekers die de enquête niet willen invullen dat zij 'geen tijd hebben' maar de reden voor non-respons wordt niet gerapporteerd. Ook moet erop worden gelet dat er geen sprake is van selectieve non-respons, waarbij bepaalde groepen bewust niet worden aangesproken. Om te voorkomen is de leidraad uit tabel 2 ook hiervoor geschikt.

3.2.2 Validiteit

Als het gaat over validiteit zijn er twee hoofdsoorten te onderscheiden: interne validiteit en externe validiteit. Interne validiteit gaat over of het mogelijk is om, met de gekozen methoden van de onderzoeker, een juiste conclusie te trekken in hetzelfde onderzoek. De externe validiteit gaat over de mate van generaliseerbaarheid van het onderzoek, oftewel of de uitkomsten ook kunnen worden toegepast buiten de onderzoekssituatie (Vennix, 2019). Vennix (2019) schetst dat laboratorium experimenten vaker hoger scoren op de interne validiteit terwijl veldexperimenten hoger scoren op de externe validiteit. Dezelfde schrijver noemt dat er problemen kunnen zijn met de interne validiteit omdat een 'puur experiment' vaak niet haalbaar is in een veldonderzoek, waardoor er quasi-experimenten worden gedaan.

Het onderzoek in deze scriptie valt onder een veldonderzoek en zal daarom volgens Vennix (2019) hoger scoren op de externe validiteit en lager op de interne validiteit. De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat veronderstelt een causaal verband. Bij een enquête worden de oorzaak en het gevolg echter tegelijk gemeten. Daarom wordt er gebruikgemaakt van de theorie om het causale verband te beredeneren. Vervolgens wordt er ook theorie gebruikt om andere causale verbanden uit te sluiten. Op deze manier wordt gepoogd zo hoog als mogelijk te scoren op de interne validiteit (Korzilius, 2000).

Zoals gezegd is de externe validiteit redelijk hoog omdat er wordt gekozen voor een mix tussen een random steekproef en een quotum steekproef. Die laatste haalt de generaliseerbaarheid wel wat omlaag omdat er gepoogd wordt te enquêteren middels een quotum, ook al is deze niet bindend, dat zou kunnen betekenen dat de generaliseerbaarheid minder valide is.

3.2.3 Betrouwbaarheid

Een betrouwbaar onderzoek heeft stabiele resultaten: wanneer het onderzoek herhaaldelijk uitgevoerd zal worden, zal er telkens hetzelfde resultaat uit moeten komen. Om aan een betrouwbaar onderzoek te voldoen, mogen de metingen niet afhangen van de onderzoeker of van het meetinstrument dat wordt gebruikt; ze moeten onafhankelijk zijn (Vennix, 2019). Het gaat hierbij

dus om nauwkeurigheid, transparantie en stabiliteit. Om de betrouwbaarheid te vergroten, kunnen er onderzoekseenheden kunnen worden toegevoegd. Zo kan de kans op meetfouten worden verkleind. Echter blijft de kans bestaan dat respondenten een verkeerd antwoord geven, dus het onderzoek zal nooit honderd procent betrouwbaar zijn (Korzilius, 2000).

In dit onderzoek is de betrouwbaarheid zo hoog mogelijk geprobeerd te houden, door bij het afnemen van de vragenlijst rekening te houden met bijvoorbeeld het weer. Op een regenachtige dag zullen mensen negatiever zijn over de binnenstad dan op een zonnige dag. Er zijn daarom geen enquêtes afgenomen op erg regenachtige dagen. Ook is de data, zoals eerder is gezegd, afgenomen op zowel een doordeweekse dag als een dag in het weekend. Zo worden respondenten die door de weeks niet naar de binnenstad zouden gaan, of juist niet in het weekend, niet uitgesloten. Bovendien kreeg de onderzoeker de kans om een term uit de enquête uit te leggen wanneer de respondent deze niet begreep. Zo wordt de kans op foutieve antwoorden kleiner (Korzilius, 2000).

3.2.4 Data analyse

De data die verkregen is uit de enquêtes, is van elke onderzoeker verzameld en samengevoegd in een groot Excel bestand. Wanneer dit bestand compleet was, kon deze dataset gedownload worden naar het programma IBM SPSS om verdere analyses te doen en om de beschrijvende statistieken te kunnen weergeven. De looproutes zijn handmatig ingevoerd in het programma QGIS. Vervolgens zijn deze allemaal samengevoegd en gekoppeld aan straatsegmenten. Straatsegmenten zijn korte elementen van straten welke het CBS heeft ingedeeld. Doordat de looproutes worden gekoppeld aan deze straatsegmenten, kan er in een groot Excel bestand worden gezien hoeveel respondenten per straatsegment zijn gepasseerd. Het CBS heeft in samenwerking met databedrijf Locatus ook per straatsegment geformuleerd hoeveel verkooppunten daar zijn en wat er wordt verkocht, hoeveel leegstand daar is, en de onderzoeker heeft zelf toegevoegd of het straatsegment in een aanloopgebied of een kernwinkelgebied ligt. Vervolgens kan dit Excel bestand overgezet worden naar GIS en SPSS waarna er analyses gedaan kunnen worden met deze data.

Er is een GIS analyse gedaan waarbij is gekeken in welke straatsegmenten zich het meeste leegstand bevindt en waar in de stad dit is. Ook is er gekeken naar waar de meeste mensen zich bevinden in de stad. Dit is gedaan om deelvraag 1 en 2 te beantwoorden. Om deelvraag 3 te beantwoorden, is SPSS gebruikt. Zo kon er een verband worden getrokken tussen de mate van leegstand en waar mensen zich bevinden in de stad. Dit verband werd getest door middel van een bivariate lineaire regressie, waarbij werd gekeken of de onafhankelijke variabele X de afhankelijke variabele Y beïnvloed en op welke manier.

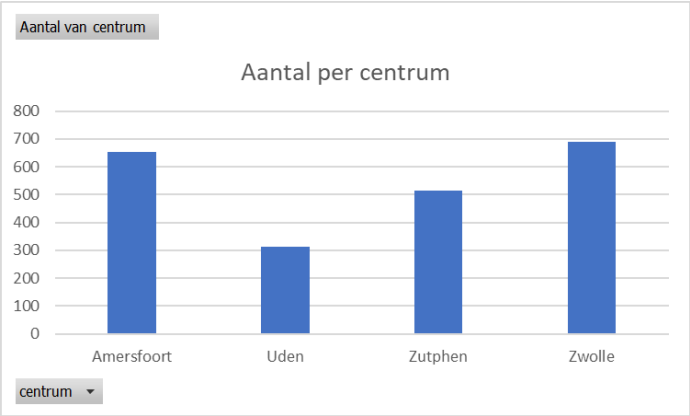
Hoofdstuk 4: Resultaten

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag, die als volgt luidt: ***"In welke mate heeft leegstand in de binnenstad een effect op de looproutes van bezoekers in middelgrote binnensteden?"***, is het allereerst nodig om antwoord te geven op de deelvragen, die gaan over looproutes van bezoekers en leegstand in de vier verschillende steden. Dit gebeurt in de volgende paragrafen, alvorens er eerst de beschrijvende gegevens van de respondenten worden weergegeven.

4.1 Beschrijvende statistieken

Enquêtes

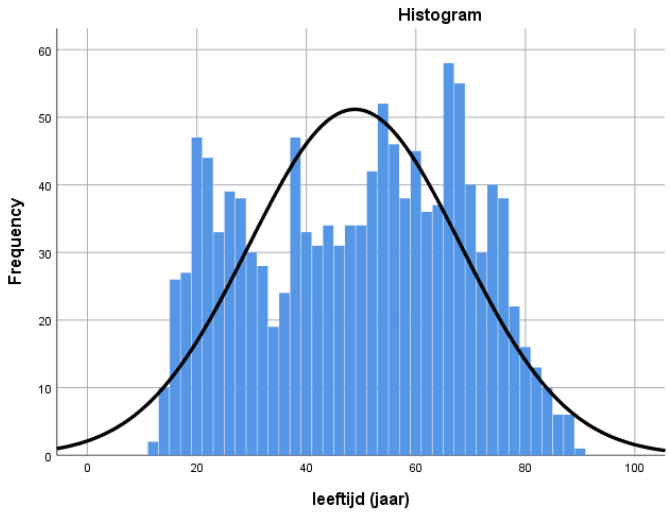
In totaal zijn er 2172 enquêtes afgenomen in Amersfoort, Uden, Zutphen en Zwolle. In figuur 10 is te zien dat in Uden de minste responses zijn verkregen en in Amersfoort de meeste. Echter zoals ook te zien is in tabel 1, heeft Uden ook de minste inwoners, daarna volgt Zutphen. Amersfoort en Zwolle hebben de meeste inwoners, er is alleen te zien dat in Zwolle de meeste respondenten zijn verkregen, terwijl Amersfoort de grootste stad is.



Figuur 10: Aantal enquêtes per centrum

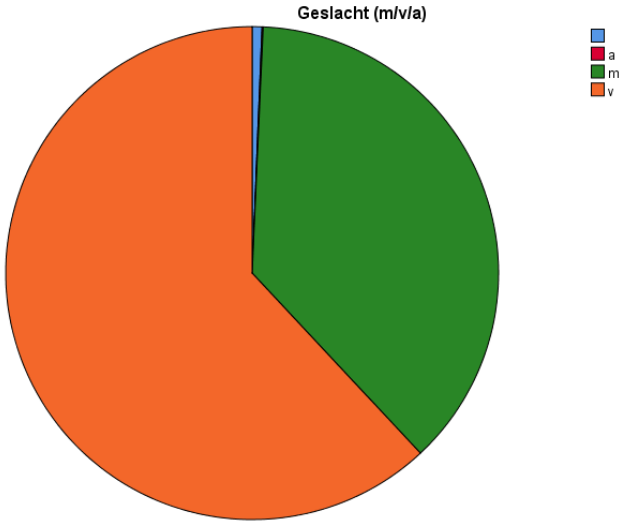
Leeftijd

Er zijn 12 missing values bij de variabele leeftijd. De gemiddelde leeftijd is 48,9 jaar en daarmee is de variabele leeftijd bijna normaal verdeeld, te zien in figuur 11. De jongste persoon die is ondervraagd, is 12 jaar oud en de oudste is 90 jaar. De gemiddelde leeftijd in Nederland op dit moment is 42,3 jaar (CBS, 2022a). Dat betekent dat de gemiddelde leeftijd van de respondenten hoger is dan het landelijk gemiddelde en daardoor is het niet representatief voor de rest van Nederland.



Geslacht

Als er wordt gekeken naar het geslacht van de respondenten, is 37,3% man, 62% vrouw en 0,1% identificeert zich als anders. Bij 0,6% van de respondenten is het geslacht niet ingevuld, zoals ook te zien is op figuur 12. In 2021 waren er volgens het CBS 49,7% mannen en 50,3% vrouwen in Nederland. Dit komt dus niet overeen met de verdeling onder de respondenten, dus ook op dit vlak is het niet representatief voor de rest van Nederland.

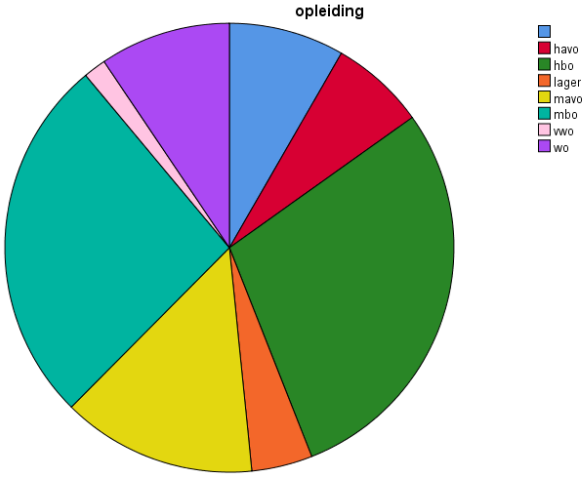


Figuur 12: Verdeling variabele geslacht

Opleidingsniveau

Wanneer er wordt gekeken naar opleidingsniveau, kan de volgende diagram worden opgesteld, te zien in figuur 13. Er zijn hierbij 112 missing values, deze hebben in de diagram de kleur lichtblauw.

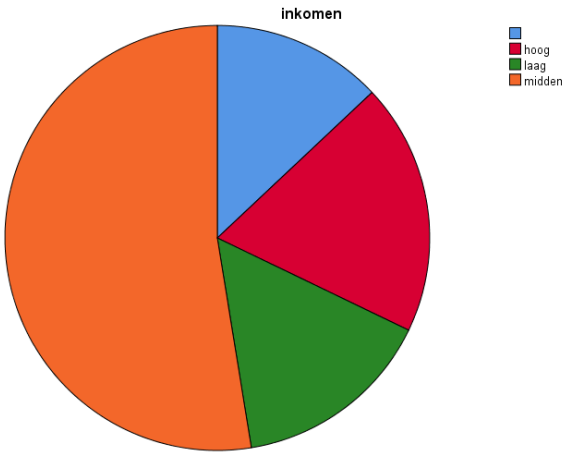
Verder is te zien dat het grootste deel, 28,9% van de ondervraagden een hbo opleiding hebben gevolgd, en daarna volgt mbo met 26,5%. De laagste categorie is vwo met 1,6%.



Figuur 13: Verdeling variabele opleiding

Inkomen

Ook kan er een verdeling worden gemaakt in het inkomen van het huishouden. Er zijn drie categorieën hierbij: een laag, midden en hoog inkomen per maand per huishouden. De lage inkomensgroep valt tussen de €0 en €1500, de inkomensgroep midden valt tussen de €1500 en €3000 en de hoge inkomensgroep valt boven de €3000 euro per maand. Hierbij zijn er iets meer missing values, namelijk 175, omdat de respondenten dit vaak een persoonlijk onderwerp vinden waar ze soms geen antwoord op willen geven. In figuur 14 is te zien dat het grootste gedeelte, namelijk 52,6% een midden inkomen heeft. Daarna volgt hoog inkomen met 19,2% en laag inkomen is de kleinste categorie met 15,3%.



Figuur 14: Verdeling variabele inkomen

Rapportcijfers

De respondenten hebben ook een rapportcijfer van 1-10 gegeven aan verschillende aspecten, daarvan worden er een paar uitgelicht. Ten eerste het centrum in het algemeen. Hierbij zijn 9 missing values die niet mee zijn genomen. Het gemiddelde rapportcijfer per aspect en de modus, dat wil zeggen de waarde die de hoogste frequentie heeft, zijn weergegeven in tabel 3. Hierbij valt op dat bij

alle aspecten de modus 8,0 is, dus een 8 is bij alle aspecten het meest ingevuld onder de respondenten. Verder scoort het horeca aanbod het hoogst en het parkeren het laagst, deze heeft zelfs als enige aspect een gemiddeld rapportcijfer dat onder de 7 valt.

Tabel 3: rapportcijfers

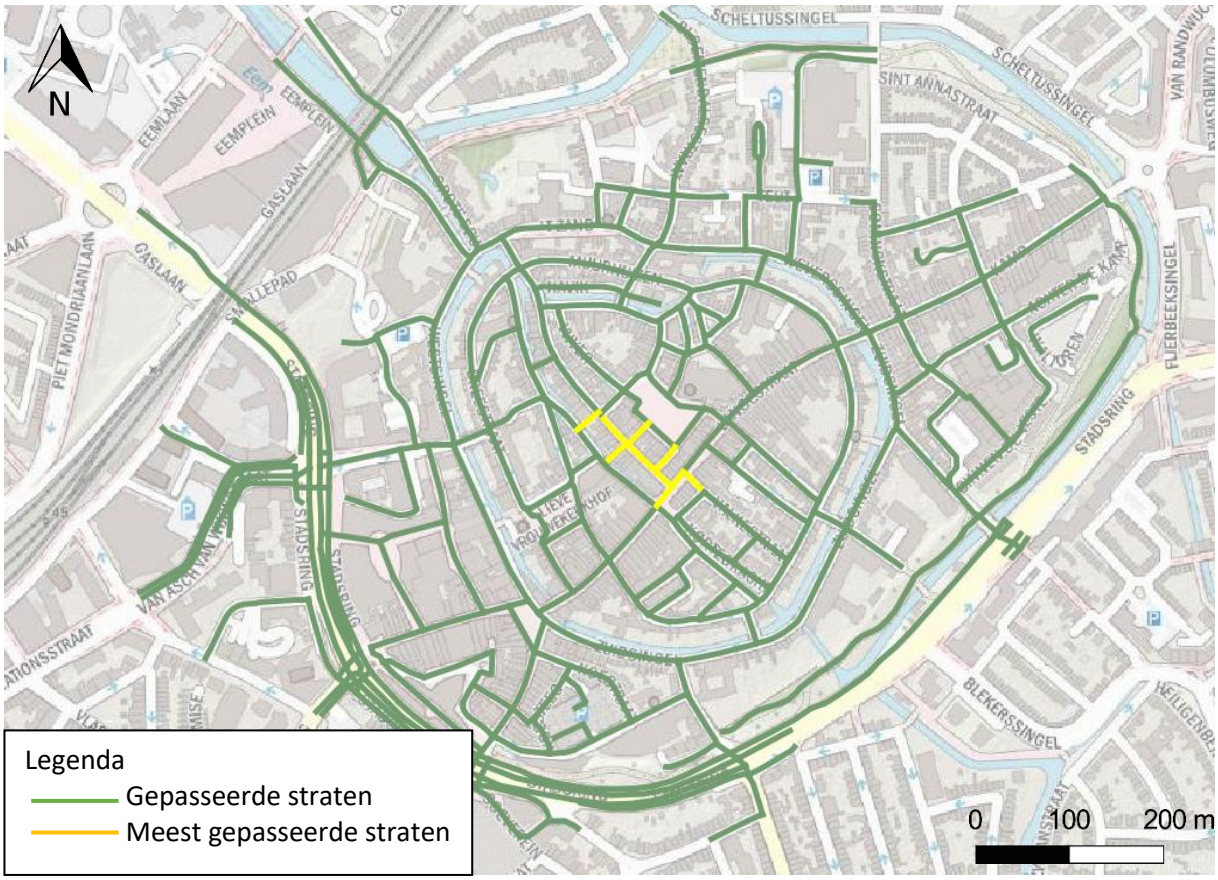
Aspect	**Gemiddelde rapportcijfer**	**Modus**
Centrum algemeen	7,698	8,0
Lengte winkelcircuit	7,559	8,0
Horeca aanbod	7,925	8,0
Bereikbaarheid	7,768	8,0
Parkeren	6,999	8,0

4.2 Looproutes

In deze paragraaf wordt de volgende deelvraag beantwoord: *"Hoe bewegen mensen zich door Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?".* Er wordt per stad gekeken en geanalyseerd welke straatsegmenten het meest worden gepasseerd. Op elke kaart staan de lege lijnen voor de straatsegmenten die het meest gepasseerd zijn en de andere kleur lijn staat voor de gepasseerde straten in het algemeen. Dit is ook aangegeven in de legenda.

Amersfoort

Allereerst de stad Amersfoort. Deze stad is relatief groot, wat betekent dat er veel segmenten zijn waar mensen zich langs hebben kunnen bewegen. Wanneer er wordt gekeken naar alle looproutes in totaal, kan er de volgende kaart worden gemaakt, welke is te zien in figuur 15.

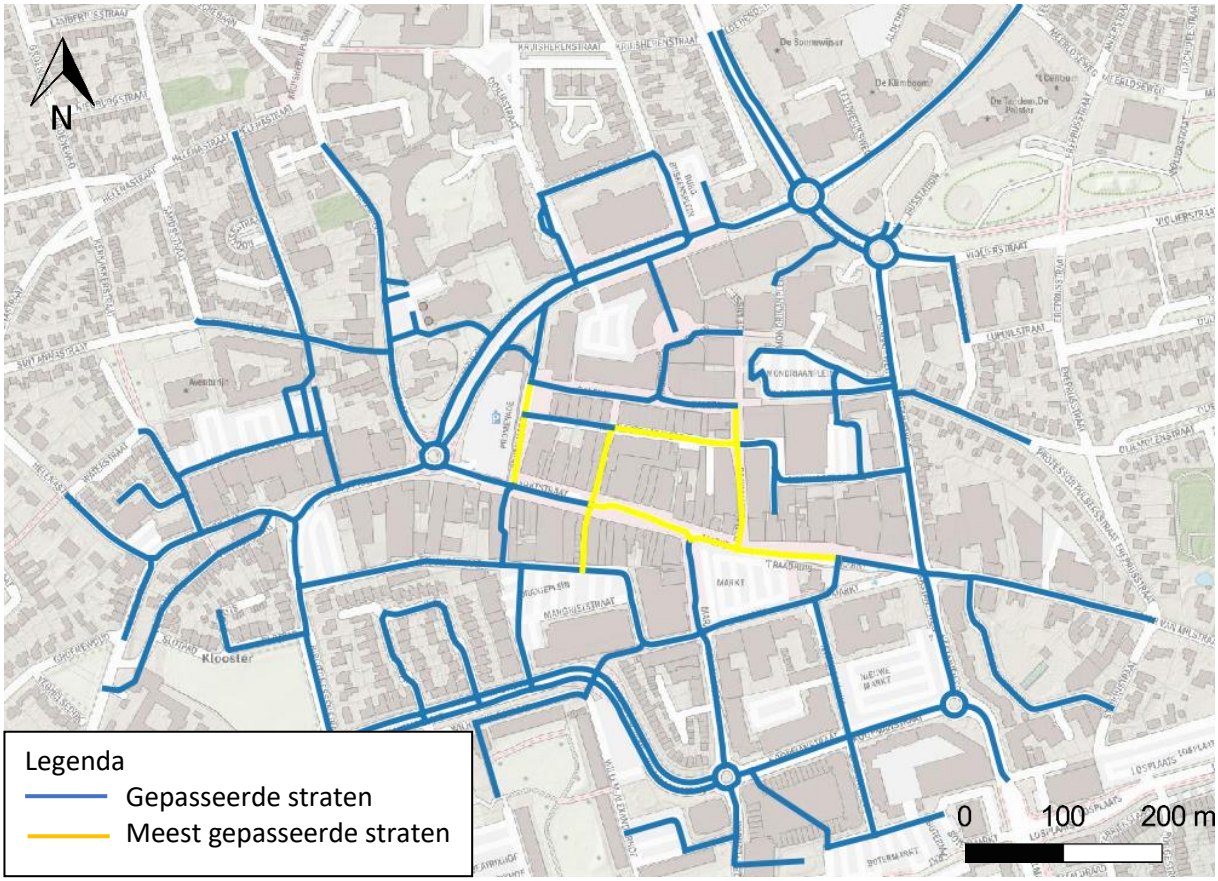


Figuur 15: Looproutes Amersfoort

Hierop is te zien dat vrijwel alle straten in de binnenstad van Amersfoort gepasseerd worden. Er is een top tien gemaakt van straatsegmenten die het meest gepasseerd worden, en deze zijn, zoals is gezegd, in het geel aangegeven op de kaart. Dit zijn de volgende straten: Krommestraat, Peperstraat, Haversteeg, Torengang, Marktgang, een deel van de Langestraat en een deel van de Valkestraat. De straten en steegjes liggen middenin de binnenstad, en leiden met name naar het Hof, wat het grootste plein is in de Amersfoortse binnenstad. Ook het middelste deel van de grootste winkelstraat is gemarkeerd als één van de meest bezochte straatsegmenten. Dit is een logisch gevolg van iedereen die met verschillende routes naar de winkelstraat komt, maar iedereen kruist elkaar wel in het midden. De Krommestraat is een straat kenmerkend voor Amersfoort, met een functiemix aan lokale horeca en zowel dagelijkse als niet-dagelijkse winkels. De Torengang en de Marktgang zijn allebei smalle steegjes met een brug over een grachtje, die uitkomen op de Krommestraat. Dit beeld is typerend voor Amersfoort, daarom zou het kunnen zijn dat veel toeristen dit passeren. De Peperstraat en de Haversteeg leiden van de Krommestraat naar het Hof. Het is goed in te denken dat veel mensen deze route nemen omdat de Krommestraat veel bezocht wordt en het Hof het centrale plein is in Amersfoort.

Wat bijna alle straten gemeen hebben is dat ze in het kernwinkelgebied liggen, op één straat na, namelijk de Valkestraat. Dit is een aanloopstraat naar de hoofdwinkelstraat toe, dat is de Langestraat.

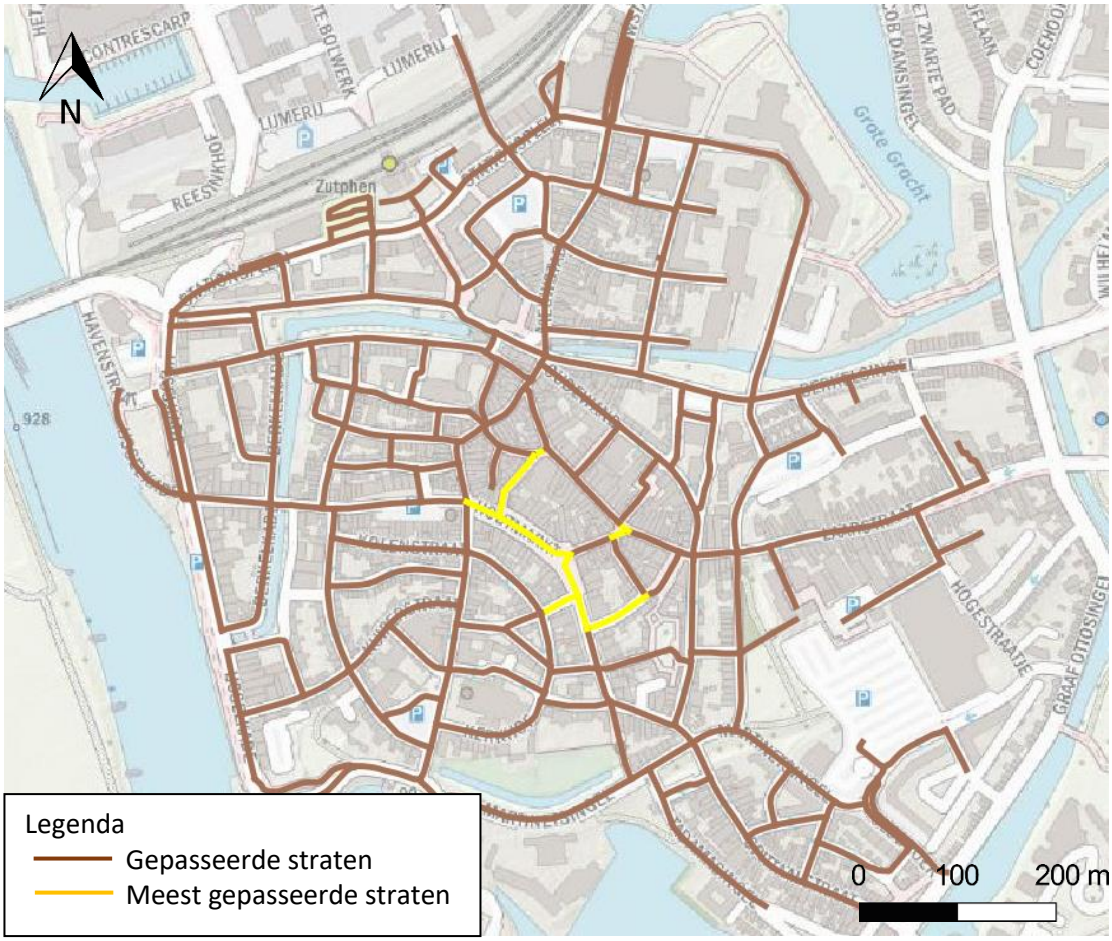
Uden



Figuur 16: Looproutes Uden

Ook in Uden zijn nagenoeg alle straten in de binnenstad gepasseerd, wat te zien is in figuur 16. De meest gepasseerde straten in Uden zijn: de Zuiderpassage, de Passage, Promenade, Neringstraat-West, Sacramentsweg, de Markt en een deel van de Marktstraat. De Sacramentsweg in Uden zou gezien kunnen worden als de hoofdwinkelstraat, omdat hier het aandeel verkooppunten het hoogst is. Deze straat is dan ook tegelijkertijd de drukstbezochte straat. De Promenade ligt net wat buiten het kernwinkelgebied, maar een reden voor het hoge bezoekersaantal kan zijn dat er grote ketens aan gevestigd zijn, zoals de H&M en de Amac en ook ligt er een parkeergarage onder. Over het algemeen zijn in Uden de drukstbezochte straten dus de hoofdwinkelstraat en de wegen die daarnaartoe leiden. De enige aanloopstraat die zich in dit rijtje bevindt is de Zuiderpassage, waarbij de aanlooproute door een passage leidt, waarna de bezoeker uitkomt op de Marktstraat welke leidt naar het centrale plein, de Markt, en de kernwinkelstraat. De Passage is een vervolg van de Zuiderpassage, aan de andere kant van de Marktstraat, maar wordt niet gerekend tot een aanloopstraat. Dat komt omdat hier meer verkooppunten te vinden zijn en ook op een meer centrale locatie in de binnenstad ligt. Vervolgens komt men uit op de Neringstraat-West. Dit is een straat midden in het centrum maar er zijn vrijwel geen verkooppunten te vinden, wat opvallend is omdat het toch één van de drukstbezochte straten is vanwege zijn locatie.

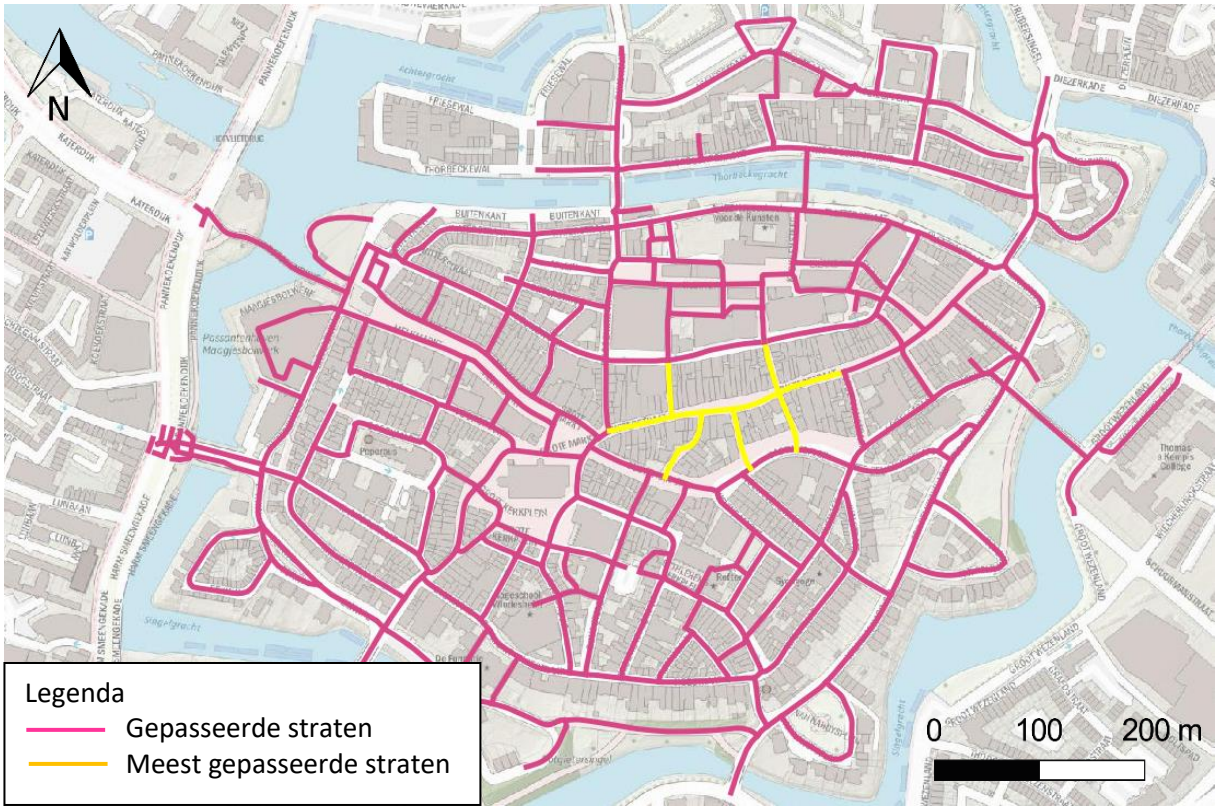
Zutphen



Figuur 17: Looproutes Zutphen

In Zutphen zijn de drukstbezochte straten: de Houtmarkt, de Zaadmarkt, Bernhardsteeg, Frankensteeg, het Ravenstraatje, de Sprongstraat en een deel van de Beukerstraat. Dit is terug te zien in figuur 17. De hoofdwinkelstraat is Zutphen is de Beukerstraat, maar dit is niet de straat waar de meeste bezoekers langskomen. Dat is namelijk op nummer 1 de Houtmarkt en op nummer 2 de Zaadmarkt. Dit is opvallend omdat hier niet bijzonder veel winkels gevestigd zijn, maar de Hout- en Zaadmarkt functioneren met name als historisch middelpunt van de stad. De VVV is hier bijvoorbeeld ook gevestigd. Het zou kunnen dat veel toeristen de stad bezoeken en dat zij langs de Hout- en Zaadmarkt willen lopen vanwege de historiciteit, maar het kan ook zijn omdat deze gebieden simpelweg in het midden van de stad ligt waardoor de bezoekers er vaak langs lopen om op hun bestemming te komen. De Frankensteeg leidt naar de hoofdwinkelstraat, en hoewel de Sprongstraat dat ook doet, is deze laatste authentieker van aard met meer historische uitstraling van de panden en meer verkooppunten. Het Ravenstraatje wordt als enige straat tussen het rijtje gemarkeerd als een aanloopstraat. De Bernhardsteeg tot slot is een historische steeg in het centrum waardoor het als een eyecatcher gezien kan worden. Bovendien leidt deze naar de Zaadmarkt.

Zwolle



Figuur 18: Looproutes Zwolle

Tot slot de looproutes in Zwolle. De hoofdwinkelstraat is de Diezerstraat, en het valt op dat een groot deel van de Diezerstraat is gemarkeerd als het drukstbezocht, wat ook te zien is in figuur 18. Het straatsegment dat op nummer 1 staat qua aantal passanten, is het meest westelijke deel van de Diezerstraat, die tegelijkertijd aan de Grote Markt grenst. Het is evident dat hier veel passanten langs lopen aangezien zowel de grote Markt als dit deel van de Diezerstraat middenin de binnenstad liggen. De omliggende straten van de Diezerstraat die leiden naar deze hoofdwinkelstraat zijn ook in de 10 drukstbezochte straten beland. Dit zijn de Spiegelstraat, de Broerenstraat, Brouwerstraat, Gasthuisstraat, en het Koningsplein. De Spiegelstraat en de Broerenstraat leiden tevens tot één van de publiekstrekkers van Zwolle: de Broerenkerk, waar een bekende boekenwinkel is gevestigd. De drie overige straten leiden naar het Gasthuisplein, wat een rustiger deel is van de stad waar veel mensen hun fiets parkeren. In tegenstelling tot de andere drie steden, liggen alle 10 drukstbezochte straatsegmenten in Zwolle in een kerngebied en tellen niet als aanloopstraat.

Om antwoord te geven op de deelvraag *"Hoe bewegen mensen zich door Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?"*, kan er dus worden gesteld dat de gehele binnenstad wordt gepasseerd, maar dat centrale punten in de stad het meest worden gepasseerd door bezoekers van de binnenstad. Vaak is dit centrale punt ook een hoofdwinkelstraat, maar dit kan evengoed een (historisch) plein zijn. De straten die dit centrale punt met de rest van de stad verbindt, of met een uitgang van de stad, plaatsen zich ook vaak in de top 10 meest bezochte straten van de binnenstad. Desondanks zijn dit vaak geen aanloopstraten, deze liggen nog verder weg van het centrale punt van de binnenstad en worden wel bezocht, maar liggen niet in de top 10. Wat opvalt is dat, met uitzondering van Zwolle, vaak één straat welke in de top 10 staat wordt gemarkeerd als

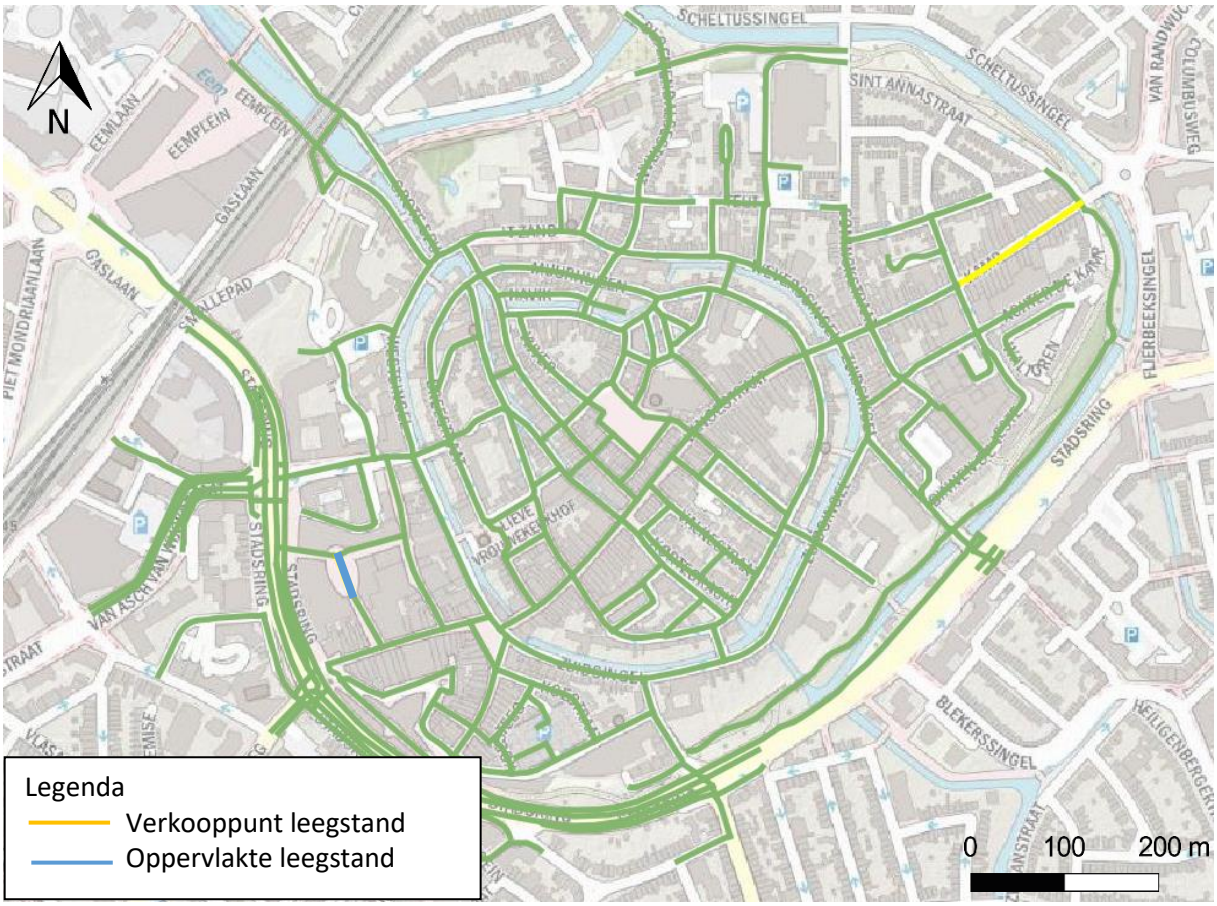
aanloopstraat, de rest ligt in een kerngebied. In Zwolle liggen alle drukstbezochte straten in een kerngebied. Wat ook belangrijk is om te benoemen, is dat het opvalt dat in de twee relatief grote steden, Zwolle en Amersfoort, de drukstbezochte straten dichtbij elkaar liggen, maar dat in de wat kleinere steden Uden en Zutphen de drukstbezochte straten iets verspreider over de binnenstad liggen. Ook valt het op dat de vorm van de binnenstad van Uden afwijkt van de rest van de steden, dit komt omdat Uden als enige een planmatig gevormde stad is en de andere drie steden zijn historisch gevormde steden, wat ook is afgebeeld op figuur 8.

4.3 Leegstand

In deze paragraaf wordt de leegstand besproken per stad, aan de hand van beleidsstukken en kaartbeelden. Zodoende wordt de tweede deelvraag beantwoord: "*Hoe ziet de leegstand eruit in Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?".*

Amersfoort

Volgens het CBS was er in 2021 7% leegstand van winkelpanden in Amersfoort, waarvan 49% structureel (2022b). Wanneer er wordt gekeken naar in welk straatsegment er zich de meeste leegstand bevindt, kan de volgende kaart worden opgesteld, wat wordt weergegeven met een gele en blauwe lijn in figuur 19. Gekeken naar het absolute aantal van leegstand, is er aan het uiteinde van de Kamp het meeste leegstand, met 7 verkooppunten. Dit is dan ook een aanloopstraat, wat volgens Bressers (2011) gezien zou kunnen worden als een het type 'bronpunt' omdat er vlakbij een parkeerplaats is. Als er wordt gekeken naar welke plek het meeste leegstand heeft qua oppervlakte, is dat op het Sint Jorisplein; dit is een soort openlucht winkelcentrum waar een aantal grote ketens gevestigd waren. Na de Hudsons Bay, is ook multinational Bershka vertrokken van het Sint Jorisplein (Van der Veer, 2021). Dit betreffen beide panden die veel vloeroppervlak bezitten.



Figuur 19: Leegstand Amersfoort

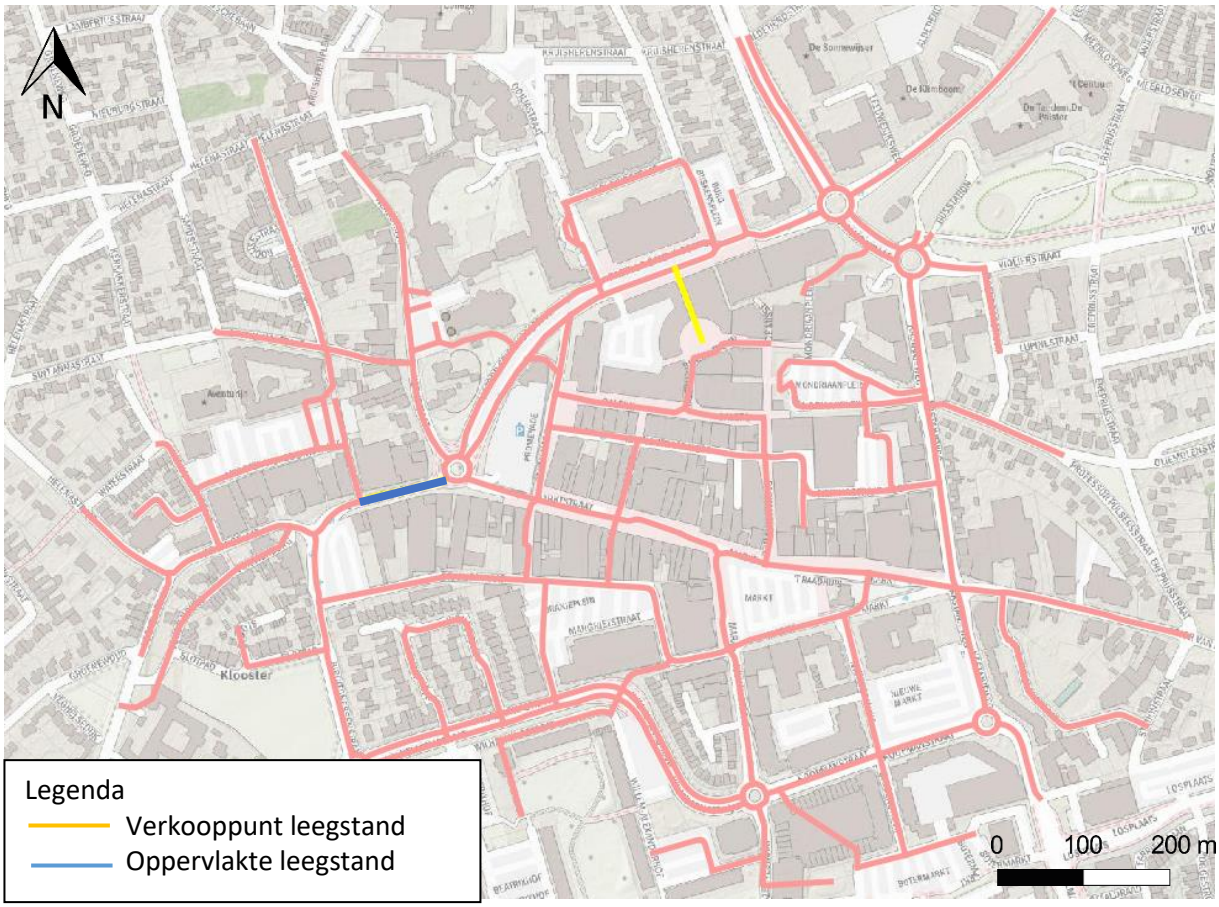
Wanneer er vervolgens wordt gekeken naar het passantenaantal, zijn er op het Sint Jorisplein 12 mensen langsgelopen en 8 mensen langs de Kamp. Dat zou dus betekenen, met locatie buiten beschouwing gelaten, dat bezoekers het aantal verkooppunten dat leegstaat eerder vermijden dan het vloeroppervlak dat leegstaat.

In de hoofdwinkelstraat is er weinig leegstand te vinden wanneer er wordt rondgelopen door de stad. Ook in andere delen van de stad overheerst de historische sfeer en is er geen nadrukkelijk aanwezige leegstand te vinden, met als uitzondering in de Hellestraat. Dat komt omdat daar eerst de andere kant van, eerst de V&D en daarna de Hudsons Bay, zat. Nu is de straat in de herstructureringsfase waarbij veel woningen worden gerealiseerd. Daarom telt deze straat niet als hoogste aantal leegstand wat betreft oppervlak en absolute aantal.

De gemeente Amersfoort geeft in hun Omgevingsvisie aan dat ze de binnenstad vitaal willen houden door in te zetten op functiemenging en intensivering om zodoende multifunctionaliteit en flexibiliteit van de winkels en horeca te behalen. Er zouden geen hiaten mogen ontstaan in het winkelgebied (Gemeente Amersfoort, 2021). Dit wil de gemeente bereiken door de bestaande winkelgebieden te behouden en buurtwinkels daar naartoe te verplaatsen, zodat er duidelijke clusters ontstaan in de gemeente (Kovi, 2020). Buiten de kernwinkelgebieden zou er meer getransformeerd moeten worden naar andere functies om leegstand tegen te gaan en zo de leefbaarheid te verhogen. Ook benoemen ze in hun Omgevingsvisie dat er steeds meer ‘blurring’ wordt toegepast in de binnenstad, waarbij horeca en detailhandel gemixt zijn. Bovendien wordt leegstaand vastgoed ingezet voor betaalbare (tijdelijke) huisvesting (Gemeente Amersfoort, 2021). Onlangs is ook de Kamp heringericht, dit zou ervoor kunnen zorgen dat er minder leegstand te vinden is in de toekomst. Dit zou zich over een paar jaar moeten uitwijzen.

Uden

In Uden was er in 2021 8% winkelleegstand volgens het CBS, waarvan 67% structurele leegstand (2022b). De meeste leegstand bevindt zich in een aanloopstraat en tegelijkertijd winkelcentrum, te zien in figuur 20, met 5 verkooppunten die leegstaan. Dit type aanloopstraat zou volgens Bressers (2011) gezien kunnen worden als een 'uitwaaier', omdat er geen bronpunt in de richting van de aanloopstraat is, maar een woonwijk. De meeste leegstand oppervlakte bevindt zich in de Sint Janstraat, wat geen aanloopstraat is maar deel van het centrum.



Figuur 20: Leegstand Uden

De gemeente Uden heeft zelf ook door dat het centrum aangepakt moet worden en gaat ruim 150.000 euro uitgeven voor de aanpak van leegstand. Onder deze aanpak valt ook de leegstandsverordening, waarbij panden die langer dan vijf jaar leegstaan een boete riskeren (Moes, 2022). Dit zou het probleem op kunnen lossen aan de aanbodkant van de winkelvastgoedmarkt, aangezien pandeigenaren de huur wel moeten verlagen om te zorgen dat er nieuwe huurders komen, of ervoor te kiezen om het pand te gaan herstructureren. Wethouder Van Heeswijk geeft aan dat er geen verandering doorgevoerd zullen worden in het kernwinkelgebied, maar met name in de aanloopstraten. De transformatie van winkel naar woning is daar reëel. Ook worden er andere aanpassingen gedaan in de binnenstad, zodat deze aantrekkelijker oogt. Hierbij valt te denken aan vergroening en extra publieke voorzieningen (Moes, 2022).

In de hoofdwinkelstraat van Uden en in de aangrenzende straten is geen tot nauwelijks leegstand te vinden.

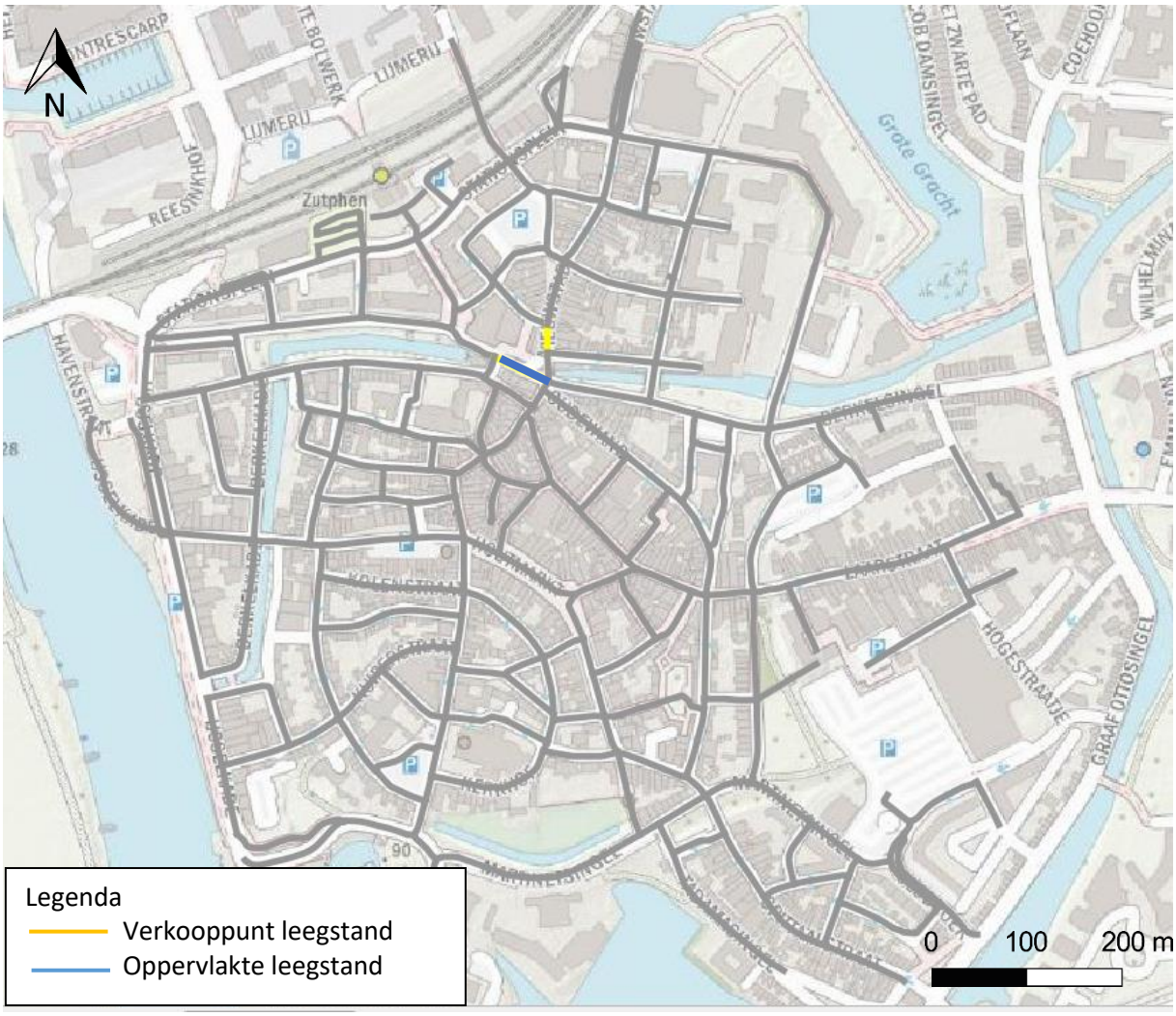
Zutphen

In Zutphen is er het meeste leegstand van de vier binnensteden, namelijk 12% waarvan 31% structureel (CBS, 2022b). De straat die het meeste aantal van leegstand bevat, is een erg kort segment van de Nieuwstad, wat een aanloopstraat is. Deze aanloopstraat zou gezien kunnen worden als het type 'bronpunt' omdat het naar een parkeerplaats en het station leidt (Bressers, 2011). Volgens de data zijn daar 4 verkooppunten die leegstaan. In een deel van de Overwelving, aan de overkant van de Nieuwstad, is er het meeste oppervlakte wat leegstaat. Dit is weergegeven in figuur 21 met een blauwe lijn. Dit ligt net in een kern gebied, ondanks dat beide straatsegmenten aan hetzelfde plein grenzen. Het is daarom duidelijk dat er in dat stuk van de binnenstad de meeste leestand te vinden is.

De gemeente Zutphen heeft al in 2015 een actieplan gemaakt, waarbij zij het belangrijk vonden om de verantwoordelijkheden in kaart te brengen, oftewel om te gaan kijken wie er verantwoordelijk is en hoe deze verantwoordelijkheid kan worden verhaald. De gemeente heeft allerlei instrumenten in handen hoe zij dit kunnen oplossen: een wijziging van een bestemmingsplan of het opstellen van een detailhandelsvisie waarin regels worden opgesteld rondom detailhandel in combinatie met bijvoorbeeld leegstand. Ook noemt de gemeente ingrepen in de openbare ruimte als instrument om leegstand op te kunnen lossen. De inzet van deze instrumenten zal volgens hen leiden tot oplossingsrichtingen. Deze zijn volgens hen ten eerste het instellen van een tijdelijk gebruik van leegstaande panden of braakliggende gronden. Dit tijdelijk gebruik zou bijvoorbeeld woningen kunnen zijn, net zoals de gemeente Amersfoort opperde. Dit sluit aan bij een andere oplossingsrichting, namelijk minder nieuwbouw en meer transformatie. Daarnaast zou er meer flexibiliteit moeten zijn in bijvoorbeeld bestemmingsplannen, wat overigens al steeds meer werkelijkheid begint te worden door de invoering van de Omgevingswet. Ook denkt de gemeente Zutphen dat het effectief zal zijn om kaarten van de binnenstad te publiceren, waarin bijvoorbeeld de vitaliteit of leefbaarheid wordt afgebeeld. Op deze manier moet er een discussie worden opgestart waarna er nieuw beleid gevormd kan worden doordat er meer aandacht voor is (Gemeente Zutphen, 2015).

De gemeente Zutphen heeft nog meer oplossingsrichtingen bedacht. Zo zouden ze meer willen inzetten op citymarketing, door bijvoorbeeld een ludieke prijsvraag te lanceren om een 'nieuwe functie in een bestaand gebouw' te bedenken (Gemeente Zutphen, 2015). Bovendien zal er, door prioritering aan te brengen in welke gebieden moeten revitaliseren, meer aandacht komen voor dat gebied dan wanneer de aandacht ligt op de gehele binnenstad. Door realistisch te zijn én door te experimenteren, zegt de gemeente, zou er meer actie terecht moeten komen (Gemeente Zutphen, 2015).

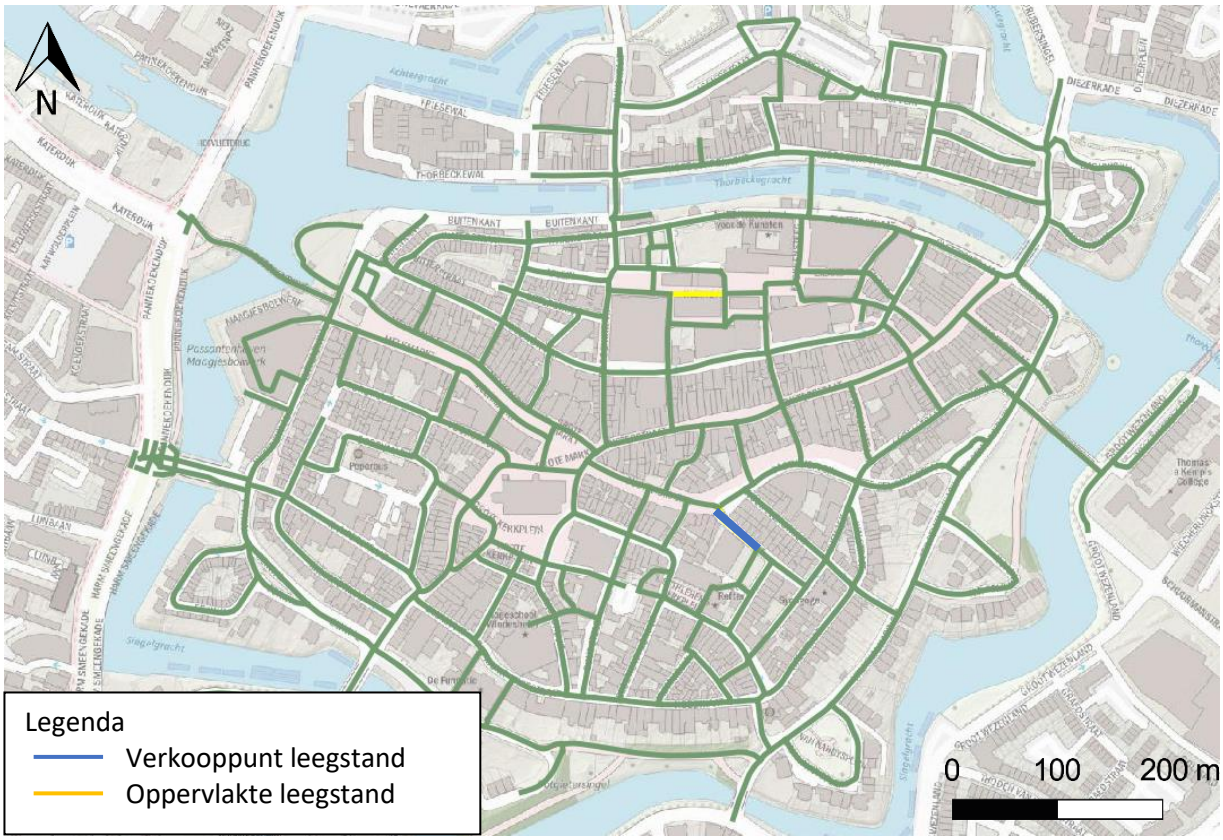
Toch kijkt Zutphen niet louter negatief tegen leegstand aan en kunnen ze ook de positieve kant zien van leegstand. Het biedt volgens hen namelijk ook kansen: kansen voor woningen, evenementen en zelfs huisvesting voor asielzoekers (Gemeente Zutphen, 2015).



Figuur 21: Leegstand Zutphen

Zwolle

In Zwolle is er 11% leegstand, waarvan 40% structurele leegstand betreft (CBS, 2022b). De straat met het meeste aantal leegstand is het Eiland, ook afgebeeld op de kaart op figuur 22. Dit is een aanloopstraat in een voormalige passage, waar momenteel 4 verkooppunten leegstaan. Dit type aanloopstraat is volgens Bressers (2011) een 'solitair gelegen' aanloopstraat omdat het niet leidt naar een bronpunt of woonwijk, maar er met name doelgerichte winkels gevestigd zaten en zitten. Hier zal in de nabije toekomst geherstructureerd worden, want een deel van deze passage wordt momenteel al geherstructureerd. Er moet alleen nog gewacht worden op het aflopen van het huurcontract van de verkooppunten die er momenteel nog zitten voordat er begonnen kan worden met transformeren (persoonlijke communicatie, 2022). De straat met het meeste oppervlak aan leegstand is een straatsegment van de Nieuwe Markt, wat in tegenstelling tot de andere drie steden, ook een aanloopstraat is.



Figuur 22: Leegstand Zwolle

De gemeente Zwolle wijst in hun beleid op het sterke regionale karakter van de stad. Deze regionale functie maakt de binnenstad aantrekkelijk. Ook vinden ze dat de aanloopstraten het kernwinkelgebied moeten steunen. Op welke manier de gemeente dit voor zich ziet, wordt niet benoemd (Gemeente Zwolle, 2021). Verder staan in hun Omgevingsvisie trends op de winkelmarkt, maar hierbij wordt niks gezegd over leegstand. Wel benoemen ze dat kleine wijkcentra onder druk staan, en dat de gemeente het belangrijk vindt om voor hen een toekomstperspectief te bieden. Dit willen ze doen door stedelijke ontwikkeling op gang te brengen rondom deze wijkcentra, vergelijkbaar met de aanpak van gemeente Amersfoort. De gemeente Zwolle lijkt verder te zijn met herstructureren en transformeren van bestaande gebouwen dan andere gemeenten. Zo geven ze veel aandacht aan binnenstedelijk wonen en hoe dit kansen geeft voor een nieuwe stedelijke dynamiek. Eén van de actiepunten in de Omgevingsvisie is dan ook dat de gemeente selectief wil verdichten in leegstaande panden om tegemoet te komen aan de woningbehoefte van de bewoners van Zwolle (Gemeente Zwolle, 2021). Al in 2015 werd er een transitieteam aangesteld die ervoor zorgde dat de aanpak van leegstand een impuls zou krijgen. Toen werd er ook al gezegd dat leegstand als een kans werd gezien in plaats van als een probleem, en dat het uitgangspunt herontwikkeling is (Focus1, 2015).

Om antwoord te geven op de deelvraag "*Hoe ziet de leegstand eruit in Amersfoort, Zutphen, Zwolle en Uden?",* is er gekeken naar de leegstand van de vier steden en is het beleid geanalyseerd. Over het algemeen valt op dat elke stad er bewust mee bezig is. In elke stad is er weinig leegstand in de kernwinkelstraat. Wat alle steden gemeen hebben, is dat het hoogste aantal verkooppunten dat leegstaat, in een aanloopstraat is. Het hoogste aantal aan oppervlak dat leegstaat is bij alle steden in het kerngebied, behalve in Zwolle. Deze straat is net een uitgang van het kerngebied en daarmee een aanloopstraat. De gemeente Amersfoort zet met name in op functiemenging en (tijdelijke)

huisvesting in leegstaande gebouwen om de aantrekkelijkheid en vitaliteit van de binnenstad zo hoog mogelijk te houden. Uden heeft een leegstandsverordening ingevoerd, waarbij er sancties liggen bij de eigenaar van het pand wanneer het pand te lang leegstaat. Zoals ook in de theorie is uitgelegd, kan het zijn dat de eigenaar de huur te hoog heeft ingesteld om voor zichzelf een zo hoog mogelijke winst te behalen. Uden wil het probleem aanpakken in vooral de aanloopstraten, door de aantrekkelijkheid te verhogen. Gemeente Zutphen heeft ook een actieplan opgesteld waarbij zij de verschillende gemeentelijke instrumenten gebruiken als een wapen tegen de leegstand. Verder zien zij leegstand als een kans. Dit doet de gemeente Zwolle ook, en heeft dat de afgelopen 7 jaar gedaan. Zij zijn al volop bezig met het herstructureren van leegstaand winkelvastgoed naar woningen. Vrijwel elke aanloopstraat heeft een ander type, ingedeeld naar het onderzoek van Bressers (2011). Het type aanloopstraat zegt dus niks over het passantenaantal.

4.4 Verband tussen leegstand en looproutes

Leegstand is een verschijnsel dat zich kan uiten in twee vormen, namelijk in het absolute aantal leegstaande panden en het oppervlakte aan leegstand. Daarom wordt in deze paragraaf leegstand uitgesplitst en wordt er gekeken of er met het toevoegen van andere kenmerken van straatsegmenten, zoals het aantal verkooppunten van modewinkels en het locatietype, een andere uitkomst wordt bevonden dan wanneer alleen leegstand wordt getest op het aantal bezoekers. In deze paragraaf wordt dan ook de deelvraag "*Wat is het verschil tussen het effect van het aantal verkooppunten die leegstaan en het winkeloppervlak dat leegstaat op het aantal bezoekers?"* beantwoord.

Om een verband te kunnen trekken tussen de verschijnselen looproutes en leegstand, is er gebruikgemaakt van een lineaire regressie analyse. Om te beginnen werden er twee modellen gemaakt, model A en model B. Model A is zijn enkel met het aantal verkooppunten dat leegstaat als onafhankelijke variabele, zonder de combinatie met andere variabelen. Vervolgens is de onafhankelijke variabele aangepast naar het oppervlakte leegstand en dit is model B geworden. Deze modellen zijn dus relatief simpel maar schetsen een beeld van de situatie wanneer er geen andere variabelen in combinatie worden meegenomen. De modellen werden geanalyseerd aan de hand van een aantal toetsen die zullen worden uitgelegd.

Over het algemeen geldt, hoe meer onafhankelijke variabelen, hoe hoger de verklaringskracht R^2 (Field, 2018). De F-toets houdt wel rekening met het aantal onafhankelijke variabelen en wordt daarom gebruikt om verschillende modellen met elkaar te testen. Wanneer de F-toets niet significant is, wil dat zeggen dat model met de onafhankelijke variabelen niks verklaart over de variantie van de afhankelijke variabele. Dat zou dus betekenen dat het model niet wordt ondersteund door de variabelen die zijn gebruikt. Wanneer de F-toets wel significant is, wordt het gebruikt om de voorspellende kracht uit te drukken, in plaats van dat het gemiddelde dat zou doen. De F-toets identificeert dus geen verschillen tussen bepaalde gemiddelden, terwijl de B-waarden dat wel doen. Hoe lager de F-waarde, hoe dichterbij de gemiddelden van de verschillende groepen liggen en hoe hoger de F-waarde, hoe hoger de variabiliteit tussen de gemiddelden (Field, 2018). De t-waarde met bijpassende significantie vertelt of de B-waarden significant verschillen van 0. In de significantie kan worden afgelezen wat de kans is dat een t-waarde gelijk of hoger is aan dan hoe deze beschreven staat in de tabel zou voorkomen als de B-waarde 0 was (Field, 2018). Als $p < 0,05$ kan er worden gesteld dat de onafhankelijke variabele(n) een significante voorspeller van de uitkomst is.

Voor de analyse is het nuttig om een nulhypothese en een alternatieve hypothese te formuleren, zodat er een hypothese verworpen of aangenomen kan worden.

H0 = leegstand zorgt niet voor een effect op het aantal bezoekers dat langs een straatsegment loopt.

Ha = leegstand zorgt wel voor een effect op het aantal bezoekers dat langs een straatsegment loopt.

In het eerste model werd er 1 onafhankelijke variabele getest, namelijk het aantal verkooppunten die leegstaan. Deze variabele werd getest op het aantal bezoekers die daar langs liepen. De R waarde laat de correlatie zien tussen leegstand en bezoekers omdat er nu maar één voorspellende variabele is, namelijk verkooppunten leegstand. De R waarde is 0,239. Deze waarde varieert van -1 tot 1 en hoe dichter bij 1, hoe meer correlatie er is. Een R waarde van 0,239 geeft dus aan dat er weinig correlatie is tussen het aantal verkooppunten wat leegstaat per straatsegment en het aantal bezoekers dat daar langslopen (Field, 2018).

De R^2 waarde is 0,057, wat betekent dat het aantal verkooppunten dat leegstaat per straatsegment voor 5,7% verantwoordelijk is voor de variantie in de variabele bezoekers. Dat wil ook zeggen dat 94,3% van de variantie in bezoekersaantal onverklaard blijft en dit dus verklaard zou moeten worden door andere variabelen.

Vervolgens de toets voor de significantie van het regressiemodel. Hiervoor werd de F-toets uitgevoerd. De voorspellende kracht werd daarmee getest en ook hoe groot de kans is dat de uitkomsten van de analyse op toeval berusten. Een F-toets is uitgevoerd (1.2170) waarbij de kans om een waarde van 131,262 of groter te observeren, kleiner is dan 5% omdat $p < 0,05$. Daarom kan er geconcludeerd worden dat dit regressiemodel significante verklarende variabelen bevat. Het gemiddelde is 73603,717 wat een veel hogere waarde is dan de F-waarde. Daarom kan er gesteld worden dat dit model beter voorspelt in het aantal bezoekers dan wanneer de gemiddelde waarde van bezoekers werd gebruikt.

Er kan dus over dit model worden gezegd dat de correlatiekracht niet erg hoog is en ook de verklarende kracht is niet bijzonder hoog. De voorspellende kracht daarentegen is wel significant.

Vervolgens diende de rest van het model geanalyseerd te worden, namelijk of het effect van de verklarende variabele op de afhankelijke variabele significant is. Uit de B-waarden van het regressiemodel volgt de volgende vergelijking: *aantal bezoekers = 13,167 + 8,410 * verkooppunten leegstand*. Dit houdt in dat wanneer er geen leegstaand verkooppunt is, er 13,167 bezoekers langs een straatsegment lopen. En wanneer een leegstaand verkooppunt met 1 toeneemt, voorspelt het model dat er 8,410 bezoekers meer langslopen. Om te testen of dit effect significant is, werd de t-test uitgevoerd. De kans om een waarde van 11,457 of groter te observeren is kleiner dan 5% want $p<0,05$. Het effect van leegstand op het aantal bezoekers dat erlangs loopt is dus significant.

Samenvattend, kan er dus gesteld worden dat een enkelvoudige regressie met het aantal verkooppunten dat leegstaat als afhankelijke variabele en het aantal bezoekers dat erlangs loopt als verklarende variabele, significant is: $F(1.2170) = 131,262$, $p < 0,05$. Echter wordt 5,7% van de variantie in het aantal bezoekers verklaard door het aantal verkooppunten dat leegstaat ($R^2=0,057$). Dit is niet erg veel. De correlatie is ook niet erg sterk (R=0,239). De regressie coëfficiënt van het aantal verkooppunten dat leegstaat is 8,410 en is significant ($t(2170)=11,46$; $p < 0,05$). Het aantal verkooppunten dat leegstaat is ook een significante voorspeller van het aantal bezoekers dat langs het straatsegment loopt, want de constante voorspelde toename in het aantal bezoekers is 8,410 bij een toename van 1 leegstaand verkooppunt ($B=8,410$; $t(2170)=11,53$; $p < 0,05$).

Vervolgens werd de onafhankelijke variabele aangepast naar het oppervlakte van leegstand. In dit geval is de correlatie niet erg sterk, zelfs zwakker dan in het vorige model (R=0,131). De R^2 waarde is 0,017 dus het oppervlakte aan leegstand verklaart voor 1,7% de variantie in de variabele bezoekers. Dit is erg weinig, want dat betekent dat 98,3% van de variantie in het bezoekersaantal onverklaard blijft en verklaard zou moeten worden door andere variabelen. Het model is echter wel significant. Door middel van de F-toets wordt duidelijk dat er een goede voorspellingskracht is en dat de uitkomsten van het model niet op toeval berusten: F (1.2170) = 37,760; p < 0,05. Dit houdt in dat de kans om een waarde van 37,760 te observeren, kleiner is dan 5%. Het gemiddelde is overigens 22070,366 wat een hogere waarde is dan de F-waarde. Daarom kan ook in dit model gesteld worden dat dit model beter voorspelt in het aantal bezoekers dan wanneer de gemiddelde waarde per onafhankelijke variabele wordt gebruikt. Uit de B-waarden kan de volgende formule worden opgesteld: *aantal bezoekers = 14,617 + 0,015 * oppervlakte leegstand.* Dit houdt in dat wanneer er geen oppervlakte is dat leegstaat, er 14,617 mensen langs een straatsegment lopen. En wanneer een oppervlakte leegstand met 1 toeneemt, voorspelt het model dat er 0,015 bezoekers meer langslopen. Dit is dan ook de regressie coëfficiënt van het oppervlakte leegstand. Deze is significant: t(2170)=6,145; p < 0,05; de kans om een waarde van 6,145 te observeren is kleiner dan 5%. Dat deze regressie coëfficiënt significant is, betekent ook dat het effect van de oppervlakte leegstand op het aantal bezoekers dat erlangs loopt significant is en dat de oppervlakte van de leegstand dus een significante voorspeller is.

Tabel 4: model A

Model A

	n	F-waarde	R	R^2	B1 (constante)
Verkooppunten leegstand	2172	131,262 (p=0,000)	0,239	0,057	8,410 (p=0,000)

Tabel 5: model B

Model B

	n	F-waarde	R	R^2	B1 (constante)
Oppervlakte leegstand	2172	37,760 (p=0,000)	0,131	0,017	0,015 (p=0,000)

Aangezien de R^2 bij beide modellen erg laag is, is ervoor gekozen om een aantal variabelen toe te voegen aan het model, die de verklaringskracht van de onafhankelijke variabelen ten opzichte van de afhankelijke variabele kunnen vergroten. Hoe meer onafhankelijke variabelen er werden toegevoegd, hoe hoger de R^2 altijd wordt. Wanneer er verschillende variabelen worden toegevoegd ontstaan er de volgende gegevens (tabel 6). De variabelen die invloed zouden kunnen hebben op het verband tussen leegstand en aantal bezoekers, zijn bijvoorbeeld de plek in de binnenstad waarin de leegstand zich bevindt. Daarom werden er in het tweede model locatiekenmerken toegevoegd en in het derde model verkooppunt-specificaties.

Tabel 6: regressiemodellen

Afhankelijke variabele: aantal bezoekers per straatsegment	Model 1		Model 2		Model 3	
	B1 (constante)	Sig.	B1 (constante)	Sig.	B1 (constante	Sig.
Verkooppunten leegstand	8,030	0,000	6,050	0,000	1,464	0,098
Oppervlakte leegstand	0,003	0,336	0,001	0,628	0,000	0,906
Locatie in kerngebied			32,848	0,000	22,034	0,000
Locatie in aanloopstraat			6,014	0,003	4,041	0,032
Verkooppunten dagelijks					2,041	0,008
Verkooppunten mode & luxe					3,672	0,000
Verkooppunten vrije tijd					0,167	0,004
Verkooppunten totaal					0,221	0,042
R	0,240		0,518		0,604	
R^2	0,057		0,268		0,364	
N	2171		2171		2171	

In tabel 6 is te zien dat hoe meer variabelen er werden toegevoegd, hoe hoger de correlatiekracht en hoe hoger de verklaarde variantie. Een opmerking hierbij is dat alle modellen significant zijn gelet op de F-waarde. In model 1 is er getest op verkooppunten leegstand en de oppervlakte leegstand samen. Beide variabelen vertonen een positief verband met het aantal bezoekers dat er langs loopt, echter is alleen het verband tussen verkooppunten leegstand en aantal bezoekers significant, want het verband tussen oppervlakte leegstand en aantal bezoekers heeft een $p > 0,05$ en is daarmee niet significant. Deze variabele kan dus worden beschouwd als een 0. Omdat de F-waarde wel significant is ($p < 0,05$), en daarmee het model, betekent het dat het model beter scoort als geheel dan op het niveau van een van de variabelen. Uit dit model blijkt dus dat een toename van leegstaande verkooppunten in een straatsegment zorgt voor een toename in het aantal bezoekers van dat straatsegment. Echter de correlatiekracht is nog laag (R=0,240) en ook verklaart de verklarende variabele maar 5,7% van de afhankelijke variabele (R^2=0,057).

In model 2 is er getest op dezelfde variabelen als in model 1, maar dan met het locatietype van het straatsegment erbij, dat wil zeggen ligt het straatsegment in een kernwinkelgebied of in een

aanloopstraat. Het kan immers zijn dat de locatie waar een verkooppunt zich bevindt, invloed heeft op het aantal bezoekers dat er langs loopt. Hierbij valt te benoemen dat net zoals in model 1 alleen het aantal leegstaande verkooppunten zorgt voor een toename aan bezoekers, omdat het oppervlakte van leegstand niet significant is ($p > 0,05$). Zowel locatietype in kernwinkelgebied als locatietype in aanloopstraat zijn beide significant ($p < 0,05$) en hebben beide een positief verband op het aantal bezoekers. Locatietype in kernwinkelgebied heeft een grotere constante waarde (B=32,848), dat wil zeggen dat elke keer als een verkooppunt in een kernwinkelgebied met 1 toeneemt, dat het aantal bezoekers met ongeveer 33 toeneemt. Dat terwijl wanneer er in een aanloopstraat een verkooppunt toeneemt, het aantal bezoekers met ongeveer 6 toeneemt (B=6,014). De correlatiekracht is hoger in dit model, namelijk 0,518, wat meer dan de helft is. Volgens Field (2018) betekent dit dat de correlatie tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabele in dit model hoog is. De verklarende kracht is ook iets hoger dan in model 1, maar alsnog laag (R^2=0,268).

In model 3 is er ook getest op dezelfde variabelen als in model 1, maar met verschillende verkooppunten erbij, zoals verkooppunten voor dagelijkse boodschappen, mode & luxe, vrije tijd en het aantal verkooppunten in totaal. Wat opvalt is dat de helft van de variabelen die in model 1 en 2 getest waren, nu niet meer significant zijn. Dit is het geval voor verkooppunten leegstand en oppervlakte leegstand ($p > 0,05$). Zij zorgen in deze combinatie van variabelen er dus niet meer voor dat een toename van leegstand zorgt voor een toename in het aantal bezoekers. De rest van de variabelen zijn wel significant ($p < 0,05$). Locatie in kerngebied heeft nog steeds de grootste constante waarde (B=22,034), ook al is deze wel wat gedaald ten opzichte van model 2 (B=32,848). Wanneer er wordt gekeken naar type verkooppunten, heeft de variabele verkooppunten mode & luxe winkels de grootste constante waarde (B=3,672). Dat betekent dat wanneer er één verkooppunt van mode & luxe winkels bij komt, dat het aantal bezoekers met ongeveer 4 toeneemt. De correlatiekracht is verder toegenomen en is te beschouwen als hoog (R=0,604) en de verklarende kracht is ook toegenomen (R^2=0,364).

Samengevat hebben alle variabelen een positief verband met het aantal bezoekers, maar niet alle variabelen zijn significant.

Het antwoord op de deelvraag "*Wat is het verschil tussen het effect van het aantal verkooppunten die leegstaan en het winkeloppervlak dat leegstaat op het aantal bezoekers?"* is dan ook dat wanneer deze variabelen worden getest zonder andere controlevariabelen, ze allebei een significant positief effect hebben op het aantal bezoekers van het desbetreffende straatsegment. Het aantal verkooppunten dat leegstaan lijkt bezoekers minder uit te maken omdat er per leegstaand verkooppunt dat erbij komt, het aantal bezoekers ook toeneemt met ongeveer 8. Per oppervlakte leegstand dat toeneemt, neemt het aantal bezoekers toe met iets meer dan 0. Echter betekent dit niet dat het aantal bezoekers toeneemt omdat er leegstand is, want de verklaringskracht van het model is maar 5,7%. Hieruit blijkt dat er andere factoren zijn die ervoor zouden moeten zorgen dat het aantal bezoekers toeneemt. Het locatietype van het straatsegment lijkt ook zeker uit te maken. Met de toevoeging van deze factoren wordt de verklaringskracht vergroot naar 26,8%. Het blijkt, dat wanneer er een verkooppunt bij komt in een kerngebied dit zorgt voor een stijging van ongeveer 33 bezoekers; in een aanloopstraat zorgt dit voor een stijging van ongeveer 6 bezoekers. De oppervlakte van leegstand heeft geen significant positief effect meer in dit model. Ook lijkt er nog steeds een deel onverklaard te zijn. Daarom zijn er type verkooppunten toegevoegd aan het model om te kijken of deze een effect hebben op het aantal bezoekers dat langs een straatsegment loopt, in combinatie met de eerdere factoren leegstand en locatietype. De verklaringskracht is 36,4% dus ook het type

verkooppunt heeft invloed op het aantal bezoekers dat langs een straatsegment loopt. In deze combinatie blijkt dat de verkooppunten die leegstaan nog steeds een positief verband hebben met het aantal bezoekers, alleen dit is niet significant. Het oppervlakte van leegstand heeft een waarde van 0 en is niet significant, dus dit blijft ook in dit model geen effect hebben op het aantal bezoekers. Hieruit blijkt dat H0 verworpen kan worden en Ha aangenomen kan worden. Leegstand zorgt namelijk wel voor een effect op het aantal bezoekers dat langs eens straatsegment loopt. Wel met de kanttekening dat leegstand niet de enige factor is die zorgt voor een effect op het aantal bezoekers. Wanneer er meer factoren worden toegevoegd die ook een effect zouden kunnen hebben, is het effect van leegstand op het aantal bezoekers niet meer significant.

Hoofdstuk 5: Conclusie

In dit laatste hoofdstuk wordt eerst de conclusie gevormd, vervolgens wordt de discussie neergezet daarna worden er aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek. Tot slot wordt er gereflecteerd op het onderzoeksproces.

5.1 Conclusie

De centrale vraag in dit onderzoek luidt als volgt: ***"In welke mate heeft leegstand in de binnenstad een effect op de looproutes van bezoekers in middelgrote binnensteden?".*** Nadat in voorgaande hoofdstukken de theorie is gevormd rondom dit onderwerp, waarna de analyses zijn uitgevoerd, kan er een antwoord worden gevormd op de hoofdvraag. Dit antwoord wordt gevormd door de conclusies op de deelvragen te koppelen met de theorie.

Bij de analyse is ervoor gekozen om een selectie te maken van vier middelgrote steden. Binnen deze categorie zijn twee kleine en twee grote steden geselecteerd, namelijk Uden en Zutphen en Amersfoort en Zwolle. Op deze manier wordt de externe validiteit verhoogd omdat de generaliseerbaarheid toeneemt wanneer er meerdere steden geselecteerd worden voor de analyse, in plaats van één. De conclusie zal dan ook gegeneraliseerd worden op alle middelgrote steden in Nederland. De eerste deelvraag gaat over hoe mensen zich bewegen door deze vier steden. Er zijn kaartbeelden ontwikkeld waarop te zien is dat de looproutes zich bevinden door de gehele stad. Centrale punten in de stad worden het meest gepasseerd, en logischerwijs ook de aanliggende straten van deze punten. Deze passeren mensen vaak om bij het centrale punt te komen. Centrale punten kunnen een winkelstraat zijn, maar ook een stadsplein. Ook worden straten waar grote winkelketens gevestigd zijn, vaak gepasseerd. De meest bezochte straten zijn over het algemeen geen aanloopstraten, maar liggen in het kernwinkelgebied.

Bij de tweede deelvraag werd er een analyse gedaan op hoe leegstand er ruimtelijk gezien uitziet in de vier steden. Hieruit bleek dat er in alle steden minder leegstand is in de kernwinkelstraten dan in de aanloopstraten. Hier zijn dan ook het hoogste aantal leegstaande verkooppunten gevestigd. Het hoogste aantal oppervlakte dat leegstaat, ligt meestal in het kerngebied van een binnenstad. Dit kan komen omdat grote ketens zich hier vaak vestigen, en vervolgens failliet kunnen gaan waardoor er een groot gat ontstaat in de binnenstad. Alle steden zijn zich bewust van leegstand in de binnenstad, en hebben hiervoor ook maatregelen getroffen om de aantrekkelijkheid te behouden. Een terugkomende oplossing in de praktijk is het herstructureren van leegstand naar woningen. Zoals De Kam & Needham (2004) beschrijven, heeft herstructurering een zeer passende oplossing tegen de problemen van leegstand omdat de leefbaarheid van het gebied wordt verhoogd. Ook functiemenging is een veelvoorkomende actie die gemeenten willen treffen om de leegstand tegen te gaan en daarmee de aantrekkelijkheid te verhogen (Teller & Reutterer, 2008).

De derde deelvraag splitst het begrip leegstand uit naar het absolute aantal en het oppervlakte. Hierbij ging het om de vraag of dit verschil zou maken in het aantal bezoekers wat erlangs zouden lopen. Hier was inderdaad een verschil op aan te merken: mensen vermijden eerder plekken waar het oppervlakte aan leegstand hoog is dan waar het aantal verkooppunten dat leegstaat hoog is, maar het ligt bij dit verband niet alleen aan leegstand. Veel andere factoren spelen ook een rol.

De conclusies op deze deelvragen leiden naar het beantwoorden van de hoofdvraag. Er kan gesteld worden dat er een positief verband is gevonden tussen leegstand en het effect op het bezoekersaantal dat daar langs loopt. Wanneer alleen leegstand wordt meegenomen in de analyse, is dit verband significant. Wanneer er echter andere factoren van een straat in de binnenstad worden

meegenomen, zoals het locatietype en type verkooppunt, verdwijnt dit significante effect. Het effect van oppervlakte van leegstand op het aantal bezoekers dat erlangs loopt verdwijnt helemaal. Daaruit blijkt dus dat het type verkooppunt wat zich in een straat bevindt, en of het verkooppunt zich in een kernwinkelgebied of een aanloopstraat bevindt, een grotere verklaringskracht hebben op het aantal bezoekers dat er langs loopt dan dat leegstand het aantal bezoekers verklaart. De analyse van de kaartbeelden vullen hierop aan. Daaruit blijkt dat de kernwinkelstraat het meest bezocht wordt. Deze plek ligt én in een kernwinkelgebied, én er zitten veel (type) verkooppunten dus dat zorgt voor een sterk positief verband met het aantal bezoekers dat er langs loopt. De leegstand maakt dan minder uit, wat dan ook blijkt omdat het verband dan niet meer significant is. Ook is gebleken dat het hoogste aantal verkooppunten wat leegstaat zich in de aanloopstraten bevindt. Volgens het onderzoek van Bressers (2011) kan er geconcludeerd worden dat de aanloopstraten in deze steden dan slecht functioneren, want dat kan leiden tot leegstand. Bolt (2003) bevestigt dat er in aanloopstraten meer structurele leegstand is. Er is niet één specifieke aanloopstraat in een stad die veel wordt bezocht, mensen lopen de stad in vanaf iedere windrichting. Dit zorgt dus niet altijd voor een hoog bezoekersaantal. Toch hebben aanloopstraten wel een significant positief verband met het aantal bezoekers. Dat komt vermoedelijk omdat mensen er langs moeten lopen om bijvoorbeeld bij het bronpunt te komen, om bij hun woning te komen of om een doelgerichte aankoop te doen en niet omdat er leegstand te vinden is (Husslage, in: Bressers: 2011). Het grootste oppervlak dat leegstand bevindt zich in de meeste gevallen in het kernwinkelgebied, maar komt in alle steden niet voor in de top 10 van meest bezochte straatsegmenten.

5.2 Discussie en reflectie

Omdat er vier steden zijn onderzocht, is de generaliseerbaarheid discutabel. De mate van generaliseerbaarheid neemt toe, ten opzichte van wanneer er één stad wordt onderzocht, maar in totaal zijn er veel meer middelgrote steden. Wel lijken de vier onderzochte steden op elkaar als het gaat over de ligging van leegstaande panden, de aanpak van leegstand en waar in de stad de meeste bezoekers komen. Dit is gunstig voor zowel de interne als de externe validiteit, omdat er zo een juiste conclusie getrokken kan worden en omdat dit de mate van generaliseerbaarheid ten goede doet. In dit onderzoek is er gemeten wat gemeten moest worden, dus daarmee is de interne validiteit hoog.

In de conclusie wordt benoemd dat het type verkooppunt dat in een straat gevestigd is, en de locatie van het straatsegment, een grotere verklaringskracht hebben op het aantal bezoekers dat er langs loopt dan dat leegstand het aantal bezoekers verklaart. Dit kan ook verklaard worden door het Behavoriaal gedragsmodel van Werlen (in: Hospers et al., 2015, p.105). Daarin wordt beschreven hoe een waarnemingsfactor, zoals de aantrekkelijkheid, zorgt voor een bepaald gedrag. Hoe meer verkooppunten die aantrekkelijk worden geacht, zoals modezaken of dagelijkse boodschap-winkels, hoe meer mensen er daarnaartoe zouden komen. Modezaken of andere type winkels zorgen voor een aantrekkelijke binnenstad omdat mensen worden aangetrokken door dit soort winkels. Dit geldt met name voor grote winkelketens zoals de H&M en Primark. In de analyse van looproutes in Uden blijkt dan ook dat een straat die net uit het kernwinkelgebied in de top 10 staat van meest bezochte straten, dat zal komen omdat daar een grote H&M en Amac is gevestigd. Ook in de kernwinkelstraat zitten vaak veel verkooppunten en deze zorgen dus ook voor een grote aantrekkingskracht, omdat bij de meeste steden de kernwinkelstraat het drukst bezocht wordt. Bolt (2003) stelt dat er in aanloopstraten meer structurele leegstand is. Dit wordt bevestigt omdat uit de analyse blijkt dat het hoogste aantal leegstaande verkooppunten zich in elke stad in de aanloopstraten bevindt.

Om verder in te gaan op de bevindingen dat leegstand maar een klein deel verklaart van het aantal bezoekers dat daar langs lopen, moet er benoemd worden dat het onderzochte positieve verband onverwachts is. Uit de literatuur blijkt dat structurele leegstand leidt tot negatieve gevolgen voor de omgeving, zoals verpaupering en zichtbare signalen van criminaliteit waardoor de leefbaarheid van het gebied afneemt (Boggess & Maskaly, 2014). Bovendien worden sfeer en veiligheid als belangrijke factoren voor de aantrekkelijkheid van een gebied neergezet (NVM, in: De Lange, 2005). Dit lijkt erop te duiden dat mensen het niet aantrekkelijk vinden om naar een gebied te gaan waar leegstand te vinden is, waardoor het bezoekersaantal afneemt. Echter is dit waarschijnlijk het geval wanneer er erg veel leegstand in één straatsegment te vinden is en dit is niet het geval in middelgrote Nederlandse binnensteden. Daarom wordt deze theorie waarschijnlijk afgezwakt en lopen bezoekers alsnog langs straatsegmenten waar leegstand te vinden is, omdat het op hun route ligt of omdat er andere verkooppunten aanwezig zijn.

Er moet niet worden vergeten om te melden dat het verband dat is aangetoond in dit onderzoek ook vice versa kan worden beschouwd, zoals ook Van Zweeden (2009) benoemde in het theoretisch kader. Hermans et al., (2011) benoemd ook dat een afname in het aantal passanten kan leiden tot een toename van leegstand. Van Zweeden (2009) geeft aan dat bezoekersaantal zou namelijk ook een effect kunnen hebben op de leegstand in een bepaald straatsegment. Het verband zou dan eventueel anders kunnen zijn.

Met de beantwoording van de hoofdvraag, kan er worden gereflecteerd op het onderzoeksproces. Het onderzoek is niet vlekkeloos verlopen, maar heeft uiteindelijk wel geleid tot een onderzoek waar hetgeen wat onderzocht moest worden, is onderzocht. Ten eerste het enquêteproces waarmee de data is verzameld. Dit proces was vrij lang, zo'n vier maanden waarbij er een enquêtedag was na de eerste scriptiedeadline. Dit was niet zo gepland van te voren, maar heeft te maken met uitval door ziekte, evenementen in de stad en regenachtige dagen die de betrouwbaarheid van het onderzoek aan kunnen tasten. De data moest hierna verwerkt worden in Excel en in QGIS, dit liep dan ook vertraging op. Vooral bij het invoeren van de looproutes kwam het voor dat niet iedereen dit ook daadwerkelijk deed. Daardoor liep dit onderzoek helaas een flinke vertraging op. Ook de descriptieve gegevens gaan over 1255 respondenten, omdat dit niet gedaan kon worden voor alle 2172 respondenten omdat nog niet alle onderzoekers hun data hadden verwerkt. Hierbij wordt duidelijk dat dit onderzoek erg afhankelijk is van de dataverzameling en -invoering van anderen, wat een nadeel is. De dataverzameling daarentegen verliep soepel. Echter de respondenten moesten bezoekers zijn die het centrum gingen verlaten. Het was niet altijd mogelijk om hieraan te voldoen omdat er maar een beperkte tijd was op een dag en er moesten zoveel mogelijk enquêtes worden ingevuld. Daardoor is het voorgekomen dat respondenten bij sommige enquêtes hun verwachte looproute hebben ingetekend omdat ze bijvoorbeeld midden in hun bezoek werden ondervraagd. Bij het vragen van een rapportcijfer van een aantal factoren, werd er opgemerkt dat dit een erg lange rij is. Na vijf rapportcijfers benoemd te hebben, gaan de respondenten zich vervelen en dit laten ze merken. Dit zou invloed hebben kunnen gehad op de rapportcijfers, want veel mensen gaven een 8 als ze het niet wisten of geen zin hadden om erbij na te denken. Door de enquête in de toekomst wellicht wat specifieker te maken zou dit voorkomen kunnen worden. Ook is in de methodologie benoemd dat er een sample quotum als leidraad is ingevoerd, en dat er werd geprobeerd om de enquête verder zo willekeurig mogelijk af te nemen. Het is echter mogelijk dat andere onderzoekers dit anders hebben aangepakt. Daarom was het prettig dat er evaluatiemomenten werden ingepland waarbij alle 8 onderzoekers samenkwamen met DTNP om te evalueren hoe ver iedereen was en wat er moest gebeuren. Zodoende kon er ook

overeengestemd worden over de manier van enquêteren. Ook was het prettig om met DTNP te kunnen overleggen over het onderzoeksonderwerp, omdat zij weten wat er speelt in de praktijk. Ten slotte het analyseproces. Daarbij is er bewust voor gekozen om niet te testen aan de assumpties die horen bij de regressieanalyse. Als er zou worden getest aan de assumpties, zou eruit komen dat de variabelen niet voldoen en dat er niet verder mag worden gegaan met de regressieanalyse. Hierdoor kunnen de resultaten vertekenend zijn, maar op aanraden van Huub Ploegmakers is ervoor gekozen om door te gaan met de regressie zonder de assumpties.

5.3 Aanbevelingen en beperkingen

De aanbevelingen die in deze paragraaf worden vermeld kunnen ook gezien worden als beperkingen in het huidige onderzoek. In dit onderzoek is er een kwantitatieve studie gedaan naar leegstand en het effect op het bezoekersaantal per straatsegment in middelgrote steden. Hierbij zijn er vier middelgrote steden meegenomen in het onderzoek. Voor vervolgonderzoek in de toekomst, zou het aan te raden zijn om een onderzoek te doen waarbij kleine en grote steden ook worden meegenomen. Op deze manier zou het onderzoek iets kunnen zeggen over de Nederlandse steden in elke grootte in plaats van alleen het middelgrote aspect. Verder zou het van toegevoegde waarde kunnen zijn om een kwalitatief aspect toe te voegen aan het onderzoek, of een volledig kwalitatief onderzoek uit te voeren. Hierdoor kan er meer onderzoek worden gedaan naar de reden waarom mensen leegstand wel of niet vermijden en welke andere factoren daarbij een rol spelen. Om daarop in te gaan, kan vervolgonderzoek andere of meer mogelijk verklarende factoren voor het bezoekersaantal bestuderen. Wellicht kan daarmee de verklaringskracht verhoogd worden, aangezien in dit onderzoek maar een beperkt aantal verklarende factoren zijn meegenomen. Ook kan, zoals in de discussie ook is benoemd het verband andersom worden getrokken. Volgens de literatuur zou er ook een verband kunnen zijn tussen het aantal bezoekers en de leegstand. Tot slot zou er in een volgend onderzoek een vergelijking tussen jaren kunnen worden uitgevoerd. Dan kan er bijvoorbeeld gekeken worden of er op een bepaald straatsegment in 2017 evenveel leegstand is als in 2022, en vervolgens kan er daarbij gekeken worden naar het passantenaantal.

6. Bibliografie

Alle Cijfers. (2022). *Statistieken gemeente.* Opgehaald op 5 augustus 2022, van *https://allecijfers.nl/*

Alperovich, G. (1982). Density Gradients and the Identification of the Central Business District. *Urban Studies, 19,* pp. 313-320. Opgehaald op 29 juli 2022, van *https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1080/00420988220080541?casa_token=oiD_CkucGPcAAAAA:YP2XtBBwh8cN5WiizhOluVqV8aDSzQeGTs-0nIjfsHuYSfP85SDRzRDmSD_X6auWHeyKX8QKQME8yCw*

Balsas, C.J.L. (2004). Measuring the livability of an urban centre: an exploratory study of key performance indicators. *Planning, Practice & Research, 19*(1), 101-110. *https://doi.org/10.1080/0269745042000246603*

Benjamin, J., Jud, D., & Winkler, D. (1998). A simultaneous model and empirical test on the demand and supply of retail space. *Journal of real estate Research, 16*(1), 1-14. *https://doi.org/10.1080/10835547.1998.12090938*

BNR. (2021). *Online shoppen gegroeid, grote stad de verliezer.* Opgehaald op 28 februari 2022, van *https://www.bnr.nl/nieuws/economie/10454381/online-shoppen-gegroeid-grote-stad-de-verliezer*

Boggess, L.N., & Maskaly, J. (2014). The spatial context of the disorder-crime relationship in a study of Reno neighborhoods. *Social science research, 43,* 168-183. *https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2013.10.002*

Bressers, N.C.M. (2011). *De toekomst van aanloopstraten: een onderzoek naar maatregelen om de potentie van aanloopstraten ten volle te kunnen benutten.* (Doctoral dissertation of Master's thesis).

BRO. (z.d.) *Aantrekkelijkheid van binnensteden in beeld.* Opgehaald op 20 juli 2022, van *https://www.bro.nl/nieuws/algemeen/25-10-2018-aantrekkelijkheid-van-binnensteden-in-beeld*

Brody, S. (2013). The Characteristics, Causes, and Consequences of Sprawling Development Patterns in the United States. *Nature Education Knowledge, 4*(5), 2.

Bromley, R.D.F., & Thomas, C.J. (Eds). (1993). *Retail Change: contemporary issues.* Londen: UCL Press

Buursink, J. (1980). *Stad en ruimte: inleiding in de stadsgeografie.* Assen: Van Gorcum.

CBS. (2021). *Bevolking; geslacht, leeftijd en burgerlijke staat.* Opgehaald op 9 augustus 2022, van *https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/7461BEV/table?fromstatweb*

CBS. (2022a). *Leeftijdsverdeling.* Opgehaald op 9 augustus 2022, van *https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/leeftijd/bevolking#:~:text=Gemiddeld%20zijn%20inwoners%20van%20Nederland%2042%2C3%20jaar%20oud.*

CBS. (2022b). *Landelijke monitor leegstand.* Opgehaald op 8 augustus 2022, van *https://dashboards.cbs.nl/v3/landelijke_monitor_leegstand/*

Childers, T.L., Carr, C.L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of retailing, 77*(4), 511-535. https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00056-2

De Kam, G.R.W., & Needham, D.B. (2004). *Een hele opgave: Over sociale cohesie als motief bij stedelijke herstructurering.* Nijmegen: DGW/Nethur Partnership.

De Lange, M. (2005). *Op weg naar een aantrekkelijke binnenstad? Een onderzoek naar de strategische keuze van projecten voor binnenstadsmanagement.* (Doctoral dissertation of Master's thesis). Opgehaald op 2 augustus 2022, van *https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/3259/Lange%2C_Maike_de_1.pdf?sequence=1*

De Noni, I., Orsi, L., Zanderighi, L. (2012). Coalition loyalty-programme adoption and urban commercial-network effectiveness evaluation. *International Journal of Retail & Distribution Management, 42*(9), 818-838. *https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2012-0043*

Evers, D., Van Hoorn, A., & Van Oort, F. (2005). *Winkelen in Megaland.* Den Haag: NAi Uitgevers.

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics.* Londen: SAGE.
Focus1. (2015). *Transitieteam gemeente Zwolle gaat leegstand aanpakken.* Opgehaald op 10 augustus 2022, van *https://www.rtvfocuszwolle.nl/transitieteam-gemeente-zwolle-gaat-leegstand-aanpakken/amp/*
Frick, S.A., & Rodríguez-Pose, A. (2018). Big or small cities? On city size and economic growth. *Growth and Change, 49*(1), 4-32. *https://doi.org/10.1111/grow.12232*
Gelinck, S. & Benraad, J.B. (2011). *Transformatie kantoren gaat niet vanzelf: Onderzoek naar onorthodoxe maatregelen in tien cases.* Rotterdam: SBR Kennisplatform voor de bouw.
Gemeente Amersfoort. (2021). *Richting voor de Omgevingsvisie Amersfoort.*
Gemeente Zutphen. (2021). *Leegstand: ruimte voor ontwikkeling.* Opgehaald op 8 augustus 2022, van *https://raad.zutphen.nl/data/raadsstuk-raad/presentatie-actieplan-leegstand/Presentatie%20Actieplan%20leegstand.pdf*
Gemeente Zwolle. (2021). *Ons Zwolle van morgen 2030: Omgevingsvisie.* Opgehaald op 10 augustus 2022, van *https://zwolle.nl/sites/default/files/omgevingsvisie-2021-november.pdf*
Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., & Meijers, E. (2007). City-ranking of European medium-sized cities. *Cent. Reg. Sci. Vienna UT, 9*(1), 1-12. Opgehaald op 29 juli 2022, van *http://www.smartcity-ranking.eu/download/city_ranking_final.pdf*
Gorter, C., Nijkamp, P., & Klamer, P. (2003). The attraction force of out-of-town shopping malls: a case study on run-fun shopping in The Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 94*(2), 219-229. *https://doi.org/10.1111/1467-9663.00250*
Hamans, F. (2013). *De 'sociale wenselijkheid' van transformaties van structureel leegstaande winkelpanden ten gevolge van de veranderende detailhandelstructuur in Nederland.* (Bachelorscriptie, Radboud Universiteit). Opgehaald op 9 juni 2022, van *https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/2374/Hamans%2c_Fr%c3%a9_1.pdf?sequence=1*
Hermans, M., Van de Coevering, P., Van der Waerden, P. (2011). *Ruimtelijke ontwikkelingen langs looproutes tussen parkeervoorzieningen en centrale winkelgebied.* Opgehaald op 3 augustus 2022, van *https://www.cvs-congres.nl/cvspdfdocs/cvs11_052.pdf*
Hospers, G.J. (2010). *Krimp!.* Amsterdam: SUN.
Hospers, G.J., Van Melik, R., & Ernste, H. (2015). *Visies op de stad: van tuindorp naar smart city.* Den Haag: Boom Lemma.
Huizinga, F. H., & Ossokina, I. V. (2014). Leegstand: een opgave voor beleid? *Real Estate Research Quarterly, 13*(1), 18-24.
Hulsman, C.L. (2007). *Investeren in herstructurering: de mogelijke bijdrage van Rabo Vastgoed aan het oplossen van de financiële knelpunten bij de herstructurering van bedrijventerreinen.* (Doctoral dissertation of Master's thesis).
Jones, T.L., Baxter, M.A.J., & Khanduja, V. (2013). A quick guide to survey research. *The Annals of The Royal College of Surgeons of England, 95*(1), 5-7.
Kaal, H. (2011). A Conceptual History of Livability. *City, 15*(5), 532-547. *https://doi.org/10.1080/13604813.2011.595094*
Kamphuis, B. (2021). *Winkelleegstand ondanks corona gedaald, maar niet in grote binnensteden.* Opgehaald op 31 mei 2022, van *https://nos.nl/artikel/2394359-winkelleegstand-ondanks-corona-gedaald-maar-niet-in-grote-binnensteden*
Kemperman, A., Borgers, A., & Timmermans, H. (2009), Tourist shopping behavior in a historic downtownarea. *Tourism Management, 30*(2), 208-218. *https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.002*
Korzilius, H. (2000). De kern van survey-onderzoek.
Kovi, I. (2020). *Amersfoort pakt leegstand aan: winkels alleen in winkelcentra.* Opgehaald op 8 augustus 2022, van *https://www.destentor.nl/amersfoort/amersfoort-pakt-leegstand-aan-winkels-alleen-in-winkelcentra~ae4be792/*

Leidelmeijer, K., & Van Kamp, I. (2004). *Kwaliteit van de Leefomgeving en Leefbaarheid: naar een begrippenkader en conceptuele inkadering* (RIVM Rapport 630950002/2003). Opgehaald op 24 juli 2022, van *https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/630950002.pdf*

Lok, J. (2011). *Looproutes in de binnenstad: hoe beleven bezoekers de Utrechtse binnenstad en welke looproutes kiezen ze?* (Doctoral dissertation of Master's thesis). Opgehaald op 9 juni 2022, van *https://docplayer.nl/43840468-Looproutes-in-de-binnenstad.html*

Lokhorst, J., Remøy, H.T., & Koppels, P.W. (2013). Verborgen leegstand. *Real Estate Research Quarterly.* 6-16.

Macrotrends. (z.d.). *Netherlands Urban Population 1960-2022.* Opgehaald op 29 juli 2022, van *https://www.macrotrends.net/countries/NLD/netherlands/urban-population#:~:text=Netherlands%20urban%20population%20for%202020,a%201.04%25%20increase%20from%202017.*

Mantel, T. (2013). *Leren van herstructureren: een studie naar de economische effecten van het Groninger Forum.* (Doctoral dissertation of Master's thesis). Opgehaald op 28 februari 2022, van *https://frw.studenttheses.ub.rug.nl/1012/1/ScriptieHerstructurering.pdf*

Millonig, A. & G. Gartner (2007), Monitoring pedestrian spatio-temporal behavior. *BMI, 296,* 29-42.

Mitkoviç, P., & Dinic, M. (2004). City Center Organization and its Influence on the City Structure. *Architecture and Civil Engineering, 3*(1), 41-56. Opgehaald op 29 juli 2022, van *http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0354-4605/2004/0354-46050401041M.pdf*

Moes, R. (2022). *Dit gaat er komende maanden gebeuren in het centrum van Uden.* Opgehaald op 8 augustus 2022, van *https://dtvnieuws.nl/nieuws/artikel/centrum-uden-gaat-er-zo-uitzien*

Mulder, E. (2017). *De Nederlandse binnenstad bestaat (niet): in hoeverre heeft het winkelaanbod (en de eenvormigheid hiervan) in de Nederlandse binnensteden invloed op de keuze van een consument om een binnenstad te bezoeken?* (Doctoral dissertation of Master's thesis).

Nelissen, N.J.M. (1979). *De stad: een inleiding tot de urbane sociologie.* Deventer: Van Loghum Slaterus.

Paalman, F. (2021). *Leegstand vreet aan binnenstad Zwolle: 'We moeten wat doen'.* Opgehaald op 24 juli 2022, van *https://www.destentor.nl/zwolle/leegstand-vreet-aan-binnenstad-zwolle-we-moeten-wat-doen~a34614d5/*

PBL. (2014). *De Bestendige Binnenstad.* Opgehaald op 9 juni 2022, van *https://www.vebm.nl/application/files/2915/5299/7439/PBL_2014_Bestendige_binnenstad.pdf*

Pen, C-J. (2021). *Cees-Jan Pen: 'Onze binnensteden. Van place to buy naar place to be and live'.* Opgehaald op 6 februari 2022, van *https://www.brabantadvies.com/cees-jan-pen-onze-binnensteden-van-place-to-buy-naar-place-to-be-and-live/*

Peters, M. (2014). *Leegstand van commercieel en (gemeentelijk) maatschappelijk vastgoed: een onderzoek naar leegstand van commercieel en (gemeentelijk) maatschappelijk vastgoed en oplossingsrichtingen voor de aanpak van leegstand vanuit de gemeente.* (Doctoral dissertation of Master's thesis). Opgehaald op 30 juli 2022, van *https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/3268/Peters%2c_Mari%c3%ablle_1.pdf?sequence=1*

Platform 31. (2022). *De coronacrisis en de vitale binnenstad.* Opgehaald op 23 juli 2022, van *https://www.platform31.nl/nieuws/de-coronacrisis-en-de-vitale-binnenstad*

Platform 31. (z.d.). *Midsize NL.* Opgehaald op 29 juli 2022, van *https://www.platform31.nl/thema-s/ondernemen-werk-en-inkomen/midsize-nl*

Promovendum. (2022). *Grootste steden in Nederland in 2022 (top 10).* Opgehaald op 29 juli 2022, van *https://www.promovendum.nl/blog/grootste-steden-nederland-2022-top-10*

Romão, J., Kourtit, K., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2018). The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. *Cities, 78,* 67-75. *https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.007*

RVO: Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (2021). *Impulsaanpak winkelgebieden*. Opgehaald op 23 juli 2022, van *https://www.rvo.nl/subsidies-financiering/impulsaanpak-winkelgebieden#budget*

Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., Booij, M., & Verckens, J.P. (2011). *Methoden en technieken van onderzoek.* Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Schreuder, A. (2022). *Heel veel huizen bouwen is niet de enige oplossing voor de wooncrisis.* Opgehaald op 3 februari 2022, van *https://www.nrc.nl/nieuws/2022/01/04/verpletterd-door-de-woningnood-a4075664*

Sohmer, R.R., & Lang, R.E. (2001). Downtown Rebound. *Redefining urban and suburban America: Evidence from census 2000, 1,* 63-74.

Stec Groep. (2022). *Leegstand hoofdwinkelstraten loopt snel op naar 15%.* Opgehaald op 3 februari 2022, van *https://stec.nl/onderzoek-hoofdwinkelstraten-leegstand-loopt-op-naar-15/*

Stedebouw & Architectuur. (2015). *De binnenstad als place to be*. Opgehaald op 6 februari 2022, van *https://www.stedebouwarchitectuur.nl/artikel/de-binnenstad-als-place-to-be*

Stone, K.E. (1988). *The effect of Wal-Mart stores on businesses in host towns and surrounding town in Iowa.* Iowa, Verenigde Staten: Iowa State University

Talen, E., & Park, J. (2021). Understanding Urban Retail Vacancy. *Urban Affairs Review. https://doi.org/10.1177/10780874211025451*

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. *https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2007.03.003*

Van Dijken, K., Ghauharali, R., & 't Hooft, S. (2020). *De coronacrisis en de stad: een verkenning van scenario's, effecten en handelingsperspectieven voor gemeenten.* Den Haag: Platform 31.

Van Duren, A.J. (1995). *De dynamiek van het constante: over de flexibiliteit van de Amsterdamse binnenstad als economische plaats (Dissertatie).* Opgevraagd van *https://www.narcis.nl/publication/RecordID/oai:dare.uva.nl:publications%2F9a666def-6f46-4351-9267-38d4ceac3ed2*

Van der Krabben, E. (2021). *De werking van de grondmarkt: gevolgen voor woningbouw en functioneren woningmarkt.* Den Haag: ACM.

Van der Veer, J. (2021). *Opnieuw verdwijnt er een grote naam uit de binnenstad; Bershka sluit deuren.* Opgehaald op 8 augustus 2022, van *https://www.destadamersfoort.nl/lokaal/winkels/691450/opnieuw-verdwijnt-er-een-grote-naam-uit-de-binnenstad-berskha-s*

Van der Wal, L. (2006). *Herstructurering van binnenstedelijke bedrijventerreinen.* (Doctoral dissertation of Master's thesis). Opgehaald op 28 februari 2022, van *https://frw.studenttheses.ub.rug.nl/593/1/05079.pdf*

Vastgoed Business School. (2019). *Veel steden worstelen met leegstand in de binnenstad*. Opgehaald op 31 mei 2022, van *https://www.vastgoedbs.nl/nieuws/steden-worstelen-leegstand-binnenstad/*

Vennix, J. (2019). *Research Methodology: an introduction to scientific thinking and practice*. Nijmegen: Pearson.

Vernor, J.D., Amundson, M.F., Johnson, J.A., & Rabianski, J.S. (1993). *Shopping Center Appraisal and Analysis.* Chigaco, IL: Appraisal Institute.

Verschuren, P., & Doorewaard, H. *Het ontwerpen van een onderzoek.* Den Haag: Boom Uitgevers.

VNG. (2011). *Leegstand te Lijf: handvatten voor langetermijnstrategie.* Opgehaald op 23 juli 2022, van *https://www.bouwstenen.nl/fileswijkplaats/Leegstandtelijf.pdf*

Wang, Y., Yue, X., Zhang, H., Su, Y., Qin, J. (2021). Relationship between Urban Floating Population Distribution and Livability Environment: Evidence from Guangzhou's Urban District, China. *Sustainability, 13*(23), 13477. *https://doi.org/10.3390/su132313477*

Wilps, I. (2021). *De Oudegracht als ontmoetingsplek: een kwalitatieve studie naar sociale en fysieke factoren met betrekking tot ontmoetingsplekken van jongvolwassen inwoners van Utrecht.* (Doctoral dissertation of Master's thesis).

Wunderlich, F.M. (2008). Walking and rhythmicity: Sensing urban space. *Journal of Urban Design, 13*(1), 125-139. *https://doi.org/10.1080/13574800701803472*

Young, J. (2021). *Representative sample.* Opgehaald op 29 juni 2022, van *https://www.investopedia.com/terms/r/representative-sample.asp#:~:text=A%20representative%20sample%20is%20a,three%20males%20and%20three%20females.*

Zhang, H. (2021). The Impact of Urban Sprawl on Environmental Pollution: Empirical Analysis from Large and Medium-Sized Cities of China. *Int J Environ Res Public Health, 18*(16), 8650. *doi: 10.3390/ijerph18168650*

Bijlage I: Enquête

Vragenlijst 2022

0a. Voor mijn studie doe ik onderzoek naar het centrum van [....]. Mag ik u een aantal korte vragen stellen?

Noteren non-respons in kwadrant vrouw-jong, vrouw-oud, man-jong, man-oud.

0b. Verlaat u het centrum? Bij ja/bijna: ga verder met vraag 1.

1. Welke winkels of voorzieningen heeft u bezocht? (functie/branche + naam noteren. Ongeacht iets uitgegeven).

2. Wat is de reden dat u nu naar het centrum bent gekomen? Waarvoor bent u vandaag gekomen?

3. Hoe lang duurde dit bezoek aan het centrum? (Noteren in minuten).

4. Met welk vervoermiddel bent u naar het centrum gekomen? Hoe bent u naar het centrum gekomen?

5. Wat heeft u uitgegeven tijdens dit bezoek? Maak onderscheid tussen winkels, horeca, warenmarkt, dienst/ambacht (bijv. kapper) en overig (zoals bioscoop).

6. Hoe vaak bezoekt u het centrum (per week/maand/jaar)?

7. Met welk rapportcijfer (van 1 t/m 10) beoordeelt u het centrum op de volgende aspecten? (Lijstje aflopen).

Centrum geheel	Diversiteit	Kwaliteit winkels	Aanbod horeca
Uitstraling panden	Etalages	Netheid straat	Inrichting straat
Gezelligheid	Bereikbaarheid	Parkeren	Lengte winkelcircuit

8a. Wat is uw leeftijd? (Ook geslacht noteren).

8b. Wat is uw postcode? (Indien ze dit niet willen geven, alleen de 4 cijfers vragen, anders woonplaats noteren.)

8c. Wat is uw opleidingsniveau? Hoogst behaalde studiegraad persoon noteren.

lager / v(m)bo-mavo / havo / vwo / mbo / hbo / wo

8d. Kunt u (globaal) aangeven wat het maandinkomen van uw huishouden is?

laag (< € 1.700) / midden (€ 1.700-4.000) / hoog (> 4..000)

9. Looproute intekenen (kaart op de volgende pagina)