

MAAKT DE GROOTTE VAN EEN BINNENSTAD VERSCHIL?

Een mixed methods onderzoek naar de invloed van de grootte van een binnenstad op de ontwikkeling van deze binnensteden in de afgelopen jaren.

Carlijn Aarntzen
Masterthesis Spatial Planning
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen
April 2018



Foto's voorblad: auteur

Maakt de grootte van een binnenstad verschil?

Een mixed methods onderzoek naar de invloed van de grootte van een binnenstad op de ontwikkeling van deze binnensteden in de afgelopen jaren.

Auteur : C.B. Aarntzen
Studentnummer : s4335449
Datum : April 2018
Instelling : Radboud Universiteit Nijmegen
Faculteit : Faculteit der Managementwetenschappen
Opleiding : Master Spatial Planning
Begeleider Radboud Universiteit : Prof. dr. H.J. Meurs
Stage organisatie : Provincie Gelderland
Begeleider provincie Gelderland : Ir. A. Teunissen
Met medewerking van : BRO

Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt mijn masterscriptie die het sluitstuk vormt van mijn master Spatial Planning. Het afgelopen halfjaar heb ik hard aan mijn masterscriptie gewerkt en met trots presenteer ik u hierbij het eindproduct. Mijn onderzoek heeft zich gericht op de ontwikkelingen die binnensteden van verschillende groottes hebben doorgemaakt en de verschillen die hierin bestaan. Gedurende mijn bachelor- en masterstudie is de interesse in binnensteden ontstaan. De binnenstad is een dynamische plek waar veel processen, functies en actoren samenkomen. Diverse ontwikkelingen in de samenleving, zoals: de toename van internetaankopen, een andere invulling van vrije tijd en de economische crisis, hebben invloed op het functioneren van de binnenstad. Mijn interesse is gewekt door de manier waarop met deze ontwikkelingen wordt omgegaan.

Het afgelopen halfjaar heb ik de kans gehad om mijn afstudeeronderzoek uit te voeren bij de provincie Gelderland. Door gedurende het schrijven van mijn masterscriptie hier stage te lopen heb ik inzicht gekregen in hoe het is om bij een overheidsorgaan te werken en met welke onderwerpen zij zich bezighoudt. Door trainingen te volgen en mee te gaan naar bijeenkomsten en vergaderingen werd de wisselwerking tussen het politieke en het ambtelijke apparaat voor mij ook beter inzichtelijk. Het is voor mij een waardevolle toevoeging geweest omdat ik op deze manier de mogelijkheid kreeg om de theoretische kennis toegepast te zien worden in de praktijk.

Tot slot wil ik nog een aantal personen bedanken die ervoor hebben gezorgd dat ik mijn masterscriptie met succes heb kunnen schrijven. Ten eerste wil ik mijn begeleider van de Radboud Universiteit, meneer Meurs, bedanken voor zijn begeleiding. Door zijn kritische feedback en aanwijzingen heb ik mijn masterscriptie iedere keer weer weten te verbeteren. Daarnaast wil ik mijn collega's bij de provincie Gelderland bedanken voor de kans die ik heb gekregen om bij bijeenkomsten en vergaderingen aanwezig te zijn en trainingen te volgen. In het bijzonder wil ik mijn stagebegeleider meneer Teunissen bedanken. De wekelijkse gesprekken hebben ervoor gezorgd dat ik de koers en inhoud van mijn masterscriptie telkens heb kunnen aanscherpen en inzicht heb gekregen in de onderwerpen waar de provincie Gelderland zich momenteel mee bezighoudt. Ook dank aan meneer Wigman van het adviesbureau BRO voor het beschikbaar stellen van de data voor dit onderzoek. Zonder deze data zou het onderzoek niet zijn wat het nu is geworden. Ook bedank ik alle respondenten van de casestudies voor de input die zij geleverd hebben in de vorm van interviews en toegezonden (beleids)stukken. Deze input heeft mij inzicht gegeven in de verhalen achter de kwantitatieve cijfers.

Ik wens u veel plezier toe met het lezen van mijn masterscriptie.

Gendt, april 2018

Carlijn Aarntzen

Samenvatting

Projectkader

Een binnenstad wordt gezien als het actieve en bruisende deel van de stad waar de economische, culturele en bestuurlijke activiteiten van de stad en regio voornamelijk plaatsvinden (Balsas, 2004; Seip, 1999). De Nederlandse binnensteden staan de laatste jaren onder druk, waarbij het grootste zichtbare probleem de toegenomen (winkel)leegstand is. Dat binnensteden onder druk staan komt mede door demografische veranderingen, de economische conjunctuur en de opkomst van de e-commerce (Evers, Tennekes & Van Dongen, 2015; Gianotten, 2010; Janssen & Laning, 2015; Teulings, Ossokina & Sviták, 2017). De provincie Gelderland wil inspelen op de ontwikkelingen die gaande zijn in de samenleving en de binnensteden om op deze manier te zorgen dat binnensteden vitaal worden en blijven. Het is hiervoor belangrijk om het beleid van de provincie af te stemmen op de feitelijke ontwikkelingen die gaande zijn in de Gelderse binnensteden (Provincie Gelderland, 2017a, 2017b, 2017c). Naar binnensteden en de ontwikkeling van binnensteden zijn al diverse onderzoeken gedaan, er ontbreekt echter onderzoek waarbij gefocust wordt op het verschil in ontwikkeling dat doorgemaakt wordt door binnensteden met een verschillende omvang. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de verschillen die bestaan in de ontwikkeling van binnensteden van verschillende grootte en de manier waarop actoren in de binnensteden hierop ingespeeld hebben. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

“In hoeverre verschillen de ontwikkelingen in binnensteden van verschillende omvang, op welke manier ervaren actoren van binnensteden deze ontwikkelingen en welke instrumenten zijn en worden ingezet om hiermee om te gaan?”

Theorie

De spreiding van binnensteden van verschillende groottes kan worden verklaard aan de hand van locatietheorieën. De locatietheorie houdt zich bezig met de beste vestigingsplaats voor economische activiteiten en geeft een verklaring voor de locatiekeuze van deze activiteiten. Hierbij zijn reikwijdte (de afstand die een consument wil afleggen voor een product) en drempelwaarde (minimaal aantal consumenten voor bestaansrecht) belangrijke kernconcepten. Aan de hand van deze concepten kan verklaard worden waarom bepaalde activiteiten zich wel in grote binnensteden vestigen maar niet in kleinere binnensteden (Atzema, Van Rietbergen, Lambooy & Van Hoof, 2012; Olden, Steiner & Bingen, 2017). Ook agglomeratievoordelen en clustereffecten voor consumenten geven een verklaring voor de ontwikkeling die binnensteden van verschillende groottes doormaken. De agglomeratievoordelen (bijvoorbeeld: goede bereikbaarheid, grotere afzetmarkt) en clustereffecten voor consumenten (meer mogelijkheden voor vergelijkend winkelen) zorgen ervoor dat detailhandelsvestigingen, horeca, voorzieningen, activiteiten en consumenten zich meer in grote binnensteden vestigen dan in kleinere binnensteden (Bolt, 2003; Knaap, 1998; Nozeman, Van der Post & Langendoen, 2012).

Binnensteden zijn complexe systemen waar verschillende doelen en belangen bij elkaar komen. Volgens Marlet (2010) is een aantrekkelijke stad een stad waar zowel bewoners, bedrijven als bezoekers graag komen. Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingen die binnensteden hebben doorgemaakt is het daarom belangrijk om niet enkel te focussen op de winkelfunctie maar juist op het multifunctionele karakter van de binnenstad. In dit onderzoek wordt onderzocht hoe de woon- en winkelfunctie en de functiemix in binnensteden van verschillende omvang zich hebben ontwikkeld. Op basis van de literatuur is te verwachten dat binnensteden van verschillende groottes

anders ontwikkelen op het gebied van: het aantal detailhandelsvestigingen, de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte, het aantal leegstaande verkooppunten, de hoeveelheid inwoners, het aantal woningen, de functiemix, het aantal horecavestigingen en de hoeveelheid dienstverlening. Naast de omvang van de binnenstad hebben ook interventies die gedaan zijn in binnensteden effect op de ontwikkelingen die in binnensteden gaande zijn. Evenals geografische, demografische, economische factoren en de aantrekkelijkheid van het gebied.

Methode

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag is in dit onderzoek gebruik gemaakt van zowel kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksmethoden. In het kwantitatieve gedeelte is door middel van statistische analyses onderzoek gedaan naar de verschillen in ontwikkeling van binnensteden met een verschillende omvang. Aan de hand van casestudies is met interviews vervolgens onderzocht hoe bovenstaande ontwikkelingen in kleine binnensteden worden ervaren en op welke manier men op deze ontwikkelingen inspeelt. Er is hierbij gekozen voor kleine binnensteden omdat op basis van de literatuur blijkt dat kleine binnensteden zich de laatste jaren opnieuw hebben moeten positioneren. Uit de kwantitatieve analyses blijkt ook dat de variatie in de ontwikkelingen in kleine binnensteden groter zijn dan die in binnensteden van andere omvang.

Resultaten

Uit de resultaten van de analyses is gebleken dat de omvang van de binnenstad wel degelijk effect heeft op de ontwikkeling van de binnenstad, hoewel de grootte niet op alle variabelen van invloed is. De grootte van een binnenstad heeft een positieve invloed op de groei van het aantal woningen in de binnenstad. Daarnaast blijkt dat de omvang van de binnenstad effect heeft op de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten in de binnenstad. De toename van het aantal leegstaande verkooppunten is groter in kleine en middelgrote binnensteden in vergelijking met grote binnensteden. Tot slot blijkt dat er tussen grote en kleine binnensteden een significant verschil bestaat in de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in de dienstverlening. Tussen middelgrote en grote binnensteden bestaat geen significant verschil.

Op basis van de casestudies in de kleine binnensteden Wijchen en Zevenaar is gebleken dat actoren ervaren dat de ontwikkelingen in kleine binnensteden anders zijn dan in de grotere binnensteden en dat zij hierdoor ook met andere opgaves te maken hebben. Over de ontwikkelingen die in de eigen binnenstad gaande zijn, bijvoorbeeld een toename van het aantal leegstaande verkooppunten, zijn de respondenten goed op de hoogte. Er zijn in het verleden al diverse instrumenten ingezet om het functioneren van de eigen binnenstad te verbeteren. Succesvolle instrumenten zijn bijvoorbeeld: centrummanagement, opstellen van een centrumvisie en het organiseren van activiteiten. Voor de toekomst zijn er voor binnensteden nog diverse kansen, zoals: het beter inspelen op de vergrijzing, stedelijke herverkaveling en het realiseren van concrete resultaten en fysieke acties.

Conclusie

Al met al kan gesteld worden dat de grootte van de binnenstad wel van invloed is op de ontwikkeling die binnensteden hebben doorgemaakt, dit wordt door de respondenten ook zo ervaren. Het is voor de provincie Gelderland belangrijk om in de toekomst maatwerk te leveren, regionaal te sturen en meer kennis te gaan delen. Als lokale actor dient men gebruik te maken van een mix van goedwerkende instrumenten en nieuwe instrumenten, waarbij het van belang is om duidelijke keuzes te maken en de binnenstad in breder (regionaal) perspectief te plaatsen.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	I
SAMENVATTING	III
HOOFDSTUK 1 INLEIDING	1
1.1 PROJECTKADER.....	2
1.2 DOELSTELLING	4
1.3 VRAAGSTELLING	4
1.4 RELEVANTIE.....	5
1.5 LEESWIJZER	7
HOOFDSTUK 2 THEORIE.....	8
2.1 THEORETISCH KADER	9
2.2 CONCEPTUEEL MODEL	22
HOOFDSTUK 3 METHODE	23
3.1 ONDERZOEKSSTRATEGIE.....	24
3.2 DATAVERZAMELING	26
3.3 DATA-ANALYSE EN ETHIEK	31
HOOFDSTUK 4 BINNENSTEDEN VERGELEKEN	33
4.1 DATABESTAND	34
4.2 OMVANG BINNENSTEDEN EN GEOGRAFISCHE LIGGING	36
4.3 ONTWIKKELINGEN IN BINNENSTEDEN	38
4.4 VERSCHILLEN TUSSEN BINNENSTEDEN GETOETST	56
4.5 CONCLUSIE EN TERUGKOPPELING HYPOTHESES.....	69
HOOFDSTUK 5 DE KLEINE BINNENSTAD.....	72
5.1 CASESTUDY: DE KLEINE BINNENSTAD.....	73
5.2 CASUS WIJCHEN.....	74
5.3 CASUS ZEVENAAR	93
5.4 CONCLUSIE.....	114
HOOFDSTUK 6 CONCLUSIE	116
6.1 CONCLUSIE.....	117
6.2 AANBEVELINGEN	123
BIBLIOGRAFIE.....	127
HOOFDSTUK 7 BIJLAGEN	132
BIJLAGE A: LOCATIETHEORIE, AGGLOMERATIEVOORDELEN EN EVOLUTIONAIRE BENADERING	133
BIJLAGE B: DE ONTWIKKELING VAN NEDERLANDSE BINNENSTEDEN	137
BIJLAGE C: HUIDIGE INTERVENTIES DOOR DE PROVINCIE GELDERLAND.....	140
BIJLAGE D: LIJST MET GESELECTEERDE BINNENSTEDEN.....	142
BIJLAGE E: SPSS OUTPUT BESCHRIJVENDE STATISTIEK	143
BIJLAGE F: SPSS OUTPUT TOETSENDE STATISTIEK.....	152
BIJLAGE G: PROVINCIE GELDERLAND CIJFERS EN KAARTEN.....	162
BIJLAGE H: INTERVIEWGUIDE, RESPONDENTEN EN BELEIDSSTUKKEN	169



Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Projectkader

Wanneer aan een stad gedacht wordt, dan wordt deze vaak geassocieerd met zijn binnenstad (Buursink, 1980). De binnenstad wordt gezien als het visitekaartje van de stad en in sommige gevallen zelfs van een gehele regio (Balsas, 2004; Bardoel, Pijlman & Vaessen, 2015). De binnenstad neemt hierbij verschillende rollen op zich en kan dienen als: etalage, podium en/of laboratorium (Bardoel et al., 2015). Het is bij uitstek de plek waar het karakter van de stad getoond kan worden, hoewel dit in de meeste steden nog niet actief gebeurt (Bardoel et al., 2015). Binnensteden worden gezien als het actieve en bruisende deel van de stad en staan bekend om de diversiteit aan functies (Balsas, 2004). Hier vinden voornamelijk de economische, culturele en bestuurlijke (publiekstrekkende) activiteiten van de stad en regio plaats (Seip, 1999). Dit uit zich in de aanwezigheid van: winkels, horecagelegenheden, kantoren, uitgaansgelegenheden, bestuursinstellingen en andere bedrijven (Balsas, 2004; Buursink, 1980; Van der Heijde, 2014). Het stadscentrum is hiermee het functionele middelpunt van de stad, en de regio, en verdrijft de niet-centrale functies zoals industriële productie en wonen uit de binnenstad (Buursink, 1980). Om het multifunctionele karakter van de binnenstad te kunnen behouden wordt streng ruimtelijk orderingsbeleid gevoerd in Nederland (Seip, 1999). Niet in alle delen van de wereld heeft de binnenstad deze centrumfunctie kunnen behouden. In de Verenigde Staten bijvoorbeeld, is de kern van binnensteden uitgehold geraakt door het verplaatsen van activiteiten naar de rand van de steden. Op deze manier zijn zogenaamde “Donut Cities” ontstaan (Paterson, 1998).

Hoewel de Nederlandse binnensteden niet uitgehold zijn, bestaan ook hier problemen en is hierover veel discussie in de Nederlandse politiek, samenleving en vakliteratuur (Brayé, 2010). Voorheen stond vooral de aard en omvang van leegstand in binnensteden centraal in de discussies rondom de problematiek in binnensteden. Tegenwoordig is toekomstbestendigheid van de binnenstad het uitgangspunt. De gedachte hierachter schuilt in het feit dat leegstand niet een probleem op zichzelf is, maar een symptoom van het economisch slecht functioneren van het gebied (Bardoel et al., 2015). Dat binnensteden de laatste jaren onder druk staan komt mede door demografische veranderingen (vergrijzing), de economische conjunctuur, de opkomst van het winkelen via internet (e-commerce), eenzijdig lokaal beleid en een andere invulling van de vrijetijd door mensen in de huidige samenleving (Evers et al., 2015; Gianotten, 2010; Janssen & Laning, 2015; Teulings et al., 2017). Het grootste zichtbare probleem in binnensteden is de toegenomen winkelleegstand. Door faillissementen van grote winkelketens is de winkelleegstand steeds zichtbaarder geworden, ook voor de consument (Evers et al., 2015).

Door deze (grote) ontwikkelingen die in de samenleving, en in binnensteden, gaande zijn ontstaan nieuwe kansen maar ook bedreigingen. Deze ontwikkelingen zijn aanleiding voor de provincie Gelderland geweest om een twee sporen strategie te gaan voeren. (Evers, Kooijman & Van der Krabben, 2011; Planbureau voor de Leefomgeving, 2010). Deze strategie focust zich ten eerste op regionale afstemming en samenwerking en daarnaast speelt de strategie in op de toekomst van de binnensteden (Provincie Gelderland, 2017a, 2017c). Attractieve binnensteden dragen bij aan verschillende doelen van de provincie Gelderland, zoals: werkgelegenheid, behoud van cultuur & erfgoed, leefbaarheid, bereikbare voorzieningen en een goed vestigingsklimaat (Provincie Gelderland, 2017a, 2017c). Voor een uitgebreide beschrijving van deze strategie kan bijlage C geraadpleegd worden. Om de provincie Gelderland door te kunnen ontwikkelen en te zorgen dat binnensteden vitaal worden, en blijven, is het van belang om het beleid, waaronder de twee sporen

strategie, aan te passen op de feitelijke ontwikkelingen die gaande zijn in deze binnensteden. (Provincie Gelderland, 2017a, 2017b, 2017c).

In dit onderzoek wordt inzichtelijk gemaakt hoe binnensteden in Gelderland zich de afgelopen jaren daadwerkelijk hebben ontwikkeld. Hierbij ligt de focus op de feitelijke ontwikkeling van binnensteden van verschillende omvang. Naar de ontwikkelingen die in binnensteden gaande zijn, zijn al diverse onderzoeken gedaan (Dennis, Marsland & Cockett, 2002; Evers et al., 2015; Hart, Stachow & Cadogan, 2013; Van der Heijde, 2014). Het blijkt echter dat er onderzoek ontbreekt waarbij de ontwikkelingen van binnensteden worden vergeleken op basis van hun omvang. Het onderzoek dat gedaan is, focust zich veelal op één type binnenstad (op basis van grootte), maakt geen onderscheid tussen type binnensteden of maakt een onderscheid op basis van een ander criterium dan grootte. Een voorbeeld is het onderzoek van Evers et al. (2015) waar de ontwikkeling van grote en middelgrote binnensteden in Nederland onderzocht is over de periode van 2003 tot en met 2013. De binnensteden zijn vergeleken en aan de hand hiervan zijn profielen aan binnensteden toegekend. Hieruit blijkt dat er grote verschillen bestaan in de ontwikkeling van de binnensteden in Nederland. Uit dit onderzoek blijkt dat er een geografische spreiding is qua problematiek die in de binnensteden heerst. De profielen “bruisend in een sterke regio” en “bekneld in een sterke regio” zijn vooral te vinden in de Randstad terwijl “kwetsbaar en lokaal voorzienende binnensteden” voornamelijk in Limburg en Zeeland gesitueerd zijn. De twee profielen: “solide en regionaal voorzienend” en “zwak en perifeer” zijn meer verspreid door Nederland te vinden. Het onderscheid tussen de grote en middelgrote binnensteden wordt in het onderzoek echter niet gemaakt. (Evers et al., 2015). Een ander onderzoek dat gedaan is, vergelijkt binnensteden in Nederland met nieuwe centra. De meeste nieuwe centra worden ontwikkeld in of nabij uitbreidingslocaties. De functionele kenmerken van deze nieuwe centra zijn anders dan die van binnensteden. Dit uit zich in minder bovenwijkse/regionale voorzieningen en een minder grote functiemenging dan in een binnenstad. Dit zorgt ervoor dat tussen type centra nog steeds sprake is van een grote mate van hiërarchie (Van der Heijde, 2014).

In dit onderzoek zal als aanvulling op eerder onderzoek daarom gefocust worden op het verschil in ontwikkeling dat doorgemaakt wordt tussen binnensteden met een verschillende omvang. Hierdoor wordt het mogelijk ontwikkelingen en problematiek van een binnenstad met een bepaalde omvang in perspectief te plaatsen tegenover binnensteden met een andere omvang. Op basis hiervan kan worden vastgesteld of bepaalde binnenstedelijke problematiek in binnensteden van verschillende omvang in dezelfde mate voorkomt (Evers et al., 2015). Wanneer het verschil in ontwikkeling tussen type binnensteden (groot, middelgroot, klein) onbekend is, kan het ervoor zorgen dat overheden verkeerd beleid gaan voeren voor hun formaat binnenstad. Dit kan leiden tot verkeerde impulsen voor deze binnensteden waardoor het beleid mogelijk niet effectief en efficiënt is.

1.2 Doelstelling

Het onderzoek dat uitgevoerd wordt, is een praktijkgericht onderzoek. Door middel van dit onderzoek wordt immers kennis gegenereerd die ingezet kan worden bij de totstandkoming van de nieuwe omgevingsvisie en de omgevingsverordening van de provincie Gelderland en daarnaast kan deze kennis worden ingezet bij het kennisnetwerk binnensteden.

De doelstelling van het onderzoek luidt als volgt: *“Het verkrijgen van inzicht in de verschillen die bestaan in de ontwikkeling van binnensteden naar grootte om hieruit lessen te kunnen trekken over het beleid van betrokken actoren (publiek en privaat).”*

1.3 Vraagstelling

De centrale vraag in dit onderzoek luidt als volgt:

In hoeverre verschillen de ontwikkelingen in binnensteden van verschillende omvang, op welke manier ervaren actoren van binnensteden deze ontwikkelingen en welke instrumenten zijn en worden ingezet om hiermee om te gaan?

Hierbij worden de volgende deelvragen gehanteerd:

- Welke ontwikkelingen, op het gebied van wonen, winkelen en functiemix, hebben binnensteden in Nederland de afgelopen 10 jaar (2007-2017) doorgemaakt?
- Welke ontwikkelingen hebben grote, middelgrote en kleine binnensteden in Nederland de afgelopen 10 jaar (2007-2017) doorgemaakt?
- In hoeverre verschilt de ontwikkeling tussen binnensteden met een verschillende omvang?
- Hoe worden bovenstaande ontwikkelingen door verschillende actoren in binnensteden ervaren?
- Welke instrumenten zijn ingezet om te anticiperen op bovenstaande ontwikkelingen en hoe wordt in de toekomst omgegaan met deze ontwikkelingen?
- Welke interventies en instrumenten kunnen worden ingezet om het binnenstedelijk functioneren te verbeteren?

1.4 Relevantie

1.4.1 Maatschappelijke relevantie

Door demografische veranderingen (vergrijzing), de opkomst van het winkelen via internet (e-commerce), aantrekkelijke perifere winkellocaties en een andere invulling van de vrijetijd door mensen in de huidige samenleving zijn binnensteden aan verandering onderhevig (Butink, 2015; Evers et al., 2015; Gianotten, 2010; Janssen & Laning, 2015). Binnensteden zijn, zoals in de eerste paragraaf beschreven, hierdoor onder druk komen te staan. Om binnensteden attractief en leefbaar te houden is het van belang dat actoren inspelen op deze veranderingen. Consumenten gaan in steeds grotere mate recreatief winkelen, waardoor beleving een grotere rol gaat spelen in de binnenstad. In plaats van “places to buy” veranderen binnensteden op deze manier steeds meer in “places to stay”. Uit onderzoek blijkt dat grotere binnensteden hierdoor steeds meer in trek zijn, omdat hun profiel, bijvoorbeeld door meer aanbod, beter past bij recreatief winkelen dan dat van de kleinere binnensteden. De binnensteden met een kleinere omvang moeten daarom zichzelf opnieuw positioneren (Evers, Van Hoorn & Van Oort, 2005; Van Oort & Van Eck, 2010) en (Seip, 1999). Om te zorgen dat actoren, zoals de provincie en de gemeente, in kunnen spelen op de veranderingen waarmee binnensteden te maken hebben, is het van belang om inzicht te hebben in de feitelijke ontwikkelingen die binnensteden met een verschillende omvang hebben doorgemaakt. Op deze manier kunnen de actoren bijvoorbeeld beter ondersteuning bieden bij de herpositionering van de kleine binnensteden. Beleid dat niet goed aansluit op de feitelijke ontwikkelingen van desbetreffende type binnenstad kan niet effectief en/of inefficiënt zijn.

De komst van de nieuwe omgevingswet heeft ervoor gezorgd dat provincies verplicht zijn om een omgevingsvisie en omgevingsverordening op te stellen. Hierin moeten provincies een lange termijn visie geven over de fysieke leefomgeving. De ontwikkeling van binnensteden en dorpscentra is hier ook onderdeel van. De Gelderse omgevingsvisie en omgevingsverordening van 2014 zijn met het idee vastgesteld om Gelderland nog mooier, krachtiger en dynamischer te maken. Door de veranderende wereld om ons heen en de komst van de omgevingswet is het van belang dat de omgevingsvisie en omgevingsverordening worden geactualiseerd. Daarnaast vindt de provincie Gelderland het belangrijk om meer focus aan te brengen in de nieuwe omgevingsvisie en omgevingsverordening. Om dit te kunnen doen is het van belang om inzicht te krijgen in de feitelijke ontwikkelingen die zich voordoen in binnensteden van verschillende omvang. Op deze manier krijgt de provincie Gelderland inzicht in de verschillende vraagstukken die er spelen en kan deze focus beter aangebracht worden. Maatwerk is van belang omdat de aandachtspunten, het karakter en de accenten van ieder gebied en van elk type stad verschillen. Het onderzoek van Evers et al. (2015) onderschrijft dit. Binnensteden verschillen onderling sterk, waardoor beleid voor een attractieve en leefbare binnenstad moet worden aangepast op het profiel van de binnenstad. Om dit maatwerk beleidsmatig te kunnen leveren is het dus van belang om hier onderzoek naar te doen (Provincie Gelderland, 2017b).

Daarnaast is het voor gemeentes van belang om de binnensteden in hun eigen gemeente te kunnen vergelijken met andere binnensteden van dezelfde omvang, het zogenoemde benchmarken. Benchmarken is een strategie voor het verbeteren van de kwaliteit. De basis van benchmarking is het leren van externe, vergelijkbare situaties. Door te benchmarken kunnen lokale beleidsmakers toetsen of het gevoerde beleid de ontwikkeling doormaakt die gewenst is of dat eventuele aanpassingen in het beleid wenselijk zijn (Barendregt, 2015).

1.4.2 Wetenschappelijke relevantie

Naast dat het onderzoek maatschappelijk relevant is, is het ook wetenschappelijk relevant om onderzoek te doen naar de ontwikkeling die binnensteden van verschillende omvang hebben doorgemaakt. Naar binnensteden is in het verleden, zowel in Nederland als in het buitenland, al diverse malen onderzoek gedaan. Er bestaan echter nog kennislacunes waar dit onderzoek zich op richt.

Centraal in veel buitenlands onderzoek staat het wegtrekken van winkels uit het traditionele stadscentrum naar winkelcentra buiten de (binnen)stad, voornamelijk gevestigd op infrastructurele knooppunten. Door de ontwikkeling van deze buitenstedelijke winkellocaties en hypermarkten ontstaat er competitie met de stadscentra. Het blijkt dat deze locaties effect hebben op de ontwikkeling van de traditionele stadscentra. Door de komst van deze nieuwe winkellocaties ontstaan namelijk economische, stedelijke en sociale problemen in de binnensteden, daarnaast heeft het ook effect op de binnenstedelijke omgeving, zoals grootschalige leegstand (Balsas, 2004; Dennis et al., 2002; Hart et al., 2013; Wahlberg, 2016). Als reactie op bovenstaande ontwikkelingen is onderzoek gedaan naar de manier waarop binnensteden leefbaar blijven voor hun inwoners en opnieuw aantrekkelijk gemaakt kunnen worden voor bezoekers en bedrijven. Hieruit blijkt dat het van belang is om te blijven investeren in de binnenstad. Om dit succesvol te laten verlopen moeten ook private partijen zich inzetten voor de binnenstad, bijvoorbeeld in de vorm van publiek-private samenwerkingsverbanden. Dit blijkt de meest cruciale factor om de binnenstad opnieuw te laten opleven en op lange termijn leefbaar te houden (Balsas, 2004). In Nederland is door Van der Heijde (2014) een vergelijkbaar onderzoek gedaan naar de zogenoemde nieuwe centra. Zoals eerdergenoemd blijkt dus dat de functionele kenmerken van deze nieuwe centra anders zijn dan van binnensteden, waardoor het hiërarchische karakter tussen de verschillende type winkelgebieden in grote mate behouden is gebleven in Nederland en de binnenstad zijn positie heeft behouden (Van der Heijde, 2014).

Competitie tussen (omliggende) binnensteden is naast de competitie met buitenstedelijke winkellocaties een thema dat in het verleden is onderzocht (Dennis et al., 2002; Hart et al., 2013; Karlsson & Nillsson, 2017). Wanneer omliggende binnensteden attractiever blijken te zijn, bijvoorbeeld door het uiterlijk van de openbare ruimte, het winkelaanbod of de bereikbaarheid, dan zullen deze binnensteden aan populariteit winnen ten koste van de minder attractieve binnensteden. Het aantal bezoekers en consumenten neemt hierdoor af, waardoor de activiteiten in de minder attractieve binnensteden teruglopen (Hart et al., 2013; Karlsson & Nillsson, 2017). Uit het onderzoek van Evers et al. (2015) blijkt dat deze competitie ook in Nederland bestaat, waarbij sommige binnensteden beknelde raken tussen, en bedreigd worden door, goed functionerende binnensteden en er grote verschillen bestaan tussen binnensteden (Evers et al., 2015).

Hoewel door Evers et al. (2015) de staat en ontwikkeling van 53 binnensteden in Nederland is onderzocht, bestaan er in de literatuur nog kennislacunes in het onderzoek naar ontwikkeling van binnensteden. In het onderzoek van Evers et al. (2015) zijn enkel grote en middelgrote binnensteden meegenomen en zijn kleine binnensteden niet onderzocht. Het onderzoeken van kleine binnensteden is echter ook relevant omdat hier andere vraagstukken centraal staan (zoals demografische veranderingen en krimp). Deze binnensteden ontwikkelen zich hierdoor wellicht anders dan grote en middelgrote binnensteden. Daarnaast hebben kleine binnensteden minder en andere middelen voor handen in vergelijking met grote en middelgrote binnensteden wat van

invloed kan zijn op het voorzieningenniveau in de binnenstad en op de aantrekkelijkheid voor bewoners, bedrijven en bezoekers (Steenbekkers, Vermeij & Van Houwelingen, 2017). Daarnaast zijn in het onderzoek van Evers et al. (2015) de grote en middelgrote binnensteden als één categorie binnensteden meegenomen. Hierdoor kan geen onderscheid worden gemaakt tussen de ontwikkelingen van deze binnensteden. Daarnaast is het onderzoek van Evers et al. (2015) uitgevoerd met data over de periode 2003 tot en met 2013. Volgens het Centraal Planbureau is sinds 2016 Nederland de crisis van 2008 geheel te boven (Centraal Planbureau, 2016). Er is nog geen onderzoek gedaan naar de ontwikkeling die binnensteden hebben doorgemaakt met data na de economische crisis van 2008. Omdat de economische crisis een van de oorzaken is van het minder goed functioneren van binnensteden, is het relevant om de ontwikkelingen te onderzoeken die de verschillende binnensteden hebben doorgemaakt tijdens en na de economische crisis.

Uit diverse onderzoeken en artikelen, bijvoorbeeld van Slob (2016) blijkt dat middelgrote binnensteden het ten opzichte van de andere stadscentra moeilijker hebben. Hierbij wordt op de winkelfunctie van deze stadscentra gefocust. Kleine binnensteden kunnen rekenen op lokale consumenten die voor doelgerichte winkelbezoeken komen, deze groep consumenten blijft over het algemeen redelijk stabiel. Het recreatieve winkelen is de afgelopen jaren flink veranderd. Beleving en ervaring zijn steeds belangrijker geworden. Wanneer de consument kiest voor recreatief winkelen dan wil men een dagje uitgaan en kiest men de binnenstad met het beste, en vaak grootste, aanbod hiervoor uit, een langere reistijd maakt de consument steeds minder uit. Dit betekent dat grote binnensteden steeds meer in trek komen, wat ten koste gaat van middelgrote binnensteden (Lekkerkerker & Janssen, 2016; Slob, 2016). Uit dit onderzoek blijkt dat de grootte van de binnenstad voor consumenten een reden is om voor een bepaald type binnenstad te kiezen voor hun aankopen. Voorgaand onderzoek is enkel gebaseerd op leegstandscijfers, daarom wordt in dit onderzoek een breder aantal variabelen meegenomen om het functioneren van binnensteden te meten. Op deze manier wordt gepoogd om te achterhalen of de grootteklasse van binnensteden van invloed is op de aantrekkelijkheid van een binnenstad om er te wonen of te winkelen.

1.5 Leeswijzer

In het eerste hoofdstuk is een inleiding gegeven over het onderwerp van dit onderzoek, is de onderzoeksvraag gepresenteerd en de relevantie van het onderzoek beargumenteerd. In hoofdstuk 2 zullen, in het theoretisch kader, de belangrijkste theoretische concepten in relatie tot dit onderzoek besproken worden. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de gebruikte methode onderbouwd. Hierbij wordt stilgestaan bij de onderzoeksstrategie, de dataverzameling en de data-analyse. In hoofdstuk 4 en 5 worden de resultaten gepresenteerd. Waarbij in hoofdstuk 4 de kwantitatieve resultaten centraal staan en in hoofdstuk 5 het kwalitatieve gedeelte besproken wordt. Vervolgens worden in het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 6, conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan.



Hoofdstuk 2 Theorie

2.1 Theoretisch kader

In paragraaf 2.1.1 wordt ingegaan op de ruimtelijke spreiding van binnensteden. In paragraaf 2.1.2 wordt de multifunctionele binnenstad uiteengezet en de invloed die de grootte van de binnenstad kan hebben op de verschillende functies van de binnenstad. De interventies die door stakeholders van de binnensteden kunnen worden ingezet worden besproken in paragraaf 2.1.3. In paragraaf 2.1.4 wordt de geografische ligging van de binnensteden besproken en komt het interactie-effect tussen de geografische ligging en de ontwikkeling van binnensteden aan bod. Tot slot worden in paragraaf 2.1.5 de controle variabelen besproken, deze kunnen naast de grootte van de binnenstad ook invloed hebben op de ontwikkeling van binnensteden.

2.1.1 Ruimtelijke spreiding van binnensteden

Om inzicht te krijgen in de spreiding van binnensteden en het verschil in aantrekkingskracht van stadscentra te verklaren worden in deze paragraaf diverse locatietheorieën uiteengezet. De focus ligt hierbij op een verklaring voor de veranderingen die ontstaan tussen binnensteden van verschillende omvang. Naast deze locatietheorieën wordt dieper ingegaan op agglomeratietheorieën, deze moeten inzicht geven in concentratie en ruimtelijke clustering van bedrijvigheid en het verschil dat hierdoor ontstaat tussen grote en kleine binnensteden. De evolutionaire benadering wordt als uitgangspunt van dit onderzoek genomen omdat er vanuit wordt gegaan dat de ontwikkelingen van binnensteden bij verschillende omstandigheden voor andere ontwikkelingen zorgen, waarvan de grootte van de binnenstad er één is. Voor een nadere beschrijving van de betreffende locatietheorieën, agglomeratietheorieën, de evolutionaire benadering en de ontwikkeling van binnensteden door de jaren heen kunnen bijlage A en bijlage B geraadpleegd worden.

Locatietheorieën

Locatietheorieën zijn ontwikkeld om inzicht te krijgen in de vraag: “Waarom zijn economische activiteiten gevestigd waar ze zitten?”. Door middel van locatietheorieën wordt gepoogd om de relatie tussen economie en ruimte inzichtelijk te maken. *“Location theory seeks to explain the distribution of activities in space, the aim being to identify the factors that influence the location of individual activities, the allocation of different portions of territory among different types of production, the dividing of a spatial market among producers, and the functional distribution of activities in space. (Capello, 2011, p. 36)”*. De locatietheorie houdt zich bezig met de beste vestigingsplaats voor economische activiteiten en geeft een verklaring voor de locatiekeuze van deze activiteiten. Binnensteden waar functies gevestigd zijn voor een grotere groep mensen dan enkel hun eigen inwoners hebben een centrumfunctie. Bij deze centrumfunctie kan het om diverse voorzieningen gaan zoals: detailhandel, onderwijs, bedrijfsvestigingen, medische voorzieningen of culturele activiteiten. De grootte van de binnenstad verklaart volgens de locatietheorie welke type voorzieningen er gevestigd zijn (Atzema et al., 2012; Olden et al., 2017).

Een bekende locatietheorie is de Centrale Plaatsen Theorie van Walter Christaller uit 1933 (Nozeman et al., 2012). Op basis van deze theorie veronderstelt Christaller dat er in de grotere binnensteden, naast de voorzieningen met een kleine drempelwaarde en kleine reikwijdte, zich ook meer gespecialiseerde goederen concentreren. Deze grote binnensteden hebben hierdoor een groter verzorgingsgebied. In de kleinere binnensteden zijn enkel producten en voorzieningen te vinden met een lage drempelwaarde en reikwijdte. Nieuwe gespecialiseerde bedrijvigheid zal zich, op basis van de Centrale Plaatsen Theorie, vestigen in een grote binnenstad. Op deze manier ontstaat er een

evenwichtig spreidingspatroon van voorzieningen en bedrijvigheid over binnensteden van verschillende omvang, waarbij in de grote binnensteden de meeste bedrijvigheid te vinden is (Atzema et al., 2012; Buursink, 1980; Nozeman et al., 2012; van Hezel, 2014).

Door Bolt is in 1995, als doorontwikkeling van de Centrale Plaatsen Theorie van Christaller, de interstedelijke hiërarchie van winkelcentra ontwikkeld. De theorie probeert de krachtsverhoudingen die er tussen verschillende hoofdcentra bestaan te verklaren aan de hand van de verschillende functies die in hoofdcentra met verschillende grootte te vinden zijn (Nozeman et al., 2012). Op basis van zijn analyse heeft hij een verdeling van verschillende type hoofdcentra gemaakt, die te vinden is in tabel 2.1.

	Inwoneraantal	Omvang KWA in m2 Verkoopvloeroppervlak
Hoofdcentra 1 ^e orde Gewestelijk verzorgend	>100.000	>100.000
Hoofdcentra 2 ^e orde Regionaal verzorgend	>25.000	>50.000
Hoofdcentra 3 ^e orde Streek verzorgend	>15.000	>30.000
Hoofdcentra 4 ^e orde Lokaal verzorgend	<15.000	<15.000

Tabel 2.1: Verzorgingshiërarchie tussen hoofdcentra van steden. Bron: Nozeman et al., 2012 op basis van Bolt, 2003

De ruimtelijke interactietheorie van Reilly (Reilly's Law of retail gravitation) gaat ervan uit dat de grootte van een stad en de aantrekkingskracht hiervan van invloed zijn op de keuze van een winkelgebied door consumenten. Reilly ging er hierbij vanuit dat er een verband bestond tussen de aantrekkelijkheid van een winkelgebied en het aantal inwoners van deze plaats. Grote binnensteden trekken volgens deze theorie meer consumenten dan kleine binnensteden (Buursink, 1980; Nozeman et al., 2012).

Een graviteitsmodel is een interactiemodel waarbij door middel van wiskundige formules de ruimtelijke interactie patronen worden geanalyseerd en voorspeld (Haynes & Fotheringham, 1984). De naam graviteitsmodel is gebaseerd op de zwaartekrachttheorie van Newton (Tafner, Rossi, Da Silva & Gervasoni, 2015). Aan de hand van het graviteitsmodel van Reilly zijn door diverse wetenschappers aanpassingen gedaan aan dit graviteitsmodel, waarbij het eenvoudige model steeds complexer werd en de voorspellingen steeds nauwkeuriger konden worden gedaan. (Anderson, Volker & Philips, 2010; Nozeman et al., 2012; Tafner et al., 2015).

Converse heeft in 1949 het model van Reilly doorontwikkeld dat later bekend werd als het "Breaking-point model" (Tafner et al., 2015). In dit model ligt de focus op het breaking point (het breekpunt). Door Converse werd de aantrekkingskracht van de steden wederom uitgerekend aan de hand van het bevolkingsaantal van een stad en de afstand tot deze stad. Naar het gebruik van deze variabelen en de operationalisatie hiervan kwam door de jaren heen steeds meer kritiek, waarbij vooral de grote rol die aan de afstand tot de stad werd toegekend in twijfel werd getrokken (Buursink, 1980; Converse, 1949; Tafner et al., 2015).

In 1963 werd Huff's probability model ontwikkeld. In plaats van de grootte van de stad in aantal inwoners, wordt een consument aangetrokken door de oppervlakte van het winkelgebied. Dit wordt

bepaald door het aantal vierkante meters aan winkels. Daarnaast wordt de afstand van een consument tot het winkelgebied niet langer bepaald aan de hand van de afstand maar op basis van de reistijd (Buursink, 1980; Huff, 1963; Nozeman et al., 2012; Tafner et al., 2015).

Agglomeratievoordelen

Waar locatietheorieën uitgaan van een bepaalde ruimtelijke en evenwichtige spreiding van detailhandel en voorzieningen wordt door de economische wetenschap uitgegaan van concentratie van bedrijvigheid. Dit wordt getriggerd door zogenoemde agglomeratievoordelen. Voor stedelijke gebieden geldt dat zij bijvoorbeeld een goede infrastructuur hebben, een grote en gevarieerde arbeidsmarkt en dat er veel andere bedrijven gevestigd zijn, waardoor deze gebieden voordelen hebben ten opzichte van niet-stedelijke gebieden. Deze agglomeratievoordelen kunnen worden opgesplitst in twee vormen. Ten eerste de agglomeratievoordelen voor de ondernemers en ten tweede de clustereffecten voor de consument.

Agglomeratievoordelen voor ondernemers

Schaalvoordelen zijn een startpunt om clustering van bedrijvigheid in en tussen gebieden te verklaren. Op het niveau van binnensteden betekent dit dat de schaalvoordelen van grote binnensteden in aantrekkelijke regio's meer detailhandelsvestigingen, horeca, voorzieningen en activiteiten naar zich toe trekken dan de kleinere binnensteden waar minder schaalvoordelen te vinden zijn. Een ondernemer die zich in het centrum van een grote stad vestigt kan profiteren van de grote afzetmarkt door hogere bezoekcijfers en een relatief hoger besteedbaar inkomen in dat gebied dan in de meer perifere gebieden. Wanneer andere ondernemers het succes van deze ondernemer zien willen zij zich ook vestigingen in dit gebied, waardoor de concentratie van bedrijvigheid steeds groter wordt. In deze grote binnensteden is/zijn vaak een of meerdere trekker(s) aanwezig, dit zijn voorzieningen of grote winkelketens waarvoor bezoekers naar het centrum komen. Van de aantrekkingskracht van deze trekkers profiteert het hele gebied vervolgens mee omdat deze trekkers een groot verzorgingsgebied hebben (Bolt, 2003; Knaap, 1998).

Door Gunnar Myrdal wordt ruimtelijke concentratie onderbouwd aan de hand van, de door hem geïntroduceerde, cumulatieve causatie. Cumulatieve causatie houdt in dat ongelijke ruimtelijke spreiding tijdens een groeiproces vaak versterkt wordt. Wanneer een regio of stad economisch voorloopt ten opzichte van andere regio's of steden dan zal deze voorsprong eerder uitbreiden dan dat het gelijk wordt getrokken. De cumulatieve causatie kan uiteindelijk in grote lijnen twee effecten tot gevolg hebben (Ho, 2004; Knaap, 1998). Ten eerste kan er een backwash-effect optreden. Dit wil zeggen dat het economisch voorlopende gebied of de economisch voorlopende (binnen)stad bedrijvigheid en bewoners aantrekt uit omliggende regio's. Daarnaast kan het spread-effect optreden. Dit wil zeggen dat de vestiging van steeds meer bedrijvigheid in het economisch voorlopende gebied zorgt voor nadelige effecten. Deze nadelen zorgen ervoor dat de bedrijvigheid zich steeds meer buiten de centrumgebieden gaan vestigen en een groter gebied van de economische voordelen profiteert. In grote binnensteden is dit laatste effect zichtbaar. Waar in de hoofdstraten de huurprijzen van winkelpanden stijgen, vestigen ondernemers die deze prijzen niet kunnen betalen zich aan de randen van het centrumgebied. Daarnaast ontstaan in en rondom de aantrekkelijke centrumgebieden congestie problemen die de bereikbaarheid van de binnenstad verslechtert (Ho, 2004; Knaap, 1998).

Clustereffecten voor consumenten

Naast de agglomeratievoordelen die ondernemers ervaren bestaan er ook clustereffecten voor de consument. Nelson pleit in zijn boek “The Selection of Retail Locations” (1958) voor deze schaalvoordelen voor consumenten, waarbij het gaat om cumulatieve attractie. In gebieden waar meerdere detailhandelsvestigingen samen geclusterd zitten heeft de consument de mogelijkheid om de prijs, kwaliteit en andere factoren van een product bij verschillende winkels te vergelijken. De theorie van Nelson zet dus uiteen dat een consument wordt aangetrokken door een concentratie van winkels en/of voorzieningen. Dit zorgt ervoor dat meer consumenten naar de grote binnensteden gaan, en dit gaat ten kosten van de kwaliteit van het aanbod in kleinere binnensteden (Nozeman et al., 2012). Naast winkels en voorzieningen moet ook het aanbod van horeca, cultuur en evenementen worden meegenomen wanneer de aantrekkelijkheid van een binnenstad of winkelgebied wordt bepaald (Marlet, 2010). Op basis hiervan wordt verwacht dat grote binnensteden meer winkels, andere bedrijvigheid en bewoners aantrekken door de agglomeratievoordelen die zij hebben, dit gaat ten kosten van de kleinere binnensteden, waarvan deze aantrekkingskracht minder groot is.

2.1.2 De multifunctionele binnenstad

Binnensteden zijn complexe systemen waar verschillende doelen en belangen bij elkaar komen. Er wordt gestreefd naar multifunctionele binnensteden, waarbij verschillende activiteiten, functies en landgebruiken parallel naast elkaar voorkomen (Evers et al., 2015; Haselsberger, 2017; Seip, 1999). Volgens Marlet (2010) is een aantrekkelijke stad een stad waar zowel bewoners, bedrijven als bezoekers graag komen. Een stad moet daarom voor alle partijen kansen en mogelijkheden bieden. Uiteindelijk wordt de aantrekkelijkheid bepaald door een mix van factoren. Er moet voldoende werkgelegenheid zijn, de kwaliteit en de leefomgeving van woningen moet goed zijn en er moet gebruik gemaakt kunnen worden van veel voorzieningen (bijvoorbeeld op het gebied van cultuur en winkels). Daarnaast zijn er ook factoren die bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een stad waar men minder of geen invloed op kan uitoefenen bijvoorbeeld: de natuurlijke omgeving aan de rand van de stad of het historische karakter van panden in de binnenstad (Marlet, 2010, 2015).

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van binnensteden is het van belang om inzicht te krijgen in verschillende functies van de binnenstad en de invloed die de grootte van de binnenstad op de ontwikkeling van deze functies heeft.

Wonen

Het wonen in de binnenstad is de afgelopen jaren in populariteit toegenomen. Steeds meer mensen kiezen ervoor om in de binnenstad te gaan wonen (Raets, 2011; Thomas, Serwicka & Swinney, 2015). De stedelijke populatie is onderhevig aan groei, zelfs in landen die al sterk geurbaniseerd zijn. Niet alle steden groeien echter in dezelfde mate, door diverse redenen groeien sommige steden harder dan andere steden. In de afgelopen decennia is gebleken dat steden met goede voorzieningen harder zijn gegroeid dan andere steden (Duranton & Puga, 2013).

Thomas et al. (2015) hebben onderzoek gedaan naar de stedelijke demografie in Groot-Brittannië. Tussen 2001 en 2011 is het aantal inwoners in de binnensteden van Groot-Brittannië met gemiddeld 37 procent toegenomen. In hun onderzoek is de binnenstad het centrale gedeelte van de stad waar de dichtheid van activiteiten en werkgelegenheid groot is. In de andere delen van de stad was de toename van inwoners slechts 8 procent en in de gebieden buiten de stad 6 procent. Dit geeft aan dat het wonen in binnensteden aan populariteit is toegenomen. Deze trend is het meest zichtbaar in grote steden. Nadat vanaf 1971 deze binnensteden te maken hebben gehad met een grote afname van het aantal inwoners is sinds 2001 hier een ommekeer in te vinden. Tussen 2001 en 2011 is de populatie inwoners in binnensteden van deze grote steden meer dan verdubbeld, een toename van 108%. De toename van het aantal inwoners in middelgrote en kleine binnensteden is veel minder sterk. Respectievelijk 35 en 22 procent. Grote steden hebben niet alleen een sterkere ontwikkeling als het gaat om het aantal inwoners, zij hebben ook meer verschillende soorten mensen aangetrokken. Vooral de groei van het aantal studenten en de leeftijd van net afgestudeerden was groot in deze jaren. Naast een groei van het aantal inwoners is ook het aantal appartementen in grote steden in grotere mate toegenomen dan het aantal appartementen in kleinere steden (Thomas et al., 2015). Op basis van bovenstaande bevindingen zijn de volgende hypothesen opgesteld.

Hypothese 1

Het inwoneraantal van grote binnensteden is meer gegroeid dan het inwoneraantal van de kleinere binnensteden. Hoe kleiner de binnenstad hoe minder sterk de toename van het aantal inwoners.

Hypothese 2

Hoe groter de binnenstad, hoe sterker het aantal woningen in de binnenstad is toegenomen.

Winkelfunctie

De Nederlandse winkelmarkt is zich, sinds de crisis van 2008, weer aan het herstellen en in een positieve richting aan het ontwikkelen wat betreft leegstand en aanbod. De leegstand van het aantal verkooppunten neemt af evenals het aanbod van het totaal aantal vierkante meters winkeloppervlakte. Dit laatste lijkt een negatieve ontwikkeling, maar dat is het niet. Het onttrekken van vierkante meters aan winkelruimte uit de winkelmarkt zorgt voor extra ruimte voor andere functies (Asselbergs et al., 2017).

Het aantal vierkante meters aan winkeloppervlakte is in het jaar 2016 in Nederland afgenomen met 2,7%. Opvallend hierbij is dat vooral in grote steden het aanbod van vierkante winkelmeters afnam. In middelgrote en kleine steden was dit niet het geval en nam het aantal vierkante winkelmeters juist toe. In totaal was in 2016 2,42 miljoen m² winkelruimte in Nederland (Asselbergs et al., 2017). De winkelleegstand kenmerkt zich door een tweedeling op de markt. Waar in grote steden een toename in vraag is en een afname in het aanbod is dit in kleine en middelgrote steden andersom. Dit betekent dat de leegstand in grote steden het afgelopen jaar is afgenomen. Bij gemeentes met 100.000 inwoners en meer met gemiddeld 9 procent. Dit in tegenstelling tot de leegstand in de kleine en middelgrote steden, die juist is toegenomen (Asselbergs et al., 2017; Pols, 2017).

In Enschede is onderzoek gedaan naar de hoeveelheid bezoeken die gebracht worden aan de binnenstad. Het blijkt dat tussen 2009 en 2012 het aantal bezoeken aan de binnenstad is afgenomen, dit blijkt ook uit een panelonderzoek uit 2013. Echter is het aantal bezoekers aan de binnenstad in 2012 wel gelijk aan het aantal bezoekers aan het begin van de 21^e eeuw (2001) (Gemeente Enschede, 2013; Meurs & Esselink, 2013). Omdat in kleine binnensteden vooral dagelijkse boodschappen worden gedaan wordt verwacht dat het effect van bijvoorbeeld internet op het aantal bezoeken aan de binnenstad op grote en middelgrote steden groter is. Hierbij is het effect op middelgrote steden nog groter dan op grote steden omdat de attractiviteit van de meeste grote steden groter is, waardoor bezoekers deze binnensteden verkiezen voor een dagje uit. Op basis van bovenstaande gegevens wordt verwacht dat de toename van winkelleegstand in kleine binnensteden minder groot is dan de winkelleegstand in middelgrote binnensteden (Weltevreden, 2007).

Hypothese 3

In grote binnensteden is het totaal aantal m² WVO afgenomen terwijl dit in binnensteden van een andere omvang is toegenomen.

Hypothese 4

Het aantal verkooppunten in detailhandel is in grote steden toegenomen en in binnensteden met een andere grootte afgenomen.

Hypothese 5

In grote binnensteden is de winkelleegstand afgenomen, in binnensteden van een andere omvang is de winkelleegstand toegenomen, waarbij de winkelleegstand in middelgrote steden het sterkst is toegenomen.

Func tiemix

De winkelfunctie in de binnenstad is aan verandering onderhevig. Diverse onderzoekers hebben andere onderzoekresultaten met betrekking tot het aantal winkels dat in de toekomst aanwezig zal blijven in de binnensteden. Uit de meeste onderzoeken blijkt echter wel dat de hoeveelheid winkels en het aantal winkelmeters in binnensteden in de komende jaren zal afnemen (Molenaar, 2013; Rattan, 2017). Op de lange termijn zal de markt reageren op deze veranderende vraag naar winkelruimte, hierdoor zal een nieuwe dynamiek in de binnensteden ontstaan. Veranderingen die door de nieuwe dynamiek ontstaan en waar in de toekomst in binnensteden rekening mee moet worden gehouden, zijn: lagere huurprijzen van panden, herverdeling en/of samenvoegen van panden, schaalvergroting en tegelijkertijd specialisatie en het verplaatsen van de winkelfunctie. Daarnaast zullen winkels van een andere branche (die meer gericht zijn op dienstverlening) zich in binnensteden vestigen, om tegemoet te komen aan de vraag van de oudere consument. Ook zullen woningen, horecagelegenheden en kantoren de plek van de (lege) winkelpanden steeds vaker op gaan vullen waardoor de functiemenging in binnensteden groter wordt (RUIMTEVOLK/trendbureau Overijssel, 2013).

Op korte termijn zijn gemeentes actief aan de slag gegaan met het tegengaan van winkelleegstand. Herbestemmen van het leegstaande vastgoed in andere functies is hierbij een mogelijke oplossing. Het herbestemde vastgoed wordt in deze gevallen veelal ingezet als woonruimte, kantoorruimte of voor de horeca. Opvallend veel bedrijven in de horecabranche zijn zich de afgelopen jaren gaan vestigen in Nederlandse binnensteden. Deze branche domineert in steeds grotere mate de winkelstraten. De functiemix in binnensteden neemt hierdoor toe, dit wil zeggen dat een groter gedeelte van de panden in de binnenstad een niet-winkelfunctie aanneemt (Raven, 2017).

Volgens Lefebvre is een mix van landgebruik, de bovengenoemde functiemenging, in (binnen)steden belangrijk. Hierbij wordt door Lefebvre bedoeld op een (binnen)stad waarbij meerdere functies en hiermee landgebruiken parallel naast elkaar voorkomen. De rijkdom van de stad komt hiermee het best tot uiting omdat de stad op deze manier als ontmoetingsplek wordt gebruikt. Dit sluit aan bij de huidige ontwikkeling waarbij binnensteden steeds meer “places to stay” worden in plaats van “places to buy”. De ervaring en beleving staan bij een binnenstadbezoek steeds meer centraal. Ook Marlet (2010) betoogt dat steden waar meerdere functies bij elkaar aanwezig zijn als aantrekkelijker worden gezien. Hierdoor zijn deze steden populairder als plek om te gaan wonen (Haselsberger, 2017; Marlet, 2010).

Verwacht wordt dat deze functiemix in grote binnensteden zich sneller heeft ontwikkeld dan in de kleinere binnensteden omdat in de grote binnensteden meer leegstaand vastgoed is getransformeerd naar andere functies (Asselbergs et al., 2017).

Hypothese 6

De functiemix in grote binnensteden heeft een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in binnensteden met een kleinere omvang.

Hypothese 7

De hoeveelheid horeca in grote binnensteden heeft een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in kleinere binnensteden.

Hypothese 8

De hoeveelheid diensten heeft in grote binnensteden een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in kleinere binnensteden.

2.1.3 Interventies

Om de ruimte in een binnenstad te ordenen worden interventies gedaan. Het uitvoeren van deze interventies is noodzakelijk om maatschappelijke en economische belangen te realiseren (Van der Krabben, 2013). *“Just as Dutch people, privately, improving their houses, so they are, collectively, busy with improving their towns and cities (Needham, 2014, p. 48).”* Om een binnenstad te kunnen verbeteren is het van belang dat men inzicht heeft in de wensen en de behoeften van de gebruikers van de binnenstad en de manier waarop interventies kunnen worden uitgevoerd (Shoppingtomorrow, 2016).

Lange tijd ging men in Nederland ervan uit dat ruimtelijke ordening en het verbeteren van de openbare ruimte een publiek goed was dat alleen door de overheid geregeld en beheerd hoefde te worden. Dit zorgde bij de overheidspartij voor grote risico's waardoor de uitkomst niet altijd succesvol was. Daarnaast is deze vanuit de overheid gestuurde ruimtelijke ordening minder flexibel waardoor het niet goed kan inspelen op veranderingen in de markt en marktinnovaties minder voorkomen. Vanuit de economische wetenschap kunnen echter andere mogelijkheden worden geïntroduceerd voor de uitvoering van ruimtelijke ordening waarbij de overheid niet langer de sturende partij is. Naast een overheid gestuurde ruimtelijke ordening kan er ook sprake zijn van markt gestuurde of zelfregulerende ruimtelijke ordening (Coase, 1960; Ostrom, 1990; Van der Krabben, 2013; Van der Krabben, Martens & Opdam, 2014). Naast de manieren waarop interventies kunnen worden opgezet is het ook belangrijk om inzicht te krijgen in de verschillende soorten instrumenten die gebruikt kunnen worden in binnensteden. In het onderzoek: “Winkelgebied van de toekomst” van Platform31, Detailhandel Nederland en Stedennetwerk G32 (Raatgever, 2014) komen deze instrumenten aan bod, voorbeelden van in te zetten instrumenten zijn: gebiedsmarketing, branchering of bestemmingsplannen. Verschillende belanghebbenden hebben andere instrumenten tot hun beschikking en daarnaast zorgt samenwerking tussen verschillende partijen voor het ontstaan van een nieuw soort instrumenten (Evers, Tennekes & van Dongen, 2014; Raatgever, 2014).

Een drietal instrumenten zal in deze paragraaf verder uitgewerkt worden en waar de focus in dit onderzoek op zal liggen. Er is voor dit drietal instrumenten gekozen omdat bij deze instrumenten, waarschijnlijk, een variatie zit in het bestaan en de toepassing in binnensteden.

Centrummanagement

Centrummanagement is een samenwerkingsverband tussen private en/of publieke partijen in een afgebakend gebied dat van structurele aard is. Het uitgangspunt bij centrummanagement rust op gelijkwaardigheid van de partijen en het gezamenlijk inzetten van middelen. Het doel van centrummanagement is om het economisch functioneren van het centrumgebied te verbeteren. Om als centrumgebied aantrekkelijk te zijn en blijven voor consumenten, bewoners en andere doelgroepen is het belangrijk om krachten te bundelen en met diverse partijen gezamenlijk op te trekken (Kamer van Koophandel Brabant & Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2010). Iedere partij heeft een eigen rol en meerwaarde voor het centrummanagement. Waar de gemeente op strategisch niveau goed kan doorpakken, zijn ondernemers sterk in het aandragen en uitvoeren van concrete projecten. Voorbeelden van werkzaamheden van het centrummanagement zijn: monitoren van ontwikkelingen en collectief inkopen (Raatgever, 2014). De structuur en opzet, en daarmee de professionaliteit, van centrummanagement verschilt in veel gevallen. Naast een verschil dat bestaat tussen samenwerkingsverbanden, die formeel of informeel kunnen zijn, bestaat er ook onderscheid tussen centrummanagement waarbij publieke en private partijen samenwerken of waar enkel private partijen samenwerken (Kamer van Koophandel Brabant & Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2010).

De zeven uitgangspunten die zorgen voor professioneel centrummanagement zijn hieronder opgesomd. Aangezien centrummanagement maatwerk is, is de invulling van deze onderdelen verschillend (Kamer van Koophandel Brabant & Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2010).

1. Gelijkwaardige samenwerking;
2. Onafhankelijkheid;
3. Structurele aanpak;
4. Structurele middelen;
5. Integraal werken;
6. Concrete resultaten;
7. Focus op economisch functioneren en leefbaarheid.

Beleid voor de binnenstad

Vanuit de maatschappij bestaan continu wensen voor centrumgebieden. Door de veranderingen op de winkelmarkt moet meer moeite gedaan worden om aan deze wensen te kunnen voldoen.

Voorbeelden van deze wensen zijn: een goed ondernemersklimaat voor detailhandel, voldoende aanwezigheid van voorzieningen en fijne leefomgeving en een aantrekkelijke ruimtelijke kwaliteit (Droogh, Frielink & Vlek, 2015). Vanuit de marktpartijen die in centrumgebieden actief zijn wordt aangegeven dat het voor hen fijn is om duidelijkheid te hebben. Dit houdt in dat er keuzes gemaakt moeten worden door de overheid over welke functie waar wel en niet toegestaan zijn en welke gebieden bijvoorbeeld in aanmerking komen voor transformatie (Droogh et al., 2015).

Gemeentes kunnen er daarom voor kiezen om een centrumvisie op te stellen, deze centrumvisie wordt opgesteld naast de gemeentebrede detailhandelsstructuurvisie. *“Zoals in veel maatschappelijke opgaven zijn een weloverwogen en gedeelde analyse en een reële, maar*

inspirerende toekomstvisie de fundering waarop het gebruik van instrumenten zou moeten rusten (Raatgever, 2014, p. 129)”. In een centrumvisie wordt voor een afgebakend gebied bepaald welke beoogde functionele-ruimtelijke profielen passend zijn in het centrumgebied. Deze functioneel-ruimtelijke profielen geven bijvoorbeeld inzicht in de branchering, routing, verkeersstromen en parkeren. Het afbakenen van een centrumgebied zorgt ervoor dat aan de gebieden die buiten deze afbakening van het centrum liggen een andere functie kunnen worden toegekend (Raatgever, 2014).

Naast een centrumvisie kunnen ook transformatiebeleid en woonbeleid duidelijkheid geven voor de (markt)partijen die opereren in de binnenstad.

Fysieke acties

Naast instrumenten die ingaan op beleid en organisatorisch niveau kunnen ook instrumenten worden ingezet die direct fysieke resultaten opleveren. Dit zijn zogenoemde fysieke acties. Deze fysieke acties kunnen door verschillende partijen worden geïnitieerd en uitgevoerd, bijvoorbeeld door: gemeente, vastgoedeigenaren of ondernemers. Voorbeelden van dit soort fysieke acties zijn: het transformeren van functies, Wonen boven Winkels projecten, panden samenvoegen en optimaliseren, bereikbaarheid en parkeervoorzieningen verbeteren of het zorgen voor tijdelijke kwaliteit (Raatgever, 2014).

2.1.4 Geografische ligging

Wanneer men uitgaat van de kracht van de regio, dan gaat men uit van de potenties die deze regio te bieden heeft. Voor een stad betekent dit dat deze uit de kracht van een regio kan putten of nadelen van de locatie kan ondervinden. De fysieke en geografische ligging van een stad zijn van belang voor de manier waarop een stad en de stedelijke economie zich kunnen ontwikkelen en in hoeverre een stad hier succesvol in is. Vaak wordt de verklaringskracht van de ligging van een stad voor diverse ontwikkelingen onderschat. Belangrijke factoren zijn bijvoorbeeld: de ligging aan zee of aan een rivier, perifeer in een grenslocatie of in de buurt van veen of steenkool. Hoewel de locatie van een stad niet te veranderen is, kan de kracht van een regio wel veranderen. Dit kan gebeuren wanneer er ontwikkelingen zijn in technologie en infrastructuur (een voorbeeld hiervan is de aanleg van een nieuwe snelweg) of door een verandering in de wereldeconomie (bijvoorbeeld globalisering) (Dorenbos, Hafkamp & Van Hoorn, 2014).

Uit het onderzoek: Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040: sterke regionale verschillen van het PBL en CBS door Kooiman, De Jong, Huisman, Van Duin en Stoeldraijer (2016) blijkt dat er regionale verschillen in Nederland aanwezig zijn. Een voorbeeld hiervan is dat de landelijke gebieden met bevolkingskrimp te maken krijgen in de aankomende jaren terwijl in de stedelijke regio's sprake is van een bevolkingstoename. Er bestaan volgens deze studie echter niet alleen verschillen tussen type steden maar ook binnen de type steden. Dit fenomeen is bijvoorbeeld terug te zien in middelgrote steden. Waar middelgrote steden aan de randen van Nederland aan krimp onderhevig zijn is dit in de andere delen van het land niet het geval. Daarnaast blijkt dat dorpen en kleine binnensteden die in een stedelijke omgeving liggen zich anders ontwikkelen dan dorpen en kleine binnensteden die zich in een landelijke omgeving bevinden. De dorpen en kleine binnensteden in de stedelijke regio's ontwikkelen zich meer naar de stedelijke trends dan de dorpen en kleine binnensteden die zich in een landelijke omgeving bevinden. In deze laatste groep dorpen en kleine binnensteden is de vergrijzing groter en verdwijnen steeds meer voorzieningen (Kooiman et al., 2016; RTL Z, 2017). Uit onderzoek van Weltevreden en Atzema (2007) blijkt dat

bovenstaande bevindingen niet alleen voor steden in het algemeen gelden maar ook voor binnensteden. Voor grote binnensteden in het gehele land blijkt dat deze binnensteden weerbaar zijn voor de komst van e-commerce en de omvorming van verdwijnende branches naar nieuwe branches. Voor kleine binnensteden blijkt dat de internetadoptie veel schever verloopt. Waar kleine binnensteden in de Randstad minder problemen ondervinden is dit voor kleinere binnensteden buiten de Randstad wel het geval omdat de mogelijkheden voor het toevoegen van andere branches beperkter zijn, en er dus op den duur meer leegstand ontstaat. *“Vooral kleinere binnensteden buiten de Randstad lopen gevaar, mede omdat de webwinkelende consument in landelijke gebieden deze binnensteden links laat liggen (Weltevreden & Atzema, 2007, p. 19)”*.

Op basis van bovenstaand onderzoek wordt verwacht dat de verschillen in ontwikkeling tussen type binnensteden per regio anders zijn, er is in dit geval sprake van een interactie-effect. Dit zorgt ervoor dat de geografische ligging, in de vorm van een regio, zorgt voor een ander verschil in ontwikkeling tussen binnensteden met een verschillende grootte. In meer stedelijke regio's wordt verwacht dat het verschil in ontwikkeling tussen de verschillende type binnensteden minder groot is dan in de meer landelijke regio's.

2.1.5 Controle variabelen

Naast de grootte van binnensteden hebben ook andere variabelen invloed op het functioneren van binnensteden, hierbij gaat het om variabelen op gemeenteniveau. In dit onderzoek zullen deze variabelen worden meegenomen als controle op de relatie tussen de grootte van binnensteden en de ontwikkeling van deze binnensteden. In deze paragraaf worden verschillende ontwikkelingen besproken en de invloed die deze variabelen hebben op het functioneren van binnensteden.

Demografische ontwikkelingen

Bevolkings- en huishoudensontwikkeling

Wereldwijd neemt het aantal inwoners toe. Vooral stedelijke regio's hebben te maken met een toename van het aantal bewoners (Cabin, 2012; Kresl & Ietri, 2010). De bevolkingsontwikkeling die Nederland doormaakt is erg verschillend op regionale schaal. Het inwoneraantal van Nederland zal blijven groeien, verwacht wordt dat de groei wel minder hard zal gaan dan dat het de afgelopen tientallen jaren heeft gedaan. Deze groei vindt voornamelijk in de steden plaats. De Randstad laat de sterkste groei zien, terwijl in Oost-Nederland en in Zeeland de bevolking zal krimpen. (Gemeente Gorinchem, 2016; Kooiman et al., 2016; World Health Organization, z.d.)

De bevolkingsontwikkeling in de directe regio van een binnenstad is van invloed op het functioneren van deze binnenstad. Wanneer er sprake is van bevolkingskrimp in de regio dan neemt het aantal potentiële bezoekers van de binnenstad af. Dit zorgt ervoor dat de omzetten van de desbetreffende winkels in de binnenstad dalen waardoor een deel van de winkels niet overeind kan blijven. Dit zorgt ervoor dat het aantal winkelveestigingen in de binnenstad op den duur afneemt en de leegstand toeneemt (Ossokina, Sviták, Teulings & Zwaneveld, 2016).

Daarnaast zorgen diverse ontwikkelingen in de samenleving, zoals individualisering en vergrijzing, ervoor dat de hoeveelheid huishoudens de afgelopen jaren is toegenomen. De woonwensen worden steeds meer divers, waar op ingespeeld moet worden door de woningmarkt (Gemeente Gorinchem, 2016). Steeds meer mensen blijven (langer) alleen wonen en er ontstaan hierdoor meer eenpersoonshuishoudens. Waar in 2015 Nederland 7,7 miljoen huishoudens telt, zal dit in 2030 8,5

miljoen huishoudens zijn. Deze groei zorgt ervoor dat er woonruimte gerealiseerd moet worden. Het aantal gemeentes dat met huishoudenskrimp te maken krijgt ligt lager dan het aantal gemeentes dat met huishoudensgroei te maken krijgt. De gemeentes die met huishoudenskrimp te maken krijgen liggen aan de rand van Nederland. In de grote steden van Nederland is de bevolkingsgroei sterker dan de groei van het aantal huishoudens, in de rest van Nederland ligt deze verhouding andersom (Kooiman et al., 2016).

De groeiende behoefte aan woningen (in steden) zorgt ervoor dat er nieuwe woningen moeten worden ontwikkeld om aan de blijvende vraag te kunnen voldoen en die woningvoorraad op pijl te houden. Voor binnensteden houdt dit in dat ook daar ruimte gemaakt moet worden voor woningbouw. Op basis van de Ladder van Duurzame Verstedelijking is het noodzakelijk om eerst de mogelijkheden voor stedelijke ontwikkeling (vanaf 12 woningen) in bestaand stedelijk gebied te onderzoeken en waar mogelijk op deze manier in de behoefte te voorzien. Hierbij wordt bekeken in hoeverre in de behoefte kan worden voorzien door middel van herstructurering, transformatie of op een andere manier. De achterliggende gedachte hiervan is dat er eerst gebruik gemaakt moet worden van grijze grond (eerder bebouwd gebied) voordat men op groene grond (bijvoorbeeld: weilanden) gaat bouwen. Voor steden houdt dit in dat leegstaande panden in binnensteden moeten worden geherstructureerd in woningen voordat men overgaat tot het bouwen van woningen op groene grond. Op deze manier komt men zowel tegemoet aan de groeiende woningvraag als aan de Ladder van Duurzame Verstedelijking (Van der Heijde, van Oosten & Span, 2017).

Vergrijzing

Naast de bevolkingsgroei heeft Nederland ook te maken met vergrijzing. Deze vergrijzing geldt voor alle regio's in Nederland maar is aan de randen van Nederland sterker dan in de Randstad en enkele steden hierbuiten. De grote steden vergrijzen het minst sterk, de middelgrote gemeentes vergrijzen meer en de kleine gemeentes vergrijzen het meest. Terwijl de grote steden in vergelijking met 2000 in 2015 niet verder vergrijsd zijn, zijn de kleine gemeentes in Nederland bovengemiddeld veel vergrijsd. Deze trend zal doorzetten tot 2030 (Gemeente Gorinchem, 2016; Kooiman et al., 2016).

Uit onderzoek blijkt dat de vergrijzing consequenties heeft voor de samenleving, niet alleen financiële consequenties maar ook andere consequenties. Vooral in de westerse samenleving zorgt het voor een druk op de samenleving. Deze vergrijzing heeft ook invloed op de binnensteden en de manier waarop de binnenstad functioneert (Carn, Rabianski & Vernor, 1995; Kresl & Ietri, 2010; Myers & Lumbers, 2008). Farag, Schwanen, Dijst en Faber (2007) concluderen dat de bezoekfrequentie aan binnensteden van ouderen minder hoog is dan die van jongeren. Uit onderzoek van Myers en Lumbers (2008) blijkt dat oudere consumenten ander winkelgedrag vertonen dan jongere consumenten. Waar jongeren hun winkelbezoek vaak combineren met een bezoek aan culturele, maatschappelijke of andere voorzieningen, doen oudere consumenten dit liever niet. Dit zorgt ervoor dat oudere consumenten meer aan run- en doelshoppen doen in plaats van funshoppen. Het is voor oudere consumenten minder interessant om naar winkelcentra te gaan waar allerlei entertainment voorzieningen beschikbaar zijn en de oudere consument ziet dit ook als een plaats voor jongeren. Daarnaast blijken ouderen minder materieel ingesteld te zijn en over de materiele zaken die zij nodig hebben beschikken zij voor het grootste gedeelte al. Hierdoor wordt hun uitgavenpatroon anders. Meer geld wordt uitgegeven aan zaken die niet in de detailhandel verkregen kunnen worden, bijvoorbeeld: vakanties, etentjes en financiële dienstverlening. Ook stellen de oudere consumenten andere eisen aan winkellocaties, namelijk een schone en aangename

plek waar geschikte winkels en goede horeca voorzieningen samen komen. Dit zorgt er tezamen voor dat het draagvlak voor verschillende branches in de binnenstad afneemt en plaats maakt voor andere branches of andere functies, zoals horeca. Daarnaast kan het zorgen voor leegstand wanneer de vraag door de vergrijzing afneemt (Myers & Lumbers, 2008).

Economische situatie inwoners

Inkomen

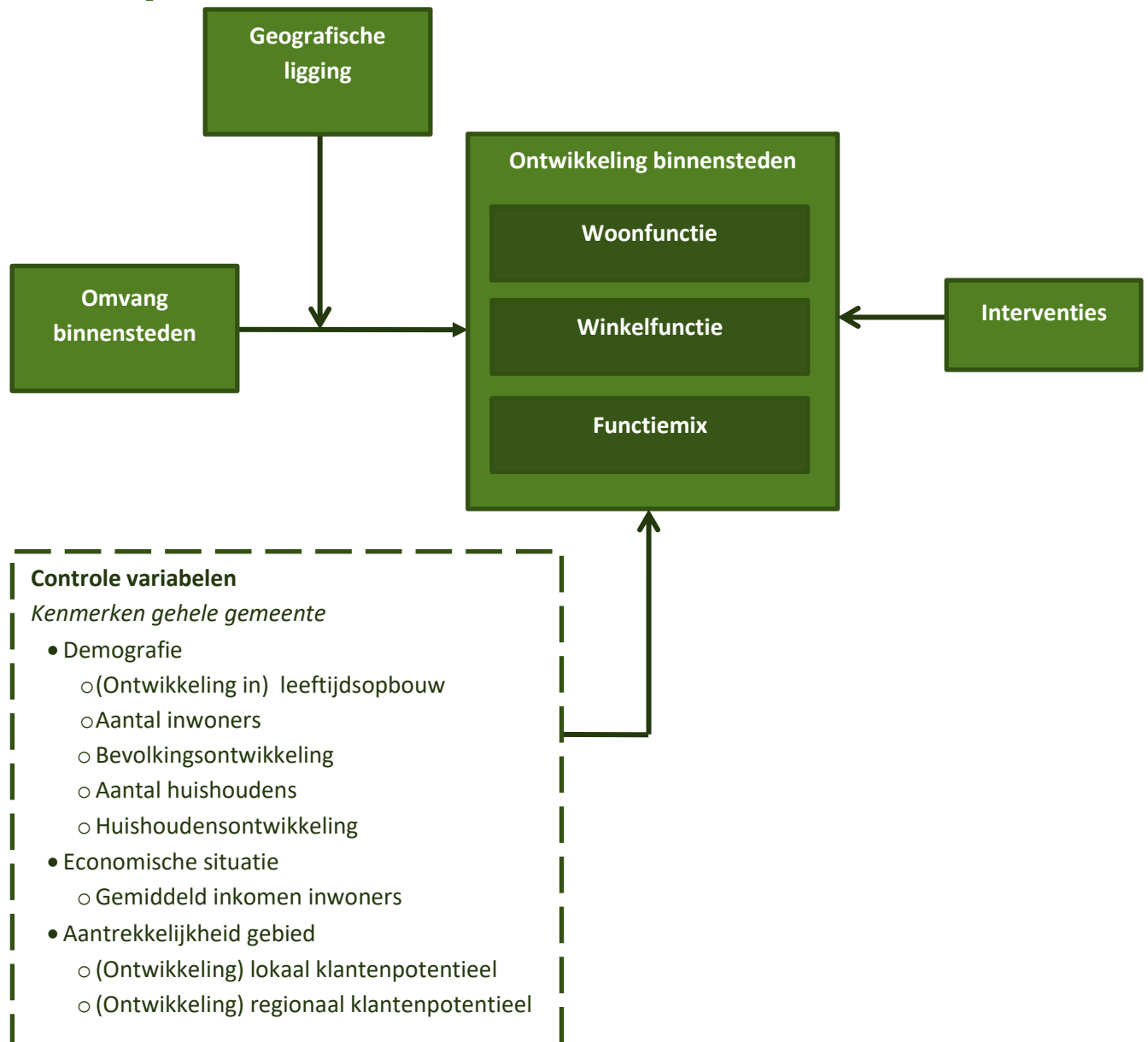
Het (besteedbaar) inkomen van mensen in de regio is van invloed op de ontwikkeling die binnensteden doormaken. Het blijkt uit onderzoek van Gloud en Golob (1997) dat mensen met een hoger (besteedbaar) inkomen een hogere bezoekfrequentie hebben aan winkelgebieden en binnensteden dan mensen met een lager inkomen. Dit kan verklaard worden doordat mensen met een hoger inkomen er bovengemiddeld meer van houden om geld uit te geven aan winkelactiviteiten (Farag et al., 2007). Wanneer het (besteedbaar) inkomen van de potentiële bezoekers omlaag gaat zorgt dit ervoor dat de gemiddelde uitgaves in winkels zullen dalen. Dit zorgt ervoor dat de omzetten van de desbetreffende winkels in de binnenstad dalen waardoor een deel van de winkels niet overeind kan blijven en het aantal winkelvestigingen in de binnenstad op den duur zal afnemen en de leegstand toeneemt (Ossokina et al., 2016).

Aantrekkelijkheid gebied

Lokaal en regionaal klantenpotentieel

Het klantenpotentieel geeft inzicht in de aantrekkingskracht die een gemeente heeft op lokaal en regionaal schaalniveau. Het lokale klantenpotentieel is het totaal aantal klanten dat de woonkernen binnen een gemeente aantrekken vanuit alle woonkernen binnen twintig kilometer. Voor het regionale klantenpotentieel gaat het om woonkernen op een afstand van 60 kilometer (CBS, z.d.-a). Er wordt verondersteld dat er meer economische activiteit is in een gemeente wanneer het lokale en regionale klantenpotentieel hoger is (Vlasblom & Sadiraj, 2015). Op basis hiervan wordt verwacht dat in binnensteden die gelegen zijn in gemeentes met hoger lokaal en regionaal klantenpotentieel de hoeveelheid bedrijvigheid, het aantal winkels in detailhandel, en de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte sterker is gegroeid ten opzichte van binnensteden die gelegen zijn in een gemeente met een lager klantenpotentieel. Daartegenover staat dat in de binnensteden die gelegen zijn in gemeentes met een hoger klantenpotentieel verwacht wordt dat de hoeveelheid leegstand is afgenomen ten opzichten van gemeentes met een lager klantenpotentieel.

2.2 Conceptueel model



In het conceptueel model zijn de relaties tussen verschillende variabelen weergegeven op basis van het voorgaande theoretische hoofdstuk. Er wordt verwacht dat de omvang van de binnenstad invloed heeft op de ontwikkelingen die een binnenstad doormaakt, bijvoorbeeld doordat een grote binnenstad meer agglomeratievoordelen heeft voor ondernemers. Omdat in dit onderzoek de multifunctionele stad wordt onderzocht, is de ontwikkeling van de binnenstad onderverdeeld in de woonfunctie, winkelfunctie en de functiemix. Op basis van eerder gedaan onderzoek wordt verwacht dat binnensteden van verschillende omvang andere ontwikkelingen doormaken op het gebied van wonen, winkelen en functiemix. In stedelijke en landelijke gebieden zal het verschil tussen de ontwikkeling die binnensteden van verschillende grootte doormaken anders zijn, daarom is er sprake van een interactie-effect. Niet alleen de omvang van de binnensteden heeft invloed op de ontwikkeling van de binnensteden maar ook de demografie van de omgeving, de economische situatie van het omliggende gebied en de aantrekkelijkheid van een gebied. Door interventies te doen in de binnenstad kunnen actoren de ontwikkelingen die in de binnenstad gaande zijn mogelijk beïnvloeden en veranderen.



Hoofdstuk 3 Methode

3.1 Onderzoeksstrategie

Het bepalen van de onderzoeksstrategie is één van de belangrijkste onderdelen van een onderzoek. *“Onder een onderzoeksstrategie verstaan wij een geheel van met elkaar samenhangende beslissingen over de wijze waarop de onderzoeker het onderzoek gaat uitvoeren. (Verschuren & Doorewaard, 2015, p. 155)”*. De onderzoeksstrategie moet aansluiten bij de onderzoeksvraag om op deze manier een valide antwoord te krijgen. Een onderzoeksstrategie kan bepaald worden aan de hand van drie kernbeslissingen (breedte of diepte, kwantificerend of kwalificerend, empirisch onderzoek of bureauonderzoek). Deze kernbeslissingen zijn gebruikt om de onderzoeksstrategie van dit onderzoek te bepalen (Verschuren & Doorewaard, 2015)

Dit onderzoek kan op basis van de onderzoeksvragen onderverdeeld worden in twee onderdelen.

1. Onderzoek naar de verschillen in ontwikkeling van binnensteden met verschillende omvang.
2. Onderzoek naar de manier waarop deze ontwikkelingen in binnensteden worden ervaren en hoe hier mee om wordt gegaan.

3.1.1 Kwantitatief onderzoek

In het eerste gedeelte van het onderzoek zijn de hypotheses die zijn opgesteld in het theoretisch kader, over de invloed die de grootte van de binnenstad kan hebben op de ontwikkeling van verschillende functies van de binnenstad, getoetst. Dit is gedaan met verschillende statistische analyses (zoals regressie analyses), er is daarom sprake van kwantitatief onderzoek. Het gebrek aan voorgaand onderzoek naar dit onderwerp zorgt ervoor dat het eerste gedeelte een onderzoek in de breedte is om op deze manier een algemeen beeld te schetsen over de manier waarop binnensteden van een verschillende omvang zich hebben ontwikkeld. Er is voor deze kwantitatieve analyses veel bruikbare kwantitatieve data beschikbaar bij de provincie Gelderland en andere (openbare) bronnen. Daarom is gekozen voor een bureauonderzoek. Door deze data samen te voegen en vervolgens te analyseren kunnen nieuwe inzichten worden verkregen. Er wordt bij dit type onderzoek veelal gebruik gemaakt van statistische data, die op een kwantitatieve manier verwerkt wordt. In dit geval heeft de onderzoeksstrategie alle voordelen van een survey onderzoek, zonder dat het tijdrovend is. Het nadeel van het doen van bureauonderzoek is het feit dat de data die gebruikt wordt oorspronkelijk voor andere doeleinden is verzameld. Hierdoor moet een onderzoeker vaak zijn onderzoeksontwerp veranderen op basis van de beschikbare data (Bryman, 2012; Farthing, 2016; Verschuren & Doorewaard, 2015).

3.1.2 Kwalitatief onderzoek

Op basis van de resultaten uit het bureauonderzoek is het tweede deel van het onderzoek vormgegeven. Het doel van het tweede deel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de ervaringen die actoren hebben met de ontwikkelingen die zich de laatste jaren in binnensteden hebben voorgedaan en de manier waarop zij met deze ontwikkelingen om zijn gegaan. In dit deel van het onderzoek is diepgang van belang in plaats van breedte omdat details en onderbouwing achterhaald moeten worden. Om dit te kunnen achterhalen is kwalitatief empirisch onderzoek vereist. Aan de hand van een meervoudige casestudy is gepoogd te achterhalen in hoeverre actoren in de binnenstad de ontwikkelingen in de binnenstad ervaren en hier op inspelen en hebben gespeeld (Creswell, 2007). De casestudy heeft een vergelijkend ontwerp, dit moet ervoor zorgen dat de situatie beter begrepen wordt doordat er verschillende contrasterende casussen worden vergeleken (Bryman, 2012). Bij een casestudy is het van belang dat gebruik wordt gemaakt van

verschillende databronnen (Creswell, 2007; Verschuren & Doorewaard, 2015). De data in dit onderzoek is verkregen aan de hand van interviews maar daarnaast zijn ook andere documenten, zoals beleidsstukken, geanalyseerd. Dit zorgt ervoor dat er een duidelijk inzicht verkregen wordt in hoe processen werken binnen de casussen en kan een integraal beeld van de casussen worden geschetst. Op deze manier kunnen onbekende onderdelen en facetten aan het licht komen (Creswell, 2007; Verschuren & Doorewaard, 2015). Er moet bij deze onderzoeksstrategie echter wel rekening gehouden worden met de externe validiteit. Deze externe validiteit is namelijk slechter dan bij het doen van surveyonderzoek. In het geval van een casestudy worden weinig objecten onderzocht en dit zorgt ervoor dat de resultaten niet of nauwelijks gegeneraliseerd kunnen worden naar de gehele populatie (Verschuren & Doorewaard, 2015).

3.1.3 Mixed methods onderzoek

In dit onderzoek zijn kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethodes samen gebruikt, er is daarom sprake van een mixed methods onderzoek (Bryman, 2012). *“Mixed methods research is formally defined here as the class of research where the researcher mixes or combines quantitative and qualitative research techniques, methods, approaches, concepts or language into a single study (Johnson & Onwuegbuzie, 2004, p. 17)”*. Het mixed methods onderzoek zorgt er in dit onderzoek voor dat de cijfers in het kwantitatieve gedeelte door middel van kwalitatief onderzoek meer betekenis krijgen (Bryman, 2012; Johnson & Onwuegbuzie, 2004).

Er zijn verschillende types binnen het mixed methods onderzoek. Deze types worden onderscheiden door middel van prioriteit en sequentialiteit, dit is te zien in figuur 3.1 (Bryman, 2012; Johnson & Onwuegbuzie, 2004). In dit geval is er gekozen voor een “sequential explanatory design” (QUAN → qual) (Ivankova, Creswell & Stick, 2006). Dit houdt in dat de kwantitatieve data eerst wordt verkregen en geanalyseerd, waarna hetzelfde wordt gedaan met de kwalitatieve data met als doel uitleg en verdieping te kunnen geven over de kwantitatieve onderzoeksresultaten. *“The rationale for this approach is that the quantitative data and their subsequent analysis provide a general understanding of the research problem. The qualitative data and their analysis refine and explain those statistical results by exploring participants’ views in more depth. (Ivankova et al., 2006, p. 5)”*.

Time order Decision

		Concurrent	Sequential
Paradigm Emphasis Decision	Equal status	QUAL + QUAN	QUAL → QUAN QUAN → QUAL
	Dominant Status	QUAL + quan QUAN + qual	QUAL → quan qual → QUAN QUAN → qual quan → QUAL

Note: “qual” stands for qualitative, “quan” stands for concurrent, “→” stands for sequential, capital letters denote higher priority or weight, and lower case letters denote lower priority or weight.

Figuur 3.1: Mixed method onderzoeksdesigns. Bron: Johnson & Onwuegbuzie, 2004, p.22

3.2 Dataverzameling

Deze paragraaf is in twee onderdelen opgesplitst. In het eerste gedeelte wordt het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek uitgelicht, daarna wordt dieper ingegaan op het kwalitatieve gedeelte.

3.2.1 Kwantitatief onderzoek

Databronnen en verantwoording

Het bureauonderzoek is uitgevoerd aan de hand van secundaire data. Het gebruik van secundaire data kan worden opgesplitst in data die wordt verkregen van eerder gedaan onderzoek door wetenschappers en data die wordt verkregen van officiële instellingen, zoals onderzoeksbureaus en overheden (Bryman, 2012). Deze secundaire data is verkregen aan de hand van officiële databases van (overheids)instellingen omdat deze instellingen over data beschikkingen die aansluiten bij het beantwoorden van de hoofdvraag en de deelvragen van dit onderzoek. Het is onhaalbaar om deze data als individu te verkrijgen. Voorbeelden van deze databases zijn het CBS, Locatus en data van de provincie Gelderland en andere overheden. Aan de hand van deze databronnen is inzichtelijk gemaakt hoe binnensteden zich hebben ontwikkeld in de afgelopen tien jaar.

In tabel 3.1 is per variabele aangegeven welke databron gebruikt wordt in de analysefase van het eerste deel van het onderzoek.

Algemene gegevens	
Woonplaatsen	CBS Statline: Woonplaatsen in Nederland 2017
Gemeente	CBS Statline: Woonplaatsen in Nederland 2017
Wijk	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Wijkcode	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Buurt	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Buurtcode	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Naam winkelgebied Locatus	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Omvang	
Omvang binnenstad	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Geografische ligging	
Regio	Geoplaza Vrije Universiteit Amsterdam op basis van Wagtendonk en Rietveld (2000)
Wonen	
Aantal inwoners 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008
Aantal inwoners 2017	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Aantal woningen 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008
Aantal woningen 2017	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Winkelen	
WVO 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
VKP 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Leegstand VKP 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Functiemix	
Horeca 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Diensten 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Winkelen 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Overig 2010 & 2017	Locatus Online (Voor 2017 meest actuele data op 11-10-'17)
Controlevariabelen (gemeenteniveau)	
Inwoneraantal 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008

Inwoneraantal 2017	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Leeftijdsopbouw 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008
Leeftijdsopbouw 2017	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Aantal huishoudens 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008
Aantal huishoudens 2017	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2004-2008
Gemiddeld inkomen per inwoner 2015	CBS Statline: Kerncijfers wijken en buurten 2017
Lokaal (relatief) klantenpotentieel	CBS Statline: Maatstaven financiële-verhoudingswet
Regionaal (relatief) klantenpotentieel	CBS Statline: Maatstaven financiële-verhoudingswet

Tabel 3.1: Gebruikte databronnen

Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

Voor diverse variabelen is gebruik gemaakt van data van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Het CBS is een onderzoeksinstituut dat betrouwbare en samenhangende statistische informatie verstrekt. Hierbij probeert het instituut aan te sluiten bij de behoefte van de samenleving en van overheidspartijen. Om de kwaliteit van de data te kunnen garanderen wordt gewerkt met een systeem van kwaliteitsmanagement, dat voldoet aan internationale eisen (CBS, z.d.-b, z.d.-c). Niet alle data is beschikbaar voor de jaren 2007 tot en met 2017. Daarom was het noodzakelijk om bij sommige variabelen gebruik te maken van andere jaartallen.

Locatus

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van de winkelfunctie in binnensteden wordt gebruikt gemaakt van Locatus-data. Locatus verzamelt ieder jaar data volgens dezelfde methodiek, waardoor de data geschikt is om door de tijd heen te vergelijken. Daarnaast staat Locatus voor objectieve en actuele informatie. Tijdens de uitvoering van het onderzoek bleek data van de jaren 2007 t/m 2009 niet beschikbaar te zijn en is voor deze variabelen het verschil tussen de jaren 2010 en 2017 gemeten.

Operationalisatie

De variabelen die in dit onderzoek zijn meegenomen zijn geoperationaliseerd. Per variabele wordt uitleg gegeven wat er in dit onderzoek met deze variabele wordt bedoeld en op welke manier deze variabele in de analyse is ingezet.

Onafhankelijke variabelen

Omvang binnensteden

: De binnenstad wordt gezien als het hart/kern van de stad. De omvang wordt bepaald aan de hand van de hoeveelheid verkooppunten die er gevestigd is. Dit wordt vastgesteld op basis van de meest recente gegevens van Locatus.

Geografische ligging

: De regio waarin de binnenstad zich bevindt. Onderverdeeld in Randstad, intermediair en periferie, op basis van Wagtendonk en Rietveld (2000, pp. 30-31).



Figuur 3.2: Randstad-intermediair-periferie. Bron: auteur, op basis van Wagtendonk & Rietveld, 2000, pp. 30-31

Interventies

: Maatregelen, acties en andere ingrepen die gedaan worden door de provincie, gemeente, binnenstadsmanagers, ondernemers en andere marktpartijen in binnensteden om maatschappelijke en/of economische vooruitgang te behalen.

Ontwikkeling binnensteden

Woonfunctie

: De mogelijkheid die er is om in de binnenstad te wonen en de mate waarin dit gedaan wordt. Hierbij wordt gekeken naar de ontwikkeling van de afgelopen jaren. Dit wordt gemeten aan de hand van de ontwikkeling van het inwoneraantal en de ontwikkeling van de woningvoorraad.

Winkelfunctie	: Hoeveelheid winkelmeters, winkelvestigingen in de binnenstad en de mate waarin de winkels leegstaan. Dit wordt gemeten door middel van de ontwikkeling van de totale hoeveelheid winkelvloeroppervlakte, het aantal winkelvestigingen in detailhandel (zonder leegstand) en de hoeveelheid leegstand op basis van het aantal verkooppunten.
Functiemix	: De ontwikkeling van de functiemix in de binnenstad. Dit wordt ten eerste gemeten door de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in horeca en diensten. Daarnaast wordt de verandering gemeten van de hoeveelheid panden met functie in leisure en diensten ten opzichte van het aantal panden met een winkelfunctie.
Controle variabelen	
Demografie	: De ontwikkeling van de demografie in de gemeente. Dit wordt gemeten aan de hand van verschillende variabelen. Ten eerste wordt als indicator voor vergrijzing het aandeel 65-plussers in 2007 meegenomen en de ontwikkeling van deze groep de afgelopen tien jaar. Daarnaast wordt het aantal inwoners en de hoeveelheid huishoudens in 2007 in de gemeente gemeten en wederom de ontwikkeling hiervan door de jaren heen.
Economische situatie	: De ontwikkeling van economische situatie van de bevolking in de gemeente. Gemeten aan de hand van het gemiddelde inkomen per inwoner in desbetreffende gemeente in 2007.
Aantrekkelijkheid gebied	: De aantrekkelijkheid van het gebied wordt gemeten door het lokaal en regionaal klantenpotentieel van een gemeente mee te nemen in de situatie van 2007 en de ontwikkeling hiervan in de afgelopen tien jaar.

Onderzoekseenheden

In deze analyse zijn alle grote, middelgrote en kleine binnensteden van Nederland meegenomen. Dit houdt in dat de gehele onderzoekspopulatie is meegenomen en er in dit geval dus geen sprake is van een steekproeftrekking. In 2017 heeft Nederland in totaal 2502 woonplaatsen, waarvan er 123 binnen de onderzoekspopulatie vallen en in de binnenstad tenminste 100 verkooppunten hebben (zie tabel 3.2). Er is voor gekozen om een analyse te houden met alle binnensteden in Nederland omdat er op deze manier een grotere basis is voor de statistische analyse dan wanneer enkel de binnensteden van Gelderland worden meegenomen. Om de categorieën van binnensteden af te bakenen is gebruik gemaakt van de onderverdeling op basis van verkooppunten die Locatus heeft geformuleerd voor centrale winkelgebieden (tabel 3.2).

Categorie in dit onderzoek	Locatus benaming	Aantal verkooppunten
Grote binnenstad	Binnenstad	>400
Middelgrote binnenstad	Hoofdwinkelgebied groot	400 tot 200
Kleine binnenstad	Hoofdwinkelgebied klein	200 tot 100
Groot dorpscentrum	Kern verzorgend winkelgebied groot	100 tot 50
Klein dorpscentrum	Kern verzorgend winkelgebied klein	50 tot en met 5

Tabel 3.2: Hiërarchie centrale winkelgebieden (binnensteden en dorpscentra). Bron: Raatgever, 2014, met eigen bewerking

De afbakening van de grenzen van deze binnensteden is vastgesteld aan de hand van eerder gedaan onderzoek door het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) (Evers et al., 2015). Om aan te sluiten bij het onderzoek van het PBL en hiermee de vergelijkbaarheid van de onderzoeken te vergroten, is in dit onderzoek voor de afbakening van de binnensteden gebruik gemaakt van de CBS wijk- en buurtgrenzen van 2017 (Evers et al., 2015). In het geval dat de buurten niet gelijk zijn aan de grenzen van de binnenstad is er, net als in voorgaand onderzoek, voor gekozen om de buurten ruimhartig toe te kennen. Dit houdt in dat het gebied in dit geval groter is dan de grenzen van de binnenstad daadwerkelijk zijn. Het gebruik van CBS wijk- en buurtgrenzen heeft als voordeel dat het goed aansluit bij voorgaand onderzoek, in de meeste gevallen nagenoeg overeenkomt met de afbakening van de centra van Locatus en daarnaast dat data op een kleiner niveau dan de gehele woonplaats kan worden onderzocht. Een nadeel van deze afbakening is dat voor sommige steden geen aparte buurt gedefinieerd is voor de binnenstad. Dit heeft als gevolg dat in dit geval de afbakening van de binnenstad niet volgens de precieze grenzen heeft kunnen plaatsvinden. Bij de overkoepelende afhankelijke variabelen winkelen en functiemix is Locatus-data ingezet. In dit geval is de afbakening van de binnenstad op basis van de concentratie van verkooppunten gemaakt.

3.2.2 Kwalitatief onderzoek

Casusselectie

De casussen voor de casestudy zijn gekozen op basis van de kwantitatieve analyse uit het eerste gedeelte van het onderzoek. Er is hierbij gefocust op de groep kleine binnensteden. Er zijn twee casussen gekozen die qua omvang en ligging vergelijkbaar zijn maar op verschillende factoren wel anders scoren. In hoofdstuk 5 wordt dit nader toegelicht.

Interviews

Na de verkennende fase heeft een verdiepende fase in het onderzoek plaatsgevonden. In dit gedeelte zijn interviews afgenomen met verschillende relevante actoren uit de betreffende binnensteden. Partijen die zijn benaderd zijn bijvoorbeeld medewerkers van de betreffende gemeentes en binnenstadsmanagers. Een overzicht van de respondenten en de interviewgide zijn terug te vinden in bijlage H. Het gebruik van interviews zorgt ervoor dat ook naar de achterliggende reden van bepaalde keuzes gevraagd kan worden. Er is gekozen voor een één-op-één interview, dit wordt gedaan omdat er door de respondenten op deze manier makkelijker informatie gedeeld wordt dan bij een focusgroep interview. Het voordeel ten opzichte van een telefooninterview is het directe contact dat er met de respondent gelegd wordt. Een nadeel van dit type onderzoek is de afhankelijkheid van de respondenten, een terughoudend persoon zorgt ervoor dat er minder informatie verzameld kan worden. Er is gebruik gemaakt van een semigestructureerd interview omdat op deze manier vergelijking tussen de interviews mogelijk is maar er wel vrijheid is om gedurende het interview dieper op bepaalde aspecten in te gaan die belangrijk worden geacht voor het onderzoek (Creswell, 2007).

Document analyse

Naast interviews is er gebruik gemaakt van lokale beleidsstukken om de achtergrond van de verschillende casussen beter te begrijpen. Dit geldt ook voor de kwantitatieve analyse van het eerste gedeelte van het onderzoek. Ook kunnen de antwoorden van de respondenten beter in hun context worden geplaatst (Bryman, 2012).

Betrouwbaarheid & validiteit

Het is belangrijk om na te gaan in hoeverre een onderzoek intern valide, extern valide en betrouwbaar is om op deze manier de geldigheid van het onderzoek te waarborgen (Creswell, 2007; Vennix, 2011). De externe validiteit zegt iets over de generaliseerbaarheid van het onderzoek (Creswell, 2007; Vennix, 2011). De externe validiteit is bij een casestudy onderzoek echter beperkt doordat er slechts een aantal casussen wordt onderzocht waardoor er geen afspiegeling kan worden gemaakt van alle binnensteden. De interne validiteit houdt in dat de data de realiteit weerspiegelt en dat het onderzoek meet wat er gezegd wordt dat er gemeten wordt (Creswell, 2007). Door het gebruik van meerdere soorten bronnen, triangulatie, kan de interne validiteit worden versterkt. Dit komt doordat er op een zo gedetailleerd mogelijke manier, vanuit verschillende invalshoeken, naar de casus wordt gekeken waardoor de realiteit zo goed mogelijk wordt weerspiegeld (Creswell, 2007). In dit onderzoek gaat het hierbij om het gebruik van: diepte-interviews, (wetenschappelijke) literatuur en beleidsdocumenten. Daarnaast zijn ook de resultaten uit de kwantitatieve analyses bij de casestudy gebruikt. De betrouwbaarheid geeft aan in welke mate het onderzoek reproduceerbaar is (Creswell, 2007). Om de betrouwbaarheid van dit onderzoek te vergroten is er gebruik gemaakt van “member checking”. Met deze techniek worden de interpretaties en conclusies van de data die zijn verkregen door interviews teruggelegd bij de respondenten. Op deze manier kunnen de respondenten aangeven in hoeverre de interpretaties overeenkomen met wat zij bedoelden en kunnen zij de nauwkeurigheid en juistheid beoordelen. Deze feedback wordt vervolgens gebruikt om de interpretaties en conclusies aan te scherpen en betrouwbaarder te maken (Creswell, 2007).

3.3 Data-analyse en ethiek

3.3.1 Data-analyse

De kwantitatieve data van dit onderzoek is verwerkt en geanalyseerd met het statistische programma SPSS. Om een overzicht te krijgen van de ontwikkelingen die gaande zijn in de binnensteden van verschillende omvang in Nederland is gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek. Door middel van frequentieverdelingen, en de hierbij gebruikte diagrammen, wordt inzicht geboden in de samenstelling van de data. Daarnaast zijn de ontwikkelingen in de binnensteden visueel weergegeven aan de hand van kaartmateriaal. Op basis hiervan zijn geografische patronen in de data onderzocht (Korzilius, 2008; McClave, Benson, Sincich & Knypstra, 2013).

Naast beschrijvende statistiek is gebruik gemaakt van toetsende statistiek. De toetsende statistiek onderzoekt of er een relatie bestaat tussen de omvang van de binnenstad en ontwikkeling van verschillende functies van de binnenstad. Op deze manier is in dit onderzoek getoetst of de grootte van een binnenstad invloed heeft op de ontwikkeling die de binnenstad de afgelopen tien jaar heeft doorgemaakt en de invloed die de geografische ligging hierop heeft gehad. Om dit te doen is gebruik gemaakt van een ANOVA-toets en van regressieanalyses. De ANOVA-toets, ook wel de variantieanalyse genoemd, wordt gebruikt om twee of meerdere groepen met elkaar te vergelijken.

De regressieanalyse wordt gebruikt om te toetsen of er een causaal verband bestaat tussen de onafhankelijke variabelen en een afhankelijke variabele. Omdat er meerdere onafhankelijke variabelen worden meegenomen is er sprake van een multi-pele regressieanalyse. Voor elke afhankelijke variabele is een eigen multi-pele regressieanalyse uitgevoerd. Binnen de multi-pele regressieanalyse bestaan twee vormen. In dit onderzoek is de standaard methode gebruikt omdat op deze manier alle onafhankelijke variabelen in het model worden opgenomen. Op basis hiervan kan vervolgens worden bepaald welke variabelen significant zijn en welke variabelen niet (De Vocht, 2015; Korzilius, 2008; McClave et al., 2013).

Naast het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek is een kwalitatief casusonderzoek gedaan. De data van dit kwalitatieve onderzoek is voornamelijk verkregen aan de hand van interviews. Deze interviews zijn getranscribeerd en vervolgens gecodeerd aan de hand van het programma Atlas.ti. Er is eerst open gecodeerd, waarna op basis van deze codes overkoepelende codes zijn gemaakt. Vervolgens zijn er aan de hand van deze codes verbanden gezocht en zijn de interviews vergeleken.

3.3.2 Ethiek

Het is van belang om na te gaan of het onderzoek dat uitgevoerd wordt, en de keuzes die hierbij gemaakt worden, ethisch verantwoord zijn (Baarda et al., 2013). Om de ethiek in dit onderzoek te waarborgen is vertrouwelijk omgegaan met de informatie die verkregen is uit de interviews voor de casestudy. Dit is belangrijk omdat er verschillende partijen en verschillende binnensteden zijn geïnterviewd, die mogelijk tegenstrijdige belangen hebben. Er is van te voren een duidelijke toelichting gegeven over het doel van het onderzoek en de werkwijze waarop te werk is gegaan. Daarnaast is tijdens het interview gevraagd of het interview opgenomen mag worden en of alle informatie zonder bezwaar gebruikt mag worden voor het onderzoek. Zoals in paragraaf 3.2.2 beschreven is, is gebruik gemaakt van “member checking”. Dit wordt gedaan om na te gaan of de onderzoeker de antwoorden van de respondenten goed heeft geïnterpreteerd. Dit is niet alleen van belang om de betrouwbaarheid van het onderzoek te vergroten, maar ook voor een ethisch verantwoord onderzoek. Op deze manier weet de onderzoeker voordat de resultaten openbaar worden gemaakt zeker dat de resultaten goed geïnterpreteerd zijn (Baarda et al., 2013; Creswell, 2007).



Hoofdstuk 4

Binnensteden vergeleken

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek gepresenteerd worden. Dit hoofdstuk heeft als doel om een beeld te krijgen van de ontwikkeling van binnensteden en de invloed die de grootte van de binnenstad hierop heeft. Op basis hiervan moet antwoord gegeven kunnen worden op de eerste drie deelvragen van dit onderzoek.

- *Welke ontwikkelingen, op het gebied van wonen, winkelen en functiemix, hebben binnensteden in Nederland de afgelopen 10 jaar (2007-2017) doorgemaakt?*
- *Welke ontwikkelingen hebben grote, middelgrote en kleine binnensteden in Nederland de afgelopen 10 jaar (2007-2017) doorgemaakt?*
- *In hoeverre verschilt de ontwikkeling tussen binnensteden met een verschillende omvang?*

Het eerste gedeelte, paragraaf 4.2 en met 4.3, van dit analyse hoofdstuk bestaat uit beschrijvende statistiek. De resultaten van de beschrijvende statistiek geven inzicht in de verdeling van de hoeveelheid binnensteden met een bepaalde omvang en de ligging van deze steden in Nederland. Een overzicht van de resultaten van de beschrijvende statistiek is te vinden in tabel 4.5. Aan de hand van toetsende statistiek wordt vervolgens in het tweede gedeelte van dit hoofdstuk getoetst of er een verschil bestaat in de ontwikkeling van binnensteden in de afgelopen tien jaar bij binnensteden met een verschillende omvang. De conclusies die uit dit hoofdstuk getrokken kunnen worden, worden besproken in paragraaf 4.5

4.1 Databestand

Om de categorieën grote, middelgrote en kleine binnensteden af te bakenen is gebruik gemaakt van de onderverdeling die Locatus heeft gemaakt op basis van het aantal verkooppunten in een binnenstad. In paragraaf 3.2.1 is hierover nader uitleg gegeven en is het aantal verkooppunten per categorie terug te vinden. In totaal vallen 123 binnensteden in Nederland in de categorie kleine, middelgrote of grote binnenstad.

Om de binnensteden af te bakenen is gebruikgemaakt van CBS wijk- en buurtgrenzen. In een enkel geval wijken de buurtgrenzen van 2007 en 2017 dusdanig af dat de gegevens van deze binnensteden niet meegenomen kunnen worden in het onderzoek omdat op deze manier de onderzoeksresultaten niet betrouwbaar zijn. Dit is het geval bij: Barneveld, Nijkerk, Ridderkerk en Valkenburg. Deze binnensteden zijn om deze reden uit het onderzoek gehaald. Daarnaast zijn de gemeentes waartoe: Sneek, Bussum, Spijkenisse, Winschoten, Schagen, Alphen aan den Rijn, Oss, Heerenveen, Leeuwarden, 's-Hertogenbosch, Alkmaar en Volendam behoren tussen 2007 en 2017 gefuseerd. De fusie van de meeste van deze gemeentes omslaat telkens gehele gemeentes waardoor deze binnensteden in dit onderzoek wel meegenomen kunnen worden en de data van de voormalige gemeentes samengevoegd is. Echter is bij de fusie van de gemeentes 's-Hertogenbosch, Oss, Leeuwarden en Heerenveen spraken van opsplitsing van voormalige gemeentes geweest waardoor de gemeentelijke kwantitatieve data niet nauwkeurig kan worden verkregen. Om onjuistheden te voorkomen is besloten om deze gemeentes ook uit het onderzoek te halen, dit zorgt ervoor dat er in totaal 115 binnensteden zijn meegenomen in de kwantitatieve analyse van het onderzoek. Er zijn 2 grote binnensteden, 1 middelgrote binnenstad en 5 kleine binnensteden niet meegenomen in dit onderzoek.

In de kaart hieronder, figuur 4.1, zijn de 115 geselecteerde binnensteden van dit onderzoek weergegeven, op deze manier wordt de geografische spreiding van de steden inzichtelijk. Daarnaast is in bijlage D een lijst opgenomen met alle geselecteerde binnensteden.

Geselecteerde binnensteden



Figuur 4.1: Kaart met geselecteerde binnensteden. Bron: auteur

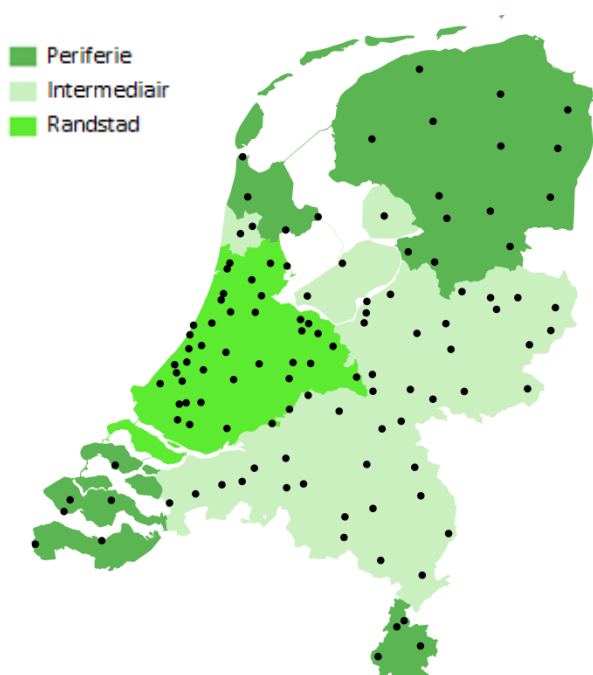
4.2 Omvang binnensteden en geografische ligging

In deze paragraaf wordt een beschrijving gegeven van de verdeling waarin de binnensteden met diverse groottes voorkomen en de geografische ligging van deze binnensteden. Voor de beschrijving van de controle variabelen kan bijlage E worden geraadpleegd. Daarnaast kan voor gedetailleerde informatie over de Provincie Gelderland bijlage G geraadpleegd worden. In totaal gaat het in dit onderzoek om 115 binnensteden. Uit de analyse blijkt dat het grootste gedeelte van de binnensteden in de categorie kleine binnensteden valt. In totaal gaat het hierbij om 72 binnensteden die tot de categorie van kleine binnensteden behoren, dit is 62,1% van het totale aantal. De verdeling is hieronder in tabel 4.1 weergegeven.

Omvang van binnenstad	Frequentie	Percentage
Grote binnenstad	15	13,0
Middelgrote binnenstad	29	25,2
Kleine binnenstad	71	61,7
Totaal	115	100,0

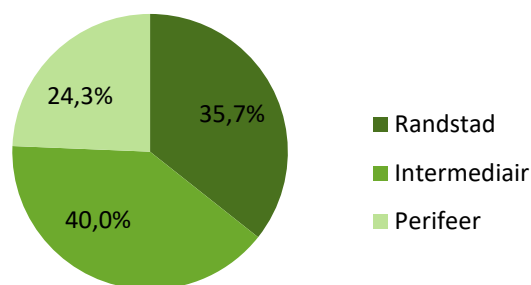
Tabel 4.1: Omvang binnensteden

De binnensteden zijn verspreid door het land gelegen. De verdeling tussen binnensteden die gelegen zijn in de Randstad, de intermediaire zone en de periferie is te zien in het diagram in figuur 4.3 en de kaart in figuur 4.2. Het grootste gedeelte van de binnensteden bevindt zich in de intermediaire zone, namelijk 40%, waarbij het respectievelijk om 46 binnensteden gaat. De regio waar de minste binnensteden gelegen zijn is de perifere zone, waar 28 binnensteden zich bevinden.



Figuur 4.2: Randstad, intermediair en periferie. Bron: auteur, op basis van Wagtendonk & Rietveld, 2000, pp. 30-31

Geografische ligging

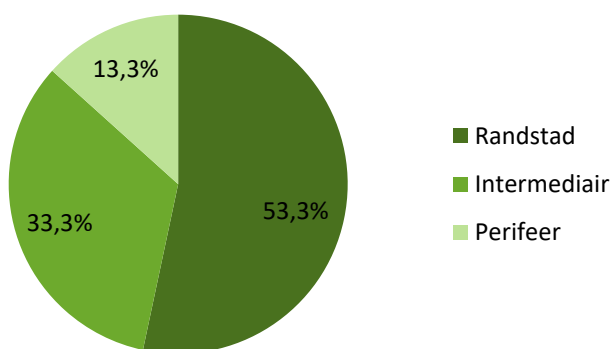


Figuur 4.3: Geografische ligging binnensteden

Om inzicht te krijgen in de spreiding van de binnensteden over Nederland wordt gebruik gemaakt van de eerder genoemde onderverdeling in: de Randstad, intermediaire zone en periferie. In onderstaande figuren is op basis van deze regio's onderscheid gemaakt naar de binnensteden met verschillende omvang. Hieruit blijkt dat in elke regio de binnensteden van verschillende omvang voor komen, zie hiervoor figuur 4.4, 4.5 en 4.6. Meer dan de helft van de grote binnensteden is gelegen in de Randstad (53%). De middelgrote binnensteden en kleine binnensteden zijn met respectievelijk 45% en 40% het meest gelegen in de intermediaire regio van Nederland. Daarnaast blijkt uit de analyse dat de binnensteden van alle groottes het minst voorkomen in de perifere regio van Nederland, zie hiervoor ook het kaartje van figuur 4.2.

Geografische ligging

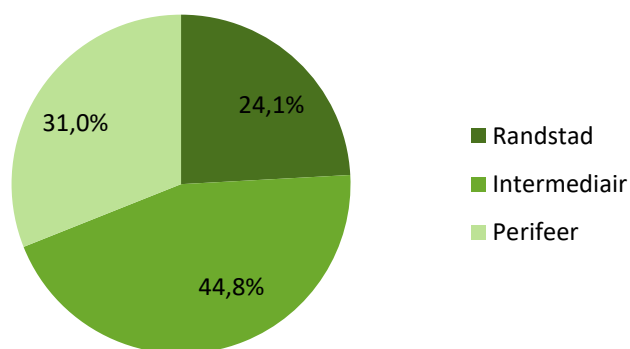
Grote binnensteden



Figuur 4.4: Geografische ligging van grote binnensteden

Geografische ligging

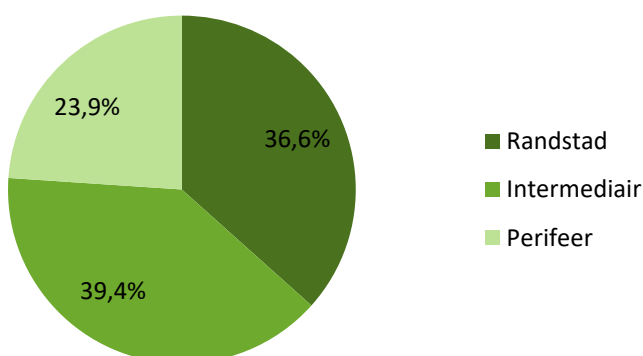
Middelgrote binnensteden



Figuur 4.5: Geografische ligging van middelgrote binnensteden

Geografische ligging

Kleine binnensteden



Figuur 4.6: Geografische ligging van kleine binnensteden

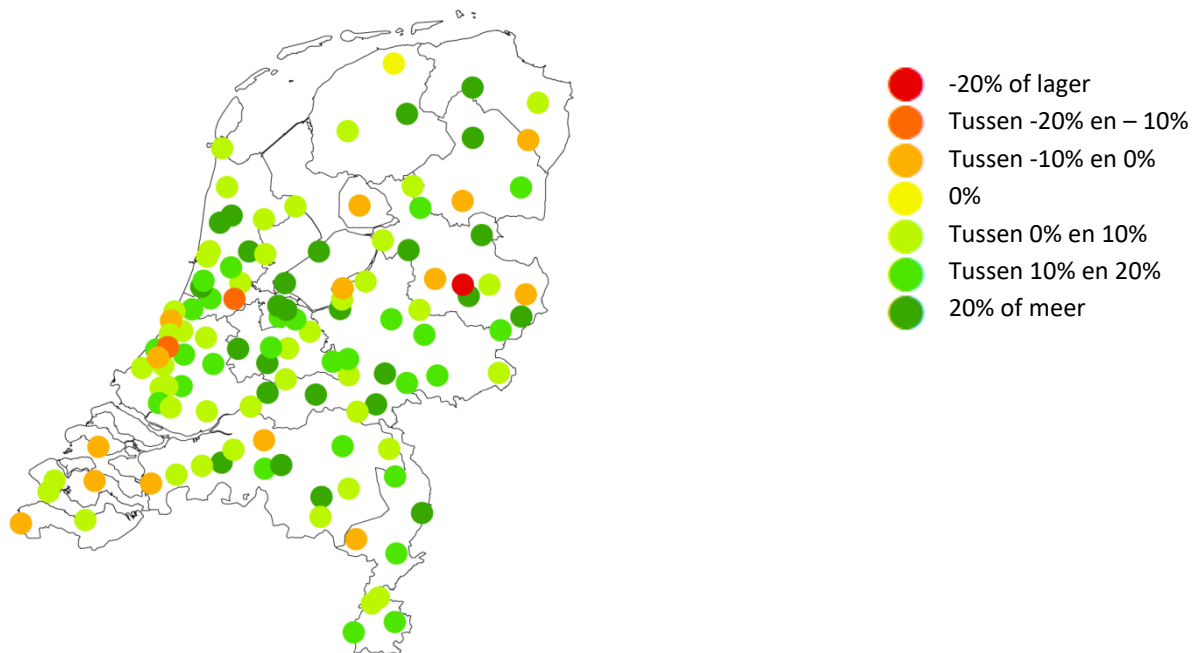
4.3 Ontwikkelingen in binnensteden

In deze paragraaf zal een overzicht worden gegeven van feitelijke ontwikkelingen die de binnensteden met diverse omvang de afgelopen tien jaar hebben doorgemaakt. De paragraaf wordt opgedeeld op basis van de eerder beschreven verschillende functies die in binnensteden voorkomen, namelijk: woonfunctie, winkelfunctie en functiemix. Naast een beschrijving van de feitelijke ontwikkelingen in binnensteden zal aan de hand van een variantieanalyse getoetst worden of de gemiddeldes van de ontwikkelingen verschillen bij binnensteden met een andere omvang.

4.3.1 Woonfunctie

De woonfunctie, en de ontwikkeling hierin, wordt geanalyseerd aan de hand van het aantal inwoners in binnensteden en de woningvoorraad.

Het aantal inwoners in binnensteden is de afgelopen tien jaar van gemiddeld 5538, in 2007, toegenomen tot 6124 inwoners, in 2017. Figuur 4.7 laat zien dat in het grootste gedeelte van de binnensteden het aantal inwoners is gegroeid. De krimp van het aantal inwoners in binnensteden is zowel in het meer perifere gedeelte van Nederland te vinden als in de Randstad en is dus een trend die zich over het gehele land verspreid. In het midden van Nederland, in en rondom de provincie Utrecht, is een sterke groei van het aantal inwoners in binnensteden geconcentreerd. De algemene trend is een groei van het aantal inwoners in binnensteden. Het gaat hierbij om een gemiddelde bevolkingstoename van 586 inwoners. De gemiddelde procentuele ontwikkeling is een bevolkingstoename van 12,2%. De maximale bevolkingstoename in binnensteden in de afgelopen tien jaar in binnensteden is 165% en de maximale bevolkingsafname is 53%. Een standaarddeviatie van 20,2 geeft aan dat er een grote variatie is in de ontwikkeling van het aantal inwoners in binnensteden.

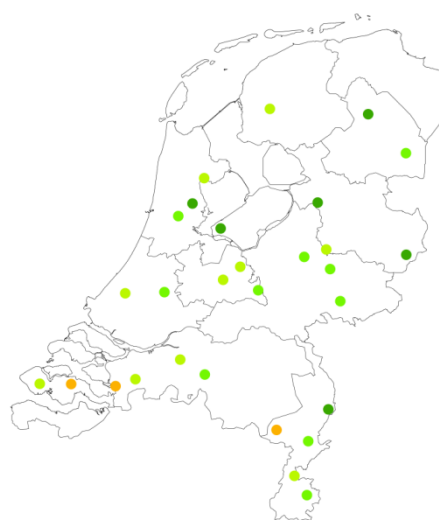


Figuur 4.7: Procentuele verandering van het aantal inwoners in binnensteden in de periode 2007-2017

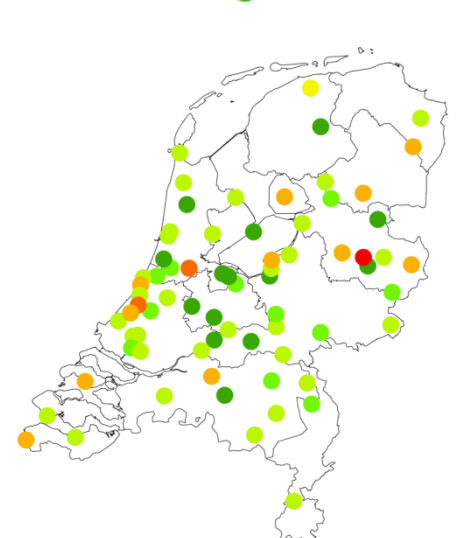
Wanneer er gekeken wordt naar de verschillen tussen grote, middelgrote en kleine binnensteden dan blijkt dat de gemiddelde bevolkingsgroei in grote binnensteden met 18,0% het grootst is. In middelgrote en kleine binnensteden is de gemiddelde bevolkingsgroei kleiner, respectievelijk 13,3% en 10,4%. Opvallend bij onderstaande figuren 4.8 tot en met 4.10 is het feit dat het inwoneraantal van alle grote binnensteden is toegenomen terwijl dat niet bij alle middelgrote en kleine binnensteden het geval is. De middelgrote binnensteden die krimpen zijn gelegen in het zuidelijke deel van Nederland, bij de kleine binnensteden liggen de krimpende steden meer verdeeld over het land.



Figuur 4.8: Procentuele verandering van het aantal inwoners in grote binnensteden in de periode 2007-2017



Figuur 4.9: Procentuele verandering van het aantal inwoners in middelgrote binnensteden in de periode 2007-2017

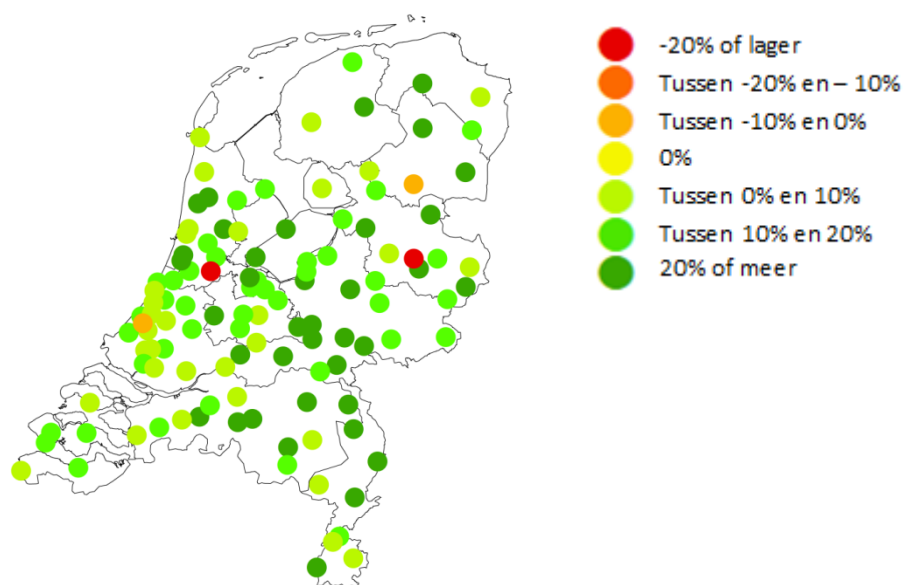


Figuur 4.10: Procentuele verandering van het aantal inwoners in kleine binnensteden in de periode 2007-2017

Om te achterhalen of er een significant verschil bestaat tussen de binnensteden met een verschillende omvang en de ontwikkeling van het aantal inwoners wordt een variantieanalyse gebruikt (De Vocht, 2015). Uit de ANOVA-test blijkt dat er een significant verschil bestaat tussen de absolute ontwikkeling van het aantal inwoners en binnensteden met een verschillende omvang wanneer $p \leq 0,01$. De resultaten van de ANOVA-test zijn te vinden in bijlage E. Op basis van de Games-Howell test kan worden vastgesteld dat de ontwikkeling van het inwoneraantal tussen grote en middelgrote binnensteden significant verschilt. Grote binnensteden hebben gemiddeld een grotere groei van 1958 inwoners. Ook bestaat er een significant verschil tussen grote en kleine binnensteden. Waarbij kleine binnensteden gemiddeld een kleinere groei van 2265 inwoners hebben doorgemaakt. Als laatste bestaat er ook een significant verschil tussen middelgrote en kleine binnensteden. Middelgrote binnensteden maken gemiddeld een grotere groei door van 307 inwoners.

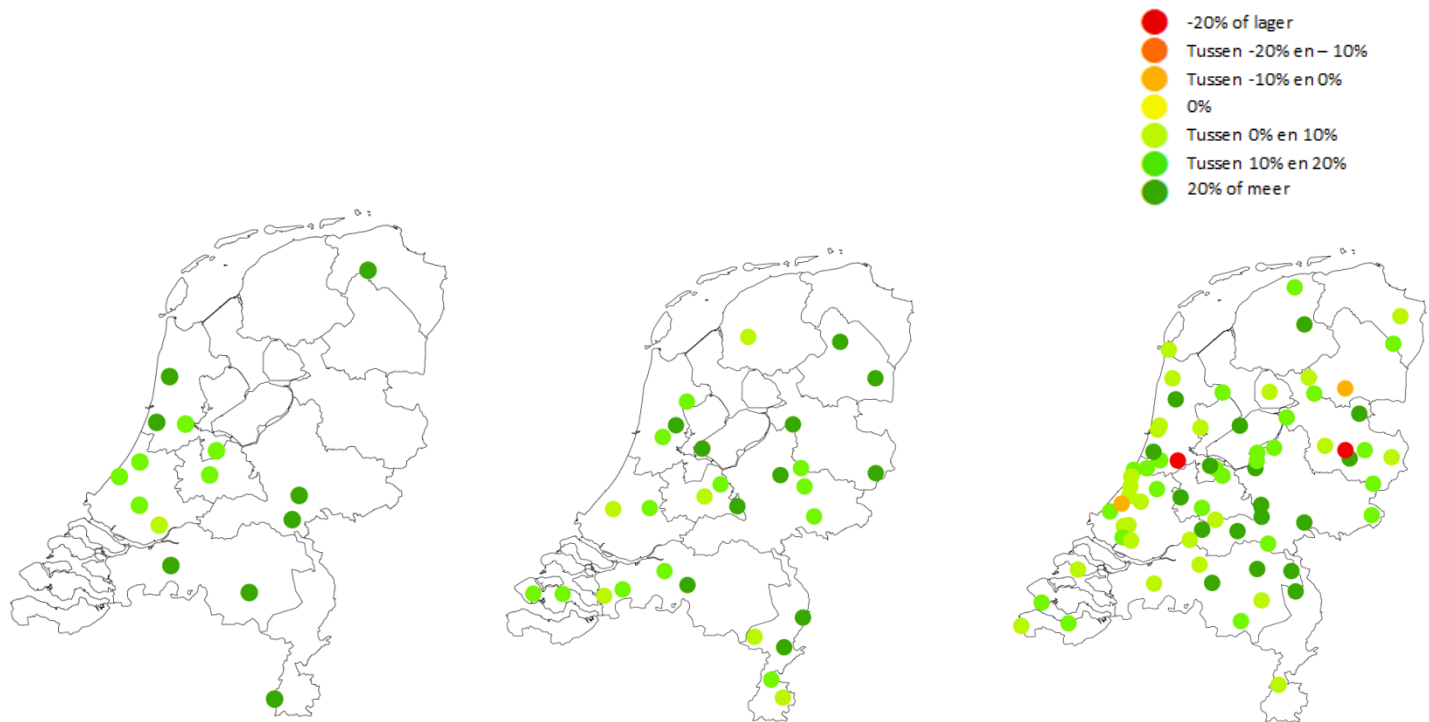
Op basis van de ANOVA-test kan worden vastgesteld dat er geen significant verschil bestaat tussen de procentuele bevolkingsgroei en de binnensteden met een verschillende omvang.

Een andere indicator voor de woonfunctie is de woningvoorraad in de binnenstad. Net als bij het inwoneraantal is de trend een toename van de woningvoorraad in binnensteden. Het aantal woningen in binnensteden is de afgelopen tien jaar gemiddeld met 18,5% gegroeid. In 2007 ging het gemiddeld om 2991 woningen, dit is in 2017 gegroeid tot een gemiddelde van 3504 woningen in binnensteden. Gemiddeld is de woningvoorraad met 513 woningen toegenomen. Wanneer figuur 4.11 wordt geraadpleegd dan valt op dat het aantal binnensteden dat een krimpende woningvoorraad in binnensteden heeft kleiner is dan het aantal binnensteden dat een krimpend inwoneraantal heeft (zie hiervoor figuur 4.7). Een concentratie van de sterkste groei van de woningvoorraad is te vinden in de binnensteden die rondom de Randstad gelegen zijn. In de binnensteden in de Randstad zelf is een groei van de woningvoorraad te zien maar bij deze groei gaat het voornamelijk niet om de sterkste variant van groei. De binnensteden waar sprake is van een afname van het aantal woningen liggen verspreid over het land.



Figuur 4.11: Procentuele verandering woningvoorraad binnensteden in de periode 2007-2017

Wanneer gekeken wordt naar de verschillen tussen binnensteden van verschillende omvang dan kan hieruit worden afgeleid dat zowel procentueel als absoluut grote binnensteden het hardst zijn gegroeid in hun woningvoorraad. In figuur 4.12 tot en met 4.14 is te zien dat de woningvoorraad in alle grote en middelgrote binnensteden is gegroeid, in een enkele kleine binnenstad is er sprake van een afname van het aantal woningen. Daarnaast is te zien dat de grote binnensteden buiten de Randstad harder gegroeid zijn in hun woningvoorraad dan de grote binnensteden in de Randstad. Procentueel gezien is de woningvoorraad van middelgrote en kleine binnensteden ongeveer even hard gestegen.



**Figuur 4.12: Procentuele verandering
woningvoorraad grote binnensteden in
de periode 2007-2017**

**Figuur 4.13: Procentuele verandering
woningvoorraad middelgrote
binnensteden in de periode 2007-2017**

**Figuur 4.14: Procentuele verandering
woningvoorraad kleine binnensteden
in de periode 2007-2017**

Een variantieanalyse is gebruikt om te achterhalen of er een verschil bestaat tussen binnensteden van een verschillende grootte en de verandering van de woningvoorraad. De resultaten van deze testen staan ook in bijlage E. Eerst is de absolute verandering van de woningvoorraad getest. Op basis van de ANOVA-test kan worden vastgesteld dat er een verschil bestaat tussen binnensteden met een andere grootteklasse en de absolute verandering van de woningvoorraad als $p \leq 0,01$. De woningvoorraad van grote binnensteden groeit gemiddeld met 1639 woningen meer dan middelgrote binnensteden en met 1852 woningen meer dan kleine binnensteden. De woningvoorraad van middelgrote binnensteden groeit gemiddeld met 214 woningen meer dan die van kleine binnensteden.

Op basis van de ANOVA-test kan worden vastgesteld dat er geen significant verschil bestaat tussen de procentuele groei van het aantal woningen en de binnensteden met een verschillende omvang.

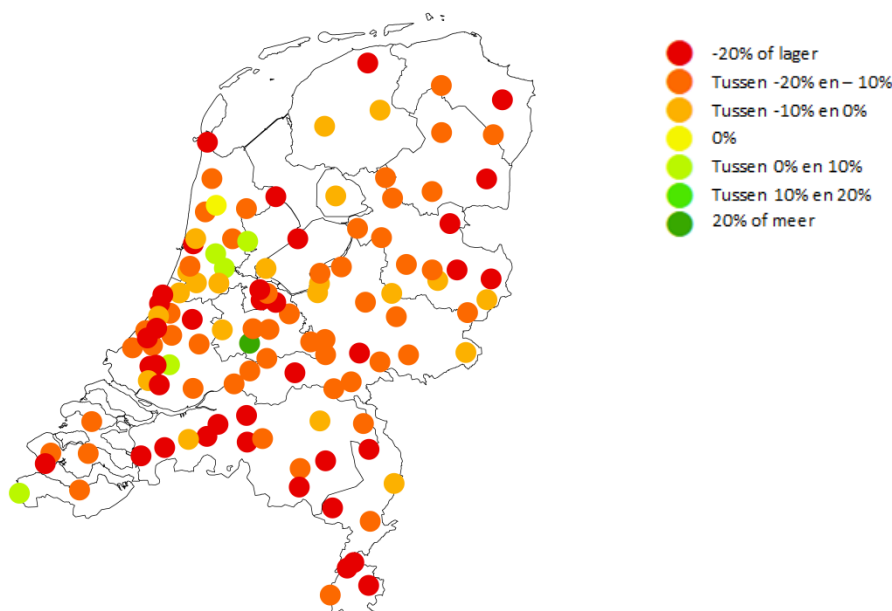
	Grote binnensteden	Middelgrote binnensteden	Kleine binnensteden
	Gem.	Gem.	Gem.
Inwoners 2007	18511,33	4817,93	3092,53
Inwoners 2017	20989,67	5338,28	3281,32
Procentuele toename inwoners	18,02	13,32	10,48
Woningvoorraad 2007	9944,67	2702,24	1639,72
Woningvoorraad 2017	12014,00	3133,03	1856,99
Procentuele toename woningvoorraad	28,26	17,60	16,78

Tabel 4.2: Verschillen woonfunctie en omvang binnensteden

4.3.2 Winkelfunctie

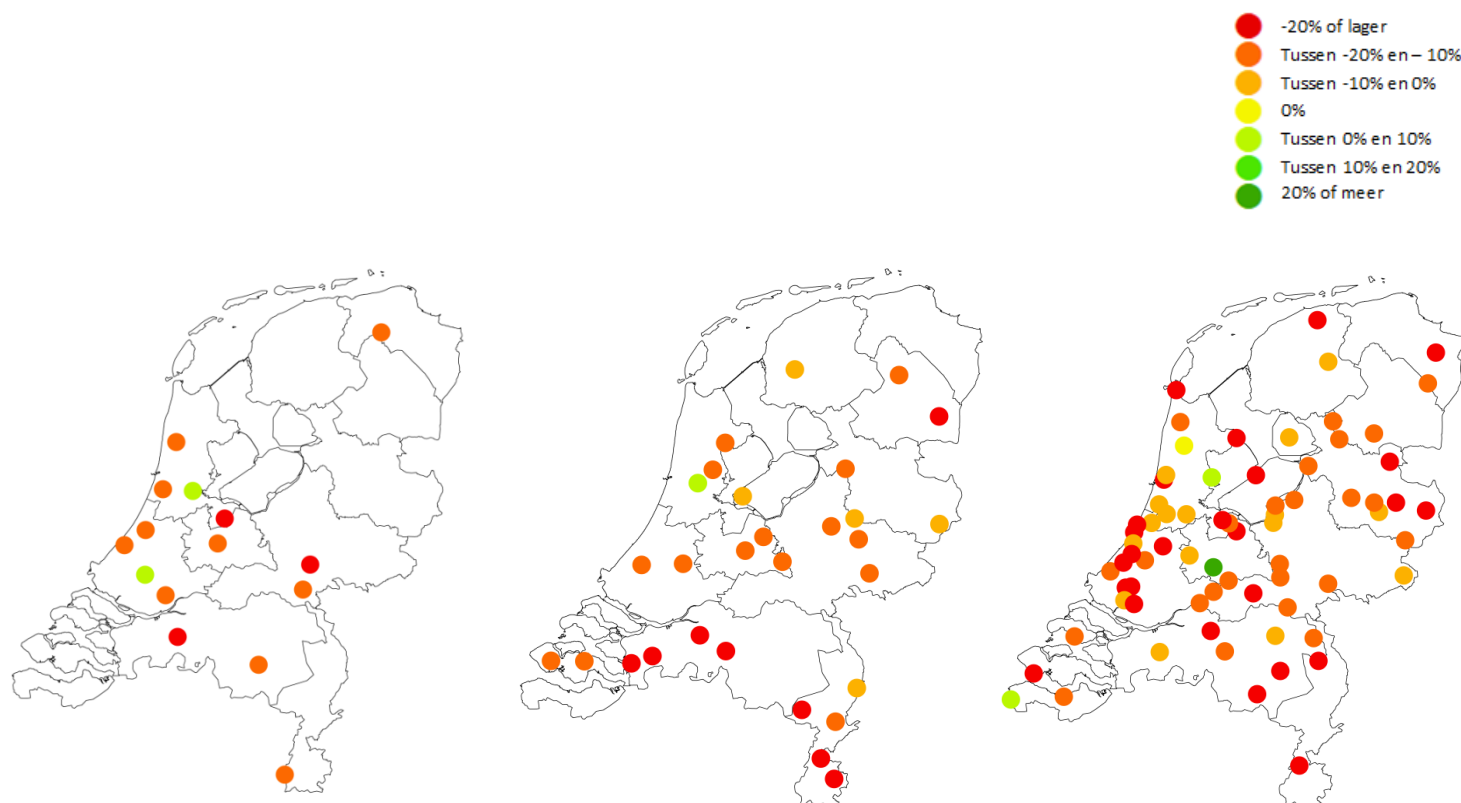
De winkelfunctie wordt gemeten aan de hand van drie verschillende variabelen. De eerste variabele is het aantal detailhandelsvestigingen in de binnenstad. Daarnaast de ontwikkeling van het totale winkelvloeroppervlakte en als laatste variabele de hoeveelheid leegstaande verkooppunten. Voor gedetailleerde informatie over de verschillen tussen de binnensteden met andere omvang kan tabel 4.3 worden geraadpleegd.

Het aantal detailhandelsvestigingen in grote, middelgrote en kleine binnensteden is tussen 2010 en 2017 afgenomen. De afname van het aantal detailhandelsvestigingen is in figuur 4.15 duidelijk zichtbaar. In Noord-Holland ligt een concentratie van binnensteden waar het aantal detailhandelsvestigingen tussen 2010 en 2017 juist is toegenomen. Gemiddeld waren er in 2010 264 detailhandel verkooppunten in de binnensteden. Dit aantal is afgenomen tot 226 detailhandelsvestigingen in 2017. De gemiddelde absolute afname van het aantal verkooppunten is 38 winkelvevestigingen per binnenstad. De gemiddelde procentuele afname is 15,0%.



Figuur 4.15: Procentuele verandering aantal detailhandelsvestigingen binnensteden in de periode 2010-2017

De verandering van het absolute aantal winkelvevestigingen is evenredig aan de grootte van de binnensteden. Dit houdt in dat de absolute afname van het aantal verkooppunten in detailhandel in grote binnensteden het grootst is. In figuur 4.16, 4.17 en 4.18 is de ontwikkeling van de detailhandelsvestigingen in binnensteden met een verschillende omvang weergegeven. Opvallend in figuur 4.17 is dat een sterke afname van het aantal detailhandelsvestigingen in middelgrote binnensteden in het zuiden van Nederland plaatsvindt. Zowel in de grote, middelgrote als kleine binnensteden zijn enkele binnensteden te vinden waar het aantal detailhandelsvestigingen is gegroeid en daarnaast is eenzelfde patroon te zien bij alle drie de type binnensteden. De algemene trend in alle binnensteden van diverse omvang is dat het aantal winkelvevestigingen is afgenomen. De gemiddelde procentuele afname van het aantal winkelvevestigingen is nagenoeg gelijk bij grote, middelgrote en kleine binnensteden en ligt tussen de 14,4% en 15,2%.



Figuur 4.16: Procentuele verandering winkelvevestigingen grote binnensteden in de periode 2010-2017

Figuur 4.17: Procentuele verandering winkelvevestigingen middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017

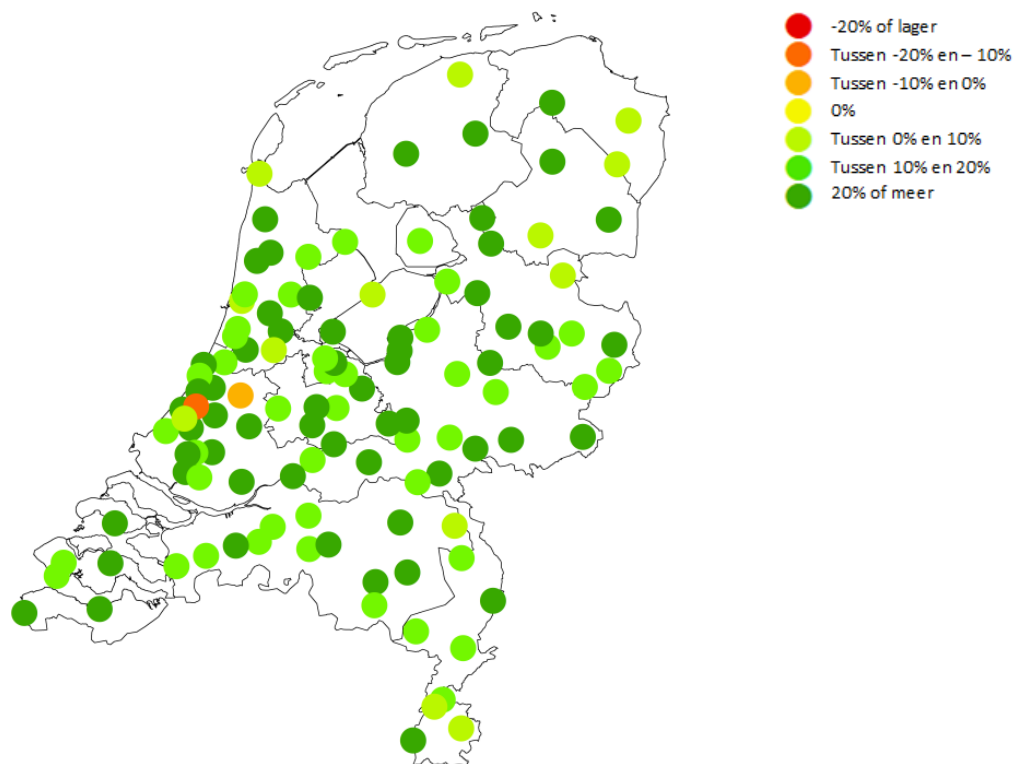
Figuur 4.18: Procentuele verandering winkelvevestigingen kleine binnensteden in de periode 2010-2017

Een ANOVA-test zal gebruikt worden om te toetsen of bovenstaande verschillen tussen binnensteden van verschillende omvang significant zijn (zie bijlage E voor de resultaten). Wanneer $p \leq 0,01$ is dan kan worden vastgesteld dat de absolute verandering van het aantal winkelvevestigingen verschilt tussen grote, middelgrote en kleine binnensteden. De afname van het aantal winkelvevestigingen is in grote binnensteden gemiddeld 35 verkooppunten meer dan in middelgrote binnensteden en 56 verkooppunten meer dan in kleine binnensteden. De afname van het aantal winkelvevestigingen in detailhandel is in middelgrote binnensteden gemiddeld 21 panden meer dan in kleine binnensteden.

Naast de absolute verandering van het aantal winkelvevestigingen in detailhandel in binnensteden is de procentuele verandering van het aantal winkelvevestigingen in detailhandel geanalyseerd. Het blijkt uit de ANOVA-test dat er geen significant verschil bestaat tussen binnensteden met een andere omvang en de procentuele ontwikkeling van het aantal verkooppunten in detailhandel.

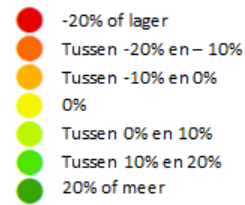
De tweede variabele is de verandering van het totale winkelvloeroppervlakte, inclusief leegstaand winkelvloeroppervlakte. Wat opvalt aan figuur 4.19 is dat het aantal winkelvloeroppervlakte in binnensteden in het gehele land is gegroeid in de periode van 2010 tot en met 2017. Dit terwijl het aantal detailhandelsvestigingen in binnensteden juist is afgenomen, zoals in figuur 4.15 te zien is. Een toename van het aantal winkelvloeroppervlakte bij een afname van het aantal detailhandelsvestigingen kan betekenen dat het aantal winkelvloeroppervlakte dat leegstaat is toegenomen en/of dat de gemiddelde winkelloeroppervlakte per winkel is toegenomen. De hoeveelheid winkelvloeroppervlakte is in de afgelopen zeven jaar toegenomen van gemiddeld 54085 m² naar

67669 m². Hierbij gaat het absoluut om een gemiddelde toename van 13583 m² winkelvloeroppervlakte in binnensteden. De procentuele toename is gemiddeld 23,1%.

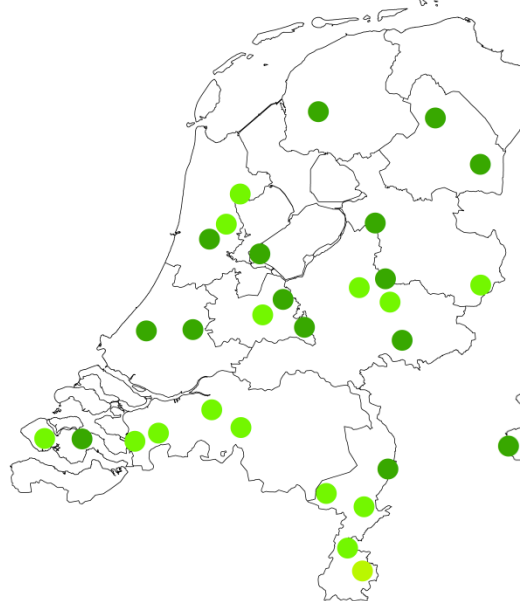


Figuur 4.19: Procentuele verandering winkelvloeroppervlakte binnensteden in de periode 2010-2017

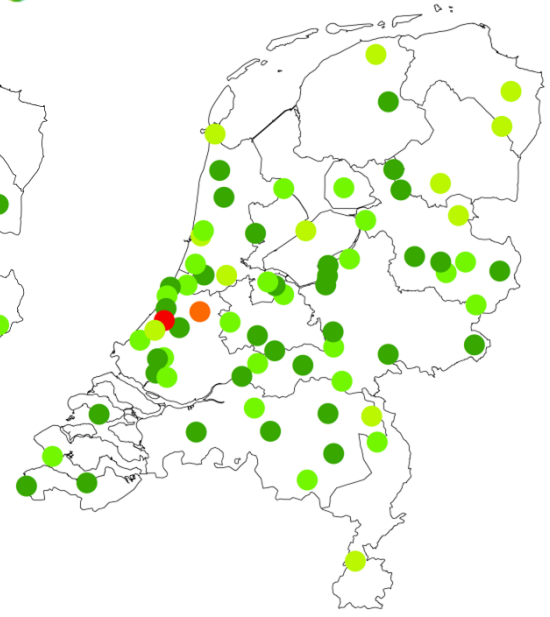
De hoeveelheid winkelvloeroppervlakte is in alle binnensteden toegenomen, waarbij het aantal in grote binnensteden het sterkst is toegenomen, namelijk met bijna 30%. Onderstaande figuren 4.20, 4.21, 4.22 laten zien dat verhoudingsgewijs het aantal binnensteden met de grootste toename van winkelvloeroppervlakte in grote binnensteden het grootst is. Daarnaast zijn de twee binnensteden met een afname van het aantal winkelvloeroppervlakte beide kleine binnensteden.



Figuur 4.20: Procentuele verandering winkelvloeroppervlakte grote binnensteden in de periode 2010-2017



Figuur 4.21: Procentuele verandering winkelvloeroppervlakte middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017

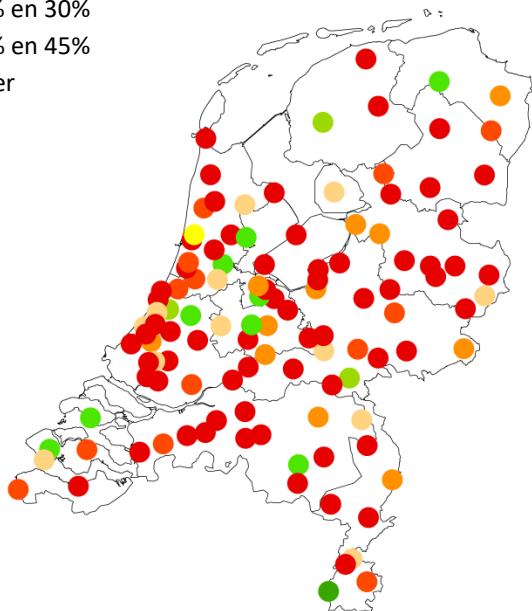
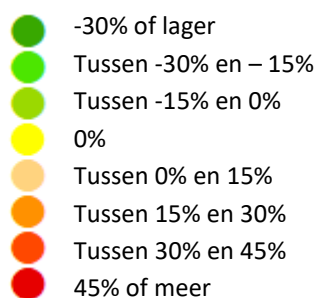


Figuur 4.22: Procentuele verandering winkelvloeroppervlakte kleine binnensteden in de periode 2010-2017

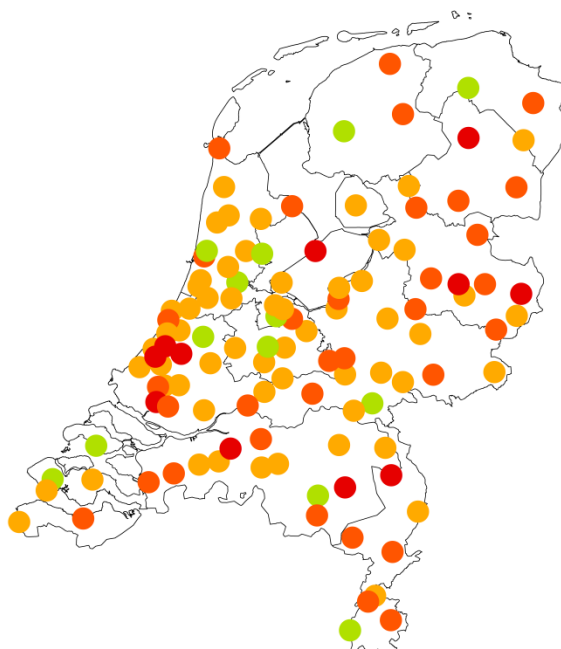
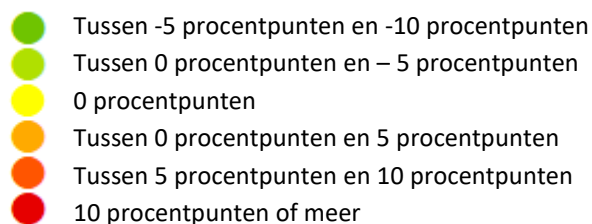
Om de verschillen tussen de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlakte en de binnensteden met verschillende omvang te toetsen, wordt een ANOVA-test gebruikt. Het blijkt dat er een verschil bestaat tussen de absolute verandering van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte in verschillende binnensteden als $p \leq 0,01$. Er kan worden opgemaakt dat de toename van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte in middelgrote en grote binnensteden significant groter is in vergelijking met dat van kleine binnensteden. Grote binnensteden hebben gemiddeld een grotere toename van 38559 m² winkelvloeroppervlakte en middelgrote binnensteden een gemiddelde grotere toename van 7055 m².

De procentuele verandering van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte blijkt op basis van een ANOVA-test niet significant te verschillen.

De leegstand in het aantal verkooppunten is de afgelopen jaren toegenomen. In 2010 was het aantal leegstaande verkooppunten in binnensteden gemiddeld 32 panden, dit aantal is toegenomen tot een gemiddeld aantal van 46 leegstaande verkooppunten. Hierbij gaat het om een gemiddelde procentuele toename van het aantal leegstaande verkooppunten van 81%. De absolute toename van het aantal leegstaande verkooppunten is gemiddeld 14 panden. In figuur 4.23 is te zien dat de meeste binnensteden te maken hebben met een toename van het aantal leegstaande verkooppunten. In het zuiden van Noord-Holland, het noorden van Zuid-Holland en Utrecht zijn enkele binnensteden geclusterd waarvan de leegstaande verkooppunten tussen 2010 en 2017 is gedaald. Figuur 4.24 geeft daarnaast weer in hoeverre het percentage in leegstaande verkooppunten in procentpunten is veranderd tussen 2010 en 2017. Dit laat eenzelfde patroon zien als het patroon in figuur 4.23. Het percentage leegstaande verkooppunten is van gemiddeld 6,51% in 2010 toegenomen tot 10,98% in 2017.

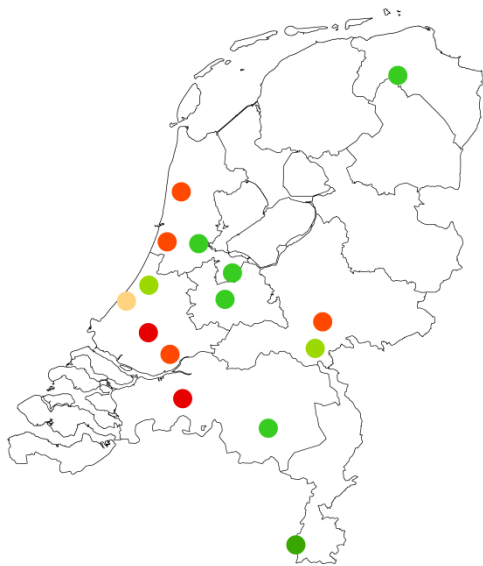
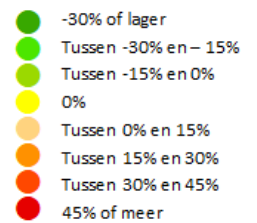


Figuur 4.23: Procentuele verandering aantal leegstaande verkooppunten in binnensteden in de periode 2010-2017

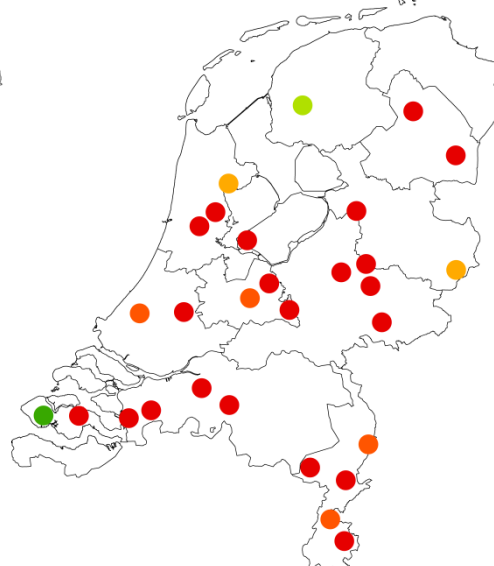


Figuur 4.24: Verandering percentage leegstaande verkooppunten in binnensteden in procentpunten in de periode 2010-2017

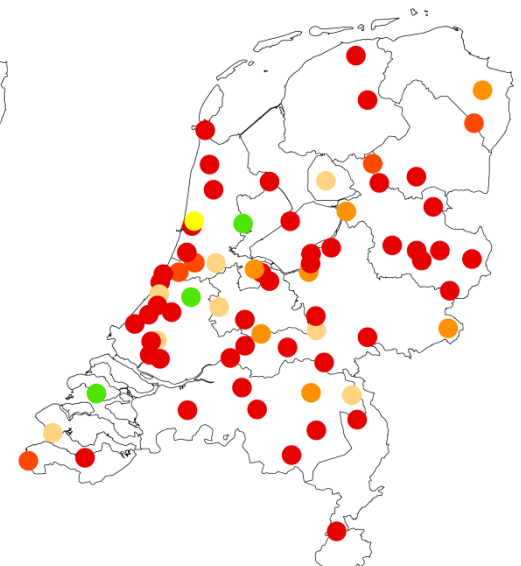
Wanneer er gekeken wordt naar de verschillen tussen leegstand in binnensteden met een andere omvang dan blijkt dat de leegstand in grote binnensteden met gemiddeld 3 panden is toegenomen. In middelgrote en kleine binnensteden liggen deze aantallen hoger, hier is de leegstand gemiddeld met respectievelijk 21 en 13 panden toegenomen. De procentuele toename van het aantal leegstaande verkooppunten ligt voor grote binnensteden dan ook lager dan voor de binnensteden van een andere omvang. In figuur 4.25, 4.26, 4.27 is de procentuele verandering van het aantal leegstaande verkooppunten in Nederland per categorie binnenstad weergegeven. Hieruit blijkt dat meer dan de helft van de grote binnensteden te maken heeft met een procentuele afname van het aantal leegstaande verkooppunten terwijl dit in middelgrote en kleine binnensteden niet het geval is.



Figuur 4.25: Procentuele verandering aantal leegstaande verkooppunten in grote binnensteden in de periode 2010-2017



Figuur 4.26: Procentuele verandering aantal leegstaande verkooppunten in middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017



Figuur 4.27: Procentuele verandering aantal leegstaande verkooppunten in kleine binnensteden in de periode 2010-2017

Met behulp van een ANOVA-test wordt bepaald of er significante verschillen bestaan tussen binnensteden van verschillende groottes. Er kan worden vastgesteld dat er een significant verschil bestaat tussen de absolute ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten tussen 2010 en 2017 in grote, middelgrote en kleine binnensteden, wanneer $p \leq 0,05$. De absolute verandering van het aantal leegstaande verkooppunten tussen middelgrote en grote binnensteden is significant verschillend. De toename van het aantal leegstaande verkooppunten in grote binnensteden is gemiddeld 18 panden minder dan de toename van het aantal leegstaande verkooppunten in middelgrote binnensteden.

Naast de absolute verandering van de leegstand is de procentuele verandering van het aantal leegstaande verkooppunten vergeleken. Op basis van een ANOVA-test kan worden vastgesteld dat de procentuele verandering tussen de binnensteden met een verschillende omvang verschilt wanneer $p \leq 0,05$. Er kan worden vastgesteld dat de procentuele toename van het aantal leegstaande verkooppunten in kleine binnensteden gemiddeld 93% groter is dan in grote binnensteden. Daarnaast blijkt dat de procentuele toename van het aantal leegstaande verkooppunten in middelgrote binnensteden gemiddeld met 60% meer toeneemt dan in grote binnensteden. Tussen middelgrote en kleine binnensteden bestaat geen significant verschil.

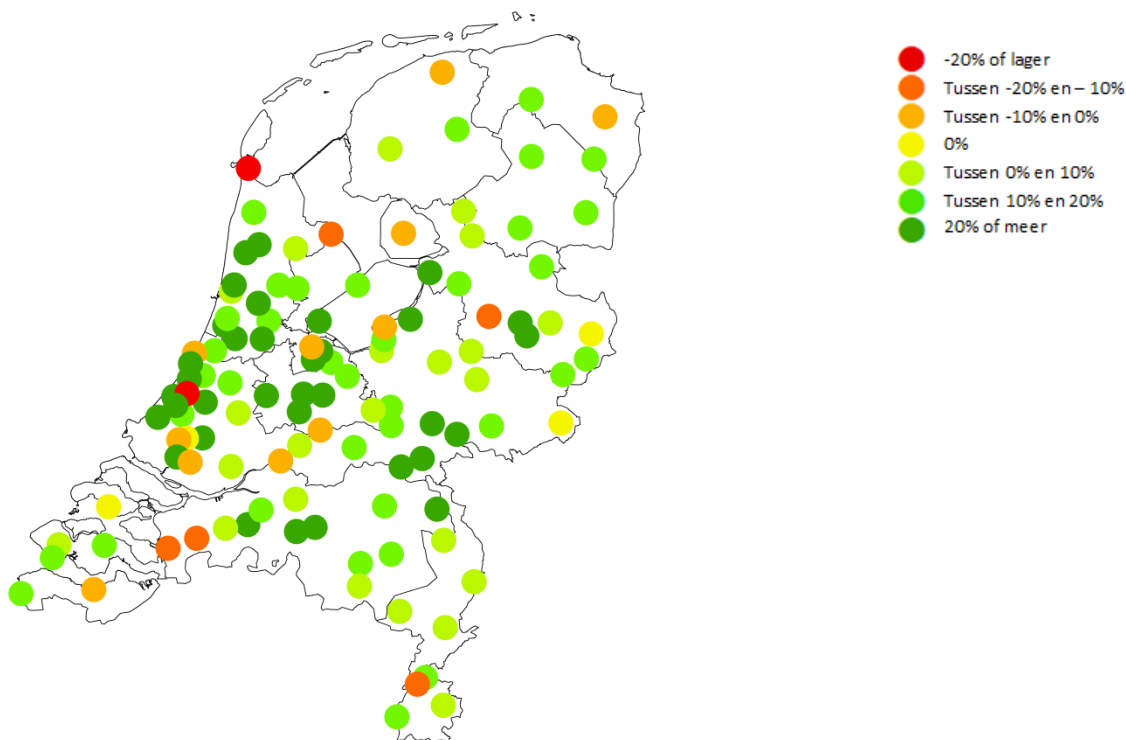
Als laatst kan worden vastgesteld dat de verandering van het percentage leegstaande verkooppunten, in procentpunten, tussen binnensteden met een verschillende omvang verschilt als $p \leq 0,01$. Grote binnensteden hebben gemiddeld een kleinere toename van het percentage leegstaande verkooppunten dan middelgrote binnensteden (3,7 procentpunten) en dan kleine binnensteden (4,5 procentpunten).

	Grote binnensteden	Middelgrote binnensteden	Kleine binnensteden
	Gem.	Gem.	Gem.
WVO 2010	129526,27	65396,31	33527,31
WVO 2017	174860,40	79225,83	40302,18
Procentuele toename WVO	29,79	21,76	22,31
VKP detailhandel 2010	688,60	300,41	159,44
VKP detailhandel 2017	607,20	254,03	134,07
Procentuele afname VKP detailhandel	-14,44	-15,19	-14,96
Leegstand VKP 2010	75,33	41,52	19,11
Leegstand VKP 2017	77,87	62,34	32,66
Procentuele toename leegstand VKP	8,88	68,87	101,55
Percentage leegstaande VKP 2010	6,11	7,43	6,21
Percentage leegstaande VKP 2017	6,88	11,88	11,49
Toename percentage leegstaande VKP in procentpunten	0,77	4,45	5,28

Tabel 4.3: Winkelfunctie en omvang binnensteden

4.3.3 Functiemix

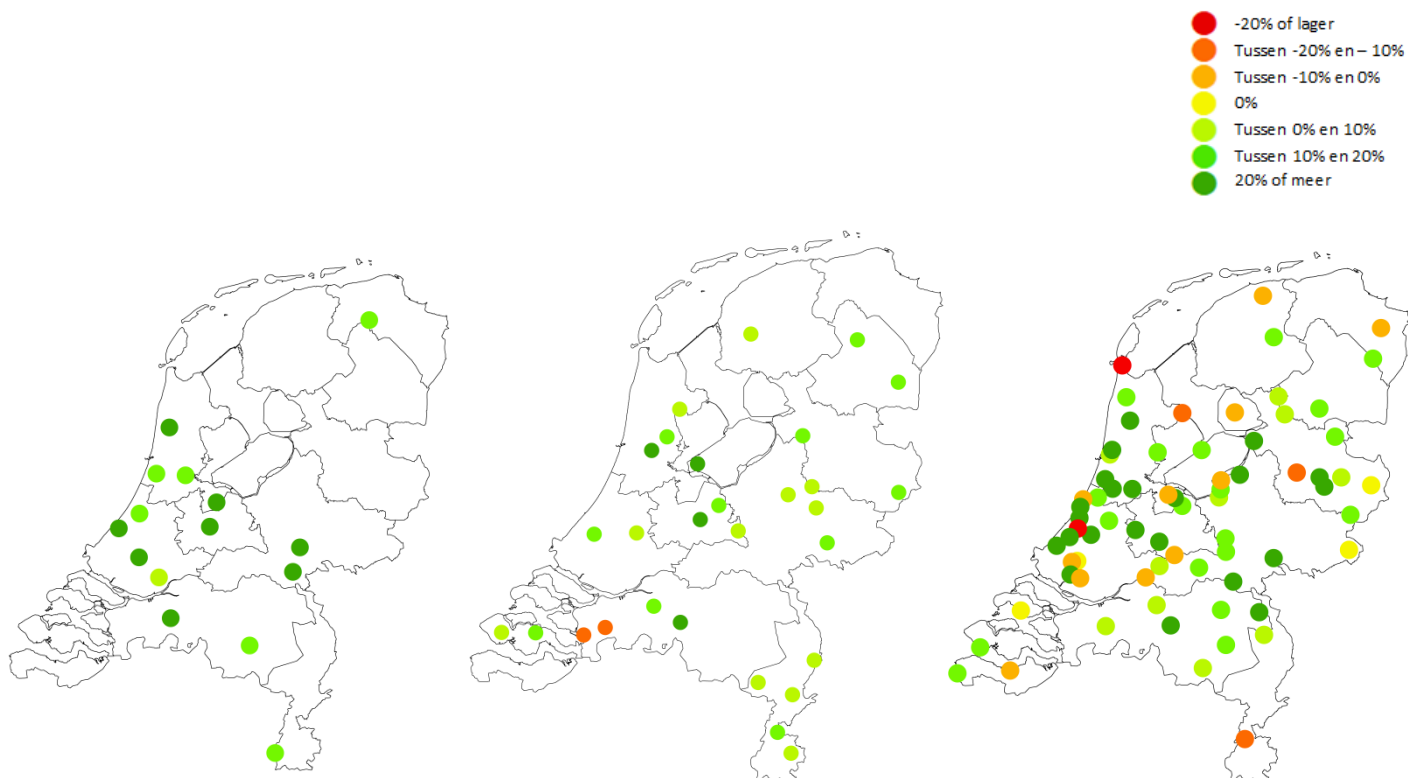
Aan de hand van drie variabelen wordt bekeken in hoeverre de functiemix in de binnensteden met verschillende omvang is veranderd. Hiervoor wordt het aantal horeca verkooppunten, dienstverlening verkooppunten en het aandeel dienstverlening en leisure verkooppunten ten opzichte van het aantal winkelvevestigingen gebruikt.



Figuur 4.28: Procentuele verandering aantal horeca verkooppunten in binnensteden in de periode 2010-2017

Het aantal horeca verkooppunten is in binnensteden tussen 2010 en 2017 gemiddeld met 14,9% toegenomen. In figuur 4.28 is te zien dat de algemene tendens een toename van het aantal horeca verkooppunten is. Het aantal horeca verkooppunten in 2010 was gemiddeld 94 en dit is tot en met 2017 gegroeid tot gemiddeld 107 horeca verkooppunten per binnenstad. De gemiddelde absolute toename van het aantal horeca vestigingen is 13 verkooppunten. In figuur 4.28 is te zien dat in de meeste binnensteden sprake is van een toename van het aantal horeca verkooppunten.

Zowel de absolute als de procentuele toename van het aantal horeca verkooppunten is het grootst in de grote binnensteden. Opvallend is dat de procentuele toename van het aantal horeca verkooppunten in kleine binnensteden groter is dan dat van middelgrote binnensteden, respectievelijk 15,13% en 11,76%. In figuur 4.29 is te zien dat in alle grote binnensteden het aantal horeca verkooppunten de afgelopen jaren is gegroeid. In bijna alle middelgrote binnensteden (figuur 4.30) is er sprake van een toename van het aantal horeca verkooppunten, behalve twee binnensteden in West-Brabant. In kleine binnensteden liggen de binnensteden waar het aantal horeca verkooppunten is afgenomen verspreid over het land.



Figuur 4.29: Procentuele verandering aantal horeca verkooppunten in grote binnensteden in de periode 2010-2017

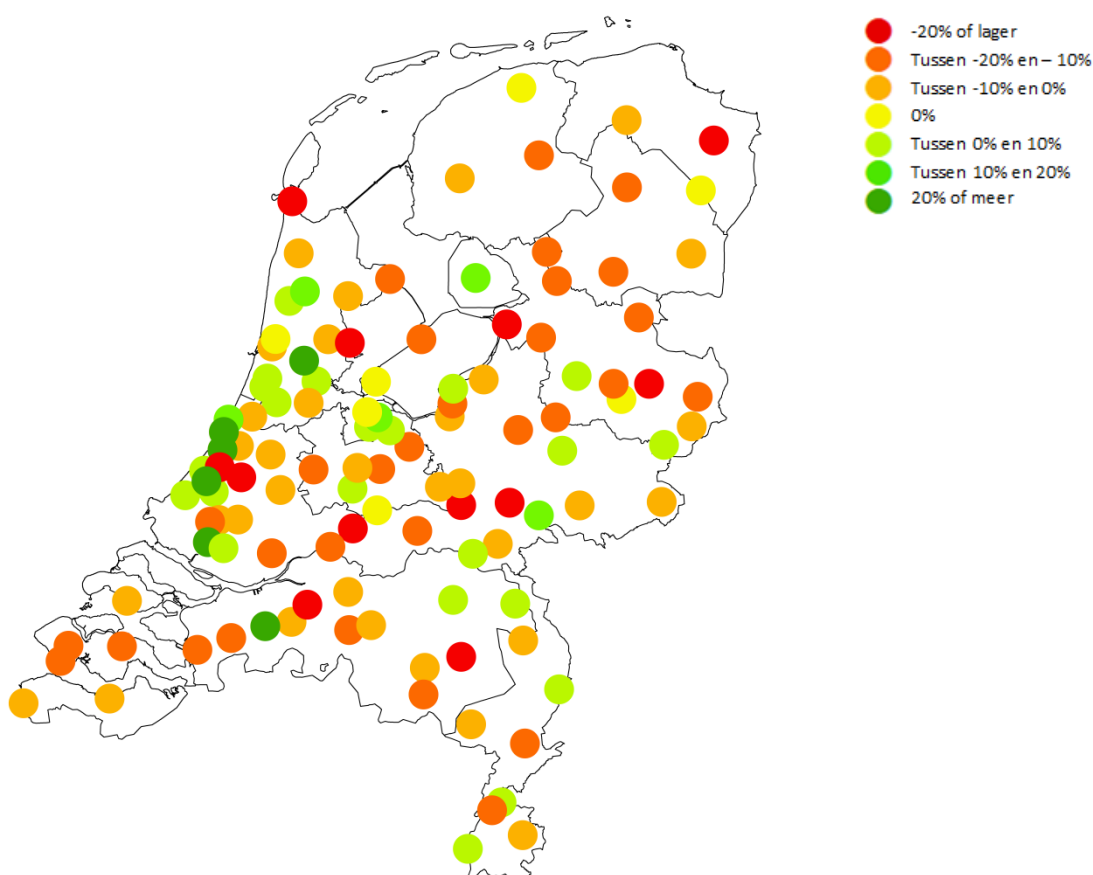
Figuur 4.30: Procentuele verandering aantal horeca verkooppunten in middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017

Figuur 4.31: Procentuele verandering aantal horeca verkooppunten in kleine binnensteden in de periode 2010-2017

De absolute verandering van het aantal horeca verkooppunten in binnensteden met een verschillende omvang blijkt op basis van een ANOVA-test significant wanneer $p \leq 0,01$. De ontwikkeling van horeca verkooppunten blijkt in grote binnensteden met gemiddeld 51 panden groter te zijn dan de ontwikkeling van middelgrote binnensteden. Daarnaast blijkt de ontwikkeling van het aantal horeca vestigingen van grote binnensteden significant te verschillen met die van kleine binnensteden. In grote binnensteden is de ontwikkeling gemiddeld 59 panden groter dan in kleine binnensteden. Als laatst blijkt dat er ook een significant verschil bestaat tussen middelgrote en kleine binnensteden. De ontwikkeling in middelgrote binnensteden blijkt gemiddeld 8 verkooppunten in horeca groter dan in kleine binnensteden.

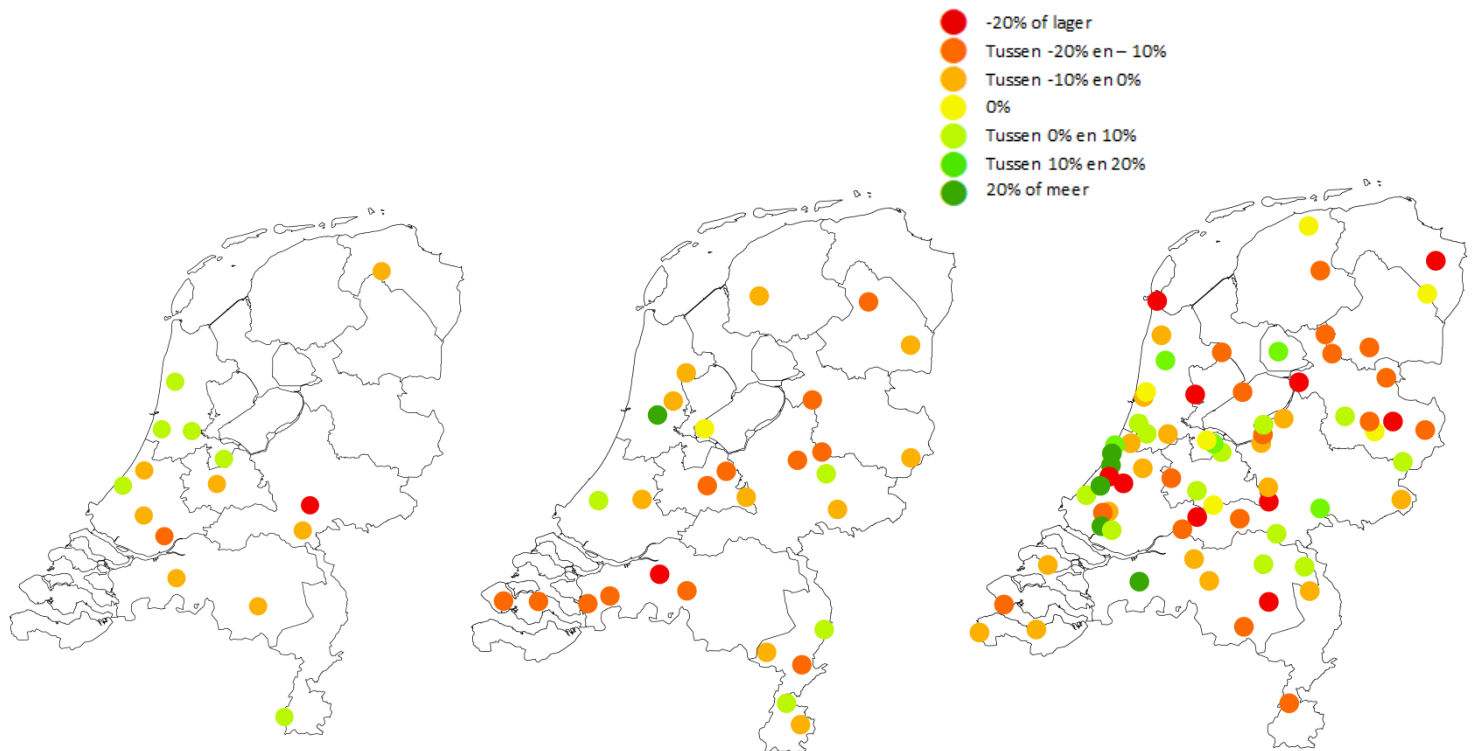
De procentuele verandering van het aantal horeca verkooppunten blijkt op basis van een ANOVA-test niet significant te verschillen tussen grote, middelgrote en kleine binnensteden.

Het aantal verkooppunten in dienstverlening is in binnensteden tussen 2010 en 2017 afgenomen. In 2010 waren er gemiddeld 77 verkooppunten. Dit aantal is in 2017 afgenomen tot gemiddeld 73 verkooppunten. De gemiddelde absolute afname van het aantal verkooppunten in dienstverlening is 4. De gemiddelde procentuele verandering is een afname van 5,1% van het aantal verkooppunten in dienstverlening. Figuur 4.32 laat zien dat er in binnensteden een gemengd beeld is van binnensteden waar het aantal verkooppunten in dienstverlening is toegenomen of juist afgenomen. Aan de kustlijn bij Zuid-Holland is een cluster binnensteden te vinden waar een (sterke) toename van het aantal dienstverlening verkooppunten te vinden is. De noordelijke provincies en Zeeland zijn gebieden waar enkel krimp in het aantal dienstverleningsverkooppunten te vinden is.



Figuur 4.32: Procentuele verandering aantal dienstverlening verkooppunten in binnensteden in de periode 2010-2017

De afname van het aantal verkooppunten in dienstverlening is in binnensteden van iedere omvang het geval. Zowel de absolute als relatieve afname van verkooppunten in dienstverlening is klein en verschilt niet veel tussen de binnensteden met een verschillende omvang. In onderstaande figuren 4.33, 4.34, 4.35 is te zien dat vooral in kleine binnensteden aan de kust bij Zuid-Holland een sterke toename van het aantal verkooppunten in de dienstverleningen te vinden is. Daarnaast blijkt dat grote binnensteden in Noord-Holland allemaal een toename van het aantal verkooppunten in dienstverlening in hun binnenstad hebben.



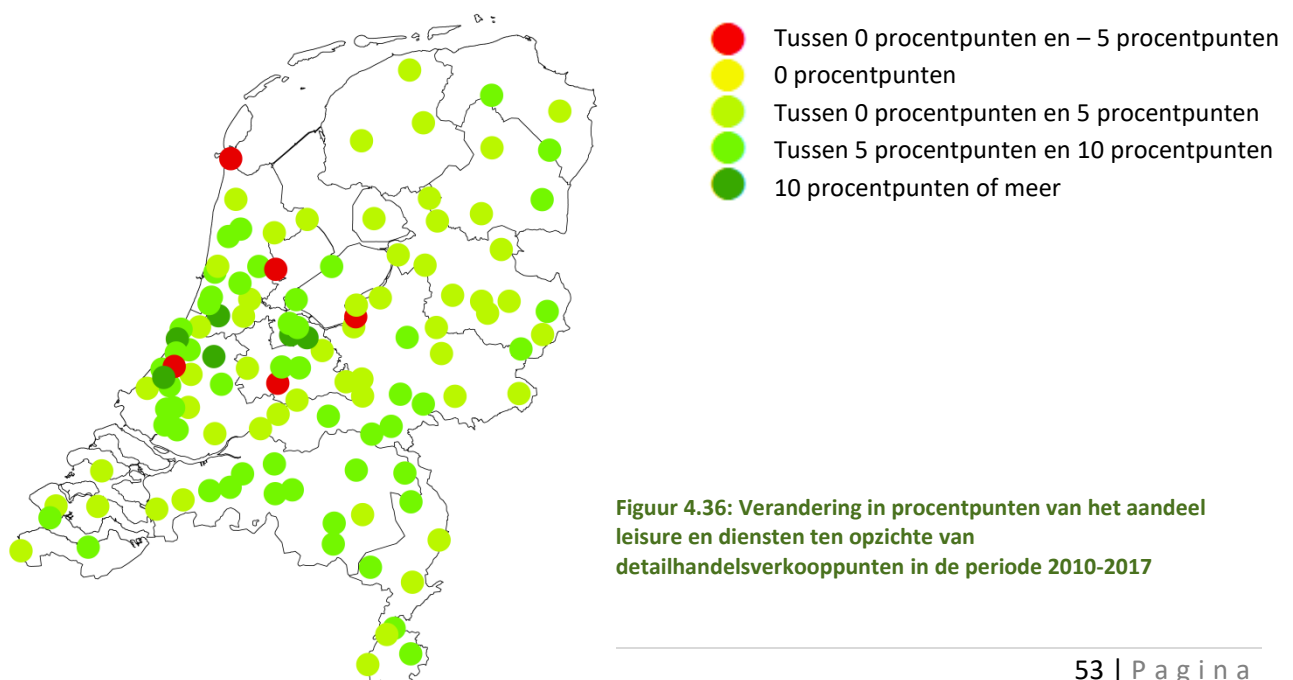
Figuur 4.33: Procentuele verandering aantal dienstverlening verkooppunten in grote binnensteden in de periode 2010-2017

Figuur 4.34: Procentuele verandering aantal dienstverlening verkooppunten in middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017

Figuur 4.35: Procentuele verandering aantal dienstverlening verkooppunten in kleine binnensteden in de periode 2010-2017

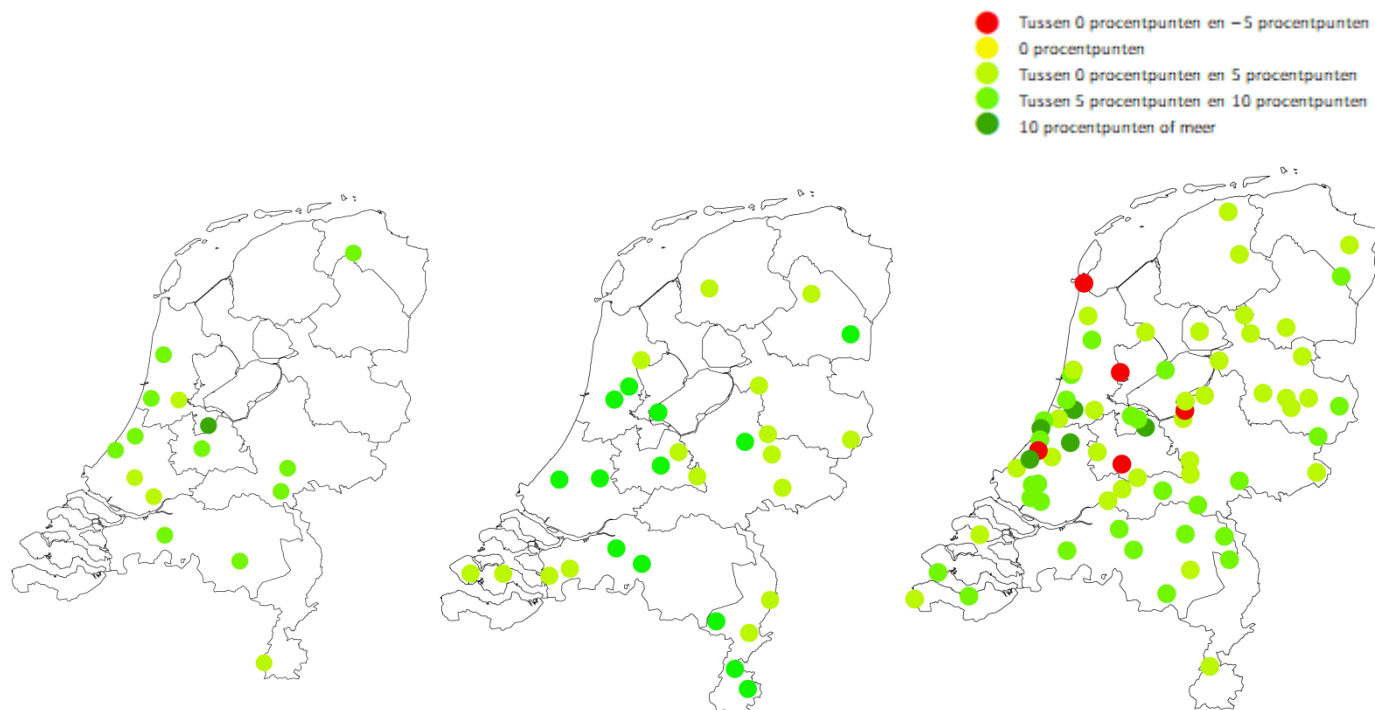
Zowel de absolute als de procentuele verandering van het aantal dienstverlening verkooppunten blijkt op basis van een ANOVA-test niet significant te verschillen tussen binnensteden met een verschillende omvang.

Het aandeel verkooppunten in leisure (horeca, cultuur en ontspanning) en diensten ten opzichte van het aantal detailhandel verkooppunten is tussen 2010 en 2017 toegenomen. In 2010 was het aandeel 37,9% en in 2017 42,7%. De gemiddelde toename is 4,8 procentpunten. In onderstaande figuur 4.36 is te zien dat slechts in een beperkt aantal binnensteden het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandel is gekrompen, in deze steden is de functiemix afgenomen.



Figuur 4.36: Verandering in procentpunten van het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandelsverkooppunten in de periode 2010-2017

In binnensteden van elke omvang is het aandeel leisure en diensten ten opzichte van het aantal detailhandel toegenomen. De toename van het aantal procentpunten is voor grote binnensteden 6 en voor kleine en middelgrote binnensteden 5, en verschilt dus niet sterk. In figuur 4.37, 4.38 en 4.39 is te zien dat in alle grote en in alle middelgrote binnensteden de functiemix is toegenomen. De binnensteden waar de functiemix is afgenomen zijn allemaal kleine binnensteden.



Figuur 4.37: Verandering in procentpunten van het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandelsverkooppunten in grote binnensteden in de periode 2010- 2017

Figuur 4.38: Verandering in procentpunten van het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandelsverkooppunten in middelgrote binnensteden in de periode 2010-2017

Figuur 4.39: Verandering in procentpunten van het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandelsverkooppunten in kleine binnensteden in de periode 2010-2017

De verandering in het aantal procentpunten en de procentuele verandering van het aandeel leisure en diensten ten opzichte van detailhandel blijkt op basis van een ANOVA-test niet significant te verschillen tussen grote, middelgrote en kleine binnensteden.

	Grote binnensteden	Middelgrote binnensteden	Kleine binnensteden
	Gem.	Gem.	Gem.
Horeca VKP 2010	354,13	97,41	38,62
Horeca VKP 2017	416,47	109,17	42,34
Procentuele toename Horeca VKP	19,47	12,48	14,92
Diensten VKP 2010	202,60	86,62	46,85
Diensten VKP 2017	200,87	80,34	43,46
Procentuele afname Diensten VKP	-2,57	-5,99	-5,29
% VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel 2010	44,62	39,59	35,78
% VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel 2017	50,64	44,33	40,33
Toename aandeel VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel (procentpunten)	6,01	4,74	4,56

Tabel 4.4: Functiemix en omvang binnensteden

	Gemiddelde	Minimum	Maximum	Standaarddeviatie
<i>Omvang binnensteden</i>				
Grote binnenstad	0,13	0,00	1,00	0,34
Middelgrote binnenstad	0,25	0,00	1,00	0,44
Kleine binnenstad	0,62	0,00	1,00	0,49
<i>Geografische ligging</i>				
Randstad	0,36	0,00	1,00	0,48
Intermediair	0,40	0,00	1,00	0,49
Periferie	0,24	0,00	1,00	0,43
<i>Ontwikkelingen in binnensteden</i>				
Inwoners binnensteden 2007	5538,26	70,00	81700,00	8604,50
Inwoners binnensteden 2017	6124,26	60,00	86395,00	9299,57
Ontwikkeling inwoners binnensteden (absoluut)	586,00	-1660,00	6585,00	1014,24
Ontwikkeling inwoners binnensteden (%)	12,18	-53,38	165,22	20,22
Woningvoorraad 2007	2990,91	40,00	48590,00	4915,90
Woningvoorraad 2017	3503,60	41,00	54060,00	5572,55
Ontwikkeling woningvoorraad (absoluut)	512,69	-697,00	5470,00	822,45
Ontwikkeling woningvoorraad (%)	18,49	-43,16	127,88	19,16
Winkelvestigingen (VKP in detailhandel) 2010	264,01	86,00	2040,00	226,43
Winkelvestigingen (VKP in detailhandel) 2017	226,03	91,00	2046,00	216,87
Ontwikkeling winkelvestigingen (absoluut)	-37,97*	-133,00	30,00	30,61
Ontwikkeling winkelvestigingen (%)	-14,95*	-38,93	34,88	9,75
Winkelvloeroppervlakte 2010	54085,44	13595,00	251907,00	38475,58
Winkelvloeroppervlakte 2017	67668,78	19271,00	475075,00	58273,41
Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte (absoluut)	13583,34	-5987,00	223168,00	23106,25
Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte (%)	23,15	-13,80	142,61	18,56
Leegstand verkooppunten 2010	32,10	3,00	127,00	26,12
Leegstand verkooppunten 2017	46,04	5,00	129,00	27,91
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (absoluut)	13,95	-46,00	53,00	15,43
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (%)	81,22	-36,22	540,00	98,39
Percentage leegstaande verkooppunten 2010	6,51	1,29	20,77	3,07
Percentage leegstaande verkooppunten 2017	10,99	1,58	24,48	5,01
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (in procentpunten)	4,48	-2,90	18,03	3,79
Horecavestigingen 2010	94,60	10,00	1736,00	173,65
Horecavestigingen 2017	107,99	11,00	1955,00	198,51
Ontwikkeling horecavestigingen (absoluut)	13,39	-19,00	219,00	27,57
Ontwikkeling horecavestigingen (%)	14,90	-54,17	120,00	21,59
Dienstverlening 2010	77,19	12,00	642,00	70,50
Dienstverlening 2017	73,30	11,00	684,00	73,22
Ontwikkeling dienstverlening (absoluut)	-3,90*	-29,00	43,00	10,28
Ontwikkeling dienstverlening (%)	-5,10*	-45,83	67,19	14,59
Leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen 2010	37,89	17,01	56,66	6,14
Leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen 2017	42,69	20,87	58,63	6,53
Ontwikkeling leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen (in procentpunten)	4,80	-4,26	12,12	2,84
Ontwikkeling leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen (%)	13,24	-16,94	64,76	9,78
<i>* Negatieve ontwikkeling doorgemaakt</i>				

Tabel 4.5: Samenvatting van beschrijvende statistiek afhankelijke en onafhankelijke variabelen

4.4 Verschillen tussen binnensteden getoetst

In deze paragraaf is, als slot van het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek, door middel van regressieanalyses data geanalyseerd. Het analyseren van data door middel van regressieanalyses wordt gedaan omdat er verwacht wordt dat er een causaal verband bestaat tussen de afhankelijke en de onafhankelijke/controle variabelen (De Vocht, 2015). Er wordt per afhankelijke variabele een eigen multipele regressieanalyse uitgevoerd. Deze multipele regressie analyses bestaan allemaal uit 3 modellen. In het eerste model worden de binnensteden uit heel Nederland meegenomen. In model 2 worden alleen de binnensteden uit de Randstad meegenomen en in model 3 juist de binnensteden die niet in de Randstad gelegen zijn. Omdat de onbewerkte data niet aan alle vijf de veronderstellingen van een multipele regressieanalyse voldoet, en transformatie van de gegevens niet het gewenste resultaat oplevert, is er voor gekozen om gebruik te maken van een growth rate. Deze growth rate is gebaseerd op eerder gedaan onderzoek van De Vor en De Groot (2008) en wordt berekend met de volgende formule:

$$\text{Growth rate} = 100 * \ln(X\text{-nieuw}/X\text{-oud}) / Y$$

Hierbij is X-nieuw de hoeveelheid eenheden van de afhankelijke variabele in het meest recente jaar en X-oud de hoeveelheid eenheden van de afhankelijke variabele in het minst recente jaar. Vervolgens wordt dit gedeeld door het aantal jaren gelegen tussen x-nieuw en x-oud. Op deze manier wordt er ook gecorrigeerd voor het ontbreken van data in 2007.

Voordat een multipele regressieanalyse uitgevoerd mag worden moet gekeken worden of er wordt voldaan aan de vooronderstellingen van de multipele regressieanalyse. Het gaat hierbij om de volgende vooronderstellingen (De Vocht, 2015, p. 193):

1. Alle variabelen moeten van interval- of ratio meetniveau zijn. Is dit niet het geval dan moet gebruik worden gemaakt van dummy-variabelen.
2. Op basis van de theorie moet het verband tussen iedere afhankelijke en onafhankelijke variabele causaal zijn.
3. Verschillende onafhankelijke variabelen in het model mogen niet (ongeveer) hetzelfde meten. Dit heet multicollineariteit.
4. Het model moet lineair zijn. Dit kan worden getoetst aan de hand van residuen.
5. Het model moet homoscedastisch zijn, dit houdt in dat de residuen normaal en evenwichtig verdeeld zijn.

De vijf veronderstellingen worden in deze paragraaf ieder apart doorgenomen. Het bestaan van meerdere afhankelijke variabelen zorgt ervoor dat deze vooronderstellingen voor iedere afhankelijke variabele apart moeten worden getoetst. De resultaten van deze toetsen zijn in bijlage F terug te vinden.

Zowel aan de eerste als aan de tweede vooronderstelling wordt voldaan bij de variabelen die in dit onderzoek worden meegenomen. Om aan de eerste vooronderstelling te voldoen zijn van een aantal onafhankelijke variabelen dummy-variabelen gemaakt, zoals geografische ligging en omvang van binnenstad. Om de tweede vooronderstelling aan te kunnen nemen is het onderzoek gestart met een literatuurstudie waarin de theoretisch causale verbanden tussen de variabelen zijn onderzocht en inzichtelijk gemaakt.

Om erachter te komen of er sprake is van multicollineariteit zijn de bivariate correlatiecoëfficiënten van alle paren onafhankelijke interval/ratio variabelen berekend, deze zijn terug te vinden in bijlage F. Op basis van de Pearson's R wordt bepaald in welke mate er correlatie bestaat tussen de verschillende onafhankelijke variabelen. Wanneer R groter of gelijk aan 0,9 is dan moet één van de twee variabelen uit de analyses gehaald worden omdat de onafhankelijke variabelen in dit geval te veel correleren en dus nagenoeg hetzelfde meten (De Vocht, 2015). Op basis van deze toets en de analyse hiervan worden de onafhankelijke variabelen "ontwikkeling relatief regionaal klantenpotentieel", "aantal huishoudens 2007" en "huishoudensontwikkeling" niet meegenomen in het onderzoek omdat zij correleren met één of meerdere onafhankelijke variabelen. Daarnaast wordt ook nog aan de hand van de VIF-score bepaald of er sprake is van multicollineariteit, dit is het geval wanneer deze score hoger ligt dan 10 en de tolerance kleiner is dan 0,1. Wanneer bovenstaande variabelen uit de analyse worden gehaald is er geen sprake van multicollineariteit in het model (Field, 2009).

Om de vooronderstellingen 4 en 5 te mogen aannemen moeten per afhankelijke variabelen toetsen worden uitgevoerd. Al deze toetsen zijn terug te vinden in bijlage F.

4.4.1 Wonen

De woonfunctie van de binnenstad wordt geanalyseerd aan de hand van twee afhankelijke variabelen: het aantal inwoners en het aantal woningen. Deze twee afhankelijke variabelen worden ieder in een apart regressiemodel getoetst.

In tabel 4.6 zijn de resultaten van de multiële regressie analyse te vinden waarin de variabelen getoetst worden op het wel of niet van invloed zijn op de growth rate van inwoners in de binnenstad. Als eerste wordt gekeken naar de analyse van heel Nederland, model 1. Het model is bij een $p \leq 0,05$ significant, er kan vastgesteld worden dat de variabelen van invloed zijn op de afhankelijke variabele. Het model heeft een verklaringskracht van 19,4%.

Uit de analyse blijkt dat een procentuele groei van het inkomen in de gemeente een positieve bijdrage levert aan de growth rate van het aantal inwoners in de binnenstad wanneer $p \leq 0,05$. Daarnaast kan worden gesteld dat het aantal inwoners in een gemeente in 2007 en de bevolkingsontwikkeling in een gemeente van invloed zijn op de growth rate van het aantal inwoners in een binnenstad wanneer $p \leq 0,1$. Een bevolkingsgroei in de gemeente waarin de binnenstad gelegen is, heeft een positieve invloed op de groei van het aantal inwoners in de binnenstad. Het aantal inwoners dat in 2007 in de gemeente woonde heeft echter een negatief effect op de groei van het aantal inwoners in de binnenstad.

Uit onderstaand regressiemodel kan worden opgemaakt dat de grootte van de binnenstad niet van significante invloed is op de growth rate van het aantal inwoners in de binnenstad. Dit houdt in dat de grootte van de binnenstad geen verschil maakt in de mate waarin de hoeveelheid inwoners in de binnenstad groeit. Het blijkt uit de analyse dat bevolkingscijfers en economische cijfers wel van invloed zijn.

Geografische ligging

Wanneer de binnensteden in de Randstad (model 2) vergeleken worden met de binnensteden buiten de Randstad (model 3) dan blijkt in beide gevallen dat de grootte van de binnenstad geen invloed heeft op de ontwikkeling van het aantal inwoners in deze binnensteden.

Model: growth rate inwoners	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	-1,09	-14,73	5,21
Dummy middelgrote binnenstad	-0,42	-0,19	-0,41
Dummy kleine binnenstad	-0,75	-1,05	-0,58
Dummy intermediair	-0,09	-	-
Dummy periferie	0,19	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	-0,04	0,35**	-0,05
Verandering 65- plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,06	0,56*	0,11
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	-4,91E-06**	-7,011E-07	8,742E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,12**	0,20*	0,14**
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	0,01	-0,48	-0,18
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	0,08*	0,17**	-0,01
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,04	0,02	-0,01
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,01	0,00	0,00
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,11	0,17	0,01
R ²	0,194	0,414	0,300
Significantie F-toets	0,042	0,089	0,014
Aantal observaties	115	41	74
* p≤0,1; ** p≤0,05; *** p≤0,01			

Tabel 4.6: Multiële regressieanalyse growth rate inwoners

Naast het aantal inwoners wordt het functioneren van de binnenstad als woonplek ook gemeten aan de hand van de ontwikkeling van de woningvoorraad in de binnenstad. Het regressiemodel voor geheel Nederland is significant ($p \leq 0,01$), de onafhankelijke variabelen zijn dus van invloed op de growth rate van het aantal woningen in de binnenstad. De uitkomsten van de multiële regressieanalyse zijn te zien in tabel 4.7. De verklaringskracht van het model is ruim 24%.

Zoals in tabel 4.7 te zien is, zijn zowel de middelgrote binnenstad als de kleine binnenstad van invloed op de growth rate van de woningvoorraad in de binnenstad wanneer $p \leq 0,1$. Een kleine binnenstad of een middelgrote binnenstad zorgen beide voor een negatieve invloed op de growth rate ten opzichte van een grote binnenstad.

Naast de omvang van de binnenstad zijn wederom het aantal inwoners in de gemeente in 2007, de bevolkingsontwikkeling in de gemeente en de ontwikkeling van het inkomen in de gemeente van invloed op de growth rate van het aantal woningen in de binnenstad. Dit zijn dezelfde factoren als de factoren die significant van invloed zijn op de growth rate van het aantal inwoners in de binnenstad.

Er kan gesteld worden dat het aantal inwoners in de gemeente in 2007 van invloed is op de ontwikkeling van het aantal woningen in de binnenstad ($p \leq 0,01$). Het aantal inwoners in 2007 heeft een negatief effect. Uit het model kan verder verondersteld worden dat een procentuele groei van het inkomen in de gemeente een positief effect heeft op de growth rate van het aantal inwoners in de binnenstad wanneer $p \leq 0,05$. Ook heeft de bevolkingsgroei in de gemeente invloed op de growth rate van het aantal woningen in de binnenstad als $p \leq 0,05$.

Concluderend kan dus worden opgemaakt dat de grootte van de binnenstad van invloed is op de growth rate van het aantal woningen in de binnenstad. Daarnaast hebben ook demografische en economische factoren effect op de growth rate van de woningvoorraad van de binnenstad.

Geografische ligging

Wanneer vervolgens wordt gekeken naar model 2 en model 3, dan blijkt de grootte van de binnenstad buiten de Randstad niet van invloed op de ontwikkeling van het aantal woningen in de binnenstad. Voor binnensteden binnen de Randstad blijkt dit wel het geval, wanneer $p \leq 0,1$. Een kleine binnenstad heeft een negatieve invloed op de growth rate van het aantal woningen ten opzichte van een grote binnenstad.

Model: growth rate woningen	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	-0,85	-10,53*	1,90
Dummy middelgrote binnenstad	-0,97*	-0,68	-0,80
Dummy kleine binnenstad	-1,08*	-1,66*	-0,59
Dummy intermediair	0,51	-	-
Dummy periferie	0,68	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	-0,02	0,27*	0,02
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,02	0,43*	0,01
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	-5,0E-06***	-2,817E-7	8,998E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,13**	0,17*	0,17**
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	-0,09	-0,50*	-0,14
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	0,08**	0,16**	0,01
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,03	0,02	0,01
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,01	-0,01	-0,01
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,08	0,15*	-0,15
R ²	0,245	0,471	0,335
Significantie F-toets	0,005	0,033	0,055
Aantal observaties	115	41	74
* p≤0,1; ** p≤0,05; *** p≤0,01			

Tabel 4.7: Multiële regressieanalyse growth rate woningen

4.4.2 Winkelen

De winkelfunctie van de binnenstad zal worden geanalyseerd aan de hand van de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in de binnenstad, de verandering van het winkelvloeroppervlakte in de binnenstad en de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten.

Het model voor het aantal verkooppunten in detailhandel voor heel Nederland blijkt niet significant te zijn, zoals tabel 4.8 laat zien. Dit houdt in dat de variatie in de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in detailhandel niet wordt verklaard door de factoren die in het model zijn meegenomen. Er zijn in dit geval andere variabelen nodig om de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in detailhandel te verklaren.

Geografische ligging

Net als model 1 blijkt ook model 3 niet significant te zijn. Model 2 is echter wel significant bij $p \leq 0,1$, met een verklaringskracht van 23,5%. De grootte van de binnenstad heeft in model 2 echter geen invloed op de growth rate van het aantal verkooppunten detailhandel.

Model: growth rate VKP detailhandel	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	-0,38	-15,19*	4,27
Dummy middelgrote binnenstad	-0,15	-0,33	-0,11
Dummy kleine binnenstad	-0,21	0,15	-0,56
Dummy intermediair	-0,43	-	-
Dummy periferie	-0,45	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	-0,05	0,12	0,08
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,28**	1,03***	-0,05
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	3,25E-06*	3,991E-6	-3,332E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,07	0,20	0,13**
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	-0,04	0,60	-0,28
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	-0,02	-0,15*	0,01
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,00	0,09	-0,04
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,00	0,00	-0,01
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,09	0,03	0,07
R ²	0,160	0,235	0,020
Significantie F-toets	0,138	0,052	0,353
Aantal observaties	115	41	74

* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$

Tabel 4.8: Multipele regressieanalyse growth rate VKP detailhandel

Tabel 4.9 laat zien dat model 1 voor growth rate WVO wel significant is bij $p \leq 0,1$, waarbij het model een verklaringskracht van 18,2% heeft. Op basis van dit model kan worden gesteld dat groei van het aandeel 65-plussers in de binnenstad een positieve invloed heeft op de groei van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte in de binnenstad tussen 2010 en 2017 bij $p \leq 0,01$. De vergrijzing van de bevolking in de gemeente is dus van invloed op de ontwikkeling van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte in de binnenstad. Naast de verandering van het aandeel 65-plussers in de gemeente is ook de geografische ligging significant van invloed op de groei van het winkelvloeroppervlakte ($p \leq 0,1$). De growth rate van het winkelvloeroppervlakte wordt negatief beïnvloed door de ligging in de intermediaire regio van Nederland ten opzichte van binnensteden die gelegen zijn in de Randstad.

Uit onderstaand regressiemodel kan worden geconcludeerd dat de omvang van de binnenstad niet van significante invloed is op de groei van het winkelvloeroppervlakte. Dit houdt in dat de grootte van de binnenstad geen significant verschil maakt in de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlakte in een binnenstad. Wel blijkt uit onderstaand regressiemodel dat ligging en demografie van invloed zijn op de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlakte in de binnenstad.

Geografische ligging

Het model voor binnensteden in de Randstad is niet significant. Model 3 is wel significant maar uit de multiële regressieanalyse kan worden opgemaakt dat de grootte van de binnenstad geen invloed heeft op de ontwikkeling van het aantal inwoners in de binnensteden gelegen buiten de Randstad.

Model: growth rate WVO	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	5,19	0,60	-1,19
Dummy middelgrote binnenstad	-1,04	-1,39	-0,25
Dummy kleine binnenstad	-0,92	-1,57	-0,12
Dummy intermediair	-0,96*	-	-
Dummy periferie	-1,09	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	-0,08	-0,03	0,11
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,46***	0,99**	-0,02
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	3,39E-07	3,423E-6	-3,891E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,05	0,04	0,13**
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	0,08	0,50	0,49
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	-0,02	-0,13	-0,01
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,02	0,02	-0,04
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,01	0,01	0,01
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,03	0,00	-0,13
R ²	0,182	0,078	0,113
Significantie F-toets	0,066	0,270	0,065
Aantal observaties	115	41	74

* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$

Tabel 4.9: Multiële regressieanalyse growth rate WVO

Het multiële regressiemodel voor de growth rate van de leegstand in het aantal verkooppunten is significant en heeft een verklaringskracht van 29,4%. De variabelen die in dit model significant zijn: de omvang van de binnenstad, de geografische ligging van de binnenstad en de ontwikkeling van het relatief lokaal klantenpotentieel. Er kan worden gesteld dat een kleine binnenstad een positieve invloed heeft op de groei van de leegstand ten opzichte van een grote binnenstad wanneer $p \leq 0,01$. Ook een middelgrote binnenstad heeft dit positieve effect op de growth rate van de leegstand ten opzichte van een grote binnenstad ($p \leq 0,01$). Hieruit blijkt dat de omvang van de binnenstad van invloed is op de ontwikkeling van de hoeveelheid leegstaande verkooppunten.

Naast de omvang van de binnenstad is ook de ligging in de periferie ten opzichte van de Randstad van invloed op de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten in de binnenstad. De ligging van de binnenstad in de periferie heeft een negatieve invloed op de hoeveelheid leegstand in de binnenstad. Dit houdt dus in dat de ligging in de Randstad zorgt voor een grotere groei van de hoeveelheid leegstand in de binnenstad dan de ligging in de periferie. Tot slot blijkt ook de ontwikkeling van het relatieve lokale klantenpotentieel van invloed te zijn op de ontwikkeling van de leegstand. De groei van het relatief lokaal klantenpotentieel heeft een negatief effect op de groei van de leegstand.

Geografische ligging

Wanneer de binnensteden in de Randstad (model 2) vergeleken worden met de binnensteden buiten de Randstad (model 3) dan blijkt in beide gevallen dat de grootte van de binnenstad van invloed is op de growth rate van het aantal leegstaande verkooppunten. In binnensteden in de Randstad en binnensteden gelegen buiten de Randstad geldt beide dat de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten zich in grote binnensteden minder hard heeft ontwikkeld dan in andere binnensteden.

Model: growth rate leegstand VKP	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	8,774	1,10	2,73
Dummy middelgrote binnenstad	5,672***	7,76*	6,29**
Dummy kleine binnenstad	7,856***	12,91***	7,47**
Dummy intermediair	-1,229	-	-
Dummy periferie	-5,491**	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	0,235	1,69**	-0,94**
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,779	1,43	0,21
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	-9,27E-06	-3,437E-5**	-1,967E-5
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,090	0,29	-0,24
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	0,194	-2,54*	3,04*
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	-0,090	0,31	-0,16
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,131	-0,37	-0,18
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,049	0,21**	0,04
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	-0,743**	-0,41	-0,52
R ²	0,294	0,281	0,153
Significantie F-toets	0,00	0,028	0,026
Aantal observaties	115	41	74
* p≤0,1; ** p≤0,05; *** p≤0,01			

Tabel 4.10: Multiële regressieanalyse growth rate leegstand VKP

4.4.3 Functiemix

De functiemix in de binnenstad geeft een beeld van de functies die naast winkelen in de binnenstad voorkomen. In dit onderzoek worden horeca, diensten en de verhouding diensten en leisure ten opzichte van detailhandel meegenomen om de functiemix te toetsen.

Model 1 voor de growth rate van het aantal horeca vestigingen in de binnenstad blijkt significant te zijn, zoals te zien is in onderstaande tabel 4.11. Het totale model heeft een verklaringskracht van 21,2%. De omvang van de binnenstad blijkt geen verklarende factor te zijn voor de growth rate van het aantal horecavestigingen in de binnenstad. Het model heeft één significante variabele. De verandering van het aandeel 65-plussers in de gemeente blijkt van positieve invloed op de groei van het aantal horeca vestigingen, als $p \leq 0,05$. Het blijkt dus dat vergrijzing van positieve invloed is op de groei van de horeca in binnensteden. Daarnaast blijkt de omvang van de binnenstad niet van invloed te zijn op de ontwikkeling van de het aantal horeca verkooppunten in de binnenstad.

Geografische ligging

Zowel het model van binnensteden in de Randstad (model 2) als het model van binnensteden buiten de Randstad (model 3) blijken niet significant zijn. Dit houdt in dat de variatie in de growth rates van het aantal horeca vestigingen van het model in de Randstad en het model buiten de Randstad niet worden verklaard door de factoren die zijn meegenomen.

Model: growth rate horeca	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	7,68	-1,12	3,75
Dummy middelgrote binnenstad	-0,69	-0,32	-0,56
Dummy kleine binnenstad	-0,71	0,47	-0,70
Dummy intermediair	-0,72	-	-
Dummy periferie	-1,27	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	-0,20	-0,11	-0,13
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,44**	0,86	0,22
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	-2,02E-06	-6,448E-6	8,917E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,14	0,29	0,15
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	0,58	0,75	0,50
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	-0,11	-0,11	-0,12
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,04	-0,04	0,02
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,01	0,04	-0,01
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,08	0,05	0,03
R ²	0,212	0,228	0,218
Significantie F-toets	0,021	0,659	0,130
Aantal observaties	115	41	74
* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$			

Tabel 4.11: Multiële regressieanalyse growth rate horeca

Naast model 1 voor horeca blijkt ook het eerste model voor de ontwikkeling van het aantal dienstverlenende verkooppunten in de binnenstad significant te zijn ($p \leq 0,1$) en dus een deel van de variatie in de ontwikkeling van het aandeel dienstverlenende verkooppunten kan verklaren. Het model heeft een totale verklaaringskracht van 18.9%. Net als bij het model voor horeca bestaat er in dit model slechts één verklarende variabele. In dit geval is dat de kleine binnenstad. Er kan worden gesteld dat een kleine omvang van een binnenstad een negatieve invloed heeft op de ontwikkeling van het aantal dienstverlenende verkooppunten ten opzichte van een binnenstad met een grote omvang ($p \leq 0,05$).

Geografische ligging

In tegenstelling tot model 1 zijn zowel model 2 als model 3 niet significant. De variatie in de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in dienstverlening kan dus niet worden verklaard door model 2 en model 3.

Model: growth rate diensten	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	6,98	14,65	3,55
Dummy middelgrote binnenstad	-1,20	-0,04	-2,04**
Dummy kleine binnenstad	-2,01**	-2,05	-2,37**
Dummy intermediair	-0,73	-	-
Dummy periferie	-1,29	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	0,10	0,11	0,01
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,28	0,10	0,43**
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	4,27E-09	-3,184E-6	5,384E-6
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,12	0,09	0,10
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	-0,17	-0,51	-0,58
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	0,01	0,08	0,03
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,06	-0,15	0,01
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,00	0,01	-0,02
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,15	0,23	0,08
R ²	0,189	0,185	0,197
Significantie F-toets	0,051	0,814	0,204
Aantal observaties	115	41	74
* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$			

Tabel 4.12: Multiële regressieanalyse growth rate diensten

Tot slot blijkt model 1 voor de functiemix in de binnenstad niet significant te zijn. In dit geval kan het model de variatie die er bestaat in de verandering in de functiemix in binnensteden niet verklaren. Net als model 1 zijn in dit geval model 2 en 3 niet significant. Er zijn dus andere factoren van invloed op de variantie tussen de ontwikkeling in de functiemix die in dit model niet worden meegenomen. Een mogelijke factor die van invloed kan zijn op de ontwikkeling in de functiemix in de binnenstad is het gevoerde beleid in de afgelopen jaren.

Model: growth rate functiemix	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
	Model 1 Heel Nederland	Model 2 Randstad	Model 3 Niet-Randstad
Constant	5,39	16,13**	-2,13
Dummy middelgrote binnenstad	-0,32	0,20	-0,45
Dummy kleine binnenstad	-0,47	-0,36	-0,13
Dummy intermediair	-0,06	-	-
Dummy periferie	-0,53	-	-
Percentage 65-plussers 2007 (gemeenteniveau)	0,01	-0,07	-0,07
Verandering 65-plussers 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,06	-0,35	0,25**
Aantal inwoners 2007 (gemeenteniveau)	-2,63E-06**	-5,921E-6	8,437E-6*
Bevolkingsontwikkeling 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,03	-0,02	0,00
Gemiddeld inkomen per inwoner 2007 (gemeenteniveau)	0,17	-0,25	0,18
Ontwikkeling gemiddeld inkomen van inwoners 2007-2015 (gemeenteniveau)	-0,02	0,06	-0,02
Lokaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	-0,04**	-0,13**	0,03
Regionaal relatief klantenpotentieel 2007 (gemeenteniveau)	0,01	0,02	0,00
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel 2007-2017 (gemeenteniveau)	0,00	0,04	0,00
R ²	0,154	0,319	0,222
Significantie F-toets	0,166	0,310	0,120
Aantal observaties	115	41	74
* p≤0,1; ** p≤0,05; *** p≤0,01			

Tabel 4.13: Multipele regressieanalyse growth rate functiemix

4.5 Conclusie en terugkoppeling hypothesen

In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk zal worden teruggekoppeld op de resultaten van de kwantitatieve analyse in dit hoofdstuk. In het theoretisch kader van hoofdstuk 2 zijn hypothesen opgesteld die in de kwantitatieve analyses zijn geanalyseerd. Deze hypothesen zullen nu worden besproken en zijn wederom onderverdeeld per functie van de binnenstad. Een rode hypothese kan op basis van dit onderzoek niet worden aangenomen. Een groene hypothese kan wel worden aangenomen. Een oranje hypothese kan deels worden aangenomen. Voordat er naar deze hypothesen wordt gekeken zullen de resultaten van dit onderzoek worden samengevat in een tabel (tabel 4.14).

Indicator	Verschillen ontwikkeling grootteklasse (ANOVA)	Conclusie (multiële regressie analyse)
Wonen		
Inwoners	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is significant, maar de omvang van de binnenstad is niet van invloed op de ontwikkeling van het aantal inwoners.
Woningen	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is significant, de omvang van de binnenstad is van invloed op de ontwikkeling van het aantal woningen.
Winkelen		
Winkelvloer-oppervlakte	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is significant, maar de omvang van de binnenstad is niet van invloed op de ontwikkeling van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte.
Detailhandels-vestigingen	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is niet significant.
Leegstand	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt significant	Het model is significant, de omvang van de binnenstad is van invloed op de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten.
Functionmix		
Horeca	Absolute ontwikkeling verschilt significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is significant, maar de omvang van de binnenstad is niet van invloed op de ontwikkeling van het aantal horecaverkooppunten.
Diensten	Absolute ontwikkeling verschilt niet significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is significant, de omvang van de binnenstad is van invloed op de ontwikkeling van het aantal dienstverleningsverkooppunten.
Functionmix	Ontwikkeling procentpunten verschilt niet significant Procentuele ontwikkeling verschilt niet significant	Het model is niet significant.

Tabel 4.14: Belangrijkste bevindingen kwantitatieve analyse

Wonen

De volgende hypothesen zijn, zoals geïntroduceerd in hoofdstuk 2, opgesteld voor de functie wonen:

Hypothese 1: Het inwoneraantal van grote binnensteden is meer gegroeid dan het inwoneraantal van de kleinere binnensteden. Hoe kleiner de binnenstad hoe minder sterk de toename van het aantal inwoners.

Hypothese 2: Hoe groter de binnenstad, hoe sterker het aantal woningen in de binnenstad is toegenomen.

De eerste hypothese zal worden verworpen omdat uit het onderzoek blijkt dat de omvang van de binnenstad niet van invloed is op de ontwikkeling van het aantal inwoners in de binnenstad. Voorgaand onderzoek van Thomas et al. (2015) stelde echter dat een grotere binnenstad een sterkere toename van het aantal inwoners kent dan een kleinere binnenstad. De tweede hypothese van het onderdeel wonen zal worden aangenomen. Zoals wordt beargumenteerd door Thomas et al. (2015) blijkt dat de woningvoorraad van grote binnensteden gemiddeld een grotere ontwikkeling heeft doorgemaakt dan de woningvoorraad van de middelgrote en kleine binnensteden. Uit het onderzoek blijkt deze vooronderstelling te kloppen en daarom kan hypothese 2 worden aangenomen.

Winkelen

Onderstaande hypothesen zijn opgesteld voor de functie winkelen in de binnenstad:

Hypothese 3: Het aantal verkooppunten in detailhandel is in grote steden toegenomen en in binnensteden met een andere grootte afgenomen.

Hypothese 4: In grote binnensteden is het totaal aantal m² WVO afgenomen terwijl dit in binnensteden van een andere omvang is toegenomen.

Hypothese 5: In grote binnensteden is de winkelleegstand afgenomen, in binnensteden van een andere omvang is de winkelleegstand toegenomen, waarbij de winkelleegstand in middelgrote steden het sterkst is toegenomen.

Zowel hypothese 3 en hypothese 4 worden verworpen op basis van voorgaande analyses. Op basis van de regressieanalyses blijkt dat er geen significant verschil bestaat tussen de ontwikkeling van de winkelvloeroppervlakte en het aantal verkooppunten in binnensteden van verschillende omvang. Daarnaast blijkt ook dat het aantal verkooppunten in detailhandel in binnensteden van elke omvang is afgenomen. Tevens bleek uit onderzoek van Asselbergs et al. (2017) dat het aantal winkelvloeroppervlakte in grote binnensteden zou afnemen terwijl dit in andere type binnensteden zou toenemen. Op basis van de analyses uit dit onderzoek blijkt echter dat het winkelvloeroppervlakte in binnensteden van alle verschillende groottes is toegenomen en dat er daarnaast geen verschil bestaat tussen de ontwikkeling van de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte en de grootte van de binnenstad.

Als laatst kan hypothese 5 gedeeltelijk worden aangenomen. Op basis van het onderzoek van Weltevreden (2007) werd verondersteld dat de leegstand in kleine binnensteden en in middelgrote binnensteden was toegenomen terwijl de leegstand in grote binnensteden zou zijn afgenomen. Omdat middelgrote binnensteden zich moeilijker kunnen profileren ten opzichte van grote en kleine

binnensteden wordt daarnaast verwacht dat in deze binnensteden de leegstand harder is toegenomen dan in kleine binnensteden. Op basis van dit onderzoek kan worden aangenomen dat er daadwerkelijk een verschil bestaat tussen de ontwikkeling van leegstand tussen grote binnensteden en middelgrote en kleine binnensteden. Het blijkt echter dat de hoeveelheid leegstand in grote binnensteden ook is toegenomen, alleen in mindere mate en daarnaast dat de toename van leegstand in middelgrote binnensteden kleiner is dan die van kleine binnensteden.

Func tiemix

Onderstaand zijn de hypothesen weergegeven voor de functiemix in binnensteden.

Hypothese 6: De hoeveelheid horeca in grote binnensteden heeft een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in kleinere binnensteden.

Hypothese 7: De hoeveelheid diensten in grote binnensteden heeft een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in kleinere binnensteden.

Hypothese 8: De functiemix in grote binnensteden heeft een sterkere ontwikkeling doorgemaakt dan in binnensteden met een kleinere omvang.

Op basis van het onderzoek van Raven (2017) wordt verondersteld dat de hoeveelheid horeca in binnensteden de afgelopen jaren is toegenomen, omdat de functiemix in de binnenstad gestimuleerd wordt en leegstaand vastgoed getransformeerd wordt naar andere doeleinden. Op basis van het onderzoek van Asselbergs et al. (2017) wordt verwacht dat grote binnensteden een sterkere toename van het aantal horeca vestigingen in hun binnenstad hebben dan de kleinere binnensteden. Dit komt mede doordat de functieverandering in grote binnensteden verder gevorderd is dan in kleinere binnensteden. Op basis van de analyses in dit hoofdstuk kan echter niet worden vastgesteld dat de ontwikkeling van het aantal horeca vestigingen in grote binnensteden zich sterker heeft ontwikkeld dan in middelgrote en in kleine binnensteden. Hypothese 6 kan dan ook niet worden aangenomen. Evenals hypothese 6, kan ook hypothese 8 niet worden aangenomen. Het blijkt dat er geen verschil bestaat tussen de ontwikkeling in de functiemix en de omvang van de binnenstad. Wel is de functiemix in binnensteden van alle omvang gestegen. Hypothese 7 kan slechts deels worden aangenomen. De ontwikkeling van de hoeveelheid diensten van grote binnensteden is sterker dan die van kleine binnensteden. Er bestaat echter geen significant verschil tussen de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in dienstverlening in grote binnensteden en in middelgrote binnensteden.



Hoofdstuk 5 De kleine binnenstad

5.1 Casestudy: de kleine binnenstad

In dit hoofdstuk wordt ter verdieping van de kwantitatieve resultaten uit het vorige hoofdstuk een casestudy uitgevoerd. De casestudy moet antwoord geven op de laatste drie deelvragen van dit onderzoek:

- *Hoe worden bovenstaande ontwikkelingen door verschillende actoren in binnensteden ervaren?*
- *Welke instrumenten zijn ingezet om te anticiperen op bovenstaande ontwikkelingen en hoe wordt in de toekomst omgegaan met deze ontwikkelingen?*
- *Welke interventies en instrumenten kunnen worden ingezet om het binnenstedelijk functioneren te verbeteren?*

Er is gekozen om in de casestudy te focussen op kleine binnensteden omdat uit diverse onderzoeken, bijvoorbeeld het onderzoek van: Evers et al. (2005); Van Oort en Van Eck (2010) en Seip (1999), blijkt dat consumenten in steeds grotere mate recreatief gaan winkelen. Grote binnensteden zijn hierdoor meer in trek omdat hier het aanbod het meest aansluit op de behoefte van de consument. Er is in deze binnensteden meer te kiezen en daarnaast sluit het aan bij het gevoel van een dagje weg dat consumenten tegenwoordig willen ervaren. Hierdoor moeten kleine binnensteden zichzelf opnieuw positioneren. Dit gegeven samen met de onderzoeksresultaten uit hoofdstuk 4, waaruit blijkt dat de variatie in de ontwikkelingen in kleine binnensteden groter is dan die in grote binnensteden, maakt het dat er voor kleine binnensteden is gekozen als casusonderwerp. De casussen die gekozen zijn, zijn twee kleine binnensteden gelegen in Gelderland, namelijk Wijchen en Zevenaar. Er is voor deze casussen gekozen omdat het vergelijkbare binnensteden zijn, zowel qua omvang als positionering naast een grote binnenstad. In de gekozen binnensteden hebben zich de afgelopen tien jaar echter andere ontwikkelingen voorgedaan. Voorbeelden zijn de ontwikkeling van het aantal inwoners in de binnenstad en andere resultaten in de koopstromenonderzoeken.

In de casussen wordt ingegaan op ontwikkelingen die in binnensteden plaatsvinden. In dit onderzoek zijn diverse ontwikkelingen in binnensteden onderzocht, een aantal interessante ontwikkelingen hiervan wordt uitgediept in deze casestudy. Er is hierbij gekozen voor: de ontwikkeling van leegstand, de ontwikkeling van het aantal inwoners in de binnenstad en de ontwikkeling van functiemix in de binnenstad. Voor deze ontwikkelingen is gekozen omdat de eerste ontwikkeling duidelijk anders is in de verschillende categorieën binnensteden en de tweede ontwikkeling een ander beeld laat zien in de gekozen casussen. De derde ontwikkeling is meegenomen omdat deze ontwikkeling een steeds belangrijkere rol in binnensteden speelt.

Het doel van de casestudy is drieledig:

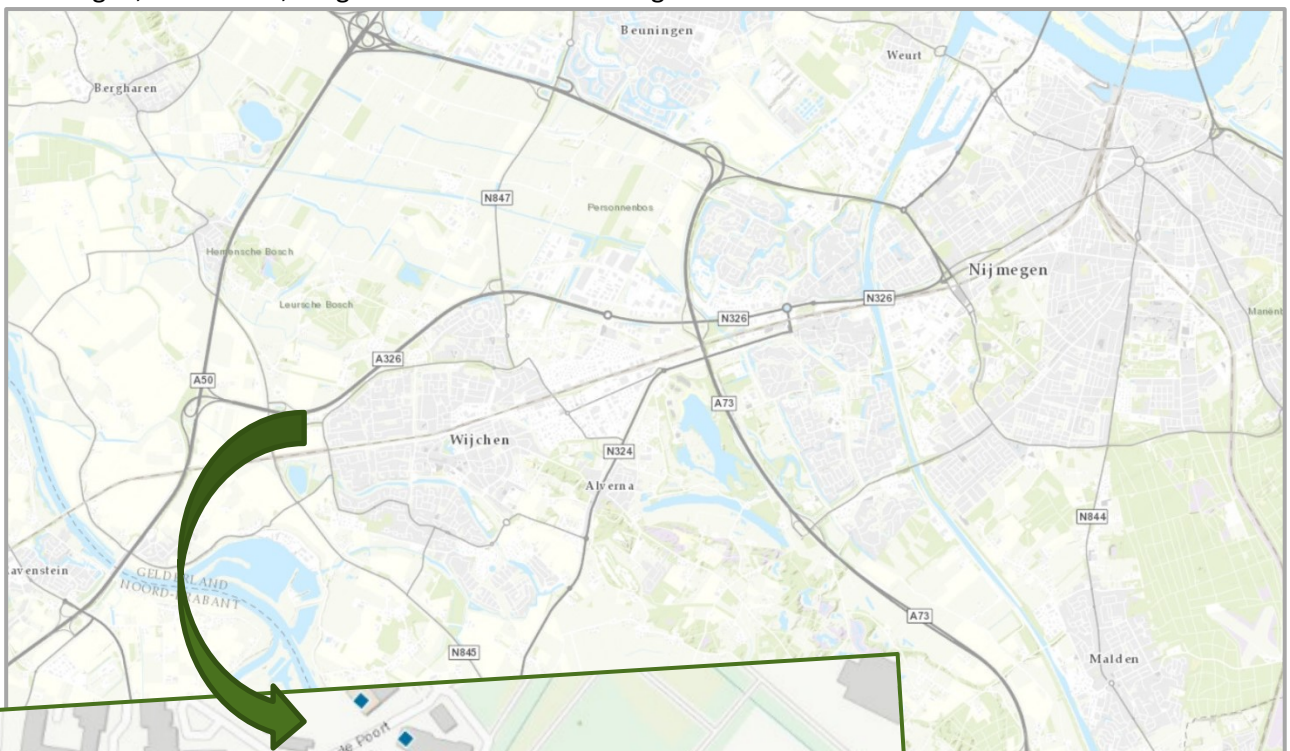
- *Het achterhalen of actoren in de binnenstad daadwerkelijk de ontwikkelingen uit de analyses zien plaatsvinden in hun binnenstad en in hoeverre dit als kans of probleem wordt ervaren,*
- *De manier waarop in het verleden is geanticipeerd op bovenstaande ontwikkelingen (door middel van instrumenten),*
- *De toekomstige instrumenten en interventies die worden ingezet om het functioneren van de binnenstad te verbeteren.*

5.2 Casus Wijchen

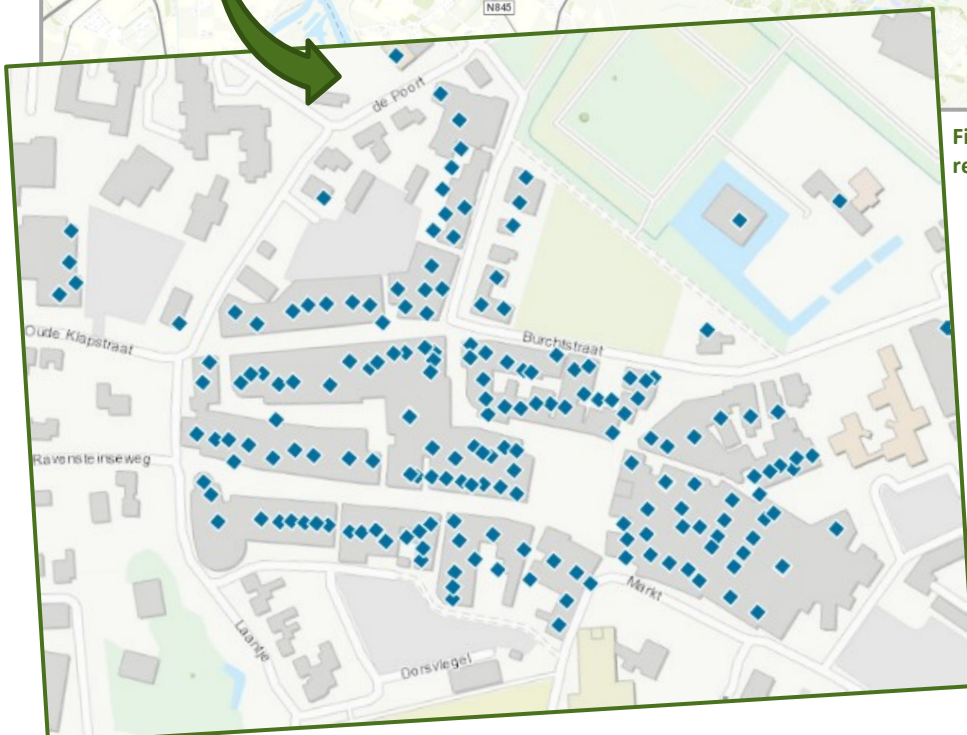
5.2.1 Inleiding

De casus Wijchen focust zich op haar binnenstad. Er zijn interviews gehouden met een medewerker van de gemeente Wijchen en de binnenstadsmanager om meer informatie te krijgen over de binnenstad. Daarnaast zijn de cijfers uit hoofdstuk 4 en externe bronnen (zoals beleid) gebruikt. De interviewgide met de vragen die tijdens het interview gesteld zijn, is terug te vinden in bijlage H.

De binnenstad van Wijchen behoort tot de categorie kleine binnensteden omdat het tussen de 100 en 200 verkooppunten in de binnenstad heeft. Het is gelegen ten zuidwesten van Nijmegen, waarvan de binnenstad behoort tot de categorie grote binnensteden (zie figuur 5.1). Naast Nijmegen liggen Beuningen, Ravenstein, Bergharen en Alverna in de regio.



Figuur 5.1: Ligging Wijchen in de regio. Bron: Locatus



Figuur 5.2: Binnenstad Wijchen met verkooppunten. Bron: Locatus

Wijchen heeft zich de afgelopen decennia ontwikkeld als groeikern onder de rook van Nijmegen en is doorgegroeid tot 40.000 inwoners. In de strategische visie van tien jaar geleden werd destijds de ambitie beschreven om door te groeien tot 50.000 inwoners. De groei van het aantal inwoners bleek echter af te vlakken en te stabiliseren rond 40.000 inwoners. Dat het aantal inwoners gestabiliseerd is heeft invloed op de positie die Wijchen kan innemen in de totale verzorgingsstructuur van de regio. De gemeente Wijchen heeft daarom zo'n 6/7 jaar geleden een duidelijke koers bepaald over de positie die de binnenstad moet innemen in de regio. De vraag hierbij was in hoeverre Wijchen een regionale speler kon zijn. Gezien de ligging in de regio (dichtbij Nijmegen) en de afvlakkende groei van het aantal inwoners is daarom besloten om te focussen op een lokaal georiënteerd centrum. Dit houdt in dat de binnenstad zich focust op de inwoners van Wijchen zelf en de dorpen rondom Wijchen. Op een regionale positie, die bijvoorbeeld de binnensteden van Uden en Helmond in de regio innemen, wordt door Wijchen niet ingezet. Dat deze duidelijke koers is neergezet is volgens de gemeente Wijchen de belangrijkste positieve besluit geweest die Wijchen de afgelopen jaren heeft genomen. De positie die Wijchen in de regio moet innemen zorgt volgens de binnenstadsmanager van Wijchen voor discussies met de vereniging van pandeigenaren. De vereniging van pandeigenaren ziet het liefst dat er ingezet wordt op het trekken van nog meer consumenten uit het 10 kilometer gebied. De binnenstadsmanager zelf denkt echter dat dit zonde van het geld is en zet liever in op de eigen inwoners van de gemeente. Volgens de binnenstadsmanager is het budget dat hij te besteden heeft ook niet toereikend genoeg om meer consumenten te trekken en daarnaast zullen de andere binnensteden en dorpen een tegengeluid geven waardoor de effectiviteit van een middel zal afnemen. Hoewel Wijchen dus niet inzet op een regionale functie probeert het wel bezoekers te behouden en te trekken. Het organiseren van evenementen en het verbeteren van het verblijfsklimaat, door het toevoegen van horeca, hebben ervoor gezorgd dat Wijchen bezoekers uit de regio trekt. Daarnaast zorgt een toename van de hoeveelheid horeca in de binnenstad en een compleet aanbod van detailhandel ervoor dat consumenten sneller in Wijchen blijven en niet zozeer naar de grote stad hoeven. De laatste jaren wordt door veel binnensteden op het verblijfsklimaat ingezet en op het uitbreiden van het aantal evenementen in de binnenstad. Dit zorgt ervoor dat iedereen inzet op hetzelfde verhaal, waardoor er concurrentie ontstaat, bijvoorbeeld op het gebied van evenementen en activiteiten. Volgens de gemeente Wijchen is het belangrijk om de evenementen en activiteiten in de regio (nog beter) op elkaar af te stemmen omdat de potentiële bezoekers dan niet langer gedeeld hoeven te worden. Een plek waar dit afgestemd zou kunnen worden is het regionale samenwerkingsverband Rijk van Nijmegen, met als trekker de Rabobank. Een onderdeel van dit samenwerkingsverband is het versterken van binnensteden. Het hoofddoel van de bijeenkomsten is kennisdelen. De hoeveelheid kennis die gedeeld wordt kan volgens de binnenstadsmanager van Wijchen echter nog geïntensiveerd worden. Volgens de medewerker van de gemeente Wijchen willen gemeentes op ambtelijk niveau wel samenwerken maar botst het nog wel eens op bestuurlijk niveau door verschillende en botsende politieke belangen.

Volgens de gemeente Wijchen en de binnenstadsmanager heeft Wijchen als kleine binnenstad andere opgaven dan grote binnensteden hebben. De medewerker van de gemeente Wijchen beseft dat er ook een aantal dezelfde ontwikkelingen in grote en kleine binnensteden gaande zijn. Waar Wijchen als voornamelijk boodschappenstad voor dagelijkse voorzieningen een autonome trekker is, moeten grote binnensteden veel meer moeite doen om bezoekers te trekken, omdat zij de functie voor dagelijkse voorzieningen veel minder hebben. De grote binnensteden concurreren daardoor veel meer met activiteiten voor de ontspanning, bijvoorbeeld evenementen of een dagje naar het

pretpark. De grote binnensteden moeten zich daardoor veel meer richten op groei en een aantrekkelijk aanbod. De binnenstadsmanager van Wijchen vraagt zich af of er geen overaanbod ontstaat van de hoeveelheid horecavestigingen in Nijmegen. *“Als ik hoor dat Nijmegen meer horecabedrijven heeft als winkels, ja dan weet niet of dat zo handig is.”* (P. Philipsen, persoonlijke communicatie, 17 januari 2018). Volgens de medewerker van de gemeente Wijchen hebben en krijgen grote binnensteden meer last van trends die gaande zijn, zoals de digitalisering, al is het afwachten hoe dit zich daadwerkelijk gaat ontwikkelen. De binnenstadsmanager van Wijchen verwacht dat er een andere balans zal ontstaan in het aanbod in grote en kleine binnensteden. Waar een deel van het bijzondere aanbod (denk aan mode) uit kleine binnensteden zal verdwijnen en naar grote binnensteden zal verplaatsen.

5.2.2 Winkelen

Koopkrachtbinding van Wijchen

Het stadscentrum van Wijchen heeft een sterk bindende functie voor niet-dagelijkse producten, dit blijkt zowel uit het Euregionaal koopstromenonderzoek (KSO) 2009 (Goudappel Coffeng, 2009) als het koopstromenonderzoek kopen @ regio Arnhem-Nijmegen (Esselink, Severijn, Lenderink & Versteeg, 2016), zie tabel 5.1. Deze bindende functie geeft inzicht in de mate waarin eigen inwoners voor aankopen in het eigen stadscentrum blijven (Esselink et al., 2016). Het koopstromenonderzoek uit 2009 heeft onderzoek op stadscentrumniveau gedaan, hieruit blijkt dat 40% van de inwoners van Wijchen voor het doen van niet-dagelijkse inkopen naar de binnenstad van Wijchen gaat. Hierbij gaat het na Arnhem en Nijmegen om het hoogste percentage in de stadsregio Arnhem en Nijmegen. De binding voor het doen van dagelijkse producten in Wijchen kan als gemiddeld worden gezien. Naast de bindingcijfers uit 2009, is er in 2016 onderzoek gedaan naar de binding op gemeenteniveau. Hieruit blijkt wederom dat voor dagelijkse producten het bindingspercentage gemiddeld is en voor niet-dagelijkse producten hoog is.

In tegenstelling tot het hoge bindingscijfer voor niet-dagelijkse producten is de toevloeiing naar het stadscentrum voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse producten gemiddeld tot laag. Het KSO uit 2009 laat zien dat het stadscentrum van Wijchen voor de toevloeiing van consumenten voor dagelijkse producten laag scoort, dit in vergelijking met andere stadscentra in de stadsregio Arnhem-Nijmegen. Het toevloeiingspercentage voor niet-dagelijkse producten blijkt voor het stadscentrum van Wijchen gemiddeld te zijn. De gemeentecijfers van 2016 laten voor beide een gemiddeld beeld zien. Voor deze cijfers kan tabel 5.2 geraadpleegd worden.

Bindingcijfers	Dagelijkse producten	Niet-dagelijkse producten
KSO 2009 – stadscentrum Wijchen	52%	40%
KSO 2016 – gemeente Wijchen	88%	54%

Tabel 5.1: Bindingcijfers Wijchen. Bronnen: Goudappel Coffeng, 2009 & Esselink et al., 2016

Toevloeiingscijfers	Dagelijkse producten	Niet-dagelijkse producten
KSO 2009 – stadscentrum Wijchen	1%	16%
KSO 2016 – gemeente Wijchen	+/- 10 miljoen Euro	+/- 25 miljoen Euro

Tabel 5.2: Toevloeiingscijfers Wijchen. Bronnen: Goudappel Coffeng, 2009 & Esselink et al., 2016

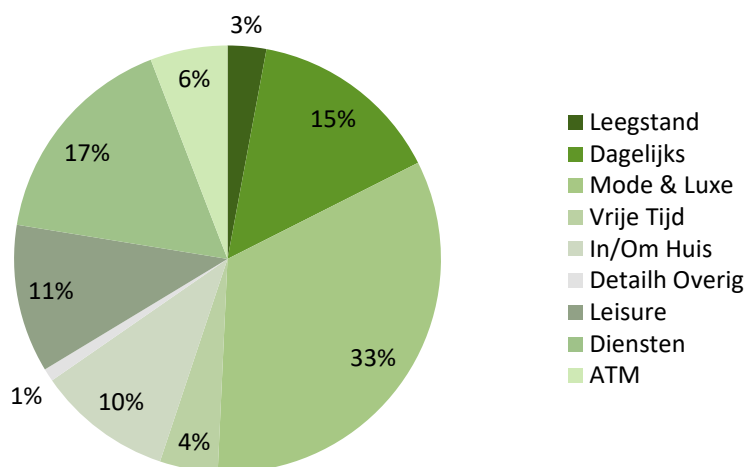
Zowel de medewerker van de gemeente Wijchen als de binnenstadsmanager herkennen het beeld van een hoge binding van eigen inwoners voor aankopen in de binnenstad. Deze koopkrachtbinding is volgens de medewerker van de gemeente ontstaan doordat Wijchen voornamelijk een

boodschappenstad is. De binnenstadsmanager sluit hierbij aan en voegt toe dat het complete aanbod in de binnenstad ervoor zorgt dat men steeds minder geneigd is om naar de grote stad te gaan. Alle aankopen zijn immers in de “eigen” binnenstad te doen. De toename van het aantal horecavestigingen heeft er daarnaast voor gezorgd dat de sfeer in de binnenstad verhoogd is waardoor winkelen in Wijchen aantrekkelijker is geworden en gecombineerd kan worden met een kopje koffie of een hapje eten. Volgens de medewerker van de gemeente is het belangrijk om op deze hoge koopkrachtbinding te blijven focussen zodat het voor eigen inwoners aantrekkelijk blijft om inkopen te doen in de eigen binnenstad. De binnenstadsmanager geeft aan ook vooral te focussen op eigen inwoners, omdat zijn budget niet toereikend genoeg is om bezoekers van buiten te trekken. Door middel van activiteiten en evenementen wordt in Wijchen gepoogd om het toevloeiingspercentage te verhogen. Er worden per jaar drie grote evenementen georganiseerd en kleinere activiteiten tijdens koopzondagen. De huidige evenementen die georganiseerd worden zoals het Kerstspookjesfestijn en Jazz & Wine, zorgen voor bezoekers uit het hele land. Om meer van dit soort evenementen te organiseren, die de toevloeiing verhogen, is een groter budget nodig voor het centrummanagement. De vraag is daarnaast hoe omliggende plaatsen hierop reageren en of daadwerkelijk meer bezoekers getrokken kunnen worden. De medewerker van de gemeente stelt dat het ook belangrijk is om te waken voor een overaanbod aan evenementen en activiteiten in Wijchen.

Leegstand

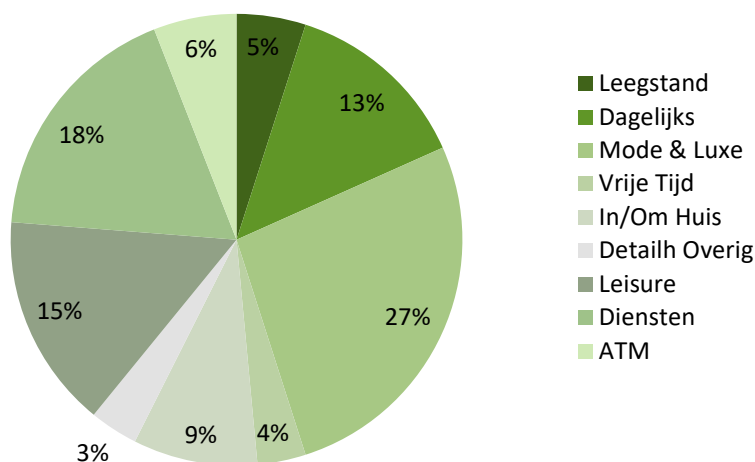
Tussen 2010 en 2017 is het totaal aantal verkooppunten in Wijchen met 3 verkooppunten afgenomen, van 205 naar 202 verkooppunten. Het aantal verkooppunten in detailhandel in Wijchen is echter sterker afgenomen, respectievelijk van 130 winkelvestigingen in 2010 tot 113 vestigingen in 2017. Uit hoofdstuk 4 blijkt dat dit een trend is die in andere kleine binnensteden in Nederland ook te zien is. Gemiddeld is het aantal detailhandelsvestigingen in kleine binnensteden in Nederland afgenomen van 159 naar 134 verkooppunten in detailhandel. In de figuren 5.3 en 5.4 is de samenstelling van verkooppunten te zien in Wijchen in 2010 en in 2017. Hieruit blijkt dat de veranderingen in de soort verkooppunten tussen 2010 en 2017 in Wijchen gering zijn. Een aantal opvallende veranderingen zijn dat het aandeel verkooppunten dat mode & luxe inneemt met 5 procentpunten is gekrompen (het gaat hierbij om 14 verkooppunten) en het aandeel verkooppunten in leisure met 4 procentpunten is toegenomen (8 verkooppunten). Daarnaast is het aantal verkooppunten dat leegstaat toegenomen van 3% van de verkooppunten naar 5% van de verkooppunten, respectievelijk van 6 naar 10 leegstaande verkooppunten. De landelijke cijfers van kleine binnensteden laten ook zien dat het aantal leegstaande verkooppunten is toegenomen. De leegstandspercentages zijn echter groter dan in Wijchen. De leegstand landelijk is namelijk van 6% van de verkooppunten toegenomen naar 11% van de verkooppunten.

Samenstelling VKP Wijchen 2010



Figuur 5.3: Samenstelling VKP Wijchen 2010. Bron: Locatus

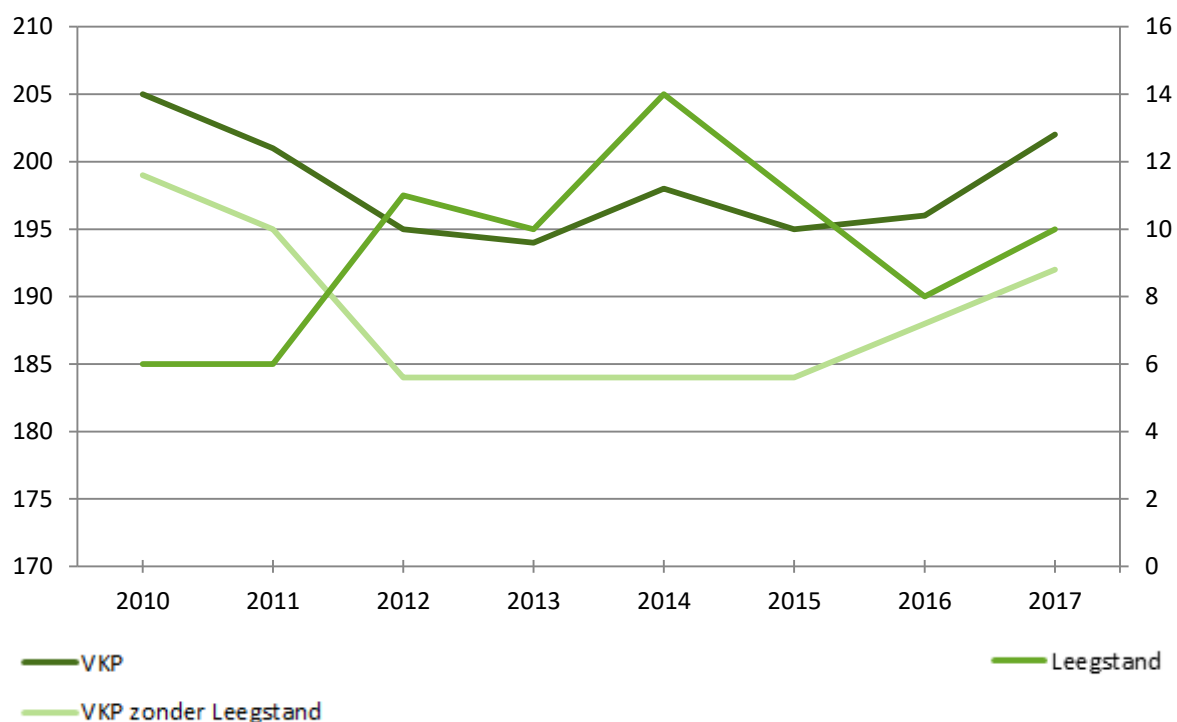
Samenstelling VKP Wijchen 2017



Figuur 5.4: Samenstelling VKP Wijchen 2017. Bron: Locatus

In figuur 5.5 is een overzicht gegeven van de verandering in het totaal aantal verkooppunten, het aantal verkooppunten zonder leegstand en het aantal leegstaande verkooppunten. Uit dit figuur is op te maken dat het aantal leegstaande verkooppunten sinds 2010 is gegroeid en in 2014 een hoogtepunt kende met 14 leegstaande verkooppunten. Tussen 2014 en 2016 is het aantal leegstaande verkooppunten weer afgenomen. Tussen 2016 en 2017 is de leegstand weer licht gestegen. Opvallend is dat het totaal aantal verkooppunten in 2014 steeg net zoals het aantal leegstaande verkooppunten terwijl het aantal verkooppunten zonder leegstand gelijk bleef. Het aantal verkooppunten dat werd toegevoegd aan de winkelvoorraad zorgde voor dezelfde stijging in het aantal leegstaande verkooppunten.

Verandering VKP en leegstand Wijchen



Figuur 5.5: Verandering VKP en leegstand Wijchen 2010-2017. Bron: Locatus

Het beeld dat de leegstand van verkooppunten de afgelopen jaren is gegroeid is een herkenbaar beeld voor de actoren uit Wijchen. De gemeentemedewerker geeft aan dat hij vanuit zijn professie gezien heeft dat leegstand een probleem is voor kleine binnensteden, vooral ten tijden van de crisis. Sommige binnensteden die hij bezocht bestonden vooral uit gaten en budget-winkels. De leegstand in Wijchen is tijdens de crisisjaren toegenomen, maar is altijd onder het landelijk gemiddelde gebleven, aldus de respondenten. De laatste jaren is de leegstand weer aan het afnemen, dit blijkt ook uit de cijfers van dit onderzoek. De binnenstadsmanager geeft aan dat de leegstand sinds de start van het centrummanagement is afgenomen, tot 4 panden in begin 2018. Hij geeft hierbij ook aan dat het percentage leegstand in winkelvloeroppervlakte een vertekend beeld geeft in Wijchen. Dit komt doordat er één groot pand leegstaat. Rondom dit grote pand bestaat een politieke kwestie, hier heeft men zich laatst in positieve zin over uitgesproken volgens de binnenstadsmanager. Wijchen is tijdens de crisis als centrum altijd vrij stabiel gebleven. Dit komt doordat het centrum een aantal bouwstenen bevat. Dit zijn: de compacte structuur van het centrum, het unieke aanbod met veel lokale ondernemers, het voetgangersgebied, relatief goede bereikbaarheid, gratis parkeren, een groot achterland en de georganiseerde evenementen. Waar men voor de crisis soms nog baalde dat er weinig grote ketens in de binnenstad zaten bleek dit achteraf een zegen. *“Ik zeg altijd die “blessing in the skies” die manifesteerde zich op dat moment heel goed.”* (P. Vereijken, persoonlijke communicatie, 24 januari 2018). De grote ketens kregen het lastig en hebben tijdens de crisis de kleine binnensteden verlaten. Door het ontbreken van deze grote ketens heeft dit Wijchen niet geraakt. De vele lokale ondernemers zijn naast een kracht van de binnenstad ook een kwetsbaarheid, aldus de medewerker van de gemeente. Deze kwetsbaarheid voor de ondernemingen uit zich in een ouder wordende ondernemer die geen opvolging kan vinden of een ondernemer die om andere

redenen wil stoppen. Daarnaast wordt de onderlinge verbondenheid getrokken door een aantal personen. Dat deze personen dat doen wordt geprezen maar men is zich bewust van het risico dat dit met zich meebrengt wanneer deze mensen wegvallen. De eerder genoemde bouwstenen van het centrum hebben ervoor gezorgd dat het rendement van de winkeliers hoog genoeg bleef tijdens de economische crisis en zij hun deuren niet hoefden te sluiten. Naast de structuur van het centrum heeft een sterk centrummanagement ook bijgedragen aan het onder controle houden en terug dringen van de leegstand.

Door het centrummanagement is door de binnenstadsmanager en de werkgroepen actief ingezet op het terugdringen van leegstand. Het centrummanagement heeft een brochure opgesteld die is verspreid onder filiaalbedrijven en kleine ondernemers. Er is daarnaast ingezet op duidelijkere communicatie en promotie over het stadscentrum van Wijchen en er wordt voor gezorgd dat er altijd voldoende onderzoeken zijn gedaan. Als laatste is er vanuit het centrummanagement gezorgd voor meer activiteiten, zodat de sfeer in het centrum verhoogd werd. De verhoogde sfeer in het centrum is volgens de binnenstadsmanager de belangrijkste ontwikkeling die Wijchen de afgelopen jaren heeft doorgemaakt. De leegstand in de binnenstad wordt door het centrummanagement gezien als een kans om een nieuw type winkel naar de binnenstad te halen dat het aanbod kan versterken. De medewerker van de gemeente geeft aan dat leegstand vooral een probleem is voor de vastgoedeigenaar. Voor de binnenstad geeft leegstand een bepaalde vorm van dynamiek. De gemeente heeft de laatste jaren zelf niet actief ingezet op het terugdringen van leegstand. Wel is het volgens de medewerker van de gemeente belangrijk om als overheidsorgaan duidelijkheid te bieden en keuzes te maken, dit is ook geïntegreerd in het beleid in Wijchen. Toen in de crisisjaren bleek dat er geen behoefte was aan meer winkelmeters is besloten om bepaalde aanloopstraten niet bij het kernwinkelgebied te betrekken en een andere functie toe te kennen.

Of de leegstand in de toekomst een opgave blijft voor Wijchen, daar zijn de meningen over verdeeld. De binnenstadsmanager geeft aan dat leegstand in de toekomst geen opgave is voor de binnenstad. Het niveau van frictieleegstand is nu bereikt. Wanneer het grote leegstaande pand straks is ingevuld dan voorziet hij geen problemen. Wel gaat het centrummanagement zorgen voor een toekomstbestendig centrum, waarbij ondernemers en pandeigenaren moeten zorgen voor een goede uitstraling van het pand en de etalage. Om inzicht te krijgen wat voor de consument een goede uitstraling is wil de binnenstadsmanager mysterieshoppers inzetten. Terwijl de binnenstadsmanager leegstand niet als opgave ziet voor de toekomst denkt de medewerker van de gemeente hier anders over. Volgens hem is het onzeker hoe een aantal partijen in de binnenstad zich gaan ontwikkelen en de houdbaarheid van deze partijen in de toekomst. Voorbeelden die hierbij genoemd worden zijn een overaanbod in het laag-segment en de toekomstbestendigheid van een wit- en bruingoedzaak. De vergrijzing van Wijchen kan kansen bieden voor deze ondernemers, wanneer zij zich richten op service. Hier ligt ook een kans voor het centrummanagement om zich in te verdiepen. Daarnaast is het de vraag welke andere ontwikkelingen zich voor gaan doen in retailland (bijvoorbeeld binnenstad dependances van bouwmarkten) en de snelheid waarop panden opnieuw ingevuld gaan worden. De medewerker van de gemeente ziet namelijk in dat het plafond van het aantal horeca ondernemingen in het centrum nu wel bereikt is. Wanneer de leegstand in de toekomst grote vormen aanneemt dan ziet de gemeente in dat zij aan tafel zal moeten met de betrokken partijen om in te gaan zetten op een compacter stadscentrum. Daarnaast wordt verwacht dat winkelpanden in de toekomst een groter oppervlakte zullen worden omdat ondernemers meer ruimte nodig hebben, waardoor er wellicht minder maar grotere winkels in Wijchen zullen zijn. Om

aan deze wens te kunnen voldoen ziet de gemeentemedewerker voor de toekomst iets in het inzetten van stedelijke herverkaveling. De urgentie om dit nu te doen is er nog niet, wanneer dit wel het geval is wil de gemeente ondersteuning bieden. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling dat de gemeente gaat onteigenen en dan zelf gaat bouwen.

De provincie Gelderland is volgens de medewerker van de gemeente Wijchen al erg pro-actief. Er is een sterke regionale detailhandelsstructuur, wel is het belangrijk om hier actief op te blijven sturen zonder dat de flexibiliteit voor binnensteden zelf weggenomen wordt. Er wordt door de provincie Gelderland al aan kennisdeling gedaan en daarnaast is de provincie Gelderland ook al bezig met het instrument stedelijke herverkaveling. De binnenstadsmanager van Wijchen zou graag nog ondersteuning van de provincie Gelderland hebben om ondernemers en pandeigenaren nog meer te betrekken. Volgens hem zijn ondernemers en pandeigenaren nog te weinig actief in het centrum en hebben zij niet door dat de sfeer in het centrum deels van henzelf afhangt. Er zou een tool ontwikkeld moeten worden, met hulp van de provincie Gelderland, waardoor ondernemers actiever worden in het centrum. De onderlinge banden versterken en het samenwerken in het centrum door ondernemers en pandeigenaren zijn verbeterpunten voor de toekomst.

5.2.3 Wonen

In deze paragraaf wordt ingegaan op de mate waarin de binnenstad van Wijchen een woonfunctie heeft en de ontwikkeling die hierin is doorgemaakt. De cijfers hierover zijn terug te vinden in tabel 5.3.

Tussen 2007 en 2017 is het aantal inwoners in het centrum van Wijchen toegenomen met bijna 2%. Het aantal woningen in het centrum van Wijchen is sterker toegenomen, namelijk met 10,2%. Wanneer de cijfers van de ontwikkeling van het aantal inwoners naast de cijfers van vergelijkbare centra in de provincie en heel Nederland worden gelegd dan kan hieruit worden geconcludeerd dat de binnenstad van Wijchen een minder grote ontwikkeling van het aantal inwoners kent. Deze verschillen kunnen zijn ontstaan door nieuwbouwprojecten in binnensteden, die bijvoorbeeld in Wijchen niet hebben plaatsgevonden. Over de mogelijke oorzaken van de minder sterke groei in Wijchen wordt verderop in deze paragraaf dieper ingegaan.

Naast de bevolkingsontwikkeling van het aantal inwoners is ook gekeken naar de ontwikkeling van de woningvoorraad in Wijchen. In Nederland is de gemiddelde procentuele groei van het aantal woningen in de binnenstad 16,8. In de binnenstad van Wijchen is de procentuele groei van het aantal wooneenheden kleiner, namelijk 10,2 procent. De groei van het aantal woningen in de provincie Gelderland is het grootst met 22,7 procent. In Wijchen is de procentuele groei van het aantal woningen in de binnenstad groter dan de procentuele groei van het aantal inwoners. Dit beeld is naast Wijchen ook te zien in de kleine binnensteden in de provincie Gelderland en de kleine binnensteden in Nederland.

	Binnenstad Wijchen	Kleine binnensteden provincie Gelderland	Kleine binnensteden Nederland
Procentuele groei inwoners 2007-2017	1,9	9,4	10,5
Procentuele groei woningen 2007-2017	10,2	22,7	16,8

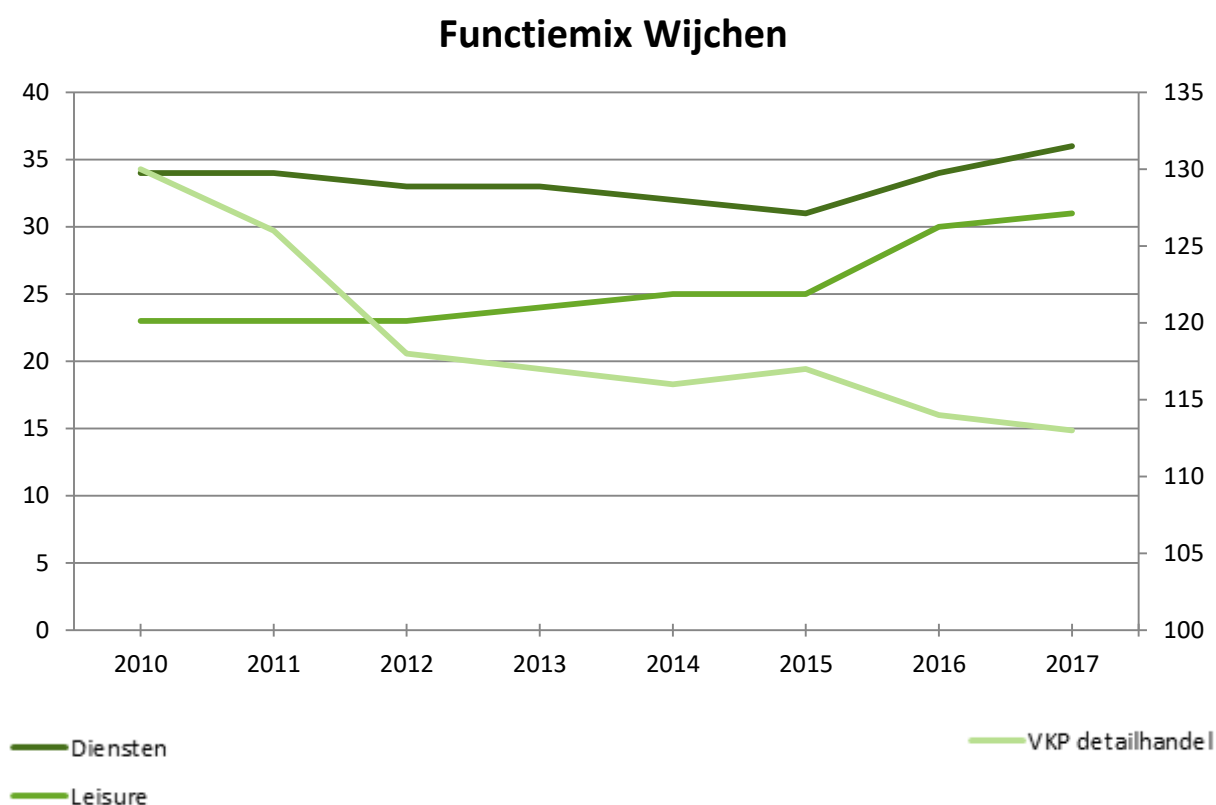
Tabel 5.3: Ontwikkeling aantal inwoners en woningen. Bron: CBS

De respondenten van de interviews geven aan dat de groei van het aantal inwoners in Wijchen (gehele stad) in de laatste jaren gestabiliseerd is rond de 40.000 inwoners. Ook de prognoses laten zien dat het aantal inwoners in Wijchen niet langer gaat groeien, wel zal het aantal huishoudens nog licht groeien. De verwachte groei van 40.000 naar 50.000 inwoners heeft nooit plaatsgevonden. De focus van de woonagenda heeft de afgelopen jaren gelegen op uitleglocaties aan de randen van Wijchen. Het is daarom dat het aantal inwoners in de binnenstad niet sterk gegroeid is de afgelopen jaren. Volgens de binnenstadsmanager wordt er door het stabiele aantal inwoners van Wijchen niet ingezet op meer inwoners maar op het behoud ervan. De binnenstadsmanager geeft aan dat alle kleine binnensteden moeite hebben met het behouden van inwoneraantallen als ze al niet dalen. Vooral jonge inwoners trekken naar de grotere binnensteden. Wijchen dient zich te houden aan het compacte centrum en pas in te zetten op uitbreiding als de prognoses van de inwoneraantallen laten zien dat er sprake is van een substantiële groei. De gemeente Wijchen heeft echter een andere insteek dan de binnenstadsmanager aangeeft. De gemeente bevestigt het beeld dat de afgelopen jaren het aantal inwoners in de binnenstad niet hard gegroeid is maar geeft aan dat de focus nu op het aantal inwoners in de binnenstad komt te liggen. Afgelopen jaar is een nieuwbouwproject opgeleverd waarmee de inhaalslag voor het aantal inwoners in het centrum is ingezet. Deze

inhaalslag zal de komende tijd nog verder worden doorgezet. Op basis van de woonvisie die is opgesteld door de gemeente wordt ingezet op een toename van het aantal inwoners in het centrum. Uit deze woonvisie blijkt dat er een behoefte is aan 1 en 2 persoonswoningen voor starters en senioren. De oudere inwoners van Wijchen willen graag dicht bij de voorzieningen wonen in het centrum. Om starters daadwerkelijk in het centrum te laten wonen zal ingezet moeten worden op innovatieve concepten. De transformatieopgaven die in het centrum liggen sluiten aan bij de woonbehoefte die er is. Daarnaast past een intensiever programma, zoals appartementen, goed bij deze doelgroep. Een intensiever programma is in het centrum wenselijk door de hoge grondprijzen en beperkte ruimte. Het toevoegen van het aantal inwoners aan het stadscentrum wordt volgens de medewerker van de gemeente gedaan puur uit woonbehoefte, er is geen behoefte vanuit het kernwinkelgebied om meer inwoners in de binnenstad gevestigd te hebben. Het toevoegen van inwoners aan het centrum zou zelfs kunnen leiden tot conflicten tijdens evenementen of activiteiten.

5.2.4 Functiemix

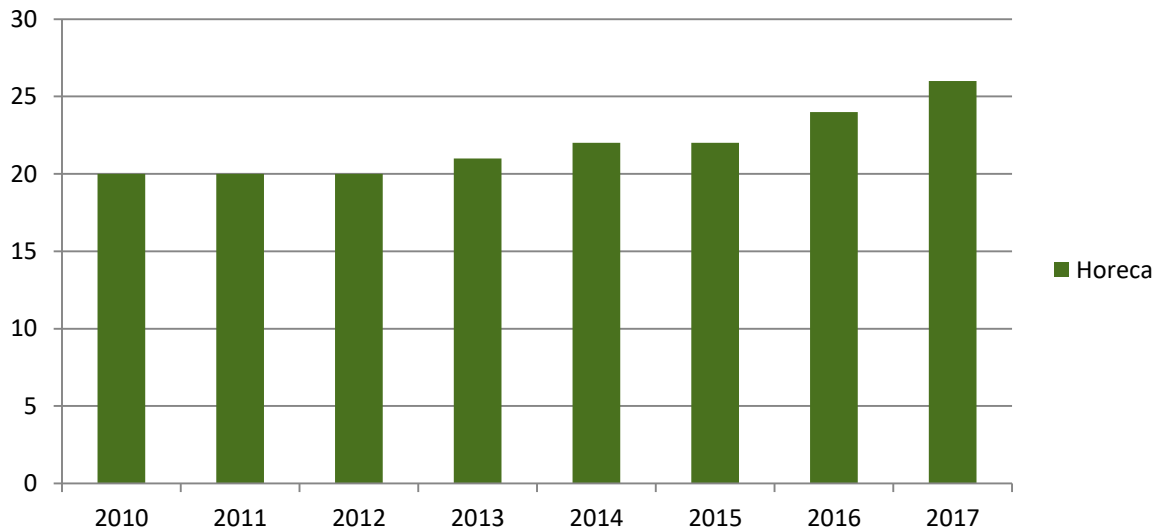
De functiemix van het stadscentrum van Wijchen is in de afgelopen zeven jaar toegenomen. Waar het aandeel verkooppunten in leisure en diensten t.o.v. het aandeel verkooppunten in detailhandel in 2010 30,5% was, is dit in 2017 toegenomen tot 37,2%. Dit betekent een toename van 6,7 procentpunten. Vergeleken met het landelijk gemiddelde voor kleine binnensteden is de functiemix in Wijchen sterker toegenomen. De functiemix van kleine binnensteden in Nederland was in 2010 35,8% en in 2017 40,3%, dit is een toename van 4,5 procentpunten. In figuur 5.6 is een grafische weergave van het aantal verkooppunten in detailhandel, diensten en leisure weergegeven en de verandering die deze verschillende type verkooppunten hebben doorgemaakt in de binnenstad van Wijchen. Waar de hoeveelheid verkooppunten in detailhandel tussen 2010 en 2017 is afgenomen, is het aantal verkooppunten in leisure de afgelopen jaren juist toegenomen. Het aantal verkooppunten in diensten is tussen 2010 en 2015 afgenomen maar kende tussen 2015 en 2017 een relatief sterke stijging waardoor er een hoger aantal verkooppunten in diensten is in 2017 dan in 2010.



Figuur 5.6 Verandering Diensten, horeca en VKP detailhandel. Bron:Locatus

Het aantal verkooppunten in leisure is onder te verdelen in verkooppunten in horeca, ontspanning en cultuur. Om inzicht te krijgen in de hoeveelheid horeca in Wijchen is dit onderdeel van leisure verder uitgediept, zie hiervoor figuur 5.7. Het blijkt dat de hoeveelheid horeca vestigingen in de binnenstad van Wijchen tussen 2010 en 2012 stabiel was. Vanaf 2012 tot en met 2017 is het aantal horeca vestigingen gestegen van 20 tot en met 26 verkooppunten.

Horeca Wijchen



Figuur 5.7: Verandering horeca in Wijchen. Bron: Locatus

Het creëren van een goed verblijfsklimaat en een goede sfeer in de binnenstad wordt belangrijk gevonden in Wijchen. De bouwstenen voor een goed verblijfsklimaat waren al langer aanwezig in Wijchen, zeker na de herinrichting van de openbare ruimte in 2010. De groei van deze functiemix, en dan specifiek meer horeca, heeft bijgedragen aan een betere sfeer en verblijfsklimaat in de binnenstad. De binnenstadsmanager en de gemeente Wijchen merken dat er meer horeca in de binnenstad is gekomen. Daarnaast zijn er diverse voorzieningen op het gebied van leisure te vinden in en om het centrum, waardoor bezoekers kunnen recreëren in het centrum. Wel geeft de binnenstadsmanager aan dat deze trend niet alleen in Wijchen te zien is, maar in de meeste binnensteden. De consument komt tegenwoordig steeds meer voor een combinatiebezoek naar de binnenstad, hier wordt door de binnenstad van Wijchen dan ook op ingespeeld. De toegenomen hoeveelheid horeca zorgt er bijvoorbeeld voor dat consumenten langer in de binnenstad blijven hangen en dat er in de avonden ook levendigheid is in de binnenstad. Er is zowel door de gemeente als door het centrummanagement niet specifiek ingezet op het trekken van meer horeca naar de binnenstad. Doordat er steeds meer activiteiten in de binnenstad georganiseerd werden groeide het aantal horeca vestigingen in de binnenstad organisch en trok de horeca elkaar vervolgens aan. Dit kwam ook doordat het aantal detailhandelsvestigingen afnam waardoor er meer ruimte ontstond voor horeca in de binnenstad van Wijchen. De medewerker van de gemeente merkt op dat er een grens zit aan de groei van de hoeveelheid horeca in de binnenstad. Voor de toekomst wordt er nog wel ruimte gezien in bepaalde avondhoreca en leisure voorzieningen. Wanneer deze leisure voorzieningen aan de rand van het centrum gepositioneerd worden is het belangrijk om de verbinding met het centrum te behouden. Voor de nabije toekomst liggen nog een aantal transformatieopgaves in het centrum. De gemeente wil met deze pandeigenaren in gesprek gaan om te zorgen dat de structuur van deze (aanloop)straten verbetert na de transformatie en het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte in bedwang wordt gehouden.

5.2.5 Instrumenten

In hoofdstuk 2 zijn diverse instrumenten geïntroduceerd die kunnen worden ingezet in binnensteden om de ontwikkelingen die plaatsvinden te beïnvloeden en het functioneren van de binnenstad te verbeteren. Voorbeelden van deze instrumenten zijn het centrummanagement en het binnenstadsbeleid. In deze paragraaf wordt uitgediept welke instrumenten Wijchen inzet in de binnenstad.

Centrummanagement

Het centrummanagement van Wijchen is opgezet in 2012. Het initiatief om centrummanagement op te richten lag bij de ondernemers, waar de gemeente op dat moment actief op ingespeeld heeft. De Ondernemersvereniging Wijchen Centrum (OvWC) had vaak een te klein budget voor de activiteiten en andere zaken die zij wilde organiseren en wilde daarom graag dat alle ondernemers mee betaalden. Het aantal freeriders moest door de oprichting van het centrummanagement dus teruggedrongen worden, hoewel er niet veel freeriders voorheen waren. Daarnaast werd het centrummanagement ook opgericht om de goede positie en banden die er in Wijchen waren te behouden en te verbeteren. Het uiteindelijke doel waarvoor het centrummanagement is opgericht is om het economische functioneren van het centrum te verbeteren. Bij het centrummanagement zijn veel verschillende partijen betrokken: ondernemersvereniging, vereniging van winkelpandeigenaren, mkb Wijchen, gemeente, VVV, inwoners uit centrum en de vereniging van Horeca. Er is gekozen om een groot aantal actoren te betrekken bij het centrummanagement omdat op deze manier duidelijk kan worden gemaakt waar het geld van het centrummanagement aan besteed wordt en het belang om samen te werken nog beter kan worden benadrukt. Tussen de partijen in het centrummanagement bestaat geen echte hiërarchie, wel bestaat er enige dominantie door de mate waarin een partij zelf actief en betrokken is. De centrummanager is de trekker van het geheel. *“De spin in het web wordt het wel eens genoemd.”* (P. Philipsen, persoonlijke communicatie, 17 januari 2018). Hij is al sinds het opzetten van de organisatie betrokken en heeft ook geholpen bij de invoering van de reclamebelasting. De reclamebelasting is, naast een bijdrage van de vereniging van winkelpandeigenaren voor de aankleding van het centrum, het enige budget van het centrummanagement. De centrummanager werkt met een onkostenvergoeding en op basis van vrijwilligersuren. Er bestaat geen bijdrage vanuit de gemeente, wel faciliteert de gemeente het centrummanagement. Tussen het centrummanagement en de gemeente bestaan goede banden en contacten. Toch zorgt het beperkte budget er volgens de binnenstadsmanager voor dat er niet altijd gedaan kan worden wat hij daadwerkelijk zou willen doen. Het centrummanagement wordt naast de centrummanager gedragen door een grote groep vrijwilligers, bij de start 60 stuks. Deze vrijwilligers zijn vooral inwoners die het centrum een warm hart toedragen. Tijdens twee openingscongressen zijn de vrijwilligers geworven en uiteindelijk verdeeld over verschillende werkgroepen. Deze werkgroepen zijn actief op thema's die de binnenstad aangaan, bijvoorbeeld het terugdringen van leegstand en communicatie en promotie. In de werkgroepen zijn nagenoeg geen ondernemers en pandeigenaren actief, ook de gemeente participeert niet in deze werkgroepen. De gemeentemedewerker stelt dat er een duidelijke takenverdeling is tussen de gemeente en het centrummanagement. Het centrummanagement zorgt bijvoorbeeld voor het terugdringen van leegstand, promotie en het organiseren van evenementen terwijl de gemeente een rol heeft in de openbare ruimte. De ondernemers en pandeigenaren zijn over het algemeen veel te weinig actief, aldus de binnenstadsmanager. Dit signaal hoort hij ook bij collega's in andere binnensteden. De binnenstadsmanager organiseert maandelijks een bijeenkomst om elkaar te leren kennen en vragen

te kunnen stellen, maar het animo hiervoor is laag vanuit ondernemers en pandeigenaren. Daarnaast komt er weinig initiatief vanuit de ondernemers en pandeigenaren, maar ook van andere bestuursleden van de stichting centrummanagement, voor nieuwe ideeën, activiteiten en evenementen. De centrummanager moet alle ideeën opperen en hier zelf actief mee aan de slag gaan. Er wordt door deze partijen nog niet gerealiseerd dat het creëren van sfeer ook vanuit henzelf moet komen en ze dus (tijd) moeten investeren in hun eigen toekomst. Volgens de gemeentemedewerker bestaat er een groot verschil tussen de activiteit van ondernemers, die volgens hem niet onderverdeeld kan worden tussen lokale ondernemers en ondernemers van ketens.

“Je hebt, ik zeg ook altijd je hebt ondernemers en je hebt kruideniers, zeg maar. Je hebt mensen die passen gewoon op de winkel, die gooien 9 uur ‘s ochtends de deur open, vegen af en toe het stoepje en achter hun toonbank staan en om vijf uur doen die weer de winkel dicht. En aan de andere kant heb je ook winkeliers die wel echt ondernemers zijn en die zie je dus ook wel heel actief participeren in zo'n centrummanagement en die zijn ook echt bezig.” (P. Vereijken, persoonlijke communicatie, 24 januari 2018).

Al met al draagt het centrummanagement volgens beide respondenten wel bij aan het doel waar het voor is opgericht. De oprichting van het centrummanagement heeft gezorgd voor een duidelijke overlegstructuur en één aanspreekpunt. In de tijd dat het centrummanagement werd opgericht werd alles gedaan in het licht van de economische crisis, nu komt alles in een stroomversnelling doordat het economisch beter gaat. Om in de toekomst meer budget te generen ziet de binnenstadsmanager graag dat er een bedrijven investeringszone met pandeigenaren wordt opgericht zodat iedereen gaat bijdragen aan het centrummanagement en niet meer een deel van de pandeigenaren. Dit signaal blijkt voor de medewerker van de gemeente nieuw te zijn.

Op basis van bovenstaande informatie is bekeken in hoeverre het centrummanagement van Wijchen voldoet aan de uitgangspunten van professioneel centrummanagement.

Indicatoren	Score	Verantwoording
Gelijkwaardige samenwerking	+	Er wordt geen hiërarchie tussen verschillende partijen ervaren, wel verschil in hoe actief verschillende actoren zijn.
Onafhankelijkheid	+	Centrummanagement is een organisatie met een eigen bestuur, waardoor het onafhankelijk is van bijvoorbeeld de gemeente.
Structurele aanpak	+	Duidelijke taakverdeling welke partij, welke taken en onderwerpen oppakt.
Structurele middelen	+/-	Er zijn structurele middelen in de vorm van reclamebelasting, echter zijn deze middelen niet toereikend voor de ambities van het centrummanagement.
Integraal werken	+	Veelvuldig overleg tussen centrummanagement en gemeente en jaarlijks een schouw met diverse betrokken partijen.
Concrete resultaten	+/-	Organisatie van activiteiten en jaarlijkse schouw, enkele fysieke maatregelen (digitaal bord), instrumenten om leegstand tegen te gaan, graag nog meer activiteiten oppakken maar daar is te weinig budget voor.
Focus op economisch functioneren en leefbaarheid	+	Opgericht om economisch functioneren van binnenstad en het centrummanagement draagt bij aan dit doel.

Tabel 5.4: Uitgangspunten professioneel centrummanagement Wijchen

Binnenstad beleid

De gemeente is de laatste jaren actiever met de binnenstad bezig. De medewerker van de gemeente Wijchen geeft aan dat er een omslag in de denkwijze is geweest. De gemeente legde voorheen de verantwoordelijkheid van de binnenstad bij de ondernemer. Nu is het besef bij de gemeente gekomen dat een goed functionerend kernwinkelgebied een voorziening is voor de inwoners van de gemeente. In Wijchen wordt gewerkt vanuit een meerlagen-structuur, waarbij het beleid, als het ware, in een drietrapsraket is opgebouwd. Er is een gemeentebrede detailhandelsstructuur, er is een centrumvisie en er zijn retailagenda's. Volgens de gemeentemedewerker van Wijchen is het van toegevoegde waarde dat er vanuit de gemeente keuzes worden gemaakt en er op deze manier duidelijkheid wordt gegeven.

De gemeentebrede detailhandelsstructuur geeft als het ware weer welk type detailhandel in welk winkelgebied zou moeten landen om op deze manier een goede winkelvoorziening te kunnen bieden aan de inwoners van de gemeente (BRO, 2009). Er bestaat hierbij een hiërarchie tussen de winkelgebieden, waarbij het kernwinkelgebied een autonome positie heeft. Het kernwinkelgebied, de binnenstad, is het gebied waar de niet-dagelijkse winkels moeten landen. Naast het kernwinkelgebied zijn er een aantal buurtwinkelcentra. In deze centra zijn één of twee supermarkten gelegen en vers zaken zoals een bakker en een slager. Naast deze twee type winkelgebieden bestaat er nog een derde type winkelgebied, het bedrijventerrein. Op het bedrijventerrein is een mix van bedrijvigheid te vinden waarbij ook grootschalige en perifere detailhandel thuishoort. Hierbij gaat het om meubelzaken of fietsenwinkels. *“Die zijn qua korrel ook te groot voor je kernwinkelgebied”* (P. Vereijken, persoonlijke communicatie, 24 januari 2018). In deze detailhandelsstructuur wordt de positionering van de winkelgebieden in de gemeente beschreven (BRO, 2009). Wanneer er detailhandel vestigt die daar volgens deze meerlagen-structuur niet thuishoort, dan gaat de

gemeente hier op acteren. Er wordt dan in gesprek gegaan met de winkelier en de pandeigenaar dat dit type detailhandel niet thuishoort in een bepaald winkelgebied en een betere plek voor dit type detailhandel wordt voorgesteld. Er wordt in dit geval niet met een handhaver gewerkt omdat het volgens de gemeente Wijchen niet wenselijk is om continu met een handhaver op de stoep te staan en er daarnaast niet genoeg capaciteit is om altijd handhavers in te zetten. Wanneer er detailhandel op het bedrijventerrein vestigt die volgens de structuur beter in het stadscentrum past dan gebeurt dit vaak vanuit economische overwegingen. De huur in de binnenstad is namelijk hoog, waardoor de lage huren op het bedrijventerrein aantrekkelijk zijn.

“En het grappige is dat je in de praktijk ook wel dingen ziet gebeuren dat zodra zo'n winkel naar het kernwinkelgebied gaat, er dan ook goede ontwikkeling ontstaat. (...) En dat initiatieven die landen op bedrijventerrein dat die in sommige gevallen ook doodbloeden op die plek omdat er geen traffic is, geen (...) aanloop is.” (P. Vereijken, persoonlijke communicatie, 24 januari 2018).

Het is dus niet alleen voor de algehele structuur belangrijk dat ondernemingen op de juiste plek gevestigd zijn maar ook voor de winkeliers zelf omdat er veel meer traffic in de binnenstad is. Een manier om te zorgen dat ondernemers de stap naar de binnenstad kunnen maken zou het verlagen van huren in de binnenstad zijn. De gemeente praat geregeld met pandeigenaren en geeft aan dat zij wel een huurder voor het pand hebben als de huur (tijdelijk) omlaag zou gaan. De gemeente, ondernemers en het centrummanagement zien ingroei huur als een goede optie voor het behouden van deze gemeentebrede structuur maar pandeigenaren zijn hier vaak nog niet bereid toe of zien het als laatste redmiddel. De gemeentemedewerker hoopt dat in de toekomst deze waardevolle structuur breed gedragen gaat worden. Er moet een wederzijdse verstandhouding ontstaan waarbij de winkelgebieden elkaar ondersteunen. Mocht een ondernemer zich willen vestigen in een winkelgebied waar dit type detailhandel niet thuishoort, dan is het wenselijk dat er vanuit het winkelgebied wordt verwezen naar pandeigenaren van het andere winkelgebied. Aan deze wederzijdse verstandhouding moet nog gewerkt worden en hier kunnen nog stappen in gemaakt worden.

De centrumvisie is onderdeel van deze gemeentebrede detailhandelsvisie, maar dan specifiek gericht op de binnenstad. In deze centrumvisie wordt de gewenste koers uiteengezet en hierin staat bijvoorbeeld de positie die het centrum in de regio kan innemen beschreven. Er wordt in deze centrumvisie gefocust op hoofdlijnen en -structuren en de visie gaat in op de middellange termijn van 5 tot 10 jaar. Het einddoel waar de centrumvisie toe moet leiden is een toekomstbestendig centrum dat aantrekkelijk en bruikbaar is voor alle gebruikers (Gemeente Wijchen, 2013). Deze centrumvisie is in 2013 vastgesteld en is gemaakt in samenwerking met het centrummanagement. De centrumvisie is opgesteld met zowel input van het centrummanagement als input van de gemeente. De bedoeling hierachter was, volgens de medewerker van de gemeente, het creëren van wederzijds begrip voor de keuzes die gemaakt werden. Daarnaast moest het ook zorgen voor het temperen van verwachtingen van ondernemers. Ondernemers dachten dat een regionale functie nog een optie was. Vanuit de gemeente is toen het beeld voorgelegd van de regionale structuur en koopkrachtbinding die Wijchen heeft en de positie die Wijchen hierin kon innemen. Door dit samen te bespreken ontstond begrip vanuit de ondernemers om niet voor deze regionale positie te gaan. Ook andere partijen zijn betrokken bij het opstellen van de centrumvisie.

Tot slot is er voor iedere winkelgebied een retailagenda opgesteld. De retailagenda heeft als doel om met de partijen in een winkelgebied na te denken over de toekomst van het gebied die past bij de positie in de gemeentelijke detailhandelsstructuur (DTNP, 2016). In deze retailagenda's worden afspraken met ondernemers en vastgoedeigenaren in de winkelgebieden gemaakt. Een ander doel van deze retailagenda is om partijen in de winkelgebieden bij elkaar te brengen. Vooral voor de buurtwinkelcentra en de bedrijventerreinen is dit belangrijk omdat zij minder goed georganiseerd zijn dan het kernwinkelgebied. De bedoeling is om vast te stellen waar de partijen over een x-aantal jaar willen staan en op welke manier zij dit willen bereiken. Er worden vervolgens agendapunten opgesteld. De agendapunten worden door voornamelijk de ondernemers en vastgoedeigenaren zelf bedacht en het is de bedoeling dat zij deze ook zelf uitvoeren. De gemeente doet in principe niks in de uitvoering, enkel als het valt onder haar kerntaken. Het is dus een agenda voor en door de ondernemers en vastgoedeigenaren. De gemeente faciliteert enkel het proces en zorgt dat de partijen tweejaarlijks samen aan tafel zitten. Op die momenten wordt de voortgang besproken en worden eventuele nieuwe agendapunten toegevoegd of agendapunten geschrapt. Deze retailagenda zorgt ervoor dat het beleid dynamisch is en kan inspelen op ontwikkelingen (DTNP, 2016).

Naast dit drietrapsbeleid zijn er ook nog gebiedsperspectieven en is er parkeerbeleid. Het gebiedsperspectief geeft invulmogelijkheden van gebieden weer, waar het nog onduidelijk is hoe het gebied getransformeerd moet worden. Er wordt in deze gebiedsperspectieven beschreven welke concrete invullingen op bepaalde plekken mogelijk zijn. Deze gebiedsperspectieven nemen transformatieopgaven mee. Door een creatieve tender hier uit te voeren komen diverse ideeën naar voren. Het belangrijkste hierbij is dat nieuwe invulmogelijkheden van gebieden zorgen voor een meerwaarde aan het gehele centrum. Waar de centrumvisie abstract is, zijn de gebiedsperspectieven concreter. De binnenstadsmanager vindt de gebiedsperspectieven naast de centrumvisie een meerwaarde.

Parkeren in Wijchen is gratis en wordt door de respondenten als kernwaarde van de binnenstad gezien. Lange tijd was het onzeker of het parkeren in de binnenstad gratis zou blijven, wat zorgde voor onduidelijkheid. Er is door de politiek echter besloten om het gratis parkeren in de binnenstad gratis te houden omdat het volgens hen van belang is voor de aantrekkelijkheid van de binnenstad. De binnenstadsmanager is echter niet volledig tevreden over het parkeerbeleid van Wijchen. *"Ik vind dat dat een beetje zwakt."* (P. Vereijken, persoonlijke communicatie, 17 januari 2018). Hij geeft aan dat het gratis parkeren wel is toegezegd maar dat door (mogelijke) nieuwbouwprojecten het aantal parkeervoorzieningen onder druk kan komen te staan. Voldoende parkeerplekken moet volgens hem verder worden onderzocht dit jaar. De medewerker van de gemeente geeft aan dat er jaarlijkse monitoring is van de hoeveelheid parkeervoorzieningen in de binnenstad en dat er voldoende parkeervoorzieningen zijn. Enkel op piekmomenten kan het zijn dat mensen iets verder weg moeten parkeren. Volgens hem moeten de parkeervoorzieningen niet op piekmomenten worden ingericht. De discussie over de hoeveelheid parkeervoorzieningen bestaat al jaren tussen ondernemers en de gemeente. Ondernemers zien graag dat er meer parkeervoorzieningen bij komen, terwijl de monitoring aangeeft dat er voldoende parkeerplaatsen aanwezig zijn.

Fysieke acties

De grootste fysieke actie die de laatste jaren is uitgevoerd is de herinrichting van de openbare ruimte in 2010. Tijdens deze herinrichting is er nieuwe bestrating gelegd, zijn er muurtjes gesloopt en is er nieuw straatmeubilair geplaatst. Dit alles zorgde ervoor dat de binnenstad een frissere uitstraling kreeg, wat een positieve invloed had op het verblijfsklimaat van Wijchen. Tijdens de herinrichting van de openbare ruimte heeft de gemeente geprobeerd om de ondernemers en vastgoedeigenaren te betrekken bij het opknappen van het centrum. Hiervoor is destijds gebruik gemaakt van de formule pimp-my-shop. Waarbij samen met een ontwerper werd gekeken hoe gevels aantrekkelijker konden worden gemaakt. Destijds is hier door een aantal ondernemers gebruik van gemaakt. De gemeentemedewerker zou graag meer ruimte willen hebben om actief samen met de ondernemer aan de slag te gaan met knelpunten in de binnenstad. Na deze grote herinrichting zijn er geen grote fysieke acties meer in de binnenstad uitgevoerd.

Het centrummanagement organiseert tweejaarlijks een schouw met partijen die bij de binnenstad betrokken zijn. Het doel van deze schouw is om knelpunten in de binnenstad op te halen. Kleine knelpunten worden direct door de gemeente opgelost. Op basis van eerdere schouwen en bevindingen door de jaren heen is een lijst opgesteld met 5 grotere knelpunten waar nu mee aan de slag wordt gegaan. Voorbeelden van deze 5 knelpunten zijn het fietsparkeren in de binnenstad, het laden en lossen van goederen en verkeerstechnische problemen. Er moet aan deze knelpunten gewerkt worden om de sfeer en beleving te verhogen. De medewerker van de gemeente Wijchen had zelf niet door dat het laden en lossen een groot knelpunt was in de binnenstad. Hij geeft aan dat er venstertijden in het centrum zijn. Één ondernemer heeft echter ontheffing van deze venstertijden en zet zijn bus gedurende de dag op het marktplein. De gemeentemedewerker vindt dat ondernemers elkaar onderling hierop aan kunnen en mogen spreken. Ook op het gebied van fietsparkeren is het moeilijk om hier op te sturen als gemeente. De medewerker van de gemeente vindt dat er een juiste balans moet worden gezocht, waarbij de ondernemers wederom met elkaar in overleg moeten treden.

Instrumenten verleden en toekomst

De respondenten van dit onderzoek zijn tevreden over de instrumenten die de laatste jaren in de binnenstad van Wijchen zijn ingezet. De medewerker van de gemeente geeft aan dat de sterke structuur die zij hebben opgesteld zijn vruchten afwerpt.

Een instrument dat de medewerker van de gemeente in de toekomst wil inzetten is de stedelijke herverkaveling. Dit is een erg ingewikkeld instrument, wat veel van de gemeente als organisatie vraagt. Daarom wordt dit enkel ingezet als de urgentie in Wijchen groter is dan dat hij nu is. Hij geeft aan dat stedelijke herverkaveling en de bedrijven investeringszone beide complexe instrumenten zijn, die hij door de hogere overheden graag versimpeld ziet worden.

Voor de binnenstadsmanager is een volgend instrument dat ingezet gaat worden de digitale borden bij de toegangswegen van Wijchen. Op deze digitale borden kunnen zowel het centrummanagement, de gemeente als adverteerders informatie projecteren. De inzet van dit instrument staat in lijn met de verbetering van de communicatie die de laatste jaren is ingezet. Voor de toekomst heeft hij weinig budget om nieuwe instrumenten in te zetten. Wanneer er meer budget zou zijn dan zou hij meer activiteiten in de binnenstad willen organiseren, al is hij zich er bewust van dat er geen

overaanbod moet worden gecreëerd. Daarnaast ziet hij graag een tool ontwikkeld worden waarmee hij pandeigenaren en ondernemers actiever bij het centrummanagement kan betrekken.

Rol van provincie Gelderland

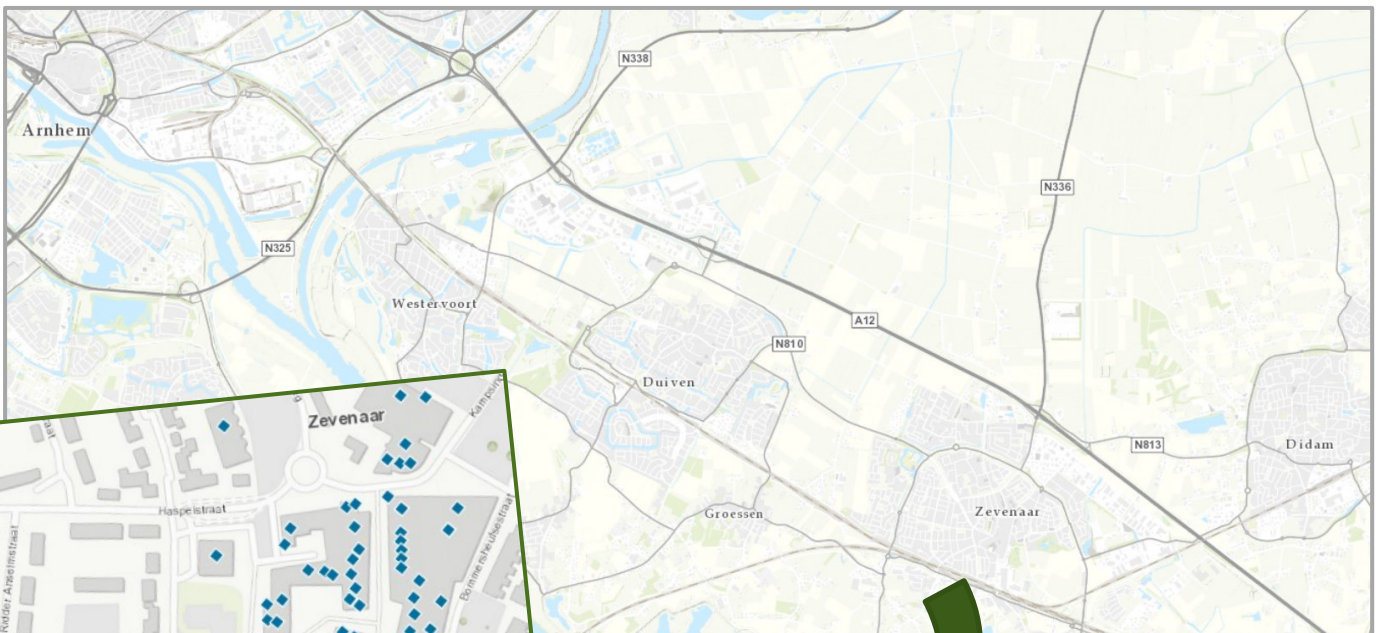
De provincie Gelderland mag van de respondenten in de toekomst nog meer gaan inzetten op het delen van kennis. Het delen van best practices wordt door de medewerker van de gemeente als waardevol gezien. De binnenstadsmanager zou graag meer kennis hebben over, zoals eerder genoemd, het activeren van ondernemers en pandeigenaren. Daarnaast zou hij graag zien dat er budget vanuit de provincie komt voor de aankleding van het centrum en het ontwikkelen van nieuwe concepten rondom laden en lossen, bijvoorbeeld een kluissysteem. Voor de gemeentemedewerker is het vooral belangrijk dat de regionale structuur en afspraken behouden blijft en dat deze afspraken ook nagekomen worden. De provincie Gelderland moet in de toekomst volgens hem hier op blijven acteren waardoor het level playing field vergroot wordt.

5.3 Casus Zevenaar

5.3.1 Inleiding

De binnenstad van Zevenaar behoort, net als Wijchen, tot de categorie kleine binnensteden. Om meer informatie over de binnenstad te krijgen zijn ook in Zevenaar interviews gehouden met de gemeente en de binnenstadsmanager. Daarnaast is er beleid geanalyseerd en zijn er cijfers van de binnenstad geraadpleegd. De interviewguide met de vragen die tijdens het interview gesteld zijn, is terug te vinden in bijlage H.

Zevenaar is gelegen ten zuidoosten van Arnhem. Naast Arnhem zijn ook de grotere plaatsen Westervoort, Duiven en Didam gelegen in de regio van Zevenaar en de kleinere plek Groessen. In figuur 5.8 is de regio van Zevenaar terug te vinden.



Figuur 5.8: Ligging Zevenaar in de regio. Bron: Locatus



Figuur 5.9: Binnenstad Zevenaar met verkooppunten. Bron: Locatus

Zevenaar ligt tussen de grotere steden Arnhem en Doetinchem in. Dit betekent voor de binnenstad van Zevenaar dat het geen regionale functie heeft. De binnenstad wordt door de respondenten getypeerd als een bovenlokaal centrum. Volgens de binnenstadsmanager is het naast puur een koopstad ook een winkelstad, het is dus niet enkel op aankopen gericht maar ook op recreatief winkelen. Daarnaast bestaat er een behoorlijke branchering in Zevenaar. Behalve de grotere steden Arnhem en Doetinchem, zijn de directe concurrenten Didam en Duiven. Zowel in Didam als in Duiven is er sprake van gratis parkeren terwijl er betaald parkeren in de binnenstad van Zevenaar is. Volgens de binnenstadsmanager kost dit een klein percentage aan consumenten die de andere centra verkiest boven Zevenaar op basis van het betaald parkeren. In de toekomst moeten de eigen kwaliteiten van de binnenstad nog beter benut worden, zoals de goede uitstraling en het feit dat de binnenstad van Zevenaar een autovrij gebied is. Het is belangrijk dat Zevenaar bekend wordt onder bezoekers. De binnenstadsmanager stelt namelijk dat onbekend onbemind maakt. Het centrum van Zevenaar heeft nu als grootste en belangrijkste doelgroep de eigen gemeente en de randen hieromheen. In eerste instantie wordt ook op deze doelgroep gefocust. Om bezoekers uit Arnhem en Doetinchem te trekken is een andere strategie nodig. Er zal voor deze doelgroep meer gefocust moeten worden op de dorpse stad en de beleavingswaarde die dit met zich meebrengt. Hierbij is het belangrijk dat er altijd vertier in de binnenstad te vinden is, bijvoorbeeld in de vorm van muziek, en daarnaast moeten de evenementen sterker geprofileerd worden. Naast de huidige doelgroep ziet Zevenaar veel potentie in de Duitse consument. Zevenaar moet inzicht krijgen in wat deze Duitse consument trekt om naar Nederland te komen. Volgens de medewerkster van de gemeente vinden Duitse consumenten vooral gezondheid, groente en fruit erg interessant. De kasteelboerderij Zevenaar, die aan de rand van de binnenstad gelegen is, sluit aan bij deze behoeftes van Duitse consumenten en kan dus gebruikt worden bij de promotie. Het is van belang om de komende tijd sterker dit verhaal van Zevenaar in Duitsland te gaan vertellen.

Voor kleine binnensteden, zoals Zevenaar, staan er andere opgaves te wachten dan voor grote binnensteden, denken de respondenten van dit onderzoek. Zowel de binnenstadsmanager als de gemeentemedewerkster zien dat grote, landelijke, ketens kleine binnensteden automatisch overslaan. Deze grote ketens kunnen echter wel een aanvulling zijn op het huidige aanbod van winkels in de binnenstad. De binnenstadsmanager geeft aan dat er in Zevenaar wel gebrainstormd wordt hoe deze grote ketens aangetrokken kunnen worden naar de binnenstad, deze grote ketens zijn namelijk wel echte trekkers. *“Nou dat is echt deels zoeken naar een speld op de hooiberg maar we doen het wel.”* (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2017). Volgens de binnenstadsmanager is het vooral belangrijk om kenbaar te maken dat Zevenaar wel het aantal bezoekers kan trekken waarnaar zo’n grote keten opzoek is, wanneer niet alleen de “eerste cirkel” bezoekers worden meegenomen.

5.3.2 Winkelen

Koopkrachttoevloeiing Zevenaar

Wanneer de binding- en toevloeiingscijfers uit de koopstromenonderzoeken van 2009 en 2016 (Esselink et al., 2016; Goudappel Coffeng, 2009) van Zevenaar nader worden bekeken dan kunnen hier een aantal zaken uit geconcludeerd worden. Als eerste blijkt hieruit dat de bindingscijfers van Zevenaar als gemiddeld tot hoog kunnen worden gekenmerkt. Zowel de binding van dagelijkse als niet-dagelijkse producten aan het stadscentrum behoren tot de hoogste percentages in de stadsregio Arnhem Nijmegen. De bindingcijfers van de gehele gemeente voor dagelijkse en niet-dagelijkse producten zijn vergeleken met de andere gemeentes in de stadsregio Arnhem-Nijmegen gemiddeld. De cijfers zijn te vinden in tabel 5.5

Naast deze bindingscijfers is ook onderzoek gedaan naar toevloeiingscijfers, deze cijfers geven inzicht in de mate waarin er koopstromen worden aangetrokken. Vooral de toevloeiing voor niet-dagelijkse producten naar het stadscentrum van Zevenaar is met 34% hoog te noemen. Dit cijfer is, na de cijfers van Arnhem en Nijmegen, het hoogste toevloeiingspercentage voor niet-dagelijkse producten in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Het toevloeiingspercentage voor dagelijkse producten van het stadscentrum van Zevenaar is gemiddeld. De cijfers op gemeenteniveau laten eenzelfde beeld zien als de cijfers op stadscentrumniveau. Het enige verschil is dat naast een hoger toevloeiingspercentage voor niet-dagelijkse producten van de gemeentes Arnhem en Nijmegen ook gemeente Duiven een hoger toevloeiingspercentage heeft. Voor een inzicht in de cijfers kan tabel 5.6 geraadpleegd worden.

Bindingcijfers	Dagelijkse producten	Niet-dagelijkse producten
KSO 2009 – stadscentrum Zevenaar	69%	36%
KSO 2016 – gemeente Zevenaar	73%	46%

Tabel 5.5: Bindingcijfers Zevenaar. Bronnen: Goudappel Coffeng, 2009 & Esselink et al., 2016

Toevloeiingscijfers	Dagelijkse producten	Niet-dagelijkse producten
KSO 2009 – stadscentrum Zevenaar	18%	34%
KSO 2016 – gemeente Zevenaar	+/- 25miljoen euro	+/- 50 miljoen euro

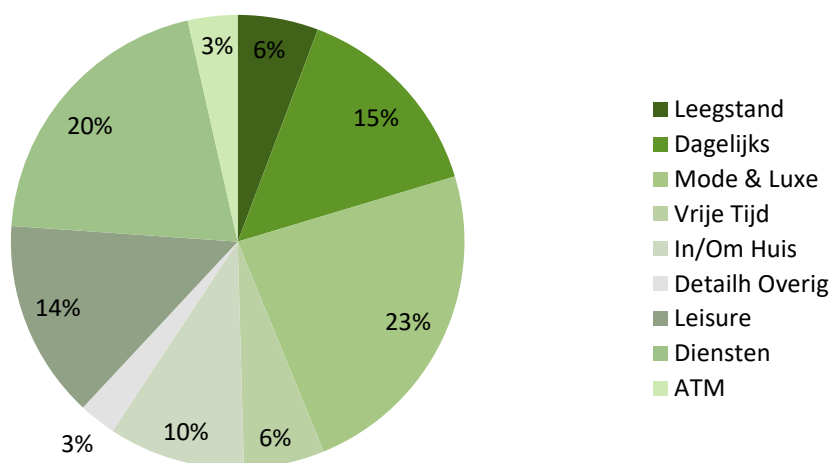
Tabel 5.6: Toevloeiingscijfers Zevenaar. Bronnen: Goudappel Coffeng, 2009 & Esselink et al., 2016

Het hoge toevloeiingspercentage in Zevenaar is volgens de gemeentemedewerkster te danken aan de positie tussen Arnhem en Doetinchem in en het uitdragen van het verhaal van Zevenaar. Zevenaar wordt hierbij gepositioneerd als niet enkel een boodschappenstad, maar een stad waar net iets meer te halen valt. Het blijkt uit dit hoge toevloeiingspercentage, volgens de gemeentemedewerkster, dat betaald parkeren geen belemmering is voor de meeste consumenten om naar Zevenaar te komen. De binnenstadsmanager denkt dat de toegevoegde waarde van Zevenaar ligt in het feit dat er nog service in de winkels wordt geboden. De medewerkers van de winkels staan met hart en ziel in de zaak en niet enkel om iets hoe dan ook te verkopen. In grote binnensteden is dit laatste steeds meer het geval door bepaalde verkoopcijfers die gehaald moeten worden. Het feit dat de ondernemers in Zevenaar nog service bieden en klantvriendelijk zijn zorgt ervoor dat er een goede mond-tot-mond reclame ontstaat. Volgens de binnenstadsmanager is dit het beste verhaal dat uitgedragen kan worden. Hoewel de prijzen in grote binnensteden en online een paar procent lager liggen dan in Zevenaar, komen consumenten toch naar Zevenaar voor hun producten. Dit heeft volgens de binnenstadsmanager enkel te maken met de goede service die in de binnenstad geboden wordt.

Leegstand

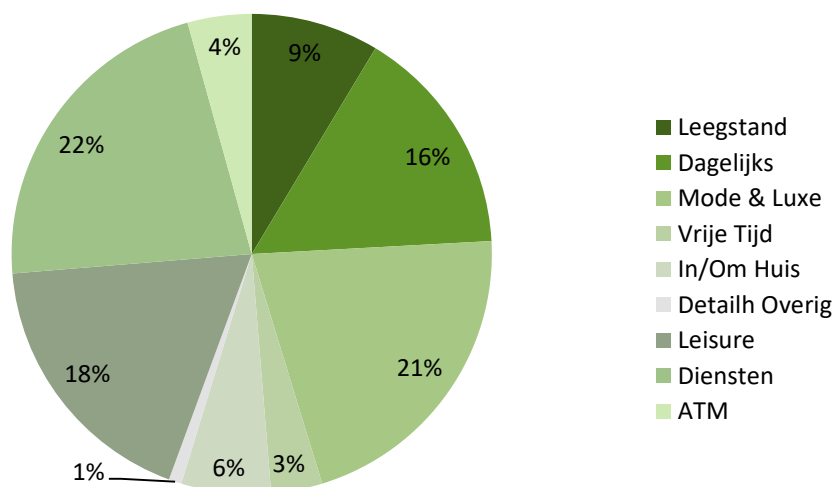
Tussen 2010 en 2017 is het totaal aantal verkooppunten in Zevenaar toegenomen van 226 naar 232 verkooppunten. Hoewel het totaal aantal verkooppunten is toegenomen, is de hoeveelheid verkooppunten in detailhandel tussen 2010 en 2017 afgenomen van 127 verkooppunten naar 109 verkooppunten. Op landelijk niveau is deze afname van het aantal verkooppunten in kleine binnensteden ook te zien, hier gaat het respectievelijk om een afname van 159 naar 134 verkooppunten tussen 2010 en 2017. De samenstelling van de winkelvoorraad van Zevenaar in 2010 en in 2017 wordt inzichtelijk gemaakt in figuur 5.10 en 5.11. Uit deze figuren kan worden opgemaakt dat het aandeel verkooppunten in leisure en in diensten is toegenomen, net als het aandeel leegstaande verkooppunten. Daartegenover is het aandeel verkooppunten in de branches in en om het huis en vrijetijd en mode en luxe afgenomen.

Samenstelling VKP Zevenaar 2010



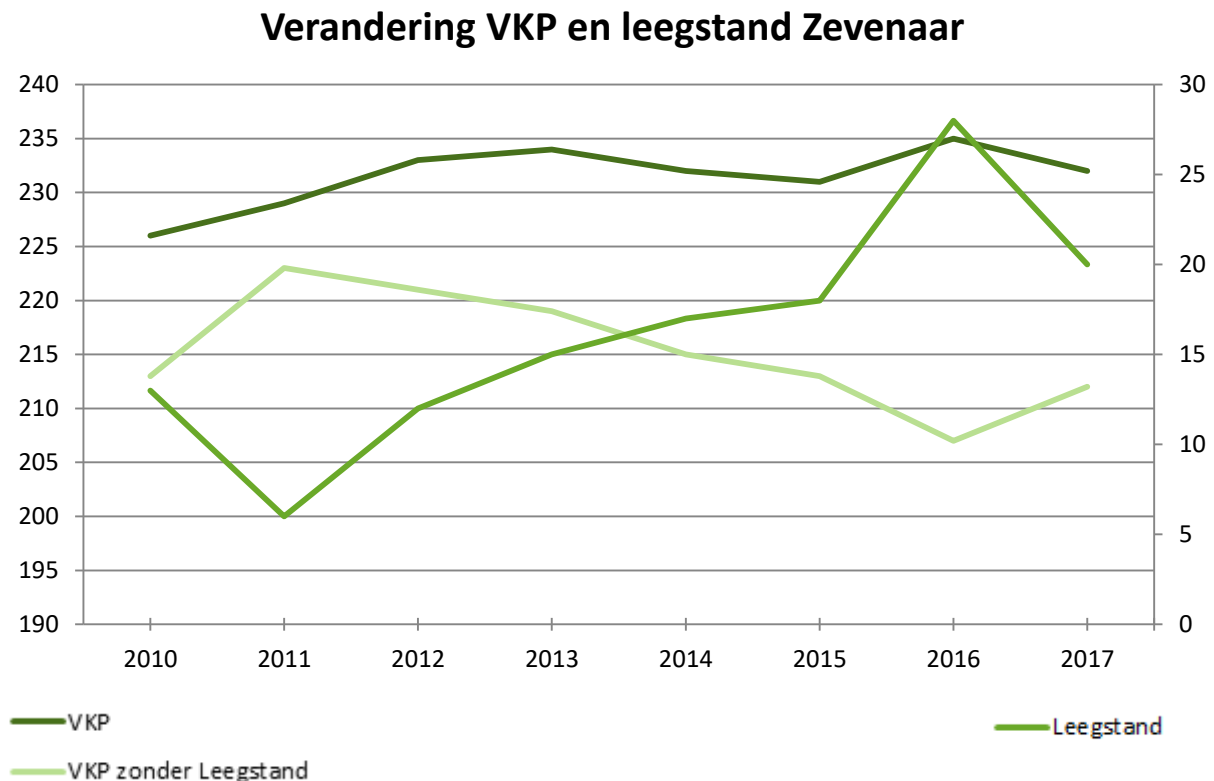
Figuur 5.10: Samenstelling VKP Zevenaar 2010 .Bron: Locatus

Samenstelling VKP Zevenaar 2017



Figuur 5.11: Samenstelling VKP Zevenaar 2017. Bron: Locatus

Het aantal leegstaande verkooppunten is tussen 2010 en 2017 toegenomen van 13 panden naar 20 panden, en van 6% naar 9% van het totaal aantal verkooppunten. Landelijk is in kleine binnensteden een iets sterkere toename te zien van 6% naar 11% van de verkooppunten. De kleinste hoeveelheid leegstaande verkooppunten in het centrum van Zevenaar was in 2011 toen er slechts 6 panden leeg stonden. Terwijl het aantal verkooppunten tussen 2010 en 2017 is blijven groeien is het aantal verkooppunten zonder leegstand juist afgenomen.



Figuur 5.12: Verandering VKP leegstand Zevenaar. Bron: Locatus

Het beeld dat leegstand de afgelopen jaren is toegenomen in de binnenstad van Zevenaar wordt herkend door zowel de binnenstadsmanager als door de medewerkster van de gemeente Zevenaar. Volgens de medewerkster van de gemeente komt de toegenomen hoeveelheid leegstand vooral doordat filiaalbedrijven failliet zijn gegaan. Hier heeft de binnenstad van Zevenaar last van gehad en er ontstonden veel lege gaten. De panden waar deze ketens in zaten waren relatief groot en lagen midden in het primaire winkelgebied. Bijkomend probleem is dat de landelijke ketens niet meer terugkomen naar Zevenaar. De leegstand in de binnenstad wordt gezien als een probleem omdat de zwarte gaten niet zorgen voor een goede uitstraling van het gebied. Het is belangrijk om de achterliggende oorzaak te analyseren van waar de leegstand precies vandaan komt zodat er op ingespeeld kan worden. De leegstand van de afgelopen jaren is mede veroorzaakt door de economische recessie waardoor de consument minder ging uitgeven in het centrum. De afgelopen tijd is te zien dat consumenten weer makkelijker geld gaan uitgeven. Naast dat leegstand een probleem is, ziet de medewerkster van de gemeente ook wel kansen die ontstaan door leegstand. Door leegstand ontstaat er namelijk dynamiek. Dit houdt in dat er ruimte is om te schuiven in de binnenstad met het winkelaanbod. *“Maar dat valt nog niet mee om die puzzel zeg maar ook daadwerkelijk te leggen, want hoe maakbaar is het zeg maar inderdaad.”* (Y. Abbing, persoonlijke

communicatie, 19 januari 2018). De maakbaarheid van de binnenstad is iets waar de medewerkster van de gemeente wel haar vraagtekens bij zet.

De gemeente Zevenaar heeft na de herinrichting in de jaren 90 geen actieve rol meer gehad in de binnenstad. Dit veranderde toen het verhaal van de outlet opspeelde. Op het gebied van leegstand neemt de gemeente echter zelf nog steeds geen actieve rol in. De gemeente heeft bijvoorbeeld geen stimuleringsfonds ingesteld. Op een indirecte manier probeert de gemeente wel de leegstandsproblematiek in de binnenstad te verhelpen. Naar aanleiding van de centrumvisie heeft de gemeente besloten om centrummanagement te organiseren en te professionaliseren. Om dit voor elkaar te krijgen investeert de gemeente zowel in 2017 als in 2018 140.000 euro in het centrummanagement. Het centrummanagement kan vervolgens actief inzetten op het tegen gaan van (teveel) leegstand in de binnenstad, bijvoorbeeld door window dressing en actief de markt op gaan. Deze taak legt de gemeente nadrukkelijk bij het centrummanagement neer. Toen de binnenstadsmanager aantrad gebeurde er niks met leegstand in Zevenaar. Dit hield in dat leegstaande panden de uitstraling in het gebied bepaalde en dit was niet goed voor de binnenstad. Daarom besloot hij dat ieder leegstaand pand invulling moest krijgen. Toen hij dit opperde vertelde de bedrijvenfunctionaris hem dat dit niks zou worden. Door met de pandeigenaren en eventueel makelaars in gesprek te gaan en een vertrouwensband op te bouwen kreeg hij de kans om dit teg regelen. Hierdoor wordt er nu in alle leegstaande panden in de binnenstad van Zevenaar aan window dressing of tijdelijke invulling gedaan. Deze window dressing heeft een positief effect op de binnenstad omdat de consument hierdoor het gevoel heeft dat er leven is in de binnenstad. Naast window dressing gaat de binnenstadsmanager ook zelf actief de markt op. Dit doet hij door persoonlijk in gesprek te gaan met zowel ondernemer als pandeigenaren. Wanneer ondernemers aangeven dat zij een probleem hebben om hun hoofd boven water te houden en de huur blijkt hoog te zijn dan gaat de binnenstadsmanager in persoonlijk gesprek met deze pandeigenaren. De inzet is dan het (tijdelijk) verlagen van de huur voor deze ondernemer. *“De eigenaar heeft belang dat die een goede huurder heeft. En de huurder heeft belang dat hij een goede eigenaar heeft en goede huurprijs.”* (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2018). Deze persoonlijke gesprekken hebben ervoor gezorgd dat huren zijn verlaagd en ondernemers hebben overleefd. Persoonlijk contact is van belang om een vertrouwensband te hebben en zo zaken voor elkaar te krijgen. De binnenstadsmanager is daarom met zoveel mogelijk partijen tegelijkertijd in gesprek. Volgens hem zijn er nu positieve ontwikkelingen gaande met de komst van nieuwe zaken. Deze nieuwe zaken moeten zorgen voor een impuls voor de binnenstad. De leegstand is namelijk geen goed startpunt om nieuwe winkels en bezoekers aan te trekken.

Voor de toekomst blijft leegstand nog een opgave voor Zevenaar. Aan het terugdringen van leegstand moet in de toekomst gewerkt worden. De binnenstadsmanager geeft aan dat het college van burgemeester en wethouders het belang om te investeren in de binnenstad inziet. In de centrumvisie is vastgesteld welk gedeelte van de binnenstad tot het kernwinkelgebied hoort en welke aanloopstraten hier buiten vallen. Dit komt de wens tegemoet om te saneren en te krimpen in het aantal winkelmeters. De medewerkster van de gemeente hoopt dat de leegstand van Zevenaar door dit compactere centrum onder controle komt en op deze manier wordt teruggebracht tot frictieleegstand. Door het compacte centrum op te nemen in de centrumvisie wordt volgens de gemeentemedewerkster voorzienbaarheid gecreëerd. De volgende stap om te komen tot een compacter centrum is in gesprek gaan met ondernemers die buiten het kernwinkelgebied zitten. Het uiteindelijke doel is dat deze ondernemers verhuizen naar het aangewezen kernwinkelgebied. Dit

wordt gestimuleerd doordat er uiteindelijk enkel geïnvesteerd gaat worden in het kernwinkelgebied en zal moeten worden doorgevoerd in het bestemmingsplan. Welke bestemming vervolgens gegeven moet worden aan de panden die nu een winkelfunctie hebben buiten het A1 gebied zal met maatwerk moeten worden opgelost. Volgens de medewerkster van de gemeente heeft het compacte centrum tijd nodig en is het een natuurlijk proces dat opgang gebracht moet worden. De binnenstadsmanager kijkt hier anders tegenaan, hij wenst strikter beleid vanuit de gemeente. Volgens hem moeten de gebieden waar geen winkels meer gewenst zijn nu al herbestemd worden naar de nieuwe functies, op deze manier ontstaat er een uitsterfconstructie. Dit wordt nu niet gedaan omdat de gemeente bang is voor claims, aldus de binnenstadsmanager. Hij geeft hierbij aan dat er geen claims gegeven kunnen worden. Zolang er niet herbestemd is, is het voor de binnenstadsmanager ook lastiger om in gesprek te gaan met ondernemers over eventuele verplaatsing van hun zaak naar het kernwinkelgebied. Naast gesprekken is het van belang om stimuleringsmaatregelen te hebben om de verplaatsing te faciliteren, bijvoorbeeld in de vorm van een financiële bijdrage van de gemeente of provincie.

Naast het compactere centrum wil de binnenstadsmanager inzetten op het trekken van nieuwe winkels die een toegevoegde waarde hebben voor de binnenstad. Omdat het trekken van landelijke ketens lastig blijkt wil hij lokale en regionale ondernemers die een winkel buiten Zevenaar hebben stimuleren om nog een vestiging te openen in de binnenstad van Zevenaar. Om dit te kunnen realiseren zijn ingroeihuren van belang. De centrummanager werkt hierbij als intermediair. Leegstand is tenslotte ook niet goed voor de pandeigenaar. Naast deze lokale/regionale ondernemers wil de binnenstadsmanager intensiever gaan samenwerken met scholen. Jonge ondernemers die net van school af komen moeten als pop-upper een kans krijgen in de binnenstad van Zevenaar. Hij doelt hier nadrukkelijk niet op pop-uppers die voor hele korte tijd blijven, maar die intentie hebben om langer te blijven. *“Een pop-upper moet in op zijn minst wel de intentie hebben om op zijn minst drie maanden te willen blijven zitten.”* (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2018). Hiernaast moet in Zevenaar veel meer worden gefocust op de combinatie van clicks and bricks. De digitale wereld moet meer worden verweven in de fysieke winkels. Daarnaast wil de binnenstadsmanager webwinkels trekken om een fysieke winkel te openen in de binnenstad van Zevenaar. De medewerkster van de gemeente ziet graag nog een aantal unieke winkels in de binnenstad die enkel in Zevenaar te vinden zijn. Dit zijn echter winkels die iedereen in zijn binnenstad wil hebben, waardoor het lastig is om deze wens te realiseren.

De provincie Gelderland zou de binnenstad van Zevenaar kunnen ondersteunen door kennis te delen over best practices. Op deze manier kunnen goede voorbeelden uit andere, vergelijkbare, steden worden ingezet in de binnenstad van Zevenaar. Ook zou in de regio moeten worden overlegd en gekeken worden naar de verschillende binnensteden. Op basis van dit overleg zou bekeken moeten worden of iedere binnenstad zich niet kan richten op één bepaalde richting of segment. De gemeentemedewerkster is echter wel realistisch en ziet in dat in de toekomst Zevenaar ook hoofdzakelijk een centrum zal zijn om boodschappen te doen. De vraag is daarom in hoeverre gefocust kan worden op één specialisme als kleine binnenstad en in hoeverre dit überhaupt maakbaar is.

5.3.3 Wonen

Naast de ligging van de binnenstad en de winkelfunctie wordt in deze casestudy ook stilgestaan bij de ontwikkeling van de woonfunctie van de binnenstad van Zevenaar, dit wordt uitgesplitst in de ontwikkeling van het aantal woningen en de ontwikkeling van het aantal inwoners.

De binnenstad van Zevenaar blijkt tussen 2007 en 2017 zowel op het gebied van het aantal inwoners als op het gebied van het aantal woningen gegroeid te zijn (zie tabel 5.7). De procentuele bevolkingsgroei van de binnenstad bedraagt 17,6. Dit is een sterkere groei dan vergelijkbare binnensteden in de provincie Gelderland, die gemiddeld met 9,4% gegroeid zijn. Ook kleine binnensteden in geheel Nederland hebben een minder sterke groei doorgeemaakt met 10,5%.

Wanneer naar de groei van de woningvoorraad wordt gekeken dan blijkt de woningvoorraad van de binnenstad van Zevenaar harder gegroeid te zijn dan de het aantal inwoners in de binnenstad. Het verschil tussen de procentuele groei van het aantal inwoners en het aantal woningen is echter minder groot dan dat van de provincie Gelderland en heel Nederland. Het aantal woningen in de binnenstad van Zevenaar is tussen 2007 en 2017 met 23,9% gegroeid. Dit is net iets groter dan het gemiddelde van alle kleine binnensteden in Gelderland met 22,7% en groter dan de gemiddelde groei van kleine binnensteden in heel Nederland met 16,8%.

	Binnenstad Zevenaar	Kleine binnensteden provincie Gelderland	Kleine binnensteden Nederland
Procentuele groei inwoners 2007-2017	17,6	9,4	10,5
Procentuele groei woningen 2007-2017	23,9	22,7	16,8

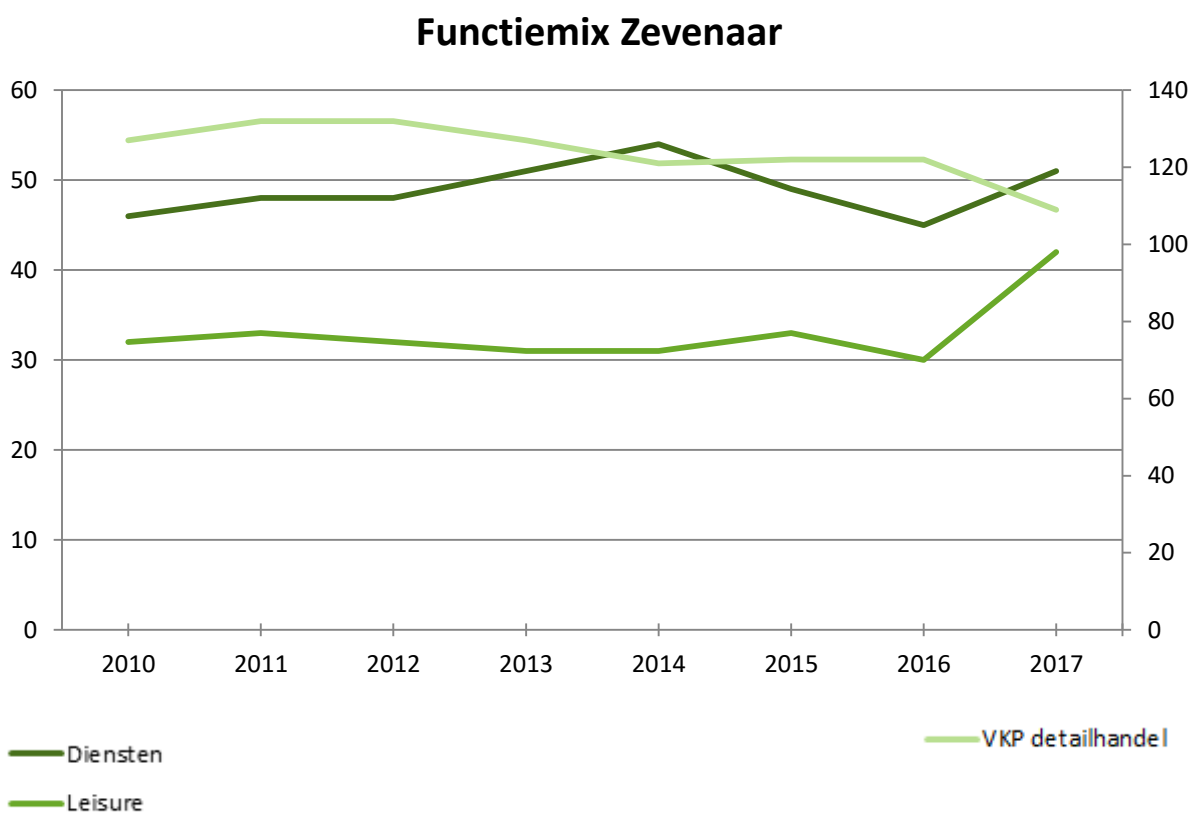
Tabel 5.7: Ontwikkeling aantal inwoners en woningen. Bron: CBS

De groei van het aantal inwoners van de binnenstad van Zevenaar wordt herkend door de respondenten in de binnenstad. De groei van het aantal inwoners gaat samen met de groei van het totaal aantal inwoners van Zevenaar. Aan de randen van Zevenaar zijn grote uitleggebieden te vinden waar veel nieuwbouwprojecten gepland waren. Ten tijden van de crisis ging de verkoop van deze woningen echter minder hard dan gehoopt en werden er mondjesmaat woningen verkocht. Nu is te zien dat dit verbetert en er meer woningen verkocht worden en het inwoneraantal van Zevenaar weer toeneemt. Ook in de binnenstad is het aantal inwoners gegroeid door de nieuwbouw die hier heeft plaatsgevonden. Door de herstructurering van de binnenstad, gestart eind jaren 90, is er veel nieuwbouw gerealiseerd, onder andere boven winkels. Hierdoor is het aantal inwoners in de binnenstad sterk gegroeid. Voor deze toevoeging van woningen in de binnenstad was markt door de vergrijzing waar in Zevenaar sprake van was en is. *“We hebben geen vergrijzing maar een dubbele vergrijzing. (...) Dus we hebben heel veel grijze koppen hier zeg maar. En die mensen willen toch dicht bij voorzieningen wonen.”* (Y. Abbing, persoonlijke communicatie, 19 januari 2018). De inwoners die in de binnenstad van Zevenaar wonen worden niet getrokken vanuit de regio en zijn hoogstwaarschijnlijk oudere mensen uit Zevenaar zelf. De actoren zien meer inwoners in de binnenstad als iets positiefs. Volgens hen zorgen meer inwoners in de binnenstad voor levendigheid in het centrum zowel in de avonduren als in de weekenden. De binnenstadsmanager, die in zijn vorige functies ook andere binnensteden geadviseerd heeft, heeft altijd geadviseerd om inwoners toe te voegen aan de binnenstad omdat de binnenstad dan nooit helemaal dood is. De medewerkster van de gemeente geeft aan dat de focus op functiemix belangrijk is. De binnenstad

moet niet alleen een plek zijn om te winkelen maar ook een woonfunctie hebben. Op deze manier kan een ideale combinatie worden gezocht. Hoewel er veel activiteiten en evenementen in de binnenstad zijn en het koopzondagenbeleid is losgelaten merkt de medewerkster van de gemeente dat er geen fricties zijn tussen de bewoners van de binnenstad en andere partijen in de binnenstad. De binnenstadsmanager ziet graag dat de aanloopstraten die buiten het kernwinkelgebied grotendeels herbestemd worden als woonfunctie. Een idee dat hij hier voor heeft is een woongroep voor mensen met een verstandelijke beperking. Deze mensen kunnen vervolgens gekoppeld worden aan het centrum door ze een (kleine) taak te geven. Een voorbeeld van zo'n taak zou het watergeven van bloemen zijn. Op deze manier krijgt de binnenstad een sociaal-maatschappelijke functie en raken meer mensen betrokken bij het centrum.

5.3.4 Functiemix

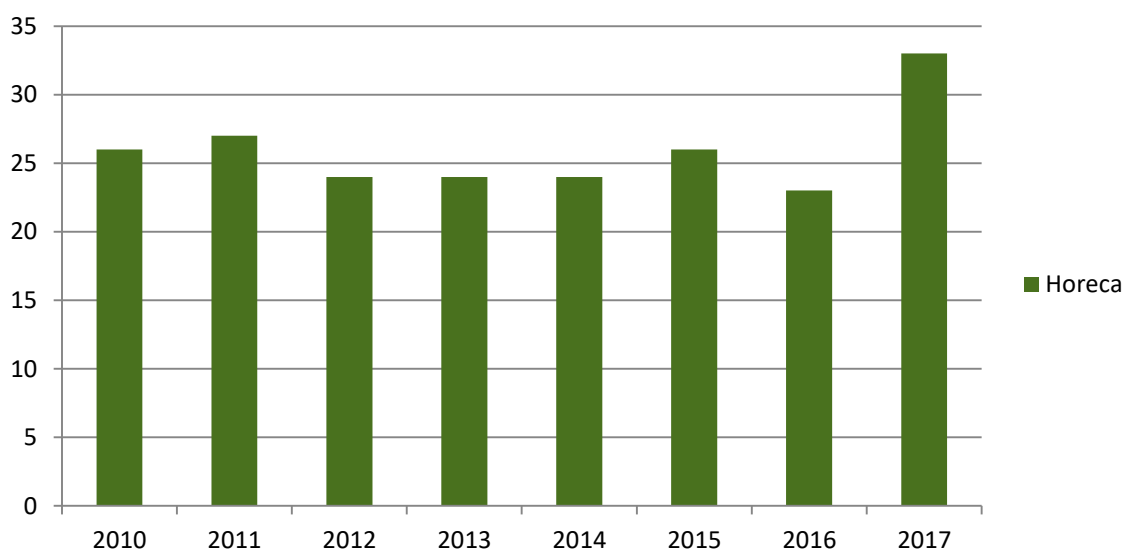
Om te achterhalen in hoeverre de binnenstad van Zevenaar ruimte biedt aan diverse functies is de functiemix in beeld gebracht in figuur 5.13. Uit dit figuur blijkt dat het aantal detailhandelsvestigingen tussen 2010 en 2017 afgenomen is. De hoeveelheid leisure (horeca, cultuur en ontspanning) in de binnenstad van Zevenaar is na een vrij stabiele periode tussen 2016 en 2017 sterk toegenomen. Het aantal verkooppunten in diensten heeft tussen 2010 en 2017 zowel toenames als afnames doorgemaakt. Het aantal verkooppunten in dienstverleningen is in 2017 ten opzichte van 2010 wel gegroeid. Het aandeel verkooppunten in leisure en diensten ten opzichte van verkooppunten in detailhandel was in 2010 38% en is toegenomen tot 46% in 2017. Dit betekent een toename van 8 procentpunten. De functiemix van Zevenaar is groter dan het landelijk gemiddelde (van kleine binnensteden) en de afgelopen jaren in procentpunten ook harder gegroeid. Landelijk gaat het in 2010 om 36% tegenover 40% in 2017.



Figuur 5.13: Functiemix Zevenaar. Bron: Locatus

Zoals hierboven beschreven wordt leisure onderverdeeld in verkooppunten in horeca, ontspanning en cultuur. Om te achterhalen in hoeverre de toename van het aantal verkooppunten in leisure toe te schrijven is aan de toename van het aantal horecavestigingen in Zevenaar is het aantal horecavestigingen in Zevenaar apart geanalyseerd. In figuur 5.14 is de grafische weergave van het aantal horecavestigingen in de binnenstad van Zevenaar weergegeven. Op basis van dit figuur is te zien dat het aantal verkooppunten in horeca dezelfde ontwikkeling doormaakt als de ontwikkeling van leisure. Er is te zien dat tussen 2010 en 2016 het aantal horecavestigingen schommelt tussen 27 en 23 vestigingen, waarnaar tussen 2016 en 2017 een grote toename van het aantal horecavestigingen in de binnenstad van Zevenaar heeft plaatsgevonden.

Horeca Zevenaar



Figuur 5.14: Horeca Zevenaar. Bron: Locatus

Er wordt door de respondenten ingezet op het multifunctionele centrum. Dit wordt gedaan omdat men een mix van functies belangrijk vindt voor de binnenstad. Dit houdt in dat er een mix moet zijn van winkelen, horeca, evenementen en wonen. Naast deze functies zijn dienstverlening, maatschappelijke functies en supermarkten gelegen aan de rand van de binnenstad. De functiemix verbetert volgens de binnenstadsmanager het verblijfsklimaat van de binnenstad. Verblijven moet namelijk aantrekkelijk zijn voor de bezoekers van de binnenstad en dit wordt volgens hem bereikt door een goede afwisseling van winkels en (dag)horeca.

“Als je alleen maar een lange winkelstraat hebt en je kunt onderweg niet lekker even zitten of in de zon wilt zitten ook in klein comité, dan is het leuk dat je daar even iets kunt eten of een hapje of een broodje of noem maar op daar zijn we wel mee bezig.” (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2018).

Om dit goede verblijfsklimaat te creëren moet niet enkel transformatie van functies plaatsvinden in de gebieden waar gesaneerd wordt, maar moet men ook in het kernwinkelgebied transformeren of winkels ruilen. Deze specifieke branchering in de binnenstad probeert de binnenstadsmanager te coördineren en sturen door met pandeigenaren en ondernemers in gesprek te gaan. De komst van meer horeca heeft er voor gezorgd dat het aandeel combinatiebezoeken in de binnenstad is gegroeid. Door dit combinatiebezoek te promoten wordt gepoogd om consumenten langer vast te houden in het centrum en daarnaast om ze vaker terug te laten komen.

De horeca in de binnenstad van Zevenaar is geconcentreerd rondom het marktplaatsplein, waar in de zomer het hele plein vol met terrassen staat. Deze concentratie van horeca is ontstaan door het beleid dat is gevoerd in het vorige centrumplan van Zevenaar. De concentratie van horeca zorgt ervoor dat er weer nieuwe horeca ondernemingen worden aangetrokken. Hierdoor is een organische groei van de horeca in Zevenaar ontstaan. De concentratie van de horeca vindt de medewerkster van Zevenaar succesvol. De consumenten blijven nu in Zevenaar doordat er voldoende horeca is in plaats van dat ze naar een andere stad toe gaan. De groei van de horeca is niet alleen belangrijk om nu

consumenten vast te houden in het centrum maar is ook belangrijk voor toekomstige ontwikkelingen waarmee Zevenaar te maken krijgt. De komst van een outlet centrum zorgt er voor dat horeca nog belangrijker wordt, aldus de binnenstadsmanager. De horecafaciliteiten die de binnenstad te bieden heeft moeten bezoekers van het outlet centrum trekken om na het bezoek aan het outlet centrum naar de binnenstad te gaan. Wanneer de bezoekers eenmaal in de binnenstad zijn dan is ieder rondje dat ze extra door de binnenstad lopen meegenomen.

Het combinatiebezoek waar Zevenaar op inzet wordt naast winkels, wonen en horeca aangevuld met evenementen en activiteiten. In de promotie van Zevenaar worden evenementen, horeca en winkelen ook samen ingezet. Het doel is dat er iedere dag roering in het centrum is, door bijvoorbeeld het spelen van muziek via luidsprekers. Daarnaast is het belangrijk om grote en kleinere activiteiten te combineren. Ieder weekend moet er een evenement of activiteit in het centrum plaatsvinden en daarnaast wenst de binnenstadsmanager wekelijks terugkerende evenementen in de binnenstad, bijvoorbeeld voor senioren of kinderen. De huidige activiteiten en evenementen in het centrum van Zevenaar worden door verschillende partijen georganiseerd. De gemeente Zevenaar organiseert, naast de wekelijkse markt en activiteiten rondom de nationale sportweek, geen evenementen of activiteiten in het centrum. Het centrummanagement speelt een belangrijke rol bij het organiseren van evenementen en activiteiten. De activiteiten die het centrummanagement organiseert zijn divers en kunnen in grote lijnen worden onderverdeeld in verkoop bevorderende acties en gezelligheidsacties. De verkoop bevorderende acties zijn bijvoorbeeld een eindejaar actie waar men stickers kan plakken of de Rode Loperdagen met krasloten. De gezelligheidsacties zijn divers van de sinterklaasintocht, het uitdelen van poffertjes tot straattheater. Naast deze twee groepen activiteiten worden door het centrummanagement de jaarlijkse braderiemarkten georganiseerd. De activiteiten die door het centrummanagement georganiseerd worden vinden voornamelijk plaats op de koopzondagen. Verschillende andere organisaties organiseren ook evenementen in de binnenstad. Stichting Muziekstad Zevenaar organiseert 5 grote muziekevenementen in de binnenstad. Het centrummanagement werkt samen met deze stichting en sponsort de stichting ook. Naast deze stichting zijn er ook nog andere organisaties die evenementen en activiteiten in de binnenstad organiseren zoals: culturele organisaties, schutterijen en de carnavalsverenigingen. De binnenstadsmanager wil de evenementen beter coördineren en zorgen dat de evenementen beter naar buiten geprofileerd worden. Hier zijn de afgelopen maanden al stappen in gezet door een overleg te houden met alle overige organisaties en verenigingen die activiteiten en evenementen in de binnenstad organiseren.

Het centrummanagement heeft een speciale activiteiten en evenementencommissie. Waar voorheen ideeën voor evenementen vooral vanuit de centrummanager en de van oudsher actieve ondernemers kwamen, is er steeds meer een wisselwerking ontstaan met de andere ondernemers. Dit zorgt ervoor dat ideeën nu ook vanuit de rest van de ondernemers komen, die veelvuldig nieuwe ideeën inbrengen. Bij de organisatie van deze evenementen wordt gepoogd om organisaties en verenigingen uit Zevenaar te betrekken, bijvoorbeeld de carnavalsvereniging.

5.3.5 Instrumenten

In hoofdstuk 2 zijn diverse instrumenten geïntroduceerd die kunnen worden ingezet in binnensteden om de ontwikkelingen die plaatsvinden te beïnvloeden en het functioneren van de binnenstad te verbeteren. Voorbeelden van deze instrumenten zijn het centrummanagement en binnenstadsbeleid. In deze paragraaf wordt geanalyseerd hoe deze instrumenten in de binnenstad van Zevenaar worden ingezet.

Centrummanagement

Het centrummanagement in Zevenaar is opgericht in 2017 naar aanleiding van de eerder opgestelde centrumvisie. Het initiatief van het oprichten van centrummanagement lag bij de gemeente en de ondernemersvereniging gezamenlijk. De gemeente Zevenaar wilde graag helpen bij het opzetten en professionaliseren van het centrummanagement in Zevenaar. De gemeente investeert daarom in het centrummanagement zowel in 2017 als in 2018 met 140.000 euro. Als onderdeel van het organiseren van het centrummanagement werd een binnenstadsmanager aangesteld. Deze binnenstadsmanager heeft de trekkende en verbindende rol in het centrummanagement en komt voor de belangen van de ondernemers op. Het doel van centrummanagement is om de samenwerkingsstructuur tussen de gemeente en de ondernemers opnieuw vorm te geven en op deze manier te verbeteren. De ondernemersvereniging die te kampen had met capaciteitsproblemen kon op deze manier ontlast worden. Het ad-hoc te werk gaan moet door de oprichting van het centrummanagement worden teruggedrongen, daarnaast komt het centrummanagement de wens tegemoet om dingen meer op afstand te regelen in plaats van in het gemeentehuis. *“(…) in feiten ben ik een vooruitgeschoven ambtenaar, zo kun je het ook zien. Vanuit een andere hoedanigheid.”* (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2018). De doelen en ambities van het centrummanagement zijn, in afstemming met de gemeente, in een werkboek opgenomen. De activiteiten van het centrummanagement kunnen worden onderverdeeld in vier thema's (Gemeente Zevenaar, 2016a, 2016b):

- Samenwerking;
- Stedelijke ontwikkeling en winkelaanbod;
- Openbare ruimte, bereikbaarheid en veiligheid;
- Marketing, evenementen en communicatie.

Bij het centrummanagement zijn veel partijen betrokken. Naast de ondernemers en de gemeente zijn vastgoedpartijen, culturele instellingen en organisatoren van evenementen betrokken. Het RTB-KAN (regionaalbureau voor toerisme) zit niet in het centrummanagement maar is wel betrokken bij de marketing van de binnenstad. Binnen het centrummanagement bestaan rondom verschillende thema's werkgroepen. Om te zorgen dat de werkgroepen goed geïnformeerd waren zijn deze voor de zomer bijgepraat over de stand van zaken door de binnenstadsmanager. Volgens de binnenstadsmanager is het nu belangrijk om te zorgen dat deze werkgroepen actie gaan ondernemen. De gemeente Zevenaar participeert zelf ook in deze werkgroepen, dit zorgt ervoor dat de gemeente nauw contact heeft met de ondernemers. Er bestaat tussen de partijen in het centrummanagement nog enige dominantie. Volgens de binnenstadsmanager komt dit vooral door de ons-kent-ons cultuur van Zevenaar. Door de minder actieve ondernemers worden de van oudsher actieve ondernemers toegerekend dat ze enkel voor hun eigen belang spreken, terwijl deze ondernemers wel degelijk het centrumbelang voor ogen hebben. Dat deze dominantie in de onderlinge relaties bestond is volgens de binnenstadsmanager niet erg in de beginfase maar het moet wel meteen worden aangepakt. In Zevenaar hebben daarom de voorheen actieve ondernemers

een stapje teruggezet voor nieuwe jonge ondernemers. Deze jonge ondernemers hebben nieuwe inzichten wat voor positieve ontwikkelingen heeft gezorgd. De kennis en ervaring van de voorheen actieve ondernemers is niet verloren gegaan, zij blijven op de achtergrond nauw betrokken bij het centrummanagement. Door de gemeentemedewerkster wordt ook dominantie geconstateerd tussen partijen in het centrummanagement. De gemeentemedewerkster geeft aan dat de partijen in het centrummanagement nu nog voornamelijk kijken naar wie wat gaat betalen. De gemeente wordt er tijdens deze sessies vaak op aangekeken waarom zij bepaalde dingen niet betalen. Volgens de medewerkster van de gemeente hebben ondernemers nog niet goed door dat de gemeente hun centrummanager betaalt. Voor de gemeente is het duidelijk wie wat betaalt in de binnenstad, maar constateert dat het voor vastgoedpartijen en ondernemers minder duidelijk is wie wat betaalt. Het is volgens haar een kwestie van tijd voordat de verschillende partijen hier aan gewend zijn. Volgens de binnenstadsmanager is er inderdaad onduidelijkheid over wat de gemeente wel betaalt en wat de gemeente niet betaalt. Het is volgens de binnenstadsmanager belangrijk dat er meer duidelijkheid ontstaat welke verantwoordelijkheden en voorzieningen de gemeente betaalt. En dan met name tot welk niveau de gemeente zaken betaalt.

“Tot dat niveau, waar je kunt zeggen. Van nou, al die kosten liggen bij de gemeente. En willen wij daar een gouden bankje op zetten dan moeten wij dat betalen, als wij dat willen.” (T. van Lier, persoonlijke communicatie, 18 januari 2018).

Dit wordt door de binnenstadsmanager aangeduid als het service level agreement. Voor meer informatie kan figuur 5.15 geraadpleegd worden. Doordat er nu veel onduidelijkheid heerst over wie wat betaalt, ontstaan er onnodige discussies onder ondernemers en vastgoedeigenaren.

Het centrummanagement wordt naast de bijdrage van de gemeente bekostigt vanuit reclamebelasting. Het doel is om zoveel mogelijk geld dat bij het centrummanagement binnen komt weer terug te geven aan het centrum en dus de ondernemers en vastgoedeigenaren. In de toekomst is er een wens om een bedrijven investeringszone voor ondernemers en vastgoedeigenaren op te zetten zodat er meer budget vrijkomt voor het centrummanagement. Hoewel het oprichten van een bedrijven investeringszone afgelopen jaar niet is gelukt zijn hier wel lessen uitgeleerd en was er weer communicatie onderling. Men wil aankomend jaar nogmaals proberen om een bedrijven investeringszone op te zetten.

Service level agreement

In de literatuur wordt een service level agreement beschreven als een overeenkomst die is opgesteld tussen een dienstverlener en een klant. In deze overeenkomst wordt beschreven wat het minimale serviceniveau is wat moet worden afgeleverd door de leverancier. De overeenkomst die wordt opgesteld moet worden ondertekend door zowel de klant als de dienstverlener. De laatste jaren is de klant hierbij steeds meer centraal komen te staan. De sectoren waarin een service level agreement afgesloten wordt zijn divers zoals: de IT-sector en de gezondheidszorg (Vandaele & Gemmel, 2004).

Figuur 5.15: Service level agreement

Hoewel het centrummanagement nog geen jaar opgericht is zijn zowel de medewerkster van de gemeente als de binnenstadsmanager ervan overtuigd dat het centrummanagement bijdraagt aan het doel waar het voor opgericht is. Door de komst van het centrummanagement is er weer communicatie tussen partijen, zowel positieve als negatieve. Sinds de oprichting van het centrummanagement is er daarnaast ook weer actie in de binnenstad. Er wordt, naast de

investeringen die altijd in de binnenstad gedaan werden, nu extra actie ondernomen. Sinds de komst van het centrummanagement wordt er bijvoorbeeld actief met de leegstandsproblematiek aan de slag gegaan in de vorm van window dressing en het voorkomen van leegstand in de toekomst. Voor de toekomst heeft de binnenstadsmanager veel ambities, alleen heeft hij niet de tijd om deze ambities allemaal zelf waar te maken. Één van deze ambities is bijvoorbeeld het zorgen dat er een eenheid in de openingstijden wordt nageleefd. Hij wil nu toe naar bloktijden waarbinnen alle ondernemers open zijn zodat het ook duidelijk is voor de consument. Om alle ambities waar te kunnen maken ziet de binnenstadsmanager het belang in van samenwerking met andere partijen zoals de provincie Gelderland, gemeente Zevenaar en scholen als zeer waardevol.

Zowel de binnenstadsmanager als de medewerkster van de gemeente geven aan dat de ondernemers actief betrokken worden bij het centrummanagement, door ze goed te informeren. Het afgelopen jaar is de interne communicatie van het centrummanagement verbeterd. Aan de hand van intranet kan het centrummanagement nu snel communiceren met ondernemers en pandeigenaren. Daarnaast kunnen ondernemers en pandeigenaren nu ook onderling met elkaar communiceren. Doordat de interne communicatie verbeterd is, ziet de binnenstadsmanager dat de partijen elkaar beter leren kennen waardoor men elkaar ook steeds vaker helpt. Door persoonlijk contact met de ondernemers probeert de binnenstadsmanager te zorgen dat de ondernemers zich meer verbonden voelen met het centrummanagement. Dit moet er toe leiden dat uiteindelijk meer ondernemers bezig gaan met activiteiten en evenementen. Het aandeel actieve ondernemers is sinds de komst van het centrummanagement gegroeid naar zo'n 50 à 60 procent. Dit komt naast het persoonlijke contact door de positieve sociale controle via intranet waar men via het invullen van een enquête kan zien wie gaan participeren tijdens een evenement. De binnenstadsmanager wil de komende tijd inzetten op nog meer actieve ondernemers. Hiervoor moet een deel van de ondernemers nog overtuigd worden dat tijd investeren uiteindelijk loont. De medewerkster van de gemeente geeft aan dat een deel van de ondernemers misschien wel actief wil zijn maar dat zij het al druk genoeg hebben met hun eigen zaak overeind houden. Wel ziet zij dat lokale ondernemers en pandeigenaren meer betrokken zijn dan ondernemers van ketens. Omdat de achterban van de binnenstadsmanager de ondernemer is vindt de binnenstadsmanager het belangrijk om beleid te reflecteren. Dit houdt in dat er een transparante houding is waarbij veel partijen betrokken worden. De gemeente moest hier aan wennen, aldus de binnenstadsmanager.

Voor de toekomst ziet de medewerkster van de gemeente graag dat er nog meer vanuit het wij-gevoel gesproken wordt door het centrummanagement. Hierdoor wordt de samenwerking tussen de verschillende partijen nog meer benadrukt. De samenwerking tussen het centrummanagement en de gemeente Zevenaar is intensief. Iedere week is er een voortgangsoverleg. Daarnaast wordt er vier keer per jaar op bestuurlijk niveau overleg gevoerd. Dit overleg heeft nog niet plaatsgevonden maar staat op korte termijn op de planning. De binnenstadsmanager merkt dat de ondernemers en pandeigenaren nog weinig vertrouwen in de gemeente hebben en dat dit opnieuw opgebouwd moet worden. Vanuit de gemeente is er een goede houding naar de binnenstadsmanager. Hij merkt dat er een ja, tenzij houding is in plaats van dat er enkel naar verordeningen wordt gekeken. Er is een nieuwe denkwijze op gang gebracht in lijn met de nieuwe omgevingswet. Daarnaast moet in de toekomst ingezet worden op een grensoverschrijdend Zevenaar waarbij de Duitse consument moet worden getrokken. Om dit voor elkaar te krijgen wil de binnenstadsmanager ook het Euregio samenwerkingsverband inzetten en daarnaast de ondernemers een Duitse cursus aanbieden.

Op basis van bovenstaande informatie is bekeken in hoeverre het centrummanagement van Zevenaar voldoet aan de uitgangspunten van professioneel centrummanagement.

Indicatoren	Score	Verantwoording
Gelijkwaardige samenwerking	-	Er wordt door meerdere partijen, zowel gemeente als ondernemers, onderling bepaalde hiërarchie ervaren.
Onafhankelijkheid	+	Centrummanagement heeft eigen bestuur waar verantwoording aan af moet worden gelegd.
Structurele aanpak	+	Werkboek opgesteld met doelen en ambities voor het centrummanagement.
Structurele middelen	+	In de vorm van reclamebelasting en een bijdrage vanuit de gemeente.
Integraal werken	+	Wekelijks overleg gemeente en centrummanagement en betrekken andere partijen.
Concrete resultaten	+/-	Vooraf veel organisatorisch bezig geweest. Wel op leegstandsgebied actief bezig.
Focus op economisch functioneren en leefbaarheid	+	Economisch functioneren van het centrum is het uiteindelijke doel.

Tabel 5.8: Uitgangspunten professioneel centrummanagement Zevenaar

Binnenstad beleid

Voor de binnenstad van Zevenaar is speciaal beleid in de vorm van een centrumvisie 2015-2025 (Gemeente Zevenaar & Algemeen Ondernemersverbond Zevenaar, 2015). Deze centrumvisie is in 2015 opgeleverd en gestart en wordt zowel door de medewerkster van de gemeente als door de binnenstadsmanager gezien als de meest positieve ontwikkeling die Zevenaar de afgelopen jaren heeft doorgemaakt. De centrumvisie is opgesteld in samenwerking met de ondernemers (door ondernemersvereniging en ondernemersfonds) en met een klankbordgroep waarin belangrijke actoren van de binnenstad deelnamen. Inwoners zijn echter niet betrokken bij de centrumvisie, dit komt doordat deze groep moeilijk te bereiken is. De inwoners van het centrum zijn niet verenigd en wanneer een inwoner wel wil participeren is het de vraag in hoeverre deze voor de hele groep praat. Naast deze genoemde partijen hebben ook externe adviseurs meegewerkt aan de centrumvisie.

De centrumvisie is een integrale visie voor de binnenstad. Het heeft als hoofdlijn om Zevenaar te ontwikkelen tot een toekomstbestendige binnenstad. Deze ambitie hebben zowel de gemeente als de ondernemers. Het is alleen belangrijk om na te denken hoe deze ambitie gezamenlijk verwezenlijkt kan worden en welke rol iedere partij hierin heeft. De doelstelling van de centrumvisie is het behouden van economische vitaliteit en leefbaarheid in de binnenstad van Zevenaar (Gemeente Zevenaar & Algemeen Ondernemersverbond Zevenaar, 2015). De komst van de outlet zorgde ervoor dat de noodzaak voor een nieuwe centrumvisie werd vergroot, stelt de medewerkster van de gemeente. Hoewel een nieuwe centrumvisie anders ook nodig was geweest om de ambities te verwezenlijken. Een toekomstbestendige stad moet bereikt worden door een compacter centrum te maken, bezoekers te behouden en te trekken en in te zetten op een mix van functies. Om bezoekers te behouden en eventueel nieuwe bezoekers te trekken moet een goed verblijfsklimaat gecreëerd worden. Voor het trekken van nieuwe bezoekers wordt vooral de focus gelegd op de Duitse consument. Door in de centrumvisie aan te geven welk gebied behoort tot het

kernwinkelgebied, en welke aanloopstraten hier dus buitenvallen, wordt een eerste aanzet gedaan tot dit compactere centrum. Het compactere centrum moet uiteindelijk zorgen voor minder leegstand in de binnenstad. Daarnaast is een belangrijk speerpunt om de samenwerking te verbeteren in de binnenstad. Een belangrijk punt hierbij is het opzetten van centrummanagement. De ambities worden samengevat in de centrumvisie als: compact, compleet, comfortabel, samenwerking en Raadhuisplein (Gemeente Zevenaar & Algemeen Ondernemersverbond Zevenaar, 2015).

Sinds de komst van de centrumvisie, en het hieruit ontstaande centrummanagement is de samenwerking tussen de verschillende partijen in de binnenstad verbeterd. De medewerkster van de gemeente merkt echter dat ondernemers en vastgoedeigenaren onderling vaak niet op één lijn zitten. Het is voor de gemeente dan lastig om afspraken te maken met de vertegenwoordiging van deze partijen omdat achteraf vaak blijkt dat er weinig draagvlak is.

Volgens de binnenstadsmanager is het belangrijk om de centrumvisie te actualiseren, of in ieder geval de detailhandelsnota. Beslissingen over branchering en leegstand moeten genomen worden op basis van actuele cijfers. Er moet bijvoorbeeld inzicht komen in de routing van de klanten, waar lopen bezoekers en doen zij hun aankopen. Wanneer dit in kaart is gebracht met actuele cijfers kan er beter op de branchering worden gestuurd.

Er bestaat naast de centrumvisie geen bredere detailhandelsstructuur in Zevenaar. Wel bestaat er parkeerbeleid omdat er sprake is van betaald parkeren in de binnenstad. Het betaald parkeren is, naast dat het nodig is om de parkeervoorzieningen te betalen, ook een goed reguleermiddel. Dit houdt in dat de juiste doelgroepen op de juiste parkeerplekken komen te staan. Zowel de binnenstadsmanager als de medewerkster van de gemeente willen nog wel aan de slag met het betaalsysteem. Waar het nu vooraf betalen is, zou men liever zien dat men achteraf kan betalen waardoor de consument ook langer in de binnenstad blijft. Het betaald parkeren moet gemakkelijker worden en dus aantrekkelijker, bijvoorbeeld in de vorm van een pasje betalen en/of met een loyaliteitssysteem en/of koppelen aan het parkeren bij het outlet centrum. Daarnaast wordt aangegeven dat het tarief niet te sterk mag oplopen en dat het belangrijk is dat het betaald parkeren goed in de marketing moet worden meegenomen. Naast parkeren is de gemeente Zevenaar op andere vlakken ook bezig met de bereikbaarheid van de (binnen)stad. Door het doortrekken van de A15 wordt de huidige afslag van de snelweg afgesloten en komt er een andere afslag richting Zevenaar. Dit betekent dat de aanrijroutes naar de binnenstad en de parkeervoorzieningen veranderen. De routing naar en in de binnenstad zal dus wijzigingen. De gemeente Zevenaar is nu bezig om hierin inzicht te krijgen en de manier waarop men hier op in moet en kan spelen.

Fysieke acties

De afgelopen jaren is er veel organisatorisch verbeterd rondom de binnenstad, met bijvoorbeeld het opzetten van het centrummanagement en de komst van de centrummanager. Er zijn echter weinig fysieke acties uitgevoerd. De belangrijkste fysieke acties die zijn uitgevoerd in de binnenstad hebben betrekking op leegstand, bijvoorbeeld in de vorm van window dressing of het tijdelijk invullen van leegstaande verkooppunten. Voor de toekomst staan er meer fysieke acties op de planning. Deze worden ingezet om de wens voor het opwaarderen van de openbare ruimte van de binnenstad te kunnen realiseren. De fysieke acties gaan samen met de ondernemers opgepakt worden. Voor de binnenstadsmanager is het belangrijk dat er duurzame investeringen in de binnenstad worden

gedaan, dit houdt in dat er in meerjarige termen wordt gedacht. De bouwwerken moeten toekomstbestendig zijn (bijvoorbeeld duurzame energie opwekken) en het liefst multifunctioneel zijn. Een wens van het centrummanagement is een semi-overdekte marktplaats zodat evenementen niet langer weersafhankelijk zijn. Door bijvoorbeeld elektrische stroompalen en een stalling voor elektrische fietsen te koppelen aan dit bouwwerk ontstaat er een multifunctionele locatie. Om uiteindelijk de fysieke acties te kunnen uitvoeren is er wel (financiële) ondersteuning nodig van bijvoorbeeld de provincie Gelderland. Volgens de binnenstadsmanager hoeft geld geen probleem te zijn zolang de ideeën maar goed doordacht zijn.

Instrumenten verleden en toekomst

Er zijn door de jaren heen diverse instrumenten ingezet in de binnenstad en er zijn voor de toekomst ook nog wensen voor de binnenstad. De medewerkster van de gemeente Zevenaar geeft aan dat het deelnemen in de werkgroepen van het centrummanagement als gemeente als positief wordt ervaren. Het heeft ervoor gezorgd dat er nauwer contact ontstond met de ondernemers waarbij keuzes die de gemeente maakt konden worden uitgelegd. Daarnaast kan door het deelnemen aan werkgroepen beter input worden opgehaald bij ondernemers. De medewerkster van de gemeente geeft aan dat de meeste input voorsnog bij de gemeente zelf vandaan komt. Ze merkt dat ondernemers en inwoners moeten wennen aan de nieuwe participatiemaatschappij en geeft aan dat kritiek hebben op plannen makkelijker is dan aangeven wat je wel wilt zien. De medewerkster van de gemeente geeft aan dat ze hoge verwachtingen heeft van de samenwerking tussen de verschillende partijen in de binnenstad. De binnenstadsmanager geeft aan dat de instrumenten die in het verleden zijn ingezet pasten in de tijdsgeest van dat moment. De denkwijze rondom de binnenstad is de laatste jaren veranderd. De oude gedachte was namelijk dat de gemeente zich niet met de economie moest bemoeien (enkel met ruimtelijke ordening) en dat de ondernemer dus verantwoordelijk was voor het centrum. Van deze gedachte is men terug gekomen om als overheidspartij niet in te grijpen in de binnenstad. De medewerkster van de gemeente geeft ook aan dat er lange tijd vanuit de gemeente niets is gedaan in de binnenstad totdat de discussie rondom het outlet centrum begon. Ze geeft aan dat de communicatie rondom het outlet centrum destijds misschien niet optimaal is geweest. Daarnaast is in 2013 een bezoekersonderzoek uitgevoerd in de binnenstad van Zevenaar. Dit bezoekersonderzoek is ingezet bij het opstellen van de centrumvisie en ook naar de ondernemers gecommuniceerd. De doelgroep die de binnenstad bezoekt die uit dit onderzoek kwam, sluit aan bij het aanbod dat te vinden is in de binnenstad. De boodschap die de gemeente naar de ondernemers overbracht was dan ook maak keuzes en focus op de doelgroep die dit centrum bezoekt.

Een belangrijke verandering die er aan zit te komen in Zevenaar is de komst van een outlet centrum aan de rand van de stad. De binnenstadsmanager vindt het jammer dat er gekozen is voor de huidige locatie en had de outlet liever op loopafstand van het centrum gezien. De meeste ondernemers zijn niet blij met de komst van het outlet centrum. Het outlet centrum moet worden ingezet als kans voor de binnenstad en daarom moet er meerwaarde uit worden gehaald. Een voorbeeld hiervan is het meeprofiteren van de marketingbudgetten die het outlet centrum heeft. Om meerwaarde uit het outlet centrum te halen gaan de partijen die actief zijn in de binnenstad van Zevenaar in overleg met de ontwikkelaar van het outlet centrum. Het belangrijkste doel is om bezoekers van het outlet centrum ook naar de binnenstad te trekken. Dit kan worden bereikt door: te zorgen voor een aanvullend aanbod in de binnenstad, het inzetten van activiteiten en evenementen, goede horeca faciliteiten bieden, de cultuur historie van Zevenaar uitdragen en digitale middelen in te zetten. Daarnaast is het volgens de binnenstadsmanager belangrijk om goed na te denken over de route

tussen het outlet centrum en de binnenstad. De verbinding moet aantrekkelijk zijn maar ook laagdrempelig. Er is bijvoorbeeld een idee voor een wandelroute met beelden en waar cultuur wordt ingezet, een boemeltreintje die tussen het outlet centrum en de binnenstad rijdt of gedeelde parkeerkaarten. Deze laatste optie is waarschijnlijk de meest praktische optie. De binnenstadsmanager probeert van de andere outlet centra in Nederland te leren en te kijken op welke manier de binnenstad met het outlet centrum wordt verbonden. Zowel hij als de medewerkster van de gemeente vinden het belangrijk om vanaf nu vooruit te kijken en niet in het negativisme te blijven hangen.

Naast de komst van het outlet centrum wordt in de aankomende jaren ook de omgevingswet ingevoerd. De medewerkster van de gemeente ziet deze nieuwe omgevingswet als een instrument dat kansen biedt. De gemeente stelt in zo'n geval kaders op waarbinnen input vanuit de samenleving kan komen. Er wordt dan met een ja, tenzij houding naar deze input gekeken. Om te wennen aan deze nieuwe omgevingswet is het centrum van Zevenaar aangewezen als pilot gebied. Er zijn reeds een aantal ideeën naar voren gekomen. Één van deze ideeën is het semi-overdekte marktplaats. De gemeente Zevenaar is niet overtuigd van een overdekt plein, omdat het dan geen plein meer is. In het kader van de nieuwe omgevingswet wordt nu samen met partijen gekeken, hoe het aangepast kan worden zodat iedereen zich erin kan vinden. Het is belangrijk om met partijen in het centrum hierover in contact te blijven.

De binnenstadsmanager vindt het belangrijk dat er passend gebruik wordt gemaakt van digitale middelen. Dit wordt nu nog te weinig gedaan en hier zit veel potentie in. Wanneer een paar goede digitale middelen worden uitgekozen zorgt dit ervoor dat het overaanbod aan reclameborden in het centrum kan verminderen. Nu staan er nog veel uithangborden in de binnenstad en dit zorgt ervoor dat het centrum niet open en vrij is. Door het inzetten van live aanbiedingen via de app of digitale toegangsborden waar men zelf informatie kan opvragen kan het aantal reclameborden in de binnenstad worden teruggebracht. Dit moet ervoor zorgen dat de binnenstad nog beter toegankelijk wordt voor iedereen en een open en vriendelijke uitstraling krijgt. De inzet van digitale middelen in promotie zal vooralsnog samen moeten gaan met een hardcopy kanaal voor promotie omdat men nog in de overgangsfase zit.

In deze promotie is het, volgens de binnenstadsmanager, daarnaast belangrijk om het verhaal van Zevenaar veel duidelijker uit te dragen, ook voor het trekken van Duitse consumenten. Hiervoor moet de cultuurhistorie van de binnenstad worden ingezet en weer fysiek worden teruggebracht. De historie brengt namelijk bepaalde belevingswaarde met zich mee. De binnenstadsmanager ziet voor de toekomst graag dat het heden en het verleden in de binnenstad sterker met elkaar verbonden worden. Een aantal projecten waardoor hij de cultuur historie terug wil brengen worden nu kort besproken. Deze projecten zijn allen sfeer verhogend voor de binnenstad. Ten eerste zou de binnenstadsmanager graag zien dat oude gevels in de binnenstad hersteld worden. Hiervoor zou een stimuleringsbijdrage voor ondernemers moeten worden ingericht door bijvoorbeeld de gemeente of de provincie. Een ander project is Huis Sevenaer een kasteelboerderij aan de rand van het centrum waar men bezig is met natuur en het biologisch verbouwen van producten. Huis Sevenaer moet sterker worden betrokken bij de projecten die gaande zijn in de binnenstad. Tot de komst van de centrummanager was er een slechte verstandhouding tussen de gemeente en de eigenaar van de kasteelboerderij. De centrummanager heeft het contact weer hersteld en men is weer in gesprek met elkaar. Voor de toekomst betekent dit dat met respect voor de doelstelling van Huis Sevenaer

een verbinding met de binnenstad moet worden gezocht. Ook is Huis Sevenaer een goede trekker voor bezoekers uit Duitsland en van de outlet. Als laatste wil hij graag de vroegere stadspoorten weer tot leven brengen en eventueel de gracht in het straatbeeld terugbrengen. Om dit voor elkaar te krijgen is een werkgroep in het leven geroepen. Deze werkgroep is bezig met het uitschrijven van een prijsvraag waarin men wordt gevraagd om een ontwerp te maken voor het fysiek terugbrengen van één van de stadspoorten. Door gebruik te maken van interactieve digitale middelen bij deze poort kan het heden weer aan het verleden worden gekoppeld.

Naast de promotie zijn ook evenementen en activiteiten belangrijk voor het trekken van bezoekers. Er worden nu al veel evenementen en activiteiten georganiseerd in de binnenstad van Zevenaar. Deze worden zowel door het centrummanagement als door andere organisaties georganiseerd. De binnenstadsmanager vindt het belangrijk dat de evenementen en activiteiten beter gecoördineerd en geprofileerd worden vanuit het centrummanagement. Hierbij is het bijvoorbeeld belangrijk om een jaarprogramma te hebben van de evenementen en activiteiten in het centrum. De binnenstadsmanager zou graag willen dat hij in de toekomst makkelijker kan inspelen op actualiteiten om daar evenementen aan te koppelen. Hiervoor is hij bezig met één overkoepelende vergunning voor evenementen en activiteiten in de binnenstad en wil hij in de toekomst graag een vrijdbaar podium beschikbaar hebben.

Ook heeft de binnenstadsmanager nog een aantal fysieke acties die hij in de toekomst graag in de binnenstad van Zevenaar wil verwezenlijken. Bij deze acties wil hij graag lokale partijen/vrijwilligers betrekken om op deze manier betrokkenheid van de lokale gemeenschap te creëren. Dit is bijvoorbeeld al gebeurd door de lokale radiozender te koppelen aan de muziek die in de binnenstad wordt gedraaid. Daarnaast moeten de maatregelen duurzaam zijn en waar mogelijk een multifunctionele functie hebben. Deze gewenste fysieke maatregelen zijn hieronder kort opgesomd.

- Vrijdbaar (blijvend) groen voor het verbeteren van het verblijfsklimaat. Het liefst in de vorm van een kunstvoorwerp waar de cultuurhistorie terugkomt.
- Semi-overdekt plein voor weersonafhankelijke plek voor evenementen.
- Goede entree binnenstad met digitale toegangsborden en stadspoorten voor een goede eerste indruk.
- Aanpassen ondergrondse infrastructuur op bovengrondse maatregelen, denk bijvoorbeeld aan bierleidingen.
- Verstening plein rond horeca tegengaan door activiteiten in de winter te organiseren met ondernemers.
- Toegankelijk centrum voor iedereen door bijvoorbeeld te zorgen voor fietsvoorzieningen die bij vergrijzing passen en mindervaliden toiletten.

Rol van provincie Gelderland

Het contact tussen de provincie Gelderland en de binnenstad van Zevenaar is de afgelopen jaren verminderd. De medewerkster geeft aan dat twee jaar geleden nog sessies waren om kennis te delen maar dat daarna niet veel contact meer is geweest over de binnenstad. Zowel de medewerkster van de gemeente als de binnenstadsmanager geven aan dat de wens is om weer actiever te gaan samenwerken met de provincie Gelderland. Er zijn diverse manieren waarop de provincie Gelderland Zevenaar kan ondersteunen. *“Ja dat vind ik heel moeilijk want je denkt natuurlijk heel snel aan geld. Maar ik geloof niet dat dat de manier is eigenlijk.”* (Y. Abbing, persoonlijke communicatie, 19 januari 2018).

Zowel de medewerkster van de gemeente als de binnenstadsmanager zien een coördinerende rol voor de provincie. De provincie Gelderland heeft namelijk overzicht van wat de diverse gemeentes/binnensteden doen en waar successen behaald zijn. Op deze manier kunnen gemeentes met elkaar in contact worden gebracht en kan kennis worden gedeeld over best practices. Daarnaast kan een regio overleg worden opgestart zodat zaken op binnenstedelijk niveau met de regio kunnen worden afgestemd. Hierbij wordt door de medewerkster van de gemeente wel de kanttekening gezet in hoeverre in een kleine binnenstad zich kan specialiseren en dit maakbaar is. Ook is het delen van kennis vanuit de provincie Gelderland belangrijk. Een voorbeeld voor een onderwerp van deze kennisdeling is het betrekken van (grote) vastgoedpartijen bij zaken die in de binnenstad spelen. De binnenstadsmanager vindt deze groot pandbezitters ook lastig, terwijl ze wel een grote stem hebben in de bedrijven investeringszone. Hij zou de vastgoedeigenaren dan ook graag verenigd zien. Door de binnenstadsmanager wordt het samengevat als kennis, menskracht, ondersteuning en (financiële) middelen. Menskracht en ondersteuning kunnen bijvoorbeeld tot uiting komen met het inzichtelijk maken van beschikbare subsidies op provinciaal, landelijk en Europees niveau. De kennis, menskracht, ondersteuning en middelen vanuit de provincie Gelderland moeten als combinatie ingezet worden om de binnenstad van Zevenaar vooruit te helpen.

5.4 Conclusie

Bovenstaande casestudies geven inzicht in de manier waarop actoren ontwikkelingen in respectievelijk de binnensteden van Wijchen en Zevenaar ervaren en hiermee om (zijn) (ge)gaan. In deze laatste paragraaf zullen de conclusies die hieruit getrokken kunnen worden gepresenteerd worden op basis van de eerder opgestelde deelvragen.

Door de respondenten uit de casestudies wordt ervaren dat ontwikkelingen in kleine binnensteden deels verschillen van de ontwikkelingen en opgaven waarmee grote binnensteden te maken hebben. Vooral het aantrekken van grote ketens is voor kleine binnensteden lastig en bovendien zijn in deze kleine binnensteden de grote ketens gedurende de crisis als eerste weggetrokken. Daarnaast geeft één respondent aan dat een kleine binnenstad niet hoeft te concurreren met dagjes weg terwijl een grote binnenstad dit wel moet doen, waardoor deze grote binnensteden continu bezig moeten zijn met het trekken van bezoekers. Kleine binnensteden hoeven dit minder omdat zij een autonome trekker zijn op het gebied van boodschappen doen. De afgelopen jaren hebben zowel Zevenaar als Wijchen duidelijke keuzes gemaakt in de positie die zij in de regio willen innemen en focussen zij op een (boven)lokale functie in plaats van een regionale functie.

De leegstand is volgens de respondenten tijdens de economische crisis in de binnenstad toegenomen. De gemeentes vervullen zelf geen actieve rol in het oplossen van deze leegstand en laten dit over aan het (hiervoor) opgerichte centrummanagement. De binnenstadsmanagers nemen deze actieve rol, gezamenlijk met het centrummanagement, wel op zich, waarbij voornamelijk gewerkt wordt met een persoonlijke aanpak. Dat de gemeente een meer faciliterende en passievere rol op zich neemt wat betreft het tegengaan van leegstand heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de gemeente niet de probleemeigenaar wil worden van de leegstand. De leegstand is volgens hen voornamelijk een probleem van de vastgoedeigenaar zelf.

Hoewel er een verschil zit in de mate van groei van het aantal woningen in de stadscentra van Wijchen en Zevenaar, bestaat er wel eenzelfde drijfveer om meer woningen in de binnenstad te realiseren. Er is vanuit de oudere inwoner in beide plaatsen veel vraag naar woningen in het centrum zodat dichtbij de voorzieningen gewoond kan worden. De vergrijzing van de samenleving zorgt ervoor dat er meer mensen in het centrum willen wonen, waardoor er een grote woonvraag ontstaat. Functietransformaties van gebouwen kunnen daardoor gekoppeld worden aan de woonvraag in het centrum die is ontstaan. Uit de gesprekken met de respondenten is gebleken dat de binnenstadsmanagers zich minder actief inzetten voor de woonfunctie van de binnenstad dan voor de andere functies van de binnenstad. Vooral de gemeentemedewerkers hebben oog voor de woonvraag van de binnenstad.

De functiemix is in alle type binnensteden toegenomen, dit is vooral te danken aan een groeiend aandeel horeca in de binnensteden. Ook in kleine binnensteden is de hoeveelheid horeca de afgelopen jaren toegenomen. Door de groei van de horeca is volgens de respondenten het aantrekkelijker om in de eigen binnenstad te blijven omdat het verblijfsklimaat is verbeterd. Er moet echter worden opgemerkt dat de respondenten inzien dat de grens van het aantal horecavestigingen in kleine binnensteden bijna bereikt is. De vraag is welke functies er dan kunnen worden ingezet om de leegstand in de binnenstad tegen te gaan. Transformatieopgaven van diverse oud-winkelpanden worden bijvoorbeeld omgebouwd tot woningen voor starters of ouderen, inspeland op bovenstaande woonvraag.

Om de binnenstad aantrekkelijk te houden en te maken worden in de binnenstad veel instrumenten ingezet. Het centrummanagement blijkt in beide binnensteden de trekker van het tegengaan van leegstand en de diverse activiteiten die in de binnenstad georganiseerd worden. De gemeente neemt hier een faciliterende rol. Om weer activiteit en roering in de binnenstad te krijgen is het dus van belang om een organisatie, bijvoorbeeld in de vorm van centrummanagement, te hebben die met de poten in de klei staat en daadwerkelijk zaken gaat oppakken in de binnenstad. Het blijkt dat het centrummanagement in beide binnensteden al een professionele invulling heeft. Verbeteringen in beide gevallen kunnen plaatsvinden in het uitvoeren van (meer) concrete resultaten door het centrummanagement. Voor de kleine binnenstad is persoonlijk contact vanuit het centrummanagement een instrument die veelal vruchten afwerpt. Door persoonlijk contact op te bouwen met de partijen waar mee samengewerkt moet worden om iets voor elkaar te krijgen ontstaat er een vertrouwensband. Deze vertrouwensband is belangrijk wanneer een binnenstadsmanager een plan of activiteit voor elkaar moet krijgen. Daarnaast is een duidelijke visie vanuit de gemeente belangrijk voor een binnenstad. Een centrumvisie zorgt ervoor dat er vanuit de gemeente keuzes worden gemaakt wat er met het centrum moet gebeuren in de toekomst. Voor actoren in de binnenstad helpt dit omdat zij op deze manier precies weten waar zij aan toe zijn en hun eigen plannen hier op aan kunnen sluiten. Ook de binnenstadsmanagers kunnen enkel goed werken wanneer er duidelijke keuzes vanuit de gemeente zijn omdat zij beslissingen en keuzes dan hard kunnen maken bij partijen waar ze mee te maken hebben. Belangrijk is dat het niet enkel bij abstract beleid blijft maar dat er ook geacteerd wordt op dit beleid.

De manier waarop het centrummanagement gefinancierd moet worden zodat er voldoende middelen zijn voor alle activiteiten, blijkt nog lastig te zijn voor kleine binnensteden. Het is belangrijk om hier in de toekomst meer inzicht in te krijgen omdat budget in sommige binnensteden een belemmerende factor blijkt voor het opzetten van bepaalde activiteiten in de binnenstad.



Hoofdstuk 6 Conclusie

In de eerste paragraaf van dit laatste hoofdstuk worden conclusies getrokken uit de kwantitatieve en kwalitatieve analyses die eerder in dit onderzoek gepresenteerd zijn en wordt antwoord gegeven op de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek. In paragraaf 6.2 worden vervolgens aanbevelingen gedaan voor de lokale en provinciale overheid. Vervolgens wordt in de laatste paragraaf gereflecteerd op het onderzoeksproces en worden suggesties gedaan voor vervolgonderzoek.

6.1 Conclusie

Op basis van de analyses uit hoofdstuk 4 en 5 zal de hoofdvraag van dit onderzoek worden beantwoord. De hoofdvraag van dit onderzoek is:

“In hoeverre verschillen de ontwikkelingen in binnensteden van verschillende omvang, op welke manier ervaren actoren van binnensteden deze ontwikkelingen en welke instrumenten zijn en worden ingezet om hiermee om te gaan?”

Voordat ingegaan wordt op de ontwikkeling die binnensteden met een verschillende grootte hebben doorgemaakt wordt een algemeen beeld geschetst van de ontwikkelingen die binnensteden de afgelopen tien jaar hebben doorgemaakt. Diverse veranderingen waar de samenleving de afgelopen jaren mee te maken heeft gekregen hebben impact gehad op het functioneren van de binnenstad. Voorbeelden van deze ontwikkelingen zijn: vergrijzing, de opkomst van internet winkelen en een nieuwe manier van invulling van de vrijetijd. Ook de economische crisis van 2008 heeft invloed gehad op het functioneren van de binnenstad (Bardoel et al., 2015; Evers et al., 2015; Gianotten, 2010; Janssen & Laning, 2015). Uit dit onderzoek blijkt dat de afgelopen jaren zowel het aantal inwoners als het aantal woningen in binnensteden is gegroeid. Opvallend hierbij is dat het aantal woningen in binnensteden procentueel sterker is gegroeid dan het aantal inwoners. Een mogelijke verklaring hiervoor is de krimp van het aantal personen per huishouden. Daarnaast is te zien dat het aantal verkooppunten in detailhandel is gekrompen in binnensteden terwijl het totaal aantal winkelvloeroppervlakte in de binnenstad is gegroeid. Een mogelijke verklaring hiervoor ligt in het steeds groter worden van verkooppunten om aan te sluiten bij de wensen van de huidige consumenten. Hiervoor worden bijvoorbeeld meerdere verkooppunten samengevoegd tot één groot verkooppunt of worden grotere vestigingen nieuw gebouwd. Ook uit de casestudy is gebleken dat dit een trend is waarvan men verwacht dat deze in de toekomst doorzet. Het aantal leegstaande verkooppunten in de binnenstad is daarnaast gegroeid. De functiemix in de binnenstad is de afgelopen jaren toegenomen. Opvallend is echter dat het aantal verkooppunten in de dienstverlening is afgenomen.

Een deel van de variabelen die zijn onderzocht blijkt zich significant verschillend te ontwikkelen in binnensteden met een andere omvang. Uit de analyses van het kwantitatieve gedeelte is gebleken dat de omvang van de binnenstad van invloed is geweest op groei van het aantal woningen in de binnenstad. De grootte van een binnenstad heeft een positieve invloed op de groei van het aantal woningen in de binnenstad. Dit houdt in dat de growth rate van het aantal woningen in een grote binnenstad significant groter is dan in een kleine binnenstad. Dat de ontwikkeling van het aantal woningen in grote binnensteden sterker is dan in kleine binnensteden ligt op een lijn met wat op basis van de literatuur verwacht werd (Thomas et al., 2015). Naast de omvang van de binnenstad hebben ook demografische en economische factoren invloed op de ontwikkeling van de woningvoorraad in de binnenstad. Een mogelijke verklaring voor het feit dat de omvang van de binnenstad van invloed is op de groei van het aantal woningen in de binnenstad is de

aantrekkingskracht van grote binnensteden. Vooral jonge mensen willen graag in de binnenstad van een grote stad wonen. Door de aanwezigheid van voorzieningen, universiteiten en de hoeveelheid werk is de stad aantrekkelijk. Waar voorheen inwoners uit de stad trokken als zij een gezin begonnen te stichtten is dit tegenwoordig niet meer het geval. Hierdoor groeit het aantal inwoners in de steden hard en is de markt voor nieuwe woningen in de grote binnensteden groot (Van Dam, Beets, De Jong & Manting, 2015).

Naast het aantal woningen blijkt dat de omvang van de binnenstad effect heeft op de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten in de binnenstad. De toename van het aantal leegstaande verkooppunten blijkt een grotere ontwikkeling doorgemaakt te hebben bij kleine binnensteden dan bij middelgrote en grote binnensteden. Ook blijkt dat de leegstand in middelgrote binnensteden harder is gegroeid dan de leegstand in grote binnensteden. De leegstand in grote binnensteden is echter wel toegenomen. Deze conclusie gaat in tegen wat op basis van de literatuur wordt verwacht. Op basis van het onderzoek van Weltevreden (2007) werd verwacht dat de leegstand in grote binnensteden zou zijn afgenomen terwijl de leegstand in middelgrote binnensteden harder zou zijn gegroeid dan die van kleine binnensteden. Een verklaring hiervoor werd gegeven door de respondenten van de casestudy. Door hen werd aangegeven dat landelijke ketens (door faillissement) gedurende de crisisjaren zijn weggetrokken uit kleine binnensteden. In grote binnensteden zijn deze grote ketens zo lang mogelijk gebleven. Het omgekeerde is nu ook merkbaar want de grote ketens komen niet meer terug naar de kleine binnensteden en vestigingen zich eerst en alleen in de grote binnenstad. Hierdoor zijn in de kleine binnensteden veel leegstaande gaten ontstaan, die moeilijk worden opgevuld.

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt daarnaast dat er een significant verschil bestaat in de ontwikkeling van het aantal verkooppunten in de dienstverlening bij binnensteden van verschillende groottes. In alle drie de type binnensteden blijkt er sprake te zijn van een afname van het aantal dienstverleningsverkooppunten (bijvoorbeeld: banken, postkantoren, schoenmakers, kappers, videotheken). Op basis van de analyse kan worden aangenomen dat op het gebied van dienstverlening de kleine binnensteden een grotere negatieve ontwikkeling hebben doorgemaakt dan grote binnensteden. Tussen grote en middelgrote binnensteden bestaat echter geen significant verschil. Een verklaring hiervoor is de afname van het aantal bankkantoren. Door de digitalisering regelen steeds meer mensen bankzaken online waardoor de bankkantoren niet meer rendabel zijn en voornamelijk in dorpen en kleine steden zijn gesloten. Uiteindelijk zullen er enkel nog kantoren in grote en middelgrote binnensteden gevestigd zijn (Business insider Nederland, 2015) Ook andere type dienstverlening, zoals: postkantoren en videotheken, heeft de afgelopen jaren te maken gehad met de gevolgen van doorontwikkelde technologie.

Op de overige variabelen: inwoneraantal, verkooppunten in detailhandel, winkelvloeroppervlakte, horeca en functiemix blijkt de omvang van de binnenstad geen significante invloed te hebben. Dit houdt in dat de ontwikkelingen van deze variabelen in grote, middelgrote en kleine binnensteden niet significant anders van elkaar zijn. Met de positieve of negatieve effecten van de ontwikkelingen van deze variabelen hebben dus zowel grote, middelgrote als kleine binnensteden te maken. Dit houdt bijvoorbeeld in dat van de groeiende functiemix niet enkel de grote binnensteden maar ook de kleinere binnensteden hebben kunnen profiteren. Echter wordt aangegeven door de respondenten van het onderzoek dat de grens van het aantal horecavestigingen in de kleine binnensteden nu wel bereikt wordt.

Uit de resultaten van de analyses is gebleken dat de omvang van de binnenstad wel degelijk effect heeft op de ontwikkeling van de binnenstad, hoewel de omvang niet op alle variabelen van invloed is. De ervaring van de actoren in kleine binnensteden is vergelijkbaar. Zij stellen dat er een verschil bestaat tussen ontwikkelingen in grote en kleine binnensteden. Volgens hen hebben kleine binnensteden met andere opgaves te maken dan grote binnensteden, denk aan het eerder genoemde voorbeeld van het (ver)trekken van grote ketens en de concurrentie die grote binnensteden hebben met dagjes weg. Over de ontwikkelingen die in de eigen binnenstad gaande zijn, zijn de respondenten goed op de hoogte. Een verklaring hiervoor is dat in beide binnensteden gebruik wordt gemaakt van onderzoeken in en over de binnenstad en de consumenten en dat de respondenten veel vakinhoudelijke stukken lezen. Zowel de binnenstadsmanagers als de medewerkers van de gemeente hebben eenzelfde beeld bij de ontwikkelingen die in hun binnenstad gaande zijn als het beeld dat uit de cijfers blijkt.

De leegstand is in kleine binnensteden de afgelopen jaren toegenomen. Uit de casestudies blijkt dat zowel Wijchen als Zevenaar gemerkt hebben dat de leegstand is toegenomen gedurende de economische crisis. In Wijchen is deze leegstand echter altijd onder het landelijke gemiddelde gebleven, waardoor de urgentie rondom leegstand niet groot was en is. Dit kwam (mede) doordat er weinig grote landelijke ketens gevestigd waren en zijn in het centrum, die door faillissementen dus geen lege gaten hebben achtergelaten. In het aanpakken van de leegstand staat het centrummanagement in beide casussen centraal. De gemeente neemt hierin bewust geen trekkende rol op zich omdat zij vindt dat de taak voor het aanpakken van de leegstand de verantwoordelijkheid is van de vastgoedeigenaren zelf. Door de verantwoordelijkheid bij de vastgoedeigenaren, ondernemers en het centrummanagement te leggen zorgt de gemeente ervoor dat zij zelf geen probleem eigenaar wordt van de leegstand. Er ontstaat hierbij een spel tussen de gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers waarbij de partijen hun eigen belangen proberen te behartigen. Hoewel de gemeentes zeggen zelf niet actief met leegstand aan de gang te gaan hebben zij in de vorm van het ruimtelijke orderingsbeleid wel degelijk een grote rol. Door het stellen van kaders, bijvoorbeeld in de vorm van een compact centrum of een gemeentebrede detailhandelsstructuur, probeert de gemeente leegstand te voorkomen. De houding ten opzichte van het centrum vanuit de gemeentes is de afgelopen jaren veranderd. Waar men eerst de volledige verantwoordelijkheid voor het centrum bij de ondernemers en vastgoedeigenaren legde, beseft men nu dat een vitale binnenstad ook de verantwoordelijkheid is van de gemeente.

De afgelopen jaren is de functiemix in binnensteden van alle groottes toegenomen. Ook in Wijchen en Zevenaar is dit het geval, voornamelijk door de groei van het aantal horecavestigingen. Deze groei heeft er volgens de respondenten voor gezorgd dat het verblijfsklimaat in de binnensteden aantrekkelijker werd en consumenten langer en vaker in de stad verblijven. De groter wordende functiemix draagt dus op een positieve manier bij aan het functioneren van de binnenstad, dit sluit aan bij wat er in de theorie wordt gesteld (Haselsberger, 2017; Marlet, 2010). Opvallend is dat niet alleen grote binnensteden van deze groter wordende functiemix hebben kunnen profiteren, maar ook de kleine binnensteden. Uit de casestudies blijkt dat de horeca organisch gegroeid is in de binnensteden, voornamelijk omdat er ruimte vrijkwam door het verdwijnen van detailhandel. De vraag is wanneer het plafond van het aantal horecavestigingen in een binnenstad is bereikt en welke invulling leegstaande verkooppunten dan zouden kunnen krijgen.

Op het gebied van de ontwikkeling van het aantal inwoners in de binnenstad is een verschil te zien tussen Zevenaar en Wijchen, maar ook tussen de binnenstadmanagers en de gemeentemedewerkers. In Zevenaar is in de binnenstad de afgelopen jaren het aantal inwoners bovengemiddeld gegroeid. Terwijl de groei van het aantal inwoners in de binnenstad van Wijchen beperkt is. Het blijkt dat met name veel nieuwbouw in de binnenstad (onder andere boven de winkels) ervoor heeft gezorgd dat in Zevenaar het aantal inwoners is gegroeid. Door de vergrijzing van Zevenaar was de vraag voor meer woningen in het centrum gegroeid. De oudere inwoner wil graag dichtbij voorzieningen en winkels wonen, waar actief op in is gespeeld. Niet alleen vanuit de vraagkant wordt wonen in het centrum gestimuleerd, ook ziet men in Zevenaar het wonen in de binnenstad als toegevoegde waarde voor de binnenstad zelf. Wonen in de binnenstad zorgt voor leven in avonduren en de weekenden. In Wijchen is de afgelopen jaren vooral gefocust op de uitleglocaties van de stad, waardoor het aantal inwoners in de binnenstad niet erg is gegroeid. Op basis van de woonvraag gekoppeld aan de functietransformaties wil de medewerker van de gemeente nu gaan focussen op meer inwoners in het stadscentrum. In Wijchen komt het toevoegen van het aantal inwoners puur vanuit de woonvraag en niet omdat men ervan overtuigd is dat meer inwoners iets toevoegt aan de binnenstad. Het verschil in de groei van het aantal inwoners is dus ontstaan doordat men bewust bezig is geweest met het trekken van (oudere) inwoners naar de binnenstad in Zevenaar, terwijl dit in Wijchen nu pas opgang gaat komen. Naast het verschil tussen de binnensteden is er ook een verschil tussen de type actoren. Het blijkt dat de medewerkers van de gemeentes een goed beeld hebben van de woonvraag van de inwoners in hun gemeente en de manier waarop zij op deze woonvraag willen inspelen. De binnenstadsmanagers blijken minder bezig te zijn met deze woonvraag in de binnenstad.

Tot slot is in het kwalitatieve onderzoek stilgestaan bij de instrumenten die worden ingezet in kleine binnensteden om het functioneren te verbeteren. Een instrument dat door beide binnensteden wordt ingezet is het organiseren van activiteiten in de binnenstad. Volgens de respondenten is het belangrijk om activiteiten te organiseren en functies te mengen omdat op deze manier bezoekers getrokken worden uit de regio, en in sommige gevallen verder, en het verblijfsklimaat verbetert. Dit zorgt voor leven in de binnenstad waardoor het voor ondernemers ook interessanter is om zich in die binnenstad te vestigen. Het centrummanagement heeft een belangrijke rol in de organisatie en coördinatie van deze activiteiten. Uit de gesprekken met de respondenten blijkt dat volgens hen het centrummanagement bijdraagt aan het doel waarvoor het is opgezet. Er wordt volgens hen weer iets gedaan in het centrum sinds de oprichting van dit orgaan. Belangrijk is dat er een organisatie is die met de poten in de klei staat en actief aan de slag gaat, waarbij de komende jaren nog meer gefocust moet worden op concrete resultaten. Ook kan het contact tussen gemeente en ondernemers verbeteren door de oprichtingen van het centrummanagement, bijvoorbeeld door deel te nemen in werkgroepen of het houden van een jaarlijkse schouw. Het is belangrijk om als gemeente keuzes te maken en hier naar te handelen. Op deze manier wordt er duidelijkheid gecreëerd voor de partijen die bezig zijn met de binnenstad. Een centrumvisie zorgt er bijvoorbeeld voor dat de koers van de binnenstad helder is. Naast deze keuzes is het belangrijk om hierover helder te communiceren met de verschillende partijen die betrokken zijn bij het centrummanagement zodat alle partijen goed op de hoogte zijn over elkaars plannen en keuzes. Een binnenstadsmanager kan wanneer hij in gesprek is met andere partijen ook op deze keuzes en visie terugvallen. Voor de binnenstadsmanagers is het belangrijk om persoonlijk contact te hebben met alle actoren van de binnenstad. Door middel van dit persoonlijke contact bouwt hij een vertrouwensband op, die van belang is om zijn functie uit te

kunnen oefenen. Naast deze instrumenten is het volgens de respondenten belangrijk om de binnenstad in positie te brengen. Dit houdt in dat er een duidelijke visie moet zijn op de positie van de binnenstad in de regio, waarbij deze positie ook haalbaar moet zijn en naar gehandeld moet worden. De actoren van de binnenstad van Zevenaar geven aan dat zij een duidelijk verhaal van de binnenstad naar buiten communiceren waardoor volgens hen het toevloeiingspercentage in de binnenstad relatief hoog is. Ook moet er binnen een stad en gemeente samengewerkt worden tussen de verschillende winkelgebieden die er zijn om te zorgen dat de winkelgebieden elkaar versterken in plaats van elkaars concurrent te zijn. Op regionaal niveau kan deze samenwerking ook worden opgezet of worden geïntensiveerd door in overleg te gaan met de verschillende binnensteden. Op deze manier kan bijvoorbeeld de evenementenagenda worden afgestemd. Dit regionale overleg is een instrument dat men in de toekomst nog verder wil versterken en verbeteren. Ook zou men in zulke overleggen kunnen afstemmen op welke type branches binnensteden zich gaan richten. De vraag is echter in hoeverre dit maakbaar is in een (kleine) binnenstad.

Andere instrumenten die interessant worden gevonden voor de toekomst zijn stedelijke herverkaveling en een bedrijven investeringszone. Hoewel deze instrumenten wel als ingewikkeld worden ervaren en het voor een kleine binnenstad veel vergt van de (gemeentelijke) organisatie om dit te realiseren. Ook zal in de toekomst gebruik moeten worden gemaakt van de vergrijzing die plaatsvindt, dit kan bijvoorbeeld gedaan worden door: woningbouw voor ouderen in het centrum, fietsenstallingen voor elektrische fietsen en meer servicegerichte winkels. Als laatste willen de respondenten meer fysieke acties gaan realiseren in het centrum omdat de afgelopen jaren vooral gefocust is op organisatorisch en beleidstechnisch niveau. Het activeren van ondernemers en vastgoedeigenaren is iets waar men graag nog meer grip op krijgt, hoewel men er bewust van is dat dit lastig is. In Zevenaar wordt voor het activeren van de ondernemers gebruik gemaakt van interne communicatie waarbij sociale controle ontstaat. Daarnaast zijn er nieuwe gezichten naar voren geschoven in het centrummanagement en hebben de altijd betrokken ondernemers bewust een stapje terug gedaan voor deze nieuwe gezichten. Ook blijkt uit de casestudies dat het lastig is om een goede manier voor financiering te vinden voor het centrummanagement en/of om voldoende financiering binnen te krijgen om alle doelen te verwezenlijken die men wil bereiken.

In onderstaande figuur 6.1 is een overzicht gemaakt van de succesfactoren, kansen en knelpunten voor kleine binnensteden. Deze punten zijn uit de gesprekken met de respondenten van de casestudies zijn gekomen. De succesfactoren zijn instrumenten, interventies of onderdelen hiervan waarvan respondenten ervaren dat het gebruik en inzet ervan een positieve bijdrage hebben geleverd aan hun binnenstad. De knelpunten zijn instrumenten, interventies of onderdelen waarvan men onzeker is over de uitvoering, invulling of haalbaarheid in de toekomst. Bij de kansen worden actiepunten genoemd waar actoren in de binnenstad in de (nabije) toekomst mee aan de slag willen gaan of waar zij potentie in zien.

Succesfactoren, kansen en knelpunten voor kleine binnensteden.

<u>Succesfactoren</u>	<u>Kansen</u>	<u>Knelpunten</u>
• Centrummanagement • Keuzes maken • Duidelijke visie (voor centrum en plek in regio) • Persoonlijk contact door binnenstadsmanagers • Activiteiten organiseren • Mengen van functies – met name horeca en unieke winkels • Samenwerken met regio • Binnenstad in relatie brengen met winkelgebieden in gemeente/stad • Verhaal vertellen/marketing • Onderlinge communicatie actoren binnenstad	• Stedelijke herverkaveling • Bedrijven Investeringszone • Inspelen op vergrijzing ○ Servicegerichte winkels ○ Woningen in centrum • Meer concrete resultaten en fysieke acties in centrum • Intensiveren regio overleg	• Activeren ondernemers ○ Interne communicatie ○ Nieuwe gezichten • Betrekken (grote) vastgoedeigenaren • Financieren centrummanagement • Maakbaarheid van de (kleine) binnenstad.

Figuur 6.1: Succesfactoren, knelpunten en kansen kleine binnensteden

Al met al kan gesteld worden dat de grootte van de binnenstad van invloed is op een deel van de ontwikkelingen die binnensteden hebben doorgemaakt. Door actoren in de kleine binnensteden wordt dan ook ervaren dat zij met andere opgaves te maken hebben en krijgen dan grote binnensteden. Het is voor de provincie Gelderland belangrijk om in de toekomst maatwerk te bieden, van bijvoorbeeld de ondersteuning van verschillende type binnensteden. Voor de lokale actor is het aan te bevelen om gebruik te maken van een mix van goedwerkende instrumenten en nieuwe kansrijke instrumenten. Op deze manier komen de verschillende binnensteden beter tot hun recht. In de volgende paragraaf zullen hierover aanbevelingen worden gedaan.

6.2 Aanbevelingen

6.2.1 Aanbevelingen lokaal niveau: de kleine binnenstad

Op lokaal niveau, hierbij gaat het om de overheid en andere actoren die in de binnenstad zelf actief zijn, is het van belang om duidelijkheid te bieden en keuzes te maken. Door onduidelijkheid ontstaan discussies tussen verschillende partijen, die niet ten goede komen aan de onderlinge relaties en voorkomen kunnen worden. Wanneer er bijvoorbeeld onduidelijkheid bestaat over wat de gemeente betaalt en wat ondernemers zelf moeten betalen kunnen de verhoudingen onder druk komen te staan. Deze onduidelijkheid remt de voortgang van beoogde plannen onnodig omdat de focus te veel ligt op wie wat betaalt in plaats van de inhoud. Duidelijkheid houdt daarnaast voor de gemeente in dat er in het beleid keuzes gemaakt moeten worden waar vervolgens ook naar gehandeld moet worden. Uit het onderzoek blijkt dat de gemeente het vaak zelf duidelijk vindt welke taken zij heeft en wat zij betaalt maar dat het voor de andere partijen die betrokken zijn in het centrum, zoals de ondernemers, vastgoedeigenaren of het centrummanagement, dit minder het geval blijkt te zijn. Hoewel er in dit geval sprake kan zijn van een bepaald spel waarbij iedereen zijn eigen positie inneemt en belangen probeert te verdedigen is het belangrijker om op één lijn te zitten om het gemeenschappelijke doel te kunnen behalen. Het is daarom belangrijk om hierover afspraken te maken en die duidelijk te communiceren, bijvoorbeeld door samen een overzicht op te stellen. Ook voor de binnenstadsmanagers geldt dat men keuzes moet maken. Het is belangrijk om te focussen op een aantal plannen zodat er geen overdaad ontstaat en het realistisch uitvoerbaar blijft, rekening houdende met het beschikbare budget.

Het gedachtegoed dat het centrum enkel de verantwoordelijkheid is van de ondernemer is in de laatste jaren veranderd. De gemeentes beseffen steeds meer dat ook zij een actieve rol moeten innemen in de binnenstad omdat een goed functionerende binnenstad een voorziening voor de gehele gemeente is. Hoewel de gemeentes actiever met de binnenstad bezig zijn dan voorheen blijkt dat dit voornamelijk in een coördinerende en faciliterende rol op de achtergrond gebeurt. Het is daarom aan te bevelen om als gemeente te (blijven) investeren in het centrummanagement of een ander orgaan dat in direct contact staat met de binnenstad. De medewerkers van de gemeentes geven aan dat de gemeente bijvoorbeeld zelf niet met leegstand aan de slag gaat. Het is daarom belangrijk dat het centrummanagement persoonlijk contact heeft met de betreffende partijen in de binnenstad en actief aan de slag gaat met leegstand. Het persoonlijke contact blijkt hierin een belangrijke schakel om acties voor elkaar te krijgen. Gedurende de gesprekken met de verschillende actoren in de binnenstad bleek dat niet in alle gevallen de binnenstadsmanager en de gemeentemedewerker hetzelfde beeld hadden over de plannen voor de toekomst van de binnenstad. Ook was men niet goed op de hoogte van ideeën van de andere partijen. Om te zorgen dat men goed op de hoogte is van elkaars ideeën en plannen is het aan te bevelen om veelvuldig contact met elkaar te hebben. Op deze manier kunnen zaken in een vroeg stadium worden afgestemd en is de kans op succes waarschijnlijk groter.

Het is daarnaast belangrijk om de binnenstad in een groter perspectief te plaatsen. Dit houdt in dat de lokale partijen niet enkel oog moeten hebben voor de binnenstad zelf maar ook voor andere winkelgebieden in eigen gemeente en in de regio. Het is hierbij voor een binnenstad belangrijk om een onderscheidend verhaal naar buiten uit te dragen die aansluit bij de doelgroep van de binnenstad. Binnen de eigen gemeente moeten goede afwegingen worden gemaakt welke positie een winkelgebied inneemt in het gehele aanbod. Stem vervolgens het beleid dat gevoerd wordt

omtrent de binnenstad af op de verschillende winkelgebieden in de gemeente, door middel van een gemeentebrede detailhandelsstructuur. Op deze manier kunnen de verschillende winkelgebieden elkaar versterken in plaats van concurreren. Ga daarnaast samenwerken met de winkelgebieden in de regio en neem een realistische positie in het geheel van binnensteden en andere winkelgebieden in. Het is aan te bevelen om met partijen in de regio af stemmen wie in welk weekend activiteiten organiseert zodat hier geen overlap in ontstaat en men de bezoekers niet hoeft te delen.

6.2.2 Aanbevelingen provincie Gelderland

Ontwikkelingen tussen verschillende type binnensteden blijken op basis van dit onderzoek niet altijd hetzelfde te zijn. Zowel de ontwikkeling van het aantal leegstaande verkooppunten, het aantal woningen als het aantal dienstverleningsverkooppunten worden beïnvloed door de grootte van een binnenstad. Het is voor de provincie Gelderland dus van belang om maatwerk te bieden voor binnensteden. De ondersteuning die door de provincie Gelderland geboden wordt voor grote binnensteden hoeft namelijk niet effectief en efficiënt te zijn voor een kleine binnenstad, en visa versa. De kleine binnensteden lopen namelijk tegen het feit aan dat zij beperkt zijn in hun capaciteit en middelen. Daarnaast kan door maatwerk te bieden ingespeeld worden op specifieke situaties in een type binnenstad waardoor bijvoorbeeld de leegstand in kleine binnensteden weer kan bijtrekken. Het feit dat actoren andere opgaven in kleine binnensteden ervaren dan in grote binnensteden, bevestigt de urgentie om maatwerk te bieden. Naast dit maatwerk is het ook van belang om de ontwikkelingen in de binnensteden van verschillende groottes te blijven monitoren, omdat de ontwikkelingen in het laatste decennium geen blauwdruk hoeven te zijn voor de ontwikkelingen in komende decennia. Dit betekent dat oplossingen die we nu zien, misschien dan achterhaald zijn.

De provincie Gelderland heeft als midden bestuur een beter overzicht van wat er in andere binnensteden gebeurt dan gemeentes zelf. Het is daarom belangrijk om deze kracht in te zetten voor het versterken van binnensteden. Een belangrijke manier waarop dit kan is het delen van kennis, wat door actoren van de binnensteden ook als zeer gewenst wordt aangegeven. De provincie heeft overzicht van de goede en minder goede dingen die in verschillende binnensteden worden ondernomen. Het is van meerwaarde als de provincie Gelderland binnensteden bij elkaar weet te brengen waar dezelfde problematiek speelt of waar de ene gemeente hetzelfde instrument wil gaan inzetten als een andere binnenstad succesvol heeft gedaan. Op deze manier kunnen best practices tussen deze binnensteden worden gedeeld. Ook is het van meerwaarde als de provincie Gelderland over (actuele) thema's kennis deelt met de binnensteden in haar provincie. Op basis van de casestudies in kleine binnensteden zijn vraagstukken achterhaald die in deze binnensteden spelen. Voorbeelden van deze vraagstukken zijn:

- Hoe betrek ik (grote) vastgoedeigenaren bij de binnenstad?
- Hoe kunnen ondernemers geactiveerd worden om meer in de binnenstad te doen?
- Hoe kan het centrummanagement het beste gefinancierd worden? Welke vormen van financiering bestaan er allemaal?
- Welke subsidies zijn op hoger overheidsniveau, provincie/Rijk/Europa beschikbaar en wanneer kom je hiervoor in aanmerking?
- Hoe kan ik ingewikkelde instrumenten inzetten in mijn binnenstad, bijvoorbeeld stedelijke herverkaveling of een bedrijven investeringszone?

Naast het delen van kennis is het ook belangrijk om dit contact met gemeentes en binnensteden te continueren. Uit het contact met actoren in de binnensteden bleek dit niet in alle gevallen gewaarborgd te zijn. Na de kennisdeling van twee jaar geleden is er nauwelijks nog contact geweest tussen de provincie Gelderland en deze binnenstad. Het is voor de provincie Gelderland en voor de binnensteden van belang om structureel contact met elkaar te hebben. De provincie blijft op deze manier op de hoogte van de ontwikkelingen die gaande zijn in de binnensteden en de behoeftes die er zijn op het gebied van kennisdeling. Voor de binnensteden is contact met de provincie Gelderland belangrijk omdat zij op deze manier makkelijker in contact kunnen komen met andere binnensteden die hetzelfde instrumentarium in gebruik hebben en kennis kunnen achterhalen over best practices.

De provincie Gelderland heeft daarnaast als midden bestuur een rol om regionale samenwerking aan te sturen. Belangrijk is daarom om regio overleggen over en tussen binnensteden te stimuleren en waar nodig te faciliteren. Op deze manier kunnen binnensteden afstemmen wanneer welke binnenstad activiteiten organiseert of waar welke binnenstad zich op gaat specialiseren. Door deze afstemming kunnen de binnensteden profiteren van de ligging in plaats van dat het alleen maar zorgt voor concurrentie.

6.2.3 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

In dit onderzoek is doormiddel van kwantitatief en kwalitatief onderzoek gepoogd om te achterhalen of de binnensteden van verschillende omvang zich anders hebben ontwikkeld door de tijd heen. In het verleden is al veel onderzoek gedaan naar binnensteden en met dit onderzoek is gepoogd om bij te dragen aan de kennis die er over binnensteden is. Vervolgonderzoek is echter nog nodig om de dynamiek die in binnensteden gaande is nog beter in beeld te krijgen.

Ten eerste is er in dit onderzoek een beperking in de beschikbaarheid van de data geweest. Niet van alle variabelen was data beschikbaar van de jaartallen 2007 en 2017. Dit zorgt ervoor dat niet bij alle variabelen de ontwikkelingen van de gehele tien jaar konden worden meegenomen. Ook konden door een gebrek aan data niet alle afhankelijke variabelen worden meegenomen die interessant voor het onderzoek naar de ontwikkeling van binnensteden zijn. De data voor het aantal bedrijfsvestigingen in de binnenstad kon niet worden meegenomen omdat de data in 2007 andere type bedrijven meeneemt dan in 2017. Daarnaast was er geen data beschikbaar voor het aantal bezoekers dat de binnenstad bezoekt terwijl deze variabele wel van belang is om de vitaliteit van een binnenstad te meten. Vervolgonderzoek is dus nodig om inzicht te krijgen in deze variabelen.

Uit het onderzoek blijkt dat de actoren in de kleine binnensteden in de toekomst gebruik willen maken van bedrijven investeringszones en stedelijke herverkaveling, wanneer de urgentie hierom vraagt. De beperkte middelen, in de vorm van financiële middelen en menskracht, zorgen er echter voor dat het voor kleine binnensteden lastig is om deze instrumenten toe te passen. De instrumenten zijn volgens hen kansrijk maar wel ingewikkeld, waardoor het veel vraagt van een (kleine) binnenstad en haar gemeentelijke organisatie. De vraag is welke partij er in de toekomst gaat investeren in de inzet van deze instrumenten (samen met de kleine binnensteden) of dat er vanuit de hogere overheid ingezet moet worden op het versimpelen van de instrumentarium.

In dit onderzoek is exploratief bekeken welke instrumenten van invloed kunnen zijn op de diverse ontwikkelingen die in binnensteden gaande zijn en hoe geanticipeerd wordt op ontwikkelingen in de binnenstad. Dit is gedaan aan de hand van interviews en beleidsstukken. Om daadwerkelijk het effect van bepaalde instrumenten in binnensteden te kunnen meten zullen de instrumenten

gekwantificeerd mee moeten worden genomen. Het was niet mogelijk om de instrumenten mee te nemen in het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek omdat er geen sluitende data voor alle binnensteden hierover was. Door in vervolgonderzoek de instrumenten mee te nemen in het kwantitatieve gedeelte kan het effect van bepaalde instrumenten worden gemeten. Deze resultaten kunnen vervolgens gebruikt worden in beleidsadviezen.

Er is in dit onderzoek gekozen om in de casestudies te focussen op kleine binnensteden. Uit deze casestudies zijn instrumenten effectief gebleken voor Wijchen en/of Zevenaar. Om deze resultaten te kunnen generaliseren voor alle kleine binnensteden moet in de toekomst meer onderzoek gedaan worden. Voorbeelden van instrumenten waar meer onderzoek naar gedaan moet worden zijn: het effect van het uitdragen van een verhaal van de binnenstad op het toevloeiingspercentage en het naar voren schuiven van inactieve ondernemers. Om maatwerk te kunnen bieden voor grote en middelgrote binnensteden is het van belang om ook hier onderzoek naar te doen. Op deze manier kan worden achterhaald welke instrumenten er door deze binnensteden zijn ingezet en waar zij mogelijk nog hulp bij nodig hebben in de toekomst.

Al met al kan gesteld worden dat vervolgonderzoek nodig is om nog beter inzicht te krijgen in de ontwikkelingen die in binnensteden met een verschillende omvang gaande zijn. Het is onduidelijk hoe de samenleving zich de komende jaren precies gaat ontwikkelen. Onduidelijkheid bestaat bijvoorbeeld over de verdere ontwikkeling van: internet winkelen, vergrijzing, nieuwe winkelconcepten en vrije tijdsbesteding. Daarom is actief onderzoek hiernaar belangrijk, evenals het effect dat deze ontwikkelingen hebben op verschillende type binnensteden. Door goed inzicht te krijgen in binnensteden van diverse omvang kan namelijk door beleidsmakers beter maatwerk geleverd worden.

Bibliografie

- Anderson, S. J., Volker, J. X. & Philips, M. D. (2010). Converse's Breaking-Point Model Revised. *Journal of Management and Marketing Research*, 3, 1-10.
- Asselbergs, K., Bak, R., Brans, S., Harleman, F., Hofman, Knijff, B. & Raven, G. (2017). *Vastgoedmarkt in beeld 2016 in feiten & cijfers*. Nieuwegein: NVM.
- Atzema, O., Van Rietbergen, T., Lambooy, J. & Van Hoof, S. (2012). *Ruimtelijke economische dynamiek: Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Coutinho.
- Baarda, B., Bakker, E., Julsing, M., De Goede, M., Peters, V. & Van der Velden, T. (2013). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- 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.
- Bardoel, J., Pijlman, L. & Vaessen, M. (2015). Stedelijke herverkaveling oplossing leegstand. *S+RO*, 96(2), 38-40.
- Barendregt, M. (2015). Benchmarken en andere functies van ROM: back to basics. *Tijdschrift voor psychiatrie*, 57(7), 517-525.
- Bolt, E. J. (2003). *Winkelvoorzieningen op waarde geschat; theorie en praktijk*. Merkelbeek: Drukkerij Bakker.
- Brakman, S. & Garretsen, H. (2003). *Locatie en Concurrentie, Preadviezen van de Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde*. Rotterdam: Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde.
- Brayé, B. (2010). Nieuw denken voor het winkellandschap. *Real Estate Research Quarterly*, 9(1), 4-10.
- BRO. (2009). *Wijchen, Visie op de detailhandelsstructuur: Gemeente Wijchen*. Boxtel: BRO.
- Brown, S. (1993). Micro-scale reatail location: cinderella or ugly sister? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 21(7), 10-20.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (Vierde ed.). Oxford: Oxford university press.
- Business insider Nederland. (2015). Bank heeft straks alleen nog kantoor in de stad. Retrieved 1 maart, 2018, from <https://www.businessinsider.nl/bank-heeft-straks-alleen-nog-kantoor-de-stad/>
- Butink, L. (2015). Toekomst van de Nederlandse winkelstraat. *Agora*, 31(2), 51-54.
- Buursink, J. (1980). *Stad en Ruimte*. Assen: Van Gorcum.
- Cabin, W. (2012). The Aging Population and Competitiveness of Cities: Benefits to the Urban Economy By P. K. Kresl & D. Ietri. *Journal of Intergenerational Relationships*, 10(4), 424-427.
- Capello, R. (2011). Location, Regional Growth and Local Development Theories. *Aestimum*, 58(1), 1-25.
- Carn, N. G., Rabianski, J. S. & Vernor, J. D. (1995). Structural trends impacting retail businesses. *Structural trends impacting retail businesses*, 13(2), 10-12.
- CBS. (z.d.-a). Begrippen. Retrieved 29 november, 2017, from <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen?tab=I#id=lokaal-klantenpotentieel>
- CBS. (z.d.-b). Hoe en waarom doet het CBS onderzoek? , from <https://www.cbs.nl/nl-nl/faq/enquetes/personen/algemeen/hoe-en-waarom-doet-het-cbs-onderzoek->
- CBS. (z.d.-c). Kwaliteit. from <https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/organisatie/kwaliteit>
- Centraal Planbureau. (2016). *Econoïmsch herstel zet door: Bergroting in evenwicht*. Den Haag: Centraal Planbureau.
- Coase, R. H. (1960). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.
- Converse, P. D. (1949). New Laws of Retail Gravitation. *Journal of Marketing*, 14(3), 379-384.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing Among Five Approaches* (Tweede Editie ed.). Thousand Oaks: Sage publications, Inc. .
- De Vocht, A. (2015). *Basishandboek SPSS 23*. Utrecht: Bijleveld Press.

- De Vor, F. & De Groot, H. L. F. (2008). Agglomeration externalities and localized employment growth: the performance of industrial sites in Amsterdam. *The Annals of Regional Science*, 44(3), 409-431.
- Dennis, C., Marsland, D. & Cockett, T. (2002). Central place practice: shopping centre attractiveness measures, hinterland boundaries and the UK retail hierarchy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9(4), 185-199.
- Dorenbos, R., Hafkamp, W. & Van Hoorn, J. (2014). *Kennis voor krachtige steden: De economische stad*. Den Haag: Platform31.
- Droogh, D. J. A., Frielink, W. & Vlek, J. (2015). *Dynamiek door beleid: Hoe de overheid de winkelstructuur vitaal houdt* (DTNP Ed. 2 ed.).
- DTNP. (2016). *Retailagenda Wijchen*. Nijmegen: DTNP.
- Duranton, G. & Puga, D. (2013). The growth of cities. In S. N. Durlauf & P. Aghion (Eds.), *Handbook of Economic Growth* (Vol. 2, pp. 781-853). North-Holland: Elsevier.
- Erich, M. (2014). *Winkelgebied 2025: Samen in beweging*. Amsterdam: ING Bank N.V.
- Esselink, R., Severijn, J., Lenderink, T. & Versteeg, G. (2016). *KOPEN@REGIO ARNHEM-NIJMEGEN: Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016*. Enschede: I&O Research.
- Evers, D., Kooijman, D. & Van der Krabben, E. (2011). *Planning van winkels en winkelgebieden in Nederland*. Den Haag: SDU uitgevers.
- Evers, D., Tennekes, J. & van Dongen, F. (2014). *De bestendige binnenstad. Een verkenning van de leegstand, het leefklimaat, het voorzieningenniveau, het vestigingsklimaat en de economische structuur van de Nederlandse binnenstad*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Evers, D., Tennekes, J. & Van Dongen, F. (2015). *De veerkrachtige binnenstad*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Evers, D., Van Hoorn, A. & Van Oort, F. (2005). *Winkelen in megaland*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Farag, S., Schwanen, T., Dijst, M. & Faber, J. (2007). Shopping online and/or in-store? A structural equation model of the relationships between e-shopping and in-store shopping. *Transportation Research Part A*, 41(2), 125-141.
- Farthing, S. (2016). *Research design in urban planning*. London: Sage.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3 ed.). London: Sage.
- Frenken, K. (2011). Kenniseconomie in evolutionair perspectief. *TPEdigitaal*, 5(1), 97-108.
- Gemeente Enschede. (2013). *Factsheet ontwikkeling binnenstadsbezoek*. Enschede: Gemeente Enschede.
- Gemeente Gorinchem. (2016). *Trends en ontwikkelingen: Gorinchem 2016-2032*. Gorinchem: Gemeente Gorinchem.
- Gemeente Wijchen. (2013). *Centrumvisie Wijchen 2012: De Wijchense verleiding*. Wijchen: Gemeente Wijchen.
- Gemeente Zevenaar. (2016a). *Businessplan Centrummanagement Zevenaar*. Zevenaar: Gemeente Zevenaar.
- Gemeente Zevenaar. (2016b). *Werkdocument Centrummanagement Zevenaar*. Zevenaar: Gemeente Zevenaar.
- Gemeente Zevenaar & Algemeen Ondernemersverbond Zevenaar. (2015). *Centrumvisie Zevenaar 2015-2025*. Zevenaar: Gemeente Zevenaar & Algemeen Ondernemersfonds Zevenaar.
- Gianotten, H. (2010). De waardering van winkelcentra. *Real Estate Research Quarterly*, 9(1), 25-32.
- Gloud, J. & Golob, T. F. (1997). Shopping without travel or travel without shopping? an investigation of electronic home shopping. *Transport Reviews*, 17(4), 355-376.
- Goudappel Coffeng. (2009). *Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009: Stadsregio Arnhem Nijmegen Arnhem/Nijmegen*: Goudappel Coffeng.
- Hart, C., Stachow, G. & Cadogan, J. W. (2013). Conceptualising town centre image and the customer experience. *Journal of Marketing Management*, 29(15-16), 1753-1781.
- Haselsberger, B. (2017). *Encounters in Planning Thought: 16 Autobiographical Essays from Key Thinkers in Spatial Planning*. New York & Londen: Routledge.

- Haynes, K. E. & Fotheringham, A. S. (1984). Gravity model: Overview *Gravity and spatial interaction models* (pp. 9-13
). Beverly Hills: Sage.
- Ho, P. S.-W. (2004). Myrdal's Backwash and Spread Effects in Classical Economics: Implications for Multilateral Trade Negotiations. *JOURNAL OF ECONOMIC ISSUES*, 38(2), 537-544.
- Huff, D. L. (1963). A Probabilistic Analysis of Shopping Center Trade Areas. *Land Economics*, 39(1), 81-90.
- Ivankova, N. V., Creswell, J. W. & Stick, S. L. (2006). Using Mixed-Methods Sequential Explanatory Design: From Theory to Practice. *Field methods*, 18(1), 3-20.
- Janssen, S. & Laning, M. (2015). Sense of place bij winkellocatiekeuzes. *Real Estate Research Quarterly*, 14(1), 44-53.
- Johnson, R. B. & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26.
- Kamer van Koophandel Brabant & Hoofdbedrijfschap Detailhandel. (2010). *Het handboek centrummanagement 2010*. z.p.: Kamer van Koophandel Brabant & Hoofdbedrijfschap Detailhandel,.
- Karlsson, S. & Nilsson, M. (2017). *What makes a city centre attractive from a consumer perspective? A comparison between residents and visitors of Kristianstad city centre*. Kristianstad: Högskolan Kristianstad.
- Knaap, T. (1998). *A survey of complementarities in growth and location theories*. Groningen: Groningen University.
- Kooiman, N., De Jong, A., Huisman, C., Van Duin, C. & Stoeldraijer, L. (2016). *PBL/CBS Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016–2040: sterke regionale verschillen*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Korzilius, H. (2008). *De kern van survey-onderzoek*. Assen: Van Gorcum.
- Kresl, P. K. & Ietri, D. (2010). *The Aging Population and Competitiveness of Cities: Benefits to the Urban Economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lekkerkerker, J. & Janssen, J. (2016). Op zoek naar perspectief voor middelgrote steden. *Rooilijn*, 49(2), 84-95.
- Marlet, G. (2010). *De aantrekkelijke stad*. Nijmegen: VOC Uitgevers.
- Marlet, G. (2015). Atlas voor gemeenten: Het geheim van succesvolle steden. *SERmagazine*, 55(4), 10-13.
- Mcclave, J. T., Benson, P. G., Sincich, T. & Knypstra, S. (2013). *Statistiek: Een inleiding* (11 ed.). Amsterdam: Pearson Benelux.
- Meurs, M. & Esselink, R. (2013). *Binnenstad in beweging: Binnenstadsmonitor Enschede 2012-2013*. Enschede: i&o research.
- Molenaar, C. (2013, 3 januari). Internet wordt de basis van het koopgedrag [Informatiebericht]. Retrieved 13 februari, 2016, from <http://www.cormolenaar.nl/internet-wordt-de-basis-van-het-koopgedrag>
- Myers, H. & Lumbers, M. (2008). Understanding older shoppers: a phenomenological investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 25(5), 294-301.
- Needham, B. (2014). *Dutch landuse planning*. London & New York: Routledge.
- Nozeman, E., Van der Post, W. & Langendoen, M. (2012). *Het Nederlandse winkellandschap in transitie: Actoren op een dynamisch speelveld*. Den Haag: Sdu uitgevers bv.
- Olden, H., Steiner, B. & Bingen, L. (2017). *Centrumfunctie en het gemeentefonds: Vooronderzoek naar bestaande maatstaven en alternatieven*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken & Koninkrijksrelaties.
- Ossokina, I., Sviták, J., Teulings, C. & Zwaneveld, P. (2016). *De vastgoedmarkt reageert marktconform: Overheidsingrijpen is soms nodig*. Den Haag: Centraal Planbureau.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions*

- for Collective Action*. New York: Cambridge University Press
- Paterson, J. (1998). *From Doughnut City to Café Society*. Melbourne: The Department of Infrastructure Bookshop.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2010). *De staat van de ruimte 2010: De herschikking van stedelijk Nederland*. Den Haag/Bilthoven: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Pols, G. (2017). In kleine steden meer lege winkelstraten, in grote gaat het beter. <https://www.volkskrant.nl/economie/in-kleine-steden-meer-lege-winkelstraten-in-grote-gaat-het-beter~a4472421/>
- Provincie Gelderland. (2017a). *Agenda binnensteden en detailhandel*.
- Provincie Gelderland. (2017b). *Gelderland pakt door met focus: Startnotitie doorontwikkeling Omgevingsvisie en Omgevingsverordening 2018*. Arnhem: Provincie Gelderland.
- Provincie Gelderland. (2017c). *Provinciale inzet binnensteden en detailhandel*.
- Raatgever, A. (2014). *Winkelgebied van de toekomst: Bouwstenen voor publiek-private samenwerking*. Den Haag: Platform31.
- Raets, B. (2011). *Binnensteden en hun bewoners*. Den Haag/Heerlen: CBS.
- Rattan, S. (2017). Impact of coming of online stores on retail space. *Education and research journal*, 3(4).
- Raven, G. (2017). *Stand van zaken Nederlandse winkelmarkt*. Nieuwegein: NVM.
- RTL Z. (2017). Kloof tussen stad en provincie wordt groter: 'Het is een grote zorg'. <https://www.rtlnieuws.nl/nederland/kloof-tussen-stad-en-provincie-wordt-groter-het-is-een-grote-zorg>
- RUIMTEVOLK/trendbureau Overijssel. (2013). *Toekomstverkenning Binnensteden Overijssel*. Arnhem/Zwolle: RUIMTEVOLK/trendbureau Overijssel.
- Seip, M. (1999). *De kern centraal, een studie naar het functioneren van binnensteden*. Groningen: Uitgeverij Samsom.
- Shoppingtommorow. (2016). *Hoe ziet het stedelijk winkelgebied van de toekomst eruit?* Amsterdam: CCV & Innopay.
- Slob, G. (2016, 12 januari). Winkelleegstand in Nederland niet toegenomen in 2015. Retrieved 27 maart, 2016, from <http://www.locatus.com/retailreflect/2016/12/01/winkelleegstand-in-2015-niet-toegenomen/>
- Smook, R. A. F. (1984). *Binnensteden veranderen: atlas van het ruimtelijk veranderingsproces van Nederlandse binnensteden in de laatste anderhalve eeuw*. Zutphen: De Walburg Pers.
- Steenbekkers, A., Vermeij, L. & Van Houweligen, P. (2017). *Dorpsleven tussen stad en land: Slotpublicatie Sociale Staat van het Platteland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Tafner, R. E., Rossi, G. B., Da Silva, D. & Gervasoni, V. C. (2015). The use of gravitational models or international marketing strategies adaptation. *Business and Management Review*, 4(5), 101-110.
- Teulings, C., Ossokina, I. & Sviták, J. (2017). *The urban economics of retail*. Den Haag: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.
- Thomas, E., Serwicka, I. & Swinney, P. (2015). *Urban demographics: Why people live where they do*. London: Centre for Cities.
- Van Dam, F., Beets, G., De Jong, A. & Manting, D. (2015). *De stad: magneet, roltrap en spons. Bevolkingsontwikkelingen in stad en stadsgewest*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Van der Heijde, P. (2014). *Nieuwe Centra in Nederland*. Rotterdam: Veenmanplus.
- Van der Heijde, P., van Oosten, J. & Span, A.-M. (2017). *De nieuwe ladder voor duurzame verstedelijking*.
- Van der Krabben, E. (2013). Ordenen van de ruimte. *Agora*, 29(5), 50.
- Van der Krabben, E., Martens, K. & Opdam, E. (2014). Zelforganisatie in stad en uiterwaard. *Rooilijn*, 47(4), 238-245.
- van Hezel, G. (2014). De inrichting van de IJsselmeerpolders en de rol van de theorie van Walter Christaller. <http://www.canonnoordoostpolder.nl/images/pdf/christaller-model.pdf>

- Van Oort, F. & Van Eck, J. R. (2010). De economische transformatie van historische binnensteden. In P. v. d. Leefomgeving (Ed.), *De staat van de ruimte 2010: De herschikking van stedelijk Nederland* (pp. 55-68). Rotterdam: De Maasstad.
- Vandaele, D. & Gemmel, P. (2004). Service Level Agreements: een literatuuroverzicht. *Tijdschrift voor economie en management*, 49(1), 137-168.
- Vennix, J. A. M. (2011). *Theorie en praktijk van empirisch onderzoek*. Essex: Pearson Education.
- Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma uitgevers.
- Vlasblom, J. D. & Sadiraj, K. (2015). *Het multiniveaumodel voor de verdeling van het inkomensdeel van de Participatiewet over gemeenten: uitwerking van verbeteropties*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Wagtendonk, A. W. & Rietveld, P. (2000). *Ruimtelijke ontwikkelingen woningbouw Nederland 1980-1995; Een historisch-kwantitatieve analyse van de ruimtelijke ontwikkelingen in de woningbouw 1980-1995 ter ondersteuning van de Omgevings-effectrapportage Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening*. Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Wahlberg, O. (2016). Small town centre attractiveness: evidence from Sweden. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(4), 465-488.
- Weltevreden, J. (2007). *Winkelen in het internettijdperk*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Weltevreden, J. & Atzema, O. (2007). De slag om de binnensteden. *ROMagazine 'Special ICT en ruimtelijke ontwikkeling'*, 4, 17-19.
- World Health Organization. (z.d.). Urban population growth. Retrieved 13 juli, 2017, from http://www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/



Hoofdstuk 7 Bijlagen

Bijlage A: Locatietheorie, agglomeratievoordelen en evolutionaire benadering

Locatietheorie

Centrale plaatsentheorie

Deze theorie gaat ervan uit dat de ligging van een plaats of voorziening in de regio zorgt voor de hiërarchische positie van deze plaats en/of de aard van de functies in deze plaats. Dit houdt in dat er een regelmaat bestaat in de grootte van steden, de afstand tussen deze steden en de voorzieningen die in deze steden te vinden zijn. Er wordt door Christaller een onderscheid gemaakt in type goederen en voorzieningen. Alledaagse goederen en voorzieningen zijn verkrijgbaar in de kleine nederzettingen terwijl de meer gespecialiseerde voorzieningen en goederen enkel te vinden zijn in grote steden. De Centrale Plaatsen Theorie veronderstelt dat de concentratie van voorzieningen en bedrijvigheid bepaald wordt door de reikwijdte en drempelwaarde van de aanwezige branches of voorzieningen in het gebied. Meer gespecialiseerde voorzieningen en branches hebben een hogere drempelwaarde dan algemenere/dagelijkse producten en voorzieningen (het aantal consumenten dat nodig is voor bestaansmogelijkheid). Daarnaast bepaalt een consument per type product of voorziening welke afstand men wil afleggen om dit te onttrekken. Door Christaller werd bij zijn theorie uitgegaan van meerdere assumpties, namelijk: uniformiteit van de artikelen, uniformiteit van de vervoersmiddelen en uniformiteit van de consumenten. Deze assumpties gaan echter in werkelijkheid niet op, waardoor er kritiek is ontstaan op de theorie van Walter Christaller (Atzema et al., 2012; Buursink, 1980; Nozeman et al., 2012; van Hezel, 2014).

Ruimtelijke interactietheorie

Deze theorie staat bekend als Reilly's Law of retail gravitation. In het model wordt uitgegaan van twee steden die consumenten aantrekken vanuit een tussengelegen plaats. De afstand tot de stad vanuit de kern zorgt voor een negatieve invloed op de keuze en aantrekkelijkheid van deze stad. Terwijl de grootte van de stad, uitgedrukt in inwoners, zorgt voor een positieve invloed op de aantrekkingskracht van een stad. Reilly ging er hierbij vanuit dat er een verband bestond tussen de aantrekkelijkheid van een winkelgebied en het aantal inwoners van deze plaats. Deze veronderstelling werd in opvolgende onderzoeken onderuitgehaald. De aantrekkelijkheid van het winkelgebied zou afhangen van de reistijd in plaats van de afstand en de grootte van het winkelgebied in plaats van het aantal inwoners. Hiermee is Reilly de eerste wetenschapper die een graviteitsmodel heeft ontwikkeld (Buursink, 1980; Nozeman et al., 2012).

Breaking point model

In dit model ligt de focus op het breaking point (het breekpunt). Dit is het punt, in kilometers, waarop de kans dat een consument voor producten of diensten naar stad A gaat even groot is als dat een consument naar stad B gaat. In dit geval wordt de consument door geen enkele stad meer aangetrokken en is de invloedssfeer op dat punt voor beide steden even groot. Aan de hand van dit model kan het verzorgingsgebied van een stad worden berekend, door vanuit de stad verschillende breekpunten te berekenen en deze aan elkaar te verbinden. Door Converse werd de aantrekkingskracht van de steden wederom uitgerekend aan de hand van het bevolkingsaantal van een stad en de afstand tot deze stad. Op het gebruik van deze variabelen en de operationalisatie hiervan kwam door de jaren heen steeds meer kritiek, waarbij vooral de grote rol die aan de afstand

tot de stad werd toegekend in twijfel werd getrokken (Buursink, 1980; Converse, 1949; Tafner et al., 2015).

Huff's probability model

In 1963 werd Huff's probability model ontwikkeld, waarbij de kans wordt berekend dat een consument uit plaats X een product in een bepaald centrum gaat kopen in plaats van een ander centrum. Hierbij wordt dus berekend in hoeverre het ene winkelgebied boven het andere winkelgebied wordt verkozen in het geval dat er uit meerdere gebieden gekozen kan worden. Om dit te kunnen bepalen zijn andere variabelen meegenomen door Huff dan in de voorgaande modellen. In plaats van de grootte van de stad in aantal inwoners, wordt een consument aangetrokken door de oppervlakte van het winkelgebied. Dit wordt bepaald door het aantal vierkante meters aan winkels. Daarnaast wordt de afstand van een consument tot het winkelgebied niet langer bepaald aan de hand van de afstand maar op basis van de reistijd (Buursink, 1980; Huff, 1963; Nozeman et al., 2012; Tafner et al., 2015).

Agglomeratievoordelen

Agglomeratievoordelen voor ondernemers

Schaalvoordelen zijn een startpunt om clustering van bedrijvigheid in en tussen gebieden te verklaren. Dit uitgangspunt werd gedragen door Fujita en Thisse (1996, 2002) maar zijn oorspronkelijk afkomstig uit de ontwikkelingseconomie (Brakman & Garretsen, 2003). Om welvaartsverschillen en de geografische spreiding hiervan te verklaren is door Rosenstein-Rodan in 1943 het 'big-push' model ontwikkeld. Door Myrdal en Hirschman (1957, 1958) is de theorievorming over schaalvoordelen uitgebreid en deze bijdrages zijn het meest invloedrijk gebleken. Door Gunnar Myrdal wordt ruimtelijke concentratie onderbouwd aan de hand van, het door hem geïntroduceerde, cumulatieve causatie. Cumulatieve causatie houdt in dat ongelijke ruimtelijke spreiding tijdens een groeiproces vaak versterkt wordt. Wanneer een regio of stad economische voorloopt ten opzichte van andere regio's of steden dan zal deze voorsprong eerder uitbreiden dan dat het gelijk wordt getrokken. Een gebied kan economische voorloper worden door een goede bereikbaarheid van het gebied of de aanwezigheid van hoogwaardige bedrijven, (onderwijs)instellingen of andere culturele voorzieningen. Uiteindelijk zal de bedrijvigheid zich in het voorlopende gebied gaan vestigen en niet in de andere achtergebleven gebieden. Dit komt doordat in de voorlopende gebieden een bepaalde dynamiek ontstaat waar de andere gebieden niet tegenop kunnen concurreren. Deze dynamiek wordt bereikt door de vestiging van culturele activiteiten, onderwijsvestigingen en dienstverlening. In de voorlopende gebieden is daarnaast een grotere potentiële afzetmarkt, de werknemers zijn beter opgeleid en er is meer innovatie. Door de toenemende vraag van (goed geschoolde) werknemers in het groeiende gebied worden die naar deze gebieden getrokken en neemt de bevolking in deze gebieden steeds verder toe. Het gevolg van de steeds beter draaiende economie is dat er een economisch goed functionerend gebied ontstaat en er hogere lonen voor werknemers zijn. Uiteindelijk blijft in de achterblijvende markt een kleine beroepsbevolking over en hierdoor een kleine afzetmarkt waardoor het niet aantrekkelijk is om zich daar te vestigen als bedrijf. De cumulatieve causatie wil dus zeggen dat de aanwezigheid van een bepaalde bedrijvigheid zorgt voor de aantrekking van nog meer bedrijvigheid waardoor de economie in het gebied nog meer aangetrokken wordt (Atzema et al., 2012; Brakman & Garretsen, 2003; Ho, 2004; Knaap, 1998)

De cumulatieve causatie kan uiteindelijk in grote lijnen twee effecten tot gevolg hebben (Ho, 2004; Knaap, 1998). Ten eerste kan er een backwash-effect optreden. Dit wil zeggen dat het economisch

voorlopende gebied of de economisch voorlopende (binnen)stad bedrijvigheid en bewoners aantrekt uit omliggende regio's. Hierdoor gaat het gebied er zelf economisch op vooruit maar de andere gebieden zien zowel bedrijvigheid als mensen verdwijnen. Hierdoor ontstaat er een slechter economisch klimaat en verdwijnen steeds meer voorzieningen uit het gebied waardoor het gebied steeds minder aantrekkelijk wordt om te wonen of een bedrijf te vestigen. Daarnaast kan het spread-effect optreden. Dit wil zeggen dat de vestiging van steeds meer bedrijvigheid in het economisch voorlopende gebied zorgt voor nadelige effecten. Bijvoorbeeld een toename van de huurprijzen en het verslechteren van de bereikbaarheid van het gebied. Deze nadelen zorgen ervoor dat de bedrijvigheid zich steeds meer buiten de centrumgebieden gaat vestigen en een groter gebied van de economische voordelen profiteren (Ho, 2004; Knaap, 1998).

Clustereffecten voor consumenten

Naast de agglomeratievoordelen die ondernemers ervaren bestaan er ook clustereffecten voor de consument. Nelson pleit in zijn boek "The Selection of Retail Locations" (1958) voor deze schaalvoordelen voor consumenten, waarbij het gaat om cumulatieve attractie. In gebieden waar meerdere detailhandelsvestigingen samen geclusterd zitten heeft de consument de mogelijkheid om de prijs, kwaliteit en andere factoren van een product bij verschillende winkels te vergelijken. Op deze manier kan de consument vergelijkend winkelen en kan de consument een weloverwogen beslissing maken en de kans op een miskoop verkleinen. Een consument vindt het belangrijk om vergelijkend te kunnen winkelen, vooral bij de grotere aankopen, en daarom winkelen consumenten liever in geconcentreerde gebieden. *"Similarly, consumers' apparent desire to compare the offerings of several stores before purchase, especially for items where price, pattern, quality and fashion are important considerations, prompted the proposal of the 'theory of cumulative attraction'."* (Brown, 1993, p. 14). Voor detailhandelsvestigingen is het dus van belang om in te spelen op de wens van consumenten om vergelijkend te kunnen winkelen. Het is daarom dat ondernemers ervoor kiezen om zich in een geconcentreerder gebied te vestigen. De theorie van Nelson zet dus uiteen dat een consument wordt aangetrokken door een concentratie van winkels en/of voorzieningen. Een kritische noot die hierbij in vervolgonderzoeken gemaakt werd is dat naast de concentratie van winkels en/of voorzieningen ook de bereikbaarheid van het winkelgebied een rol speelt (Brown, 1993). Bij de eerder genoemde theorie van Reily kwam dit ook naar voren, hier werd de aantrekkelijkheid van het gebied afgezet tegen de afstand die er voor moet worden afgelegd. Kleine binnensteden ondervinden op deze manier concurrentie van het meer uitgebreide aanbod in grote binnensteden waar consumenten veel meer keuze hebben. Dit zorgt ervoor dat meer consumenten naar de grote binnensteden gaan, en dit gaat ten kosten van de kwaliteit van het aanbod in kleinere binnensteden (Nozeman et al., 2012). Naast winkels en voorzieningen moet volgens Glaeser ook het aanbod van horeca, cultuur en evenementen worden meegenomen wanneer de aantrekkelijkheid van een binnenstad of winkelgebied wordt bepaald (Marlet, 2010).

Evolutionaire benadering

Het is van belang om inzicht te krijgen in sociale, economische en maatschappelijke ontwikkelingen in binnensteden aan de hand van een theorie. Deze theorie kan ontwikkelingen in het verleden verklaren maar daarnaast ook toekomstige ontwikkelingen voorspellen (Nozeman et al., 2012).

Ontwikkelingen kunnen op basis van zeven overkoepelende theorieën worden onderscheiden:

- Deterministische /cyclische theorieën
- Evolutionaire theorieën
- Conflicttheorie
- Economische theorieën
- Ruimtelijke theorieën
- Vastgoedtheorieën
- Open systeemtheorieën

In dit onderzoek is de ontwikkeling van binnensteden vanuit een evolutionaire benadering onderzocht. Waar bij andere type theorieën de aspecten omgevingsinvloeden, het gedrag van andere actoren, verandering en innovatie niet of in mindere mate worden meegenomen, wordt dit in deze benadering wel gedaan.

De evolutionaire benadering gaat ervan uit dat ontwikkeling en verandering voortkomt uit veranderingen van de markt én veranderingen in de omgeving. Dezelfde soort binnensteden kunnen zich onder andere omstandigheden in verschillende richtingen ontwikkelen. De evolutietheorie van Charles Darwin ligt ten grondslag aan de evolutionaire benadering, waarbij het vermogen tot aanpassen aan veranderende omstandigheden zorgt voor een betere kans op overleven. Biologie is hierbij de inspiratiebron voor de ontwikkeling van niet-biologische fenomenen. *“Darwins Survival of the fittest betekent in de economie dat bedrijven die zich het best aanpassen aan veranderde omstandigheden de grootste kans hebben om te overleven”* (Atzema et al., 2012, p. 97). Er wordt uitgegaan van twee uitgangspunten. Ten eerste bestaan er geen trajecten van lineaire uniforme groei of verval en ten tweede is er geen evenwicht op lange termijn. Bij deze benadering heeft de historische context, onder andere in de vorm van ervaringen, een grote rol. De historische context van de ontwikkeling van binnensteden is in bijlage B te vinden. Kennis, ervaringen en vaardigheden uit het verleden worden gebruikt in de toekomst. (Omgevings)factoren die invloed kunnen hebben op de ontwikkeling van binnensteden en haar detailhandelsstructuur zijn: economische, sociale, culturele, wettelijke en technologische factoren en veranderingen. Een voorbeeld hiervan komt uit de detailhandelssector. Verandering in de markt en in de omgeving geven een verklaring voor het verschil in winkelstructuur tussen landen. Het verschil in overheidsbeleid in deze landen zorgt bijvoorbeeld voor het ontstaan van deze verschillende winkelstructuren (Frenken, 2011; Nozeman et al., 2012). *“Een liberaal beleid ten aanzien van perifere detailhandelsvestigingen zal een heel andere structuur hebben dan een land met een streng beleid”* (Nozeman et al., 2012, p. 285).

Er is ook kritiek op de evolutionaire benadering, er wordt vooral uitgegaan van het ontstaan van veel variëteit maar er is geen algemene visie op de richting van de verandering. Daarnaast wordt ook weinig rekening gehouden met concurrentiefactoren (Nozeman et al., 2012). De evolutionaire benadering is als uitgangspunt van dit onderzoek genomen omdat ervanuit wordt gegaan dat de ontwikkelingen van binnensteden bij verschillende omstandigheden voor andere ontwikkelingen zorgt, waarvan de grootte van de binnenstad er één is.

Bijlage B: De ontwikkeling van Nederlandse binnensteden

De binnenstad, en de kijk hierop, is door de jaren heen aan verandering onderhevig geweest. Wanneer gebouwen in de binnenstad gedateerd worden dan blijkt dat er continu veranderingsprocessen aan de gang zijn (Smook, 1984). De veranderingen in de winkelmarkt volgen zich in steeds groter tempo na elkaar op. Het is niet voor alle binnensteden gemakkelijk om zich aan te passen aan deze veranderingen en aan de behoeftes van de consumenten. Om aantrekkelijk te blijven en te kunnen overleven in het concurrerende landschap is dit echter wel noodzakelijk (Erich, 2014). De ontwikkelingen die in het verleden in binnensteden hebben plaatsgevonden zorgen voor kaders voor toekomstige transformaties. Dit houdt in dat er sprake is van afhankelijkheid, in dit geval heeft het verleden invloed op de toekomst (Atzema et al., 2012; Seip, 1999).

Ontwikkelingen binnensteden na Tweede Wereldoorlog

Tot halverwege de jaren 50 worden binnenstedelijke ontwikkelingen gerealiseerd in de bestaande structureren van de (binnen)steden. Dit houdt in dat voor uitbreidingen en aanpassingen in de binnenstad de historische én morfologische structuur onaangetast blijft, of in ieder geval niet ingrijpend wordt veranderd (Seip, 1999). Door de komst van de auto werd vanaf de jaren 50 de hoeveelheid auto's steeds groter. Niet alleen nam de hoeveelheid auto's toe, ook zorgde het voor een nieuwe manier van bevoorrading van de winkels. Om met deze verandering om te kunnen gaan vonden er grote infrastructurele veranderingen plaats in binnensteden, die de bereikbaarheid van binnensteden moest verbeteren (Seip, 1999). De nadruk van stedelijke ontwikkeling ligt vanaf deze tijd op sanering en reconstructie, waarbij kantoorfuncties in de binnenstad een belangrijke rol krijgen (Seip, 1999).

De binnenstedelijke vernieuwingen eind jaren 50 en jaren 60 worden gekenmerkt door concentratie van voorzieningen en het ontstaan van centrumgebieden en worden aangeduid met cityvorming. Bij deze cityvorming vindt schaalvergroting plaats en worden activiteiten en functies verdrongen. Deze ontwikkelingen hadden impact op zowel de historische als morfologische structuur van de binnenstad. Het zorgde destijds voor allure in de binnensteden maar tegelijkertijd werden ook steeds meer problemen van deze ontwikkeling zichtbaar. Ten eerste zorgt de groei van de bevolking en het verhoogde besteedbaar inkomen vanaf midden jaren 50 ervoor dat omzetsnelheden vergroten. Als reactie hierop moest de bedrijfsvloeroppervlakte toenemen en de bedrijfsvoering meer efficiënt worden. Hierdoor ontstonden problemen met de bevoorrading, omdat er geen beschikbare ruimte aanwezig was voor meer en/of grote wagens. Daarnaast kwam ook de bereikbaarheid van de binnenstad onder druk te staan voor de bezoekers, om dit op te kunnen lossen moesten betere ontsluitingsroutes worden gecreëerd en parkeervoorzieningen worden aangelegd. Daarnaast zorgde de concentratie van winkels voor het verdringen van andere functies in het centrumgebied. Door de komst van filiaalbedrijven in de jaren 60 werd schaalvergroting en gelijkvormigheid versterkt. Deze schaalvergroting kan op twee manieren worden uitgevoerd. Ten eerste bestaat er horizontale schaalvergroting, hierbij worden buurpanden opgekocht om één grote ruimte te vormen. Deze vorm van schaalvergroting werd ingezet door winkels. De zakelijke dienstverlening zocht de schaalvergroting voornamelijk verticaal, waarbij een oud pand wordt afgebroken en een nieuw hoog gebouw wordt teruggebouwd. Door de schaalvergroting wordt de multifunctionaliteit van de gebouwen verdrongen en verdwijnt de woonfunctie in de centrumgebieden. De multifunctionele gebouwen maken ruimte voor monofunctionele panden, die voornamelijk als winkel gaan dienen (Seip, 1999; Smook, 1984).

Samengaand met bovenstaande ontwikkelingen worden vanaf de jaren 60 grotere binnenstedelijke projecten gerealiseerd. Om deze projecten te kunnen bouwen moeten bestaande gebouwen worden gesloopt. De projecten omvatten vaak hoogbouw waardoor de structuur van de stad aan verandering onderhevig is. Bij deze projecten speelt bereikbaarheid een grote rol. De monofunctionele gebouwen die worden ontwikkeld vormen uiteindelijk monofunctionele gebieden in het stadscentrum, winkels gescheiden van de kantoren. In de jaren 60 is dit een kenmerk van de cityvorming, functiescheiding (Seip, 1999).

In de jaren 70 verandert de manier waarop er over binnensteden wordt gedacht. Cityvorming wordt niet langer als ideaal gezien en er ontstaat weerstand tegen deze manier van binnenstadsontwikkeling. Het wordt in deze tijd belangrijker om (historische) gebouwen te behouden in plaats van de binnenstad volledig te vernieuwen. In deze tijd vindt men het dan ook belangrijk om de historische structuur van de stad behouden te laten. Daarnaast komt de wens voor multifunctionaliteit in de binnenstad terug, hierbij is meer aandacht voor wonen in de binnenstad en plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. De verschuiving van de secundaire naar tertiaire sector die in de eerdere jaren is ingezet, zet door. Dit houdt in dat de bedrijvigheid in de binnensteden voornamelijk uit dienstverlening bestaat. De productiewerkzaamheden verplaatsen zich uit de binnenstad. De binnenstad wordt hierdoor een plek van consumptie in plaats van een plek van productie. De omgang met het toenemende autoverkeer verandert ook, door diverse steden worden verkeersbeperkende maatregelen geïntroduceerd (Seip, 1999).

Waar in de jaren 60 en de jaren 70 het accent voornamelijk lag op stadsvernieuwing, vond men in de jaren 80 de economische ontwikkeling van binnensteden belangrijk. De stad werd na de economische recessie gezien als motor van de economie. De diensteneconomie werd steeds belangrijker en werd voornamelijk in de binnenstad gevestigd. Dit had ook invloed op de sociale opbouw van de steden. Door het nieuwe type werkgelegenheid trok de binnenstad inwoners van een hogere sociale klasse aan. De postindustriële stad kenmerkte zich door economische en sociale veranderingen (Seip, 1999; Van Oort & Van Eck, 2010). De stad werd niet langer negatief benaderd maar er kwam een positieve visie op de stad, waarbij de stedelijke potentie centraal stond. Eind jaren 80 kwamen grootschalige locaties in binnensteden vrij door de de-industrialisatie in Westerse landen. Deze locaties hadden aantrekkelijke locaties waar grootschalige projecten ontwikkeld konden worden. Hoewel de grootschalige projecten doen denken aan de stedelijke vernieuwing uit de jaren 60 zijn er toch verschillen merkbaar. De historische structuren en beleving wordt getracht bewaard te blijven en daarnaast wordt multifunctionaliteit van gebouwen en gebieden gestimuleerd. Wonen, winkelen en werken worden niet langer gescheiden maar geïntegreerd bij grootschalige projecten. Toch blijft het tot in de jaren 90 vooral gaan om horizontale menging van activiteiten en niet om verticale menging. De menging vindt wel plaats op binnenstadsniveau maar niet op het niveau van een gebouw (Seip, 1999; Van Oort & Van Eck, 2010).

Vanaf de jaren 90 worden er diverse discussies gevoerd over de rol die de binnenstad moet hebben. Economische functies verdwijnen steeds meer uit de binnenstad naar perifere locaties aan de rand van de stad. Deze locaties zijn financieel aantrekkelijk en vaak beter bereikbaar. Door de grootschalige stedelijke projecten raakten een aantal binnensteden daarnaast in een identiteitscrisis. De verdwenen locaties waren het karakter van de binnenstad en de nieuwbouw en filialisering zorgde voor uniformiteit tussen binnensteden. Aan de andere kant zorgen technologische ontwikkelingen voor nieuwe kansen voor binnensteden. De kenniseconomie en de culturele

economie zijn bedrijfstakken waar de binnenstad een geschikte vestigingsplaats voor is. Om zich te kunnen onderscheiden werd de nadruk gelegd op kunst en cultuur in binnensteden. Bezoekers komen niet langer enkel naar de binnenstad om te winkelen, maar voor een dagje uit. Het zwaartepunt van de binnenstad wordt steeds meer een plek om te verblijven. Om dit te kunnen bereiken wordt geïnvesteerd in de binnensteden waarbij de openbare ruimte en de aanwezige voorzieningen hoog in het vaandel staan (Seip, 1999; Van Oort & Van Eck, 2010).

Door de druk die de laatste jaren is toegenomen in de binnensteden is de leegte in de binnensteden toegenomen. Er is een maatschappelijke en politieke discussie ontstaan over de staat van de binnenstad. Vanaf het begin van de 21^e eeuw nam de werkgelegenheid in de binnenstad af, terwijl het aantal mensen dat in de binnenstad is gaan wonen is toegenomen. De binnenstad is nog steeds de spil van de consumptie-economie, waar het aandeel recreatief-winkelen enorm groot is. Naast de detailhandel is er een groot aanbod van culturele voorzieningen zoals: bioscopen, theaters, bibliotheken en evenementen (Evers et al., 2015).

Bijlage C: Huidige interventies door de provincie Gelderland

De huidige trends rondom binnensteden hebben ook invloed op de binnensteden in de provincie Gelderland. De provincie Gelderland zet zich in voor het behoud van bruisende en leefbare binnensteden. Hoewel dit voornamelijk de taak is van de gemeentes wil de provincie Gelderland hierbij een stimulerende en faciliterende rol op zich nemen. Belangrijk hierbij is de samenwerking met de verschillende gemeentes, nationale overheid, ondernemers en andere marktpartijen. De provincie Gelderland zet zich in volgens het eerder genoemde twee sporen beleid (Provincie Gelderland, 2017a).

Het eerste spoor is de inzet op regionale afstemming en samenwerking. Het is hierbij van belang dat overcapaciteit aan winkelmeters terug wordt gedrongen en er op regionaal niveau keuzes moeten worden gemaakt rondom nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Daarnaast moet de regionale afstemming ook leiden tot complementariteit tussen binnensteden van verschillende omvang in plaats van concurrentie. Binnensteden moeten zich richten op eigen kwaliteiten waardoor ze zich onderscheiden van andere binnensteden en op deze manier een gezonde structuur van binnensteden en dorpscentra creëren. De provincie Gelderland zet verschillende instrumenten in om deze regionale afstemming te faciliteren (Provincie Gelderland, 2017a).

- De omgevingsvisie en –verordening worden ingezet om de regionale afstemming te ondersteunen, waar nodig zal de provincie Gelderland vanuit haar beleid een leidende rol op zich nemen om tot regionale afspraken te komen (Provincie Gelderland, 2017a).
- De provincie Gelderland wil een “partner met doorzettingskracht” zijn bij regionale afspraken omtrent wonen, werken en winkelen. Hiervoor kijkt de provincie Gelderland kritisch naar haar instrumenten en mogelijke wijzigingen die hierin moeten worden aangebracht (Provincie Gelderland, 2017a).
- Door het tekenen van de “Retaildeal” is de provincie Gelderland betrokken bij diverse pilots. De provincies en landelijke partners trekken hierbij samen op om de plancapaciteit terug te dringen en te zorgen dat er geen ongewenste ontwikkelingen plaatsvinden in perifere gebieden (Provincie Gelderland, 2017a).

Het tweede spoor zet zich in voor transitie van binnensteden, waarbij innovatief ondernemerschap en nieuwe functies een sleutelrol hebben. Om te zorgen dat binnensteden in de toekomst ook bruisend en leefbaar blijven is het van belang om op zoek te gaan naar innovatieve ideeën. De provincie Gelderland wil samen met partners investeren in deze vernieuwende ideeën en oplossingen die uiteindelijk voor aantrekkelijke binnensteden moeten zorgen. Belangrijk hierbij is dat er aangesloten wordt bij het karakter van de binnenstad. Om transitie te faciliteren en stimuleren wordt door de provincie Gelderland kennis gedeeld en is via diverse programma’s financiële ondersteuning mogelijk. Om transitie van binnensteden te stimuleren worden door de provincie onderstaande instrumenten ingezet (Provincie Gelderland, 2017a).

- Kennisnetwerk binnensteden Gelderland is opgericht om kennis en ervaringen uit te wisselen met en tussen diverse partijen (bijvoorbeeld ondernemers, politici, centrummanagers). Er worden door de provincie diverse bijeenkomsten onder de aandacht gebracht en daarnaast ook zelf georganiseerd (Provincie Gelderland, 2017a).
- Innovatieprogramma binnensteden is een samenwerking met de provincies Limburg en Noord-Brabant. Daarnaast werken ook diverse kennisinstellingen mee. In dit

innovatieprogramma staan experimenten in binnensteden centraal, waarbij innovatieve ideeën in de praktijk worden uitgetest en de effecten worden gemeten. De resultaten van deze experimenten worden gedeeld in het kennisnetwerk binnensteden Gelderland (Provincie Gelderland, 2017a).

- Het inzichtelijk maken van objectieve data is van belang om ontwikkelingen die gaande zijn te monitoren. Op basis van objectieve data kunnen besluiten beter worden onderbouwd. Om deze objectieve data te verwerven zetten verschillende partijen zich in om gezamenlijk te komen tot objectieve kentallen, worden leegstandsgegevens inzichtelijk gemaakt, wordt samengewerkt aan een vastgoedmonitor en worden koopstromenonderzoeken uitgevoerd (Provincie Gelderland, 2017a).
- Samen met partners wordt onderzoek gedaan naar innovatief ondernemerschap in de binnenstad en wordt onder andere bekeken hoe circulaire economie een plek kan krijgen in de binnenstad. Hierbij worden verschillende programma's ingezet om ondernemers te ondersteunen (Provincie Gelderland, 2017a).
- SteenGoed Benutten is een programma dat door middel van financiële middelen, kennis of procesondersteuning helpt bij het transformeren van leegstaande centrumgebieden naar vitale gebieden met nieuwe functies (Provincie Gelderland, 2017a).
- Het programma "Provinciale Gebiedsopgaven" investeert in stedelijke netwerken in Gelderland. Waarbij de vitaliteit en kracht van deze netwerken vergroot moet worden. Een focus ligt hierbij op het netwerk "Arnhem-Nijmegen" omdat dit netwerk (economisch) van belang is voor de gehele provincie (Provincie Gelderland, 2017a).
- Het programma Cultuur en Erfgoed zet zich in voor de toegankelijkheid van cultuur voor alle inwoners van Gelderland. *"Investeren in zo'n aansprekend cultureel klimaat is van wezenlijke betekenis voor de transitie van binnensteden, als inspiratiebron maar ook als ankerpunt van de fysieke binnenstedelijke ontwikkeling (Provincie Gelderland, 2017a, p. 4)."* Wanneer de winkelfunctie in een gebied wegvalt dan kan dit gebied worden ingevuld met een culturele functie. Dit zorgt ervoor dat het gebied levendig blijft en dat inwoners makkelijker met cultuur in aanraking kunnen komen (Provincie Gelderland, 2017a).
- Hoewel mobiliteit vooral op lokaal niveau wordt gefaciliteerd, zet de provincie Gelderland zich in op een beter bereik van de stedelijke netwerken in de provincie. Hiervoor wordt een mix aan instrumenten ingezet zoals: verbeteren openbaarvervoer, infrastructuur en de fiets (Provincie Gelderland, 2017a).

Bijlage D: Lijst met geselecteerde binnensteden

Grote binnensteden	Middelgrote binnensteden	Kleine binnensteden	Kleine binnensteden
Alkmaar	Almere	Almelo	Nijverdal
Amsterdam	Amersfoort	Alphen aan den Rijn	Noordwijk (Zh)
Arnhem	Apeldoorn	Amstelveen	Nunspeet
Breda	Assen	Baarn	Oisterwijk
Dordrecht	Bergen op Zoom	Beverwijk	Oldenzaal
Eindhoven	Delft	Boxmeer	Oud-Beijerland
Groningen	Deventer	Bussum	Putten
Haarlem	Doetinchem	Culemborg	Raalte
Hilversum	Emmen	Den Helder	Rijssen
Leiden	Enschede	Dokkum	Rijswijk (Zh)
Maastricht	Goes	Drachten	Schagen
Nijmegen	Gouda	Ede	Schiedam
Rotterdam	Heerlen	Emmeloord	Sluis
's-Gravenhage	Hoorn (Nh)	Enkhuizen	Spijkensisse
Utrecht	Middelburg	Ermelo	Stadskanaal
	Oosterhout (Nb)	Etten-Leur	Steenwijk
	Purmerend	Geleen	Terneuzen
	Roermond	Gorinchem	Tiel
	Roosendaal	Haaksbergen	Uden
	Sittard	Hardenberg	Valkenswaard
	Sneek	Harderwijk	Venray
	Tilburg	Heemskerk	Vlaardingen
	Veenendaal	Heemstede	Vlissingen
	Venlo	Heerhugowaard	Volendam
	Weert	Helmond	Waalwijk
	Zaandam	Hoofddorp	Wageningen
	Zeist	Hoogeveen	Wassenaar
	Zutphen	Kampen	Wijchen
	Zwolle	Katwijk (Zh)	Winschoten
		Laren (Nh)	Winterswijk
		Leerdam	Woerden
		Leidschendam	Zevenaar
		Lelystad	Zierikzee
		Lisse	Zoetermeer
		Meppel	
		Naaldwijk	
		Nieuwegein	

Tabel 7.1: Geselecteerde binnensteden

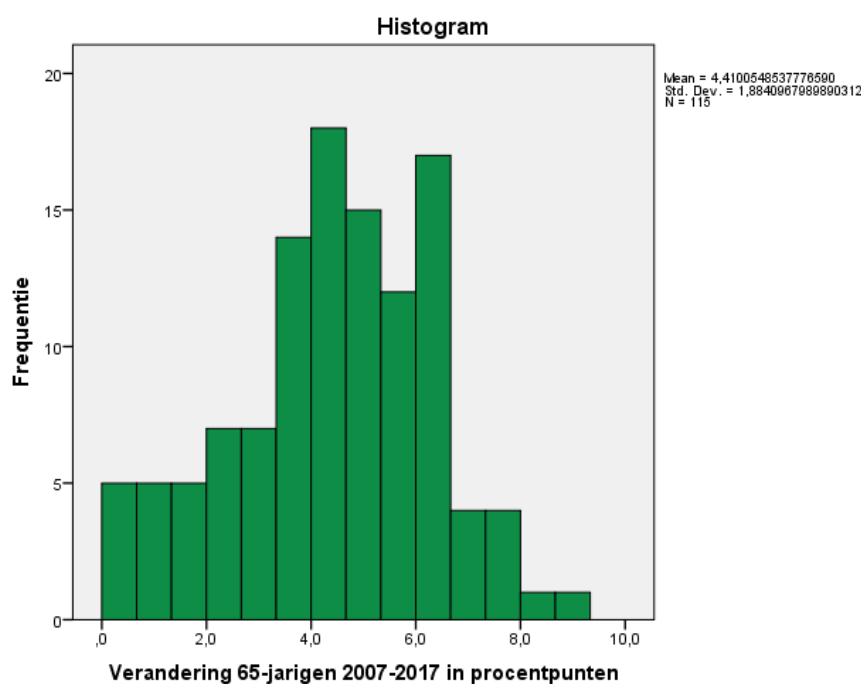
Bijlage E: SPSS output beschrijvende statistiek

Demografie gemeentes

Om inzicht te krijgen in de demografie, en de verandering hierin tussen 2007 en 2017, van de gemeentes waarin de binnensteden die in dit onderzoek worden meegenomen, is een analyse gemaakt van de variabelen: leeftijdsopbouw, bevolkingsontwikkeling, huishoudensontwikkeling en gemiddelde huishoudensgrootte. Voor een overzicht kan tabel 7.2 geraadpleegd worden.

Leeftijdsopbouw

Gemiddeld behoort in de geselecteerde gemeentes in 2007 14,9% van de inwoners tot de leeftijdsgroep 65-plussers. Het aandeel 65-plussers is in deze gemeentes toegenomen tot gemiddeld 19,3% van de inwoners in 2017. Het gaat hierbij tussen de jaren 2007 en 2017 om een gemiddelde toename van de groep 65-plussers in gemeentes met 4,4 procentpunten. De grootste toename is van 9,1 procentpunten, de laagste toename van 0,13 procentpunten. De verdeling van de verandering in het aantal procentpunten van het aandeel 65-plussers is in figuur 7.1 weergegeven. Opvallend hierbij is dat in alle gemeentes sprake is van een toename van het aandeel 65-plussers.



Figuur 7.1: Ontwikkeling aandeel 65-plussers tussen 2007 en 2017

Bevolkingsontwikkeling

Het gemiddeld aantal inwoners is in 2007 in de Nederlandse gemeentes 95055 inwoners. Waarbij de kleinste gemeente bestaat uit 10980 inwoners en de grootste gemeente uit 742880 inwoners. In 2017 is het gemiddeld aantal inwoners per gemeente toegenomen tot 101702. De gemiddelde bevolkingsontwikkeling is 3,7%. Waarbij de grootste bevolkingstoename 18,9% is en de grootste bevolkingsafname 5,5%.

Huishoudensontwikkeling en huishoudensgrootte

Gemiddeld bestaan de geselecteerde gemeentes uit 45218 huishoudens in 2007, dit is toegenomen tot 49527 huishoudens in 2017. De gemiddelde huishoudensontwikkeling is een groei van 7,6%. De

grootste huishoudensontwikkeling is 18,9% en de grootste huishoudensafname is 1%. Opvallend hierbij is dat de huishoudensontwikkeling een grotere gemiddelde groei doorgemaakt heeft dan de bevolkingsontwikkeling. De gemiddelde huishoudensgrootte was in 2007 2,3 personen per huishouden en is afgenomen tot 2,2 personen per huishouden in 2017.

Economische situatie gemeentes

Het gemiddelde inkomen per inwoner is tussen 2007 en 2015 van 13,2 duizend euro per jaar gestegen naar 23,3 duizend euro per jaar. Het laagste inkomen was in 2007 11,4 duizend euro per inwoner per jaar en het hoogste inkomen in 2007 per jaar was 20,4 duizend euro. Gemiddeld gaat het in deze tijdsperiode om een inkomensstijging van 76% per inwoner.

Aantrekkelijkheid gemeentes

Klantenpotentieel

Het gemiddelde lokale klantenpotentieel van de gemeentes is tussen 2007 en 2017 toegenomen van 103245 naar 110349. Het lokale relatieve klantenpotentieel is echter afgenomen van 105,0 naar 104,7. De gemiddelde groei van het lokale klantenpotentieel is 3,4% over de afgelopen tien jaar. Hierbij is de grootste groei 18,5% en de grootste afname 5,2%.

Naast het lokale klantenpotentieel is ook het regionale klantenpotentieel gegroeid. In 2007 was het gemiddelde regionale klantenpotentieel 143509 en in 2017 was het gemiddelde regionale klantenpotentieel 152524. De gemiddelde groei van het klantenpotentieel is 1,1%. Het regionale relatieve klantenpotentieel is afgenomen van 105,2 naar 102,8 in 2017.

	Gemiddelde	Minimum	Maximum	Standaarddeviatie
<i>Demografie - gemeentes</i>				
65-jarigen en ouderen 2007 (% van gehele bevolking)	14,94	7,00	27,00	2,83
65-jarigen en ouderen 2017 (% van gehele bevolking)	19,35	10,20	30,81	3,45
Ontwikkeling 65-jarigen en ouderen (in procentpunten)	4,41	,13	9,14	1,88
Inwoners 2007	95055,03	10980,00	742880,00	131554,10
Inwoners 2017	101701,57	11088,00	844947,00	149034,08
Ontwikkeling inwoners (%)	3,67	-5,47	18,95	4,37
Huishoudens 2007	45218,09	4840,00	410310,00	71697,81
Huishoudens 2017	49526,74	4915,00	462329,00	80488,60
Ontwikkeling aantal huishoudens (%)	7,60	-,99	18,95	3,93
Huishoudensgrootte 2007	2,27	1,70	2,80	,22
Huishoudensgrootte 2017	2,18	1,60	2,70	,19
Ontwikkeling huishoudensgrootte (%)	-4,03*	-10,53	,31	2,71
<i>Economische situatie - gemeentes</i>				
Inkomen per inwoner 2007	13,24	11,40	20,40	1,40
Inkomen per inwoner 2015	23,35	18,80	38,50	3,10
Ontwikkeling inkomen per inwoner (%)	76,00	64,71	95,51	5,23
<i>Aantrekkelijkheid - gemeentes</i>				
Lokaal klantenpotentieel 2007	103244,52	8610,00	823280,00	147387,05
Lokaal klantenpotentieel 2017	110348,78	8570,00	932530,00	166449,30
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel (%)	3,35	-5,24	18,53	4,63
Relatief lokaal klantenpotentieel 2007	104,96	76,00	125,00	9,46
Relatief lokaal klantenpotentieel 2017	104,65	72,00	124,00	9,55
Ontwikkeling relatief lokaal klantenpotentieel (in procentpunten)	-0,31*	-6,00	8,19	1,55
Regionaal klantenpotentieel 2007	143509,04	1510,00	1604250,00	293895,00
Regionaal klantenpotentieel 2017	152524,35	1300,00	1758920,00	321923,84
Ontwikkeling regionaal klantenpotentieel (%)	1,09	-21,05	83,03	11,15
Relatief regionaal klantenpotentieel 2007	105,16	14,00	251,00	53,18
Relatief regionaal klantenpotentieel 2017	102,82	12,00	246,00	52,69
Ontwikkeling relatief regionaal klantenpotentieel (in procentpunten)	-2,34*	-15,00	27,53	5,46
* Negatieve ontwikkeling doorgemaakt				

Tabel 7.2: Overzicht beschrijvende statistiek controle variabelen

Variantieanalyse woonfunctie

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
VeranderingInwonersAbsolut	27,875	2	112	,000
Ontwikkeling aantal inwoners binnenstad	,741	2	112	,479
VeranderingWoningenAbsolut	35,174	2	112	,000
Ontwikkeling aantal woningen	1,984	2	112	,142

Tabel 7.3: Levene's test woonfunctie

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
VeranderingInwonersAbsolut	Between Groups	63715556,171	2	31857778,086	66,625	,000
	Within Groups	53554403,829	112	478164,320		
	Total	117269960,000	114			
Ontwikkeling aantal inwoners binnenstad	Between Groups	754,584	2	377,292	,922	,401
	Within Groups	45841,314	112	409,297		
	Total	46595,898	114			
VeranderingWoningenAbsolut	Between Groups	42738064,723	2	21369032,361	69,626	,000
	Within Groups	34374130,007	112	306911,875		
	Total	77112194,730	114			
Ontwikkeling aantal woningen	Between Groups	1660,095	2	830,048	2,314	,104
	Within Groups	40177,046	112	358,724		
	Total	41837,141	114			

Tabel 7.4: ANOVA woonfunctie

Multiple Comparisons

Games-Howell

Dependent Variable	(I) Omvang Binnenstad	(J) Omvang Binnenstad	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
VeranderingInwonersAbsoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	1957,98851 [*]	427,66397	,001	845,5050	3070,4721
		Kleine binnenstad	2265,30516 [*]	424,64361	,000	1157,2933	3373,3171
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-1957,98851 [*]	427,66397	,001	-3070,4721	-845,5050
		Kleine binnenstad	307,31666 [*]	86,33968	,002	99,5010	515,1323
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-2265,30516 [*]	424,64361	,000	-3373,3171	-1157,2933
		Middelgrote binnenstad	-307,31666 [*]	86,33968	,002	-515,1323	-99,5010
Ontwikkeling aantal inwoners binnenstad	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	4,702693373	3,622363079	,407	-4,20421661	13,60960336
		Kleine binnenstad	7,541240638	3,995213852	,153	-2,12683080	17,20931208
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-4,70269337	3,622363079	,407	-13,6096034	4,204216613
		Kleine binnenstad	2,838547265	3,638489546	,716	-5,82796878	11,50506331
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-7,54124064	3,995213852	,153	-17,2093121	2,126830800
		Middelgrote binnenstad	-2,83854726	3,638489546	,716	-11,5050633	5,827968776
VeranderingWoningenAbsoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	1638,54023 [*]	376,03210	,002	656,4684	2620,6120
		Kleine binnenstad	1852,06573 [*]	375,28800	,001	871,0683	2833,0631
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-1638,54023 [*]	376,03210	,002	-2620,6120	-656,4684
		Kleine binnenstad	213,52550 [*]	46,02309	,000	103,0005	324,0505
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-1852,06573 [*]	375,28800	,001	-2833,0631	-871,0683
		Middelgrote binnenstad	-213,52550 [*]	46,02309	,000	-324,0505	-103,0005
Ontwikkeling aantal woningen	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	10,65711841	5,532066997	,162	-3,55432206	24,86855888
		Kleine binnenstad	11,47119800	5,863385211	,148	-3,30733019	26,24972619
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-10,6571184	5,532066997	,162	-24,8685589	3,554322057
		Kleine binnenstad	,8140795851	3,025645213	,961	-6,38651852	8,014677692
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-11,4711980	5,863385211	,148	-26,2497262	3,307330195
		Middelgrote binnenstad	-,814079585	3,025645213	,961	-8,01467769	6,386518522

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 7.5: Games-Howell test woonfunctie

Variantieanalyse winkelfunctie

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
VeranderingVKPAbsoluut	Between Groups	41622,015	2	20811,008	35,748	,000
	Within Groups	65200,906	112	582,151		
	Total	106822,922	114			
Ontwikkeling aantal winkelveestigingen	Between Groups	5,643	2	2,822	,029	,971
	Within Groups	10835,845	112	96,749		
	Total	10841,488	114			
VeranderingLeegstandVKPAbsoluut	Between Groups	3338,238	2	1669,119	7,851	,001
	Within Groups	23811,449	112	212,602		
	Total	27149,687	114			
Ontwikkeling aantal leegstand VKP	Between Groups	112264,607	2	56132,304	6,341	,002
	Within Groups	991427,358	112	8852,030		
	Total	1103691,965	114			
WVO absoluut	Between Groups	1,841E+10	2	9207335623	24,293	,000
	Within Groups	4,245E+10	112	379016147,6		
	Total	6,086E+10	114			
WVO relatief	Between Groups	767,083	2	383,542	1,115	,331
	Within Groups	38520,973	112	343,937		
	Total	39288,057	114			

Tabel 7.6: ANOVA winkelfunctie

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
VeranderingVKPAbsoluut	7,802	2	112	,001
Ontwikkeling aantal winkelveestigingen	1,867	2	112	,159
VeranderingLeegstandVKPAbsoluut	11,140	2	112	,000
Ontwikkeling aantal leegstand VKP	3,296	2	112	,041
WVO absoluut	19,605	2	112	,000
WVO relatief	,537	2	112	,586

Tabel 7.7: Levene's test winkelfunctie

Multiple Comparisons

Games-Howell

Dependent Variable	(I) Omvang Binnenstad	(J) Omvang Binnenstad	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
VeranderingVKPAbsoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	-35,02069 [*]	12,23898	,027	-66,3013	-3,7400
		Kleine binnenstad	-56,03380 [*]	11,71909	,001	-86,4720	-25,5956
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	35,02069 [*]	12,23898	,027	3,7400	66,3013
		Kleine binnenstad	-21,01311 [*]	4,67722	,000	-32,3563	-9,6699
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	56,03380 [*]	11,71909	,001	25,5956	86,4720
		Middelgrote binnenstad	21,01311 [*]	4,67722	,000	9,6699	32,3563
Ontwikkeling aantal winkelveestigingen	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	,7541223061	2,470182418	,950	-5,36509857	6,873343184
		Kleine binnenstad	,5245964765	2,411426687	,974	-5,45631142	6,505504370
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-,754122306	2,470182418	,950	-6,87334318	5,365098571
		Kleine binnenstad	-,229525830	1,911623044	,992	-4,80101899	4,341967335
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-,524596477	2,411426687	,974	-6,50550437	5,456311417
		Middelgrote binnenstad	,2295258296	1,911623044	,992	-4,34196734	4,801018994
VeranderingLeegstandVKPAbsoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	-18,29425 [*]	6,87275	,038	-35,6860	-,9025
		Kleine binnenstad	-11,01596	6,40139	,229	-27,6063	5,5744
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	18,29425 [*]	6,87275	,038	-,9025	35,6860
		Kleine binnenstad	7,27829	3,14504	,065	-,3681	14,9246
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	11,01596	6,40139	,229	-5,5744	27,6063
		Middelgrote binnenstad	-7,27829	3,14504	,065	-14,9246	,3681
Ontwikkeling aantal leegstand VKP	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	-59,9960515 [*]	18,73235459	,007	-105,628362	-14,3637407
		Kleine binnenstad	-92,6716365 [*]	14,93195366	,000	-128,412050	-56,9312227
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	59,9960515 [*]	18,73235459	,007	14,36374069	105,6283623
		Kleine binnenstad	-32,6755850	20,72929502	,264	-82,5025019	17,15133186
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	92,6716365 [*]	14,93195366	,000	56,93122273	128,4120502
		Middelgrote binnenstad	32,67558500	20,72929502	,264	-17,1513319	82,50250187
WVO absoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	31504,616	13646,899	,087	-4130,46	67139,70
		Kleine binnenstad	38559,260 [*]	13593,151	,033	3001,54	74116,98
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-31504,616	13646,899	,087	-67139,70	4130,46
		Kleine binnenstad	7054,644 [*]	1531,839	,000	3331,68	10777,61
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-38559,260 [*]	13593,151	,033	-74116,98	-3001,54
		Middelgrote binnenstad	-7054,644 [*]	1531,839	,000	-10777,61	-3331,68
WVO relatief	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	8,028435915	5,207529937	,293	-5,09952252	21,15639435
		Kleine binnenstad	7,477792671	5,274099421	,349	-5,75609630	20,71168164
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-8,02843591	5,207529937	,293	-21,1563944	5,099522524
		Kleine binnenstad	-,550643244	3,351945761	,985	-8,54797940	7,446692913
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-7,47779267	5,274099421	,349	-20,7116816	5,756096301
		Middelgrote binnenstad	-,5506432435	3,351945761	,985	-7,44669291	8,547979400

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 7.8: Games-Howell test winkelfunctie

Variantieanalyse functiemix

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
VeranderinghorecaVKPA absoluut	28,289	2	112	,000
Ontwikkeling aantal horecavestigingen	5,034	2	112	,008
VeranderingdienstenVKP Absoluut	7,323	2	112	,001
Ontwikkeling aantal dienstenvestigingen	1,885	2	112	,157
Veranderingdienstenleis uretovdetailhandelVKPP rocentPunten	3,091	2	112	,049
Ontwikkeling leisure&diensten tov verkooppunten	3,786	2	112	,026

Tabel 7.9: Levene's test functiemix

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
VeranderinghorecaVKPA absoluut	Between Groups	42650,381	2	21325,191	54,284	,000
	Within Groups	43999,010	112	392,848		
	Total	86649,391	114			
Ontwikkeling aantal horecavestigingen	Between Groups	483,069	2	241,535	,514	,600
	Within Groups	52643,994	112	470,036		
	Total	53127,063	114			
VeranderingdienstenVKP Absoluut	Between Groups	253,289	2	126,644	1,202	,305
	Within Groups	11803,459	112	105,388		
	Total	12056,748	114			
Ontwikkeling aantal dienstenvestigingen	Between Groups	120,988	2	60,494	,281	,756
	Within Groups	24133,538	112	215,478		
	Total	24254,526	114			
Veranderingdienstenleis uretovdetailhandelVKPP rocentPunten	Between Groups	26,289	2	13,145	1,650	,197
	Within Groups	892,309	112	7,967		
	Total	918,598	114			
Ontwikkeling leisure&diensten tov verkooppunten	Between Groups	45,521	2	22,760	,235	,791
	Within Groups	10868,304	112	97,038		
	Total	10913,825	114			

Tabel 7.10: ANOVA functiemix

Multiple Comparisons

Games-Howell

Dependent Variable	(I) Omvang Binnenstad	(J) Omvang Binnenstad	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Verandering horecaVKPA absoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	50,57471 [*]	13,45478	,005	15,5362	85,6133
		Kleine binnenstad	58,61502 [*]	13,33006	,002	23,7584	93,4717
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-50,57471 [*]	13,45478	,005	-85,6133	-15,5362
		Kleine binnenstad	8,04031 [*]	2,18314	,002	2,7174	13,3633
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-58,61502 [*]	13,33006	,002	-93,4717	-23,7584
		Middelgrote binnenstad	-8,04031 [*]	2,18314	,002	-13,3633	-2,7174
Ontwikkeling aantal horecavestigingen	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	6,989630536	2,910661142	,054	-,103437585	14,08269866
		Kleine binnenstad	4,555384640	3,697447589	,438	-4,28430027	13,39506955
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-6,98963054	2,910661142	,054	-14,0826987	,1034375851
		Kleine binnenstad	-2,43424590	3,765844552	,795	-11,3970156	6,528523843
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-4,55538464	3,697447589	,438	-13,3950695	4,284300269
		Middelgrote binnenstad	2,434245896	3,765844552	,795	-6,52852384	11,39701564
Verandering dienstenVKP Absoluut	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	4,54253	5,04109	,646	-8,1693	17,2544
		Kleine binnenstad	1,64695	4,60729	,932	-10,3221	13,6160
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-4,54253	5,04109	,646	-17,2544	8,1693
		Kleine binnenstad	-2,89558	2,36690	,447	-8,6784	2,8872
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-1,64695	4,60729	,932	-13,6160	10,3221
		Middelgrote binnenstad	2,89558	2,36690	,447	-2,8872	8,6784
Ontwikkeling aantal dienstenvestigingen	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	3,416478224	3,719791730	,632	-5,62241328	12,45536972
		Kleine binnenstad	2,705442496	2,879056536	,619	-4,34457531	9,755460304
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-3,41647822	3,719791730	,632	-12,4553697	5,622413275
		Kleine binnenstad	-,711035728	3,459559112	,977	-9,06926402	7,647192568
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-2,70544250	2,879056536	,619	-9,75546030	4,344575313
		Middelgrote binnenstad	,7110357284	3,459559112	,977	-7,64719257	9,069264025
Verandering dienstenleisure&detailhandelVKPProcentPunten	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	1,27188	,70588	,188	-,4763	3,0200
		Kleine binnenstad	1,45393	,68921	,107	-,2548	3,1627
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-1,27188	,70588	,188	-3,0200	,4763
		Kleine binnenstad	,18205	,54860	,941	-1,1298	1,4939
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-1,45393	,68921	,107	-3,1627	,2548
		Middelgrote binnenstad	-,18205	,54860	,941	-1,4939	1,1298
Ontwikkeling leisure&diensten tov verkooppunten	Grote binnenstad	Middelgrote binnenstad	1,677533858	1,847882232	,640	-2,89244597	6,247513684
		Kleine binnenstad	,2984599665	2,040414223	,988	-4,66048155	5,257401485
	Middelgrote binnenstad	Grote binnenstad	-1,67753386	1,847882232	,640	-6,24751368	2,892445968
		Kleine binnenstad	-1,37907389	1,748369609	,711	-5,54256649	2,784418704
	Kleine binnenstad	Grote binnenstad	-,298459966	2,040414223	,988	-5,25740148	4,660481552
		Middelgrote binnenstad	1,379073891	1,748369609	,711	-2,78441870	5,542566487

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 7.11: Games-Howell test functiemix

Bijlage F: SPSS output toetsende statistiek

Vooronderstellingen multipele regressieanalyse

Toets voor multicollineariteit: Pearson's correlatiecoëfficiënten

Correlations

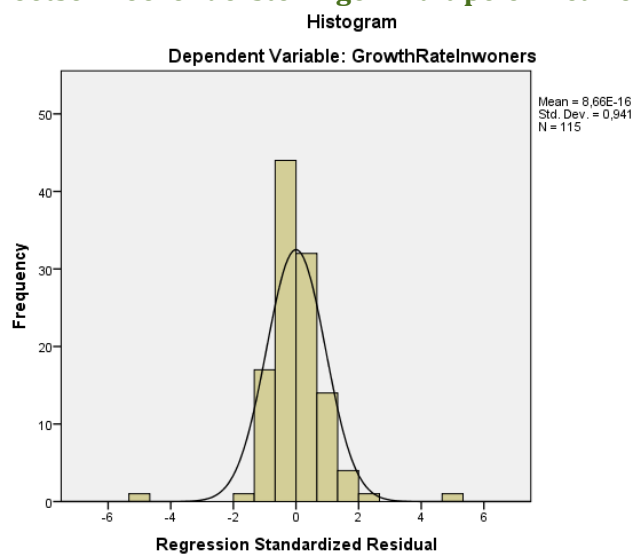
	Dummy_mid delgrote_bin enstad	Dummy_klein e_binenstad	Dummy_inter mediar	Dummy_perif erie	Percentage 65-jarigen in gemeente 2007	Verandering 65-jarigen in procentpunten	AANT_INWOEs meens2007	Bevolkingsont wikkeling gemeente	AANTAL_HH Gemeens20 07	Huishoudens ontwikkeling gemeente	INK_INWOEm eens2007	Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	Lokaalklanten potentieel2 007Gem	Regionaalkla ntenpotentie el2007Gem	Ontwikkeling lokaal klantenpoten tiel	Ontwikkeling regionaal klantenpoten tiel
Dummy_middelgrote_bin enstad	1	-.738**	.057	.090	-.077	.029	.074	.012	.059	.037	-.141	.007	.295**	.300**	.031	.007
Dummy_kleine_binenstad	.115	1	.544	.336	.412	.755	.431	.897	.531	.693	.134	.943	.001	.001	.739	.937
Dummy_kleine_binenstad	.000	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	-.738**	1	-.015	-.012	.184	.327	-.370**	-.284**	-.352**	-.195**	.107	-.055	-.538**	-.643**	.013	-.025
Dummy_kleine_binenstad	.000	.877	.877	.899	.049	.000	.000	.002	.000	.036	.254	.557	.000	.000	.893	.793
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.057	-.015	1	-.463**	-.196**	.161	-.153	.022	-.160	.145	-.271**	-.091	.127	.114	.067	.000
Dummy_kleine_binenstad	.544	.877	.877	.000	.036	.086	.103	.817	.088	.121	.003	.335	.176	.226	.480	.996
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.090	-.012	-.463**	1	.196**	.214*	-.137	-.337**	-.129	-.250**	-.291**	-.365**	.100	.099	.078	.089
Dummy_kleine_binenstad	.336	.899	.000	.035	.035	.022	.144	.000	.171	.007	.002	.000	.288	.293	.408	.345
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	-.077	.184*	-.196**	.196**	1	.031	-.342**	-.473**	-.325**	-.547**	.468**	.159	-.447**	-.398**	-.106	-.060
Dummy_kleine_binenstad	.412	.049	.036	.035	.035	.741	.000	.000	.000	.000	.000	.090	.000	.000	.259	.523
Dummy_kleine_binenstad	.755	.000	.086	.022	.741	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.029	.327**	.161	.214*	.031	1	-.528**	-.595**	-.526**	-.295**	-.114	-.063	-.217*	-.467**	.108	-.089
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.074	-.370**	-.153	-.137	-.342**	.528**	1	.554*	.907**	.319*	.007	.112	.282*	.628**	-.006	.055
Dummy_kleine_binenstad	.431	.000	.103	.144	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.939	.234	.002	.000	.953	.556
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.012	-.284**	.022	-.337**	-.473**	.595**	.554**	1	.550**	.849**	.105	.125	.212*	.427**	-.044	.072
Dummy_kleine_binenstad	.897	.002	.817	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.262	.184	.023	.000	.641	.441
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.059	-.352**	-.160	-.129	-.325**	.526**	.997**	.560**	1	.313**	.019	.117	.275**	.618**	-.025	.040
Dummy_kleine_binenstad	.531	.000	.088	.171	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.844	.213	.003	.000	.794	.669
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.037	-.195*	.145	-.250**	-.547**	.285**	.319*	.849**	.313**	1	-.092	-.013	.200*	.306**	.058	.100
Dummy_kleine_binenstad	.693	.036	.121	.007	.000	.001	.001	.000	.001	.001	.330	.887	.032	.001	.539	.289
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	-.141	.107	-.271**	-.291**	.468**	-.114	.007	.105	.019	-.092	1	.596**	-.519**	-.370**	-.064	.015
Dummy_kleine_binenstad	.134	.254	.003	.002	.000	.227	.939	.262	.844	.330	.000	.000	.000	.000	.484	.877
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.007	-.055	-.091	-.365**	.159	-.063	.112	.125	.117	-.013	.686**	1	-.210*	.161	-.131	-.076
Dummy_kleine_binenstad	.943	.557	.335	.000	.090	.502	.234	.184	.213	.887	.000	.000	.025	.085	.162	.417
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.295**	-.538**	.127	.100	-.447**	-.217*	.282**	.212*	.275**	.200*	-.519**	-.210*	1	.777**	.032	.013
Dummy_kleine_binenstad	.001	.000	.176	.288	.000	.020	.002	.023	.003	.032	.000	.000	.115	.000	.736	.887
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.300**	-.643**	.114	.099	-.398**	.467**	.628**	.427**	.618**	.306**	-.370**	-.161	.777**	1	.025	.067
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.226	.293	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.085	.000	.000	.791	.474
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.031	.013	.067	.078	-.106	.108	-.006	-.044	-.025	.058	-.064	-.131	.032	.025	1	.866**
Dummy_kleine_binenstad	.739	.893	.480	.408	.259	.252	.953	.641	.794	.539	.494	.162	.736	.791	.000	.000
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Dummy_kleine_binenstad	.007	-.025	.000	.089	-.060	-.089	.055	.072	.040	.100	.015	-.076	.013	.067	.866**	1
Dummy_kleine_binenstad	.937	.793	.996	.345	.523	.342	.556	.441	.669	.289	.877	.417	.887	.474	.000	.000
Dummy_kleine_binenstad	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

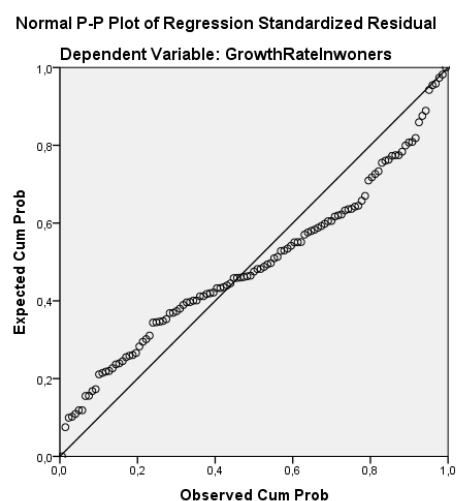
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 7.12: Pearson's correlatiecoëfficiënten

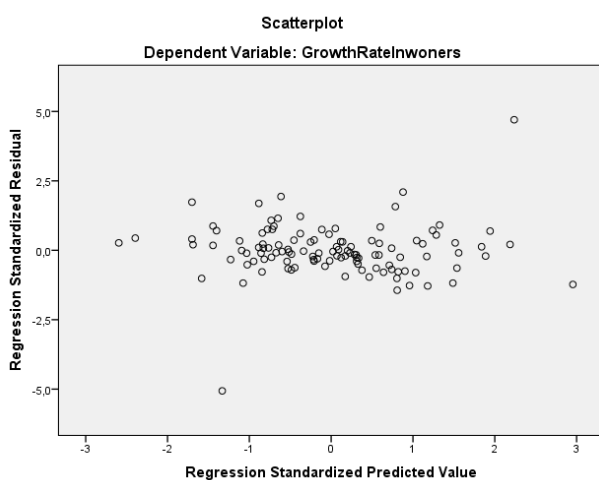
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate inwoners



Figuur 7.2: Histogram growth rate inwoners



Figuur 7.3: Normal probability plot growth rate inwoners

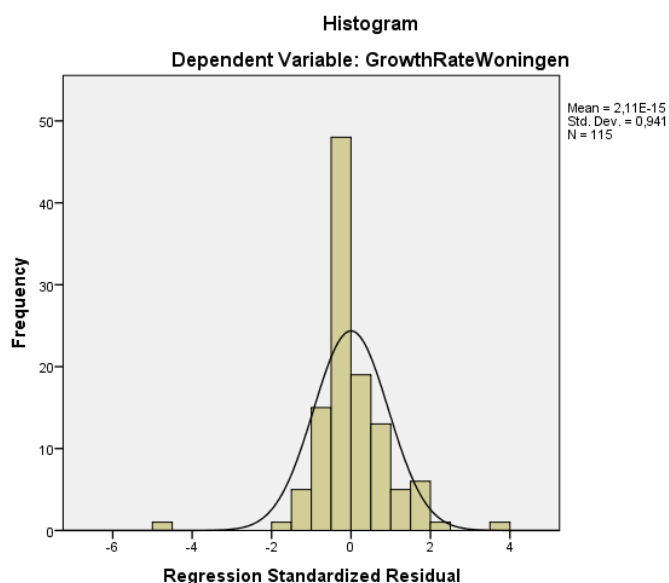


Figuur 7.4: Scatterplot growth rate inwoners

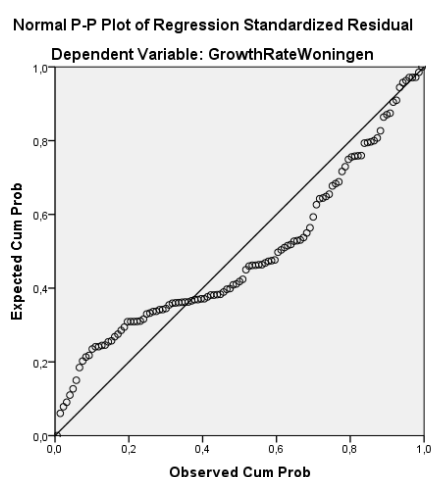
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INWGemeente2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INWGemeente2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieelrel2007Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieelrel2007Gem	,117	8,572
Onwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.13: VIF-scores growth rate inwoners

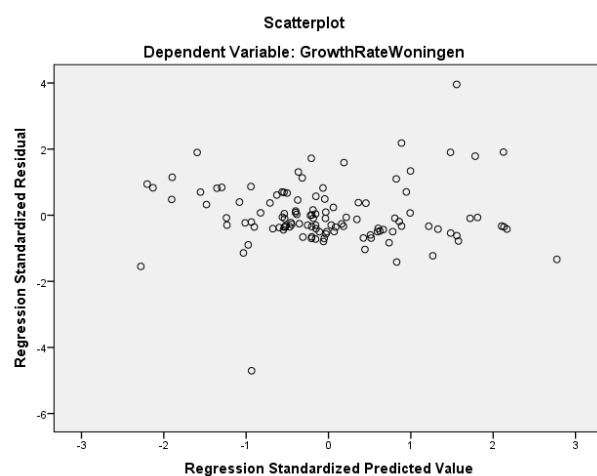
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate woningen



Figuur 7.5: Histogram growth rate woningen



Figuur 7.6: Normal probability plot growth rate woningen

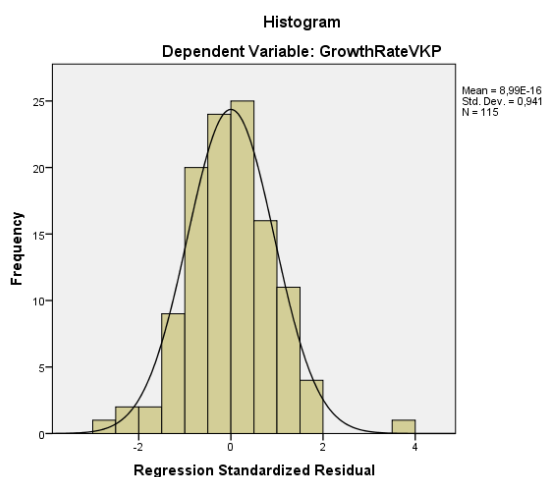


Figuur 7.7: Scatterpot growth rate woningen

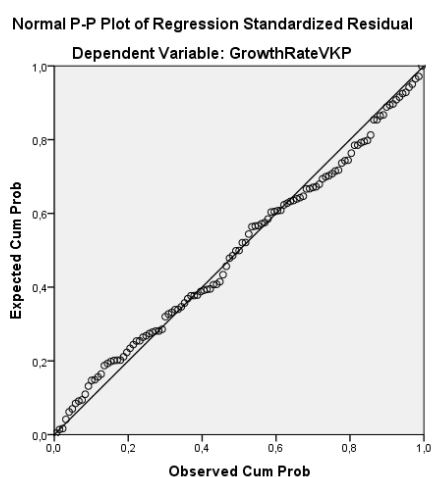
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentie IreI2007Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieelrel2007Gem	,117	8,572
Onwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.14: VIF-scores growth rate woningen

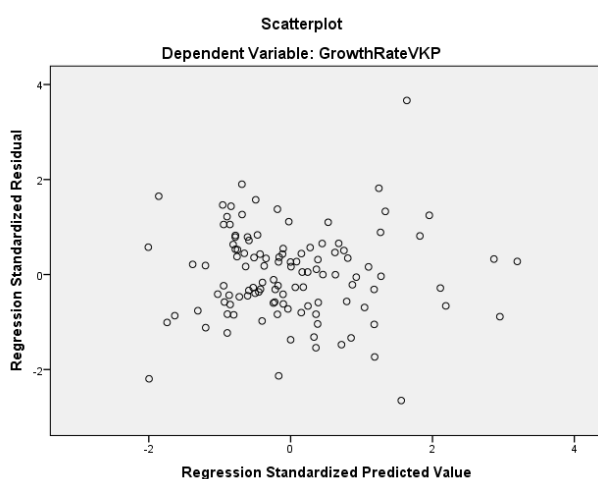
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate VKP



Figuur 7.8: Histogram growth rate VKP



Figuur 7.9: Normal probability plot growth rate VKP

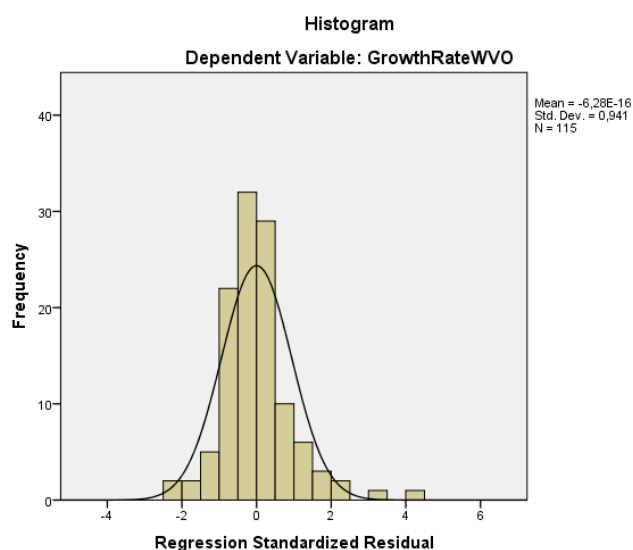


Figuur 7.10: Scatterplot growth rate VKP

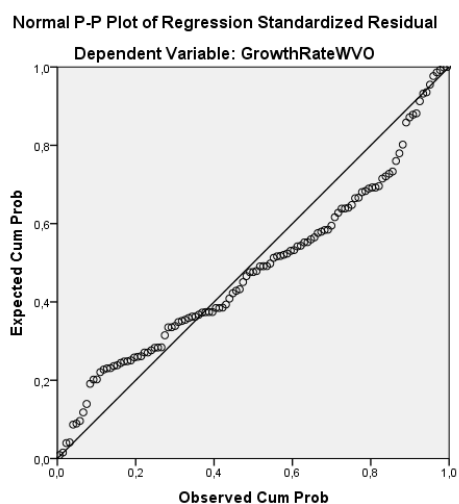
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.15: VIF-scores growth rate VKP

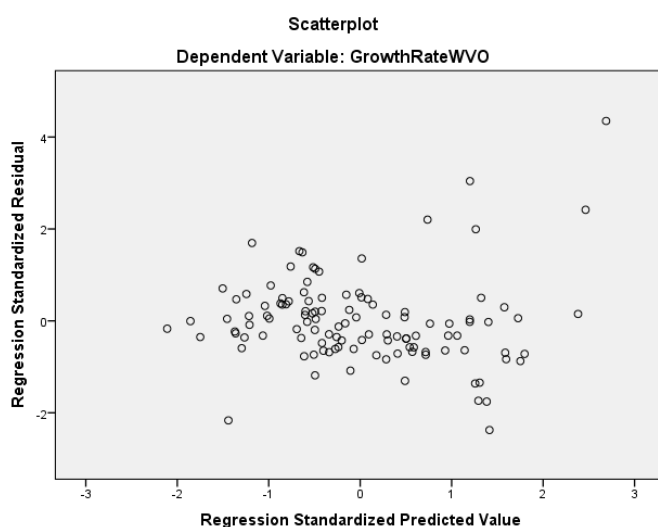
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate WVO



Figuur 7.11: Histogram growth rate WVO



Figuur 7.12: Normal probability plot growth rate WVO

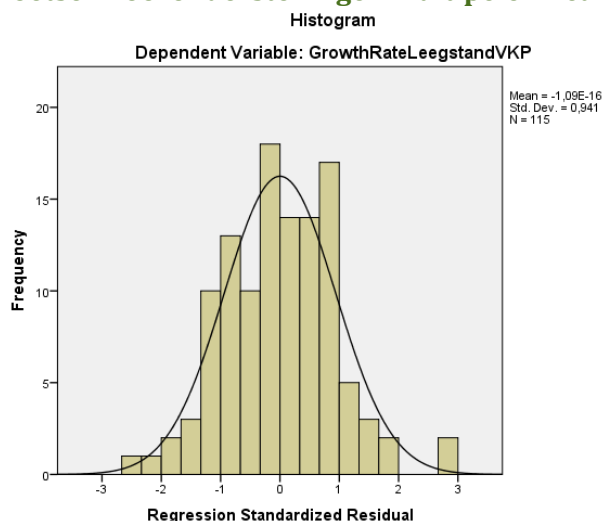


Figuur 7.13: Scatterplot growth rate WVO

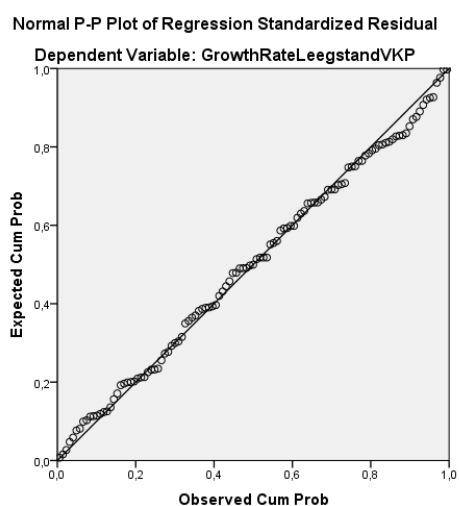
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.16: VIF-scores growth rate WVO

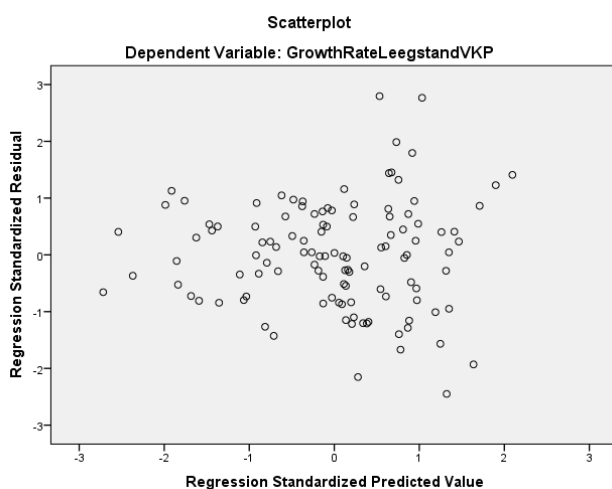
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate leegstand VKP



Figuur 7.14: Histogram growth rate leegstand VKP



Figuur 7.15: Normal probability plot growth rate leegstand VKP

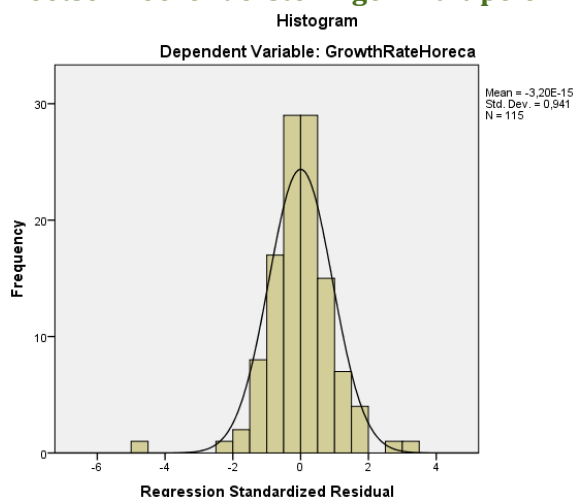


Figuur 7.16: Scatterplot growth rate leegstand VKP

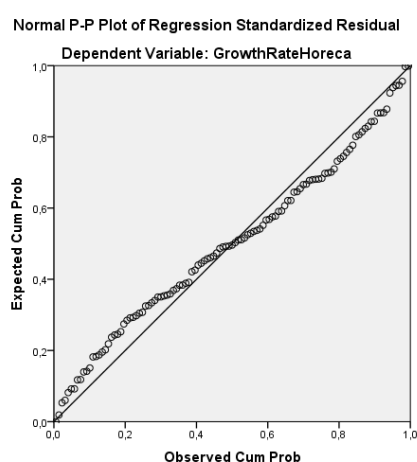
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.17: VIF-scores growth rate leegstand VKP

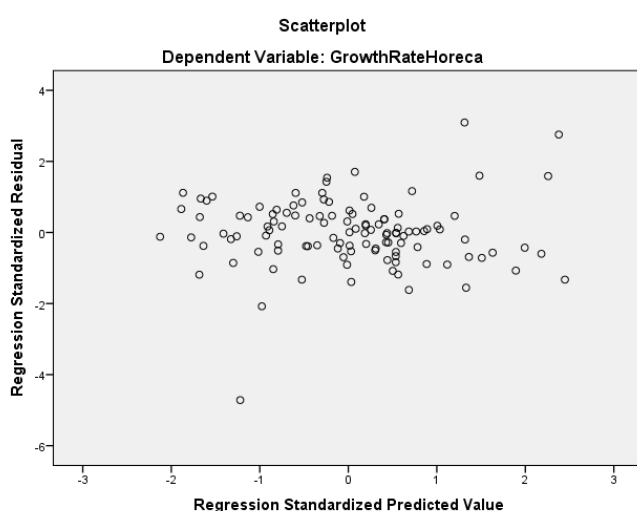
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate horeca



Figuur 7.17: Histogram growth rate horeca



Figuur 7.18: Normal probability plot growth rate horeca

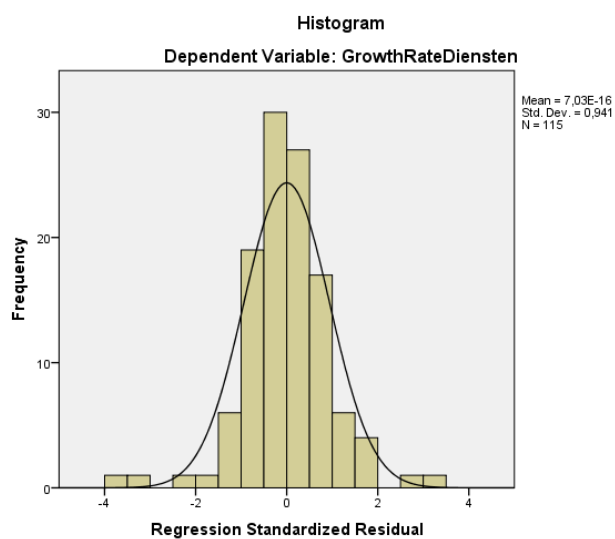


Figuur 7.19: Scatterplot growth rate horeca

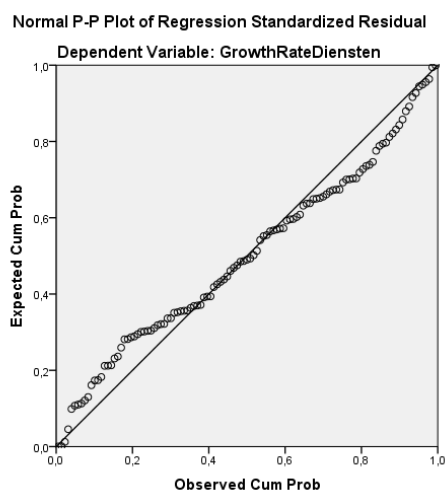
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INWGemeente2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INWGemeente2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieelrel2007Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieelrel2007Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.18: VIF-scores growth rate horeca

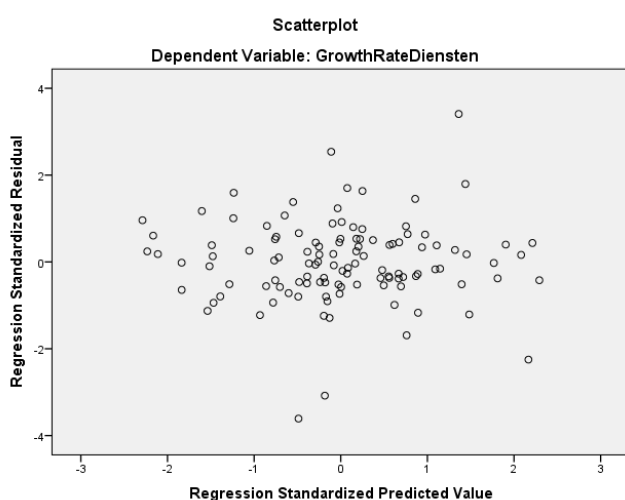
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate diensten



Figuur 7.20: Histogram growth rate diensten



Figuur 7.21: Normal probability plot growth rate diensten

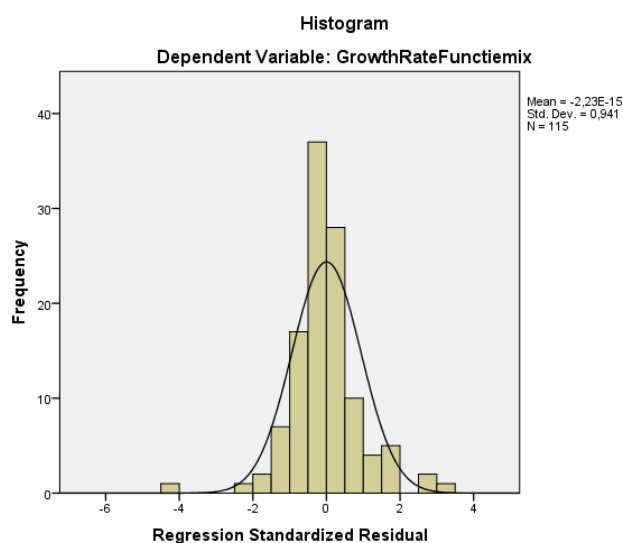


Figuur 7.22: Scatterplot growth rate diensten

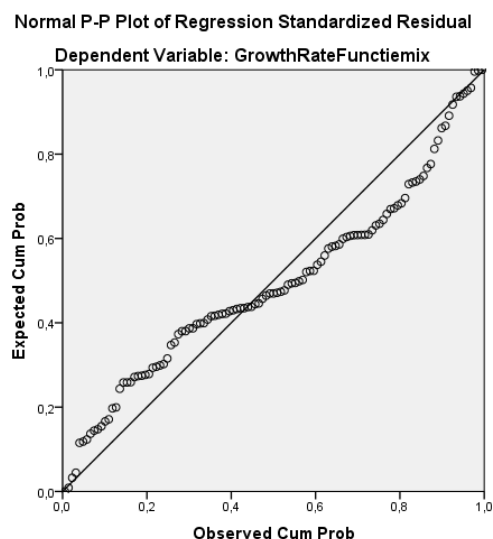
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

Tabel 7.19: VIF-scores growth rate diensten

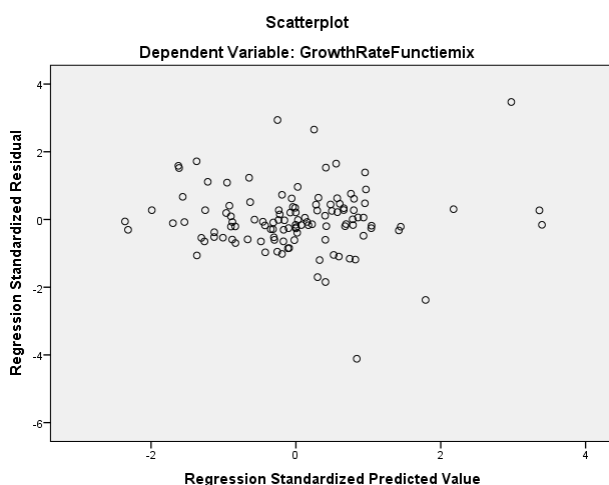
Toetsen vooronderstellingen multipele lineaire regressie growth rate functiemix



Figuur 7.23: Histogram growth rate functiemix



Figuur 7.24: Normal probability plot growth rate functiemix



Figuur 7.25: Scatterplot growth rate functiemix

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Dummy_middelgrote_binnenstad	,340	2,940
Dummy_kleine_binnenstad	,216	4,639
Dummy_intermediair	,354	2,828
Dummy_periferie	,306	3,269
Percentage 65-jarigen gemeente 2007	,311	3,210
Verandering 65jarigen in procentpunten	,336	2,974
AANT_INW Gemeente 2007	,314	3,187
Bevolkingsontwikkeling gemeente	,329	3,043
INK_INW Gemeente 2007	,205	4,873
Ontwikkeling inkomen van inwoners gemeente	,411	2,433
Lokaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,235	4,259
Regionaalklantenpotentieel rel 2007 Gem	,117	8,572
Ontwikkeling lokaal klantenpotentieel rel	,922	1,084

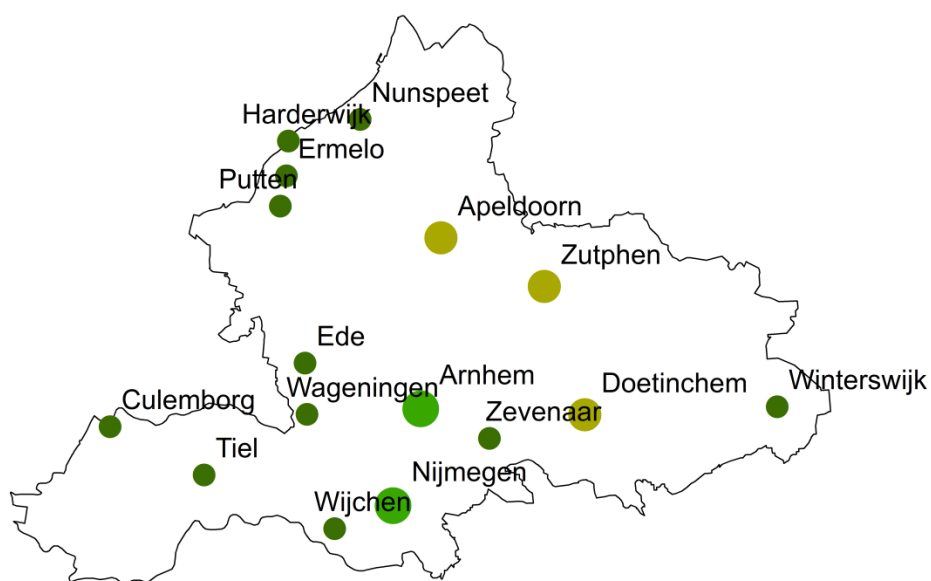
Tabel 7.20: VIF-scores growth rate functiemix

Bijlage G: Provincie Gelderland cijfers en kaarten

Algemene cijfers

Omvang van binnenstad	Percentage heel Nederland	Percentage Provincie Gelderland
Grote binnenstad	13,0	12,5
Middelgrote binnenstad	25,2	18,8
Kleine binnenstad	61,7	68,8
Totaal	100,0	100,0

Tabel 7.21: Percentage omvang binnenstad

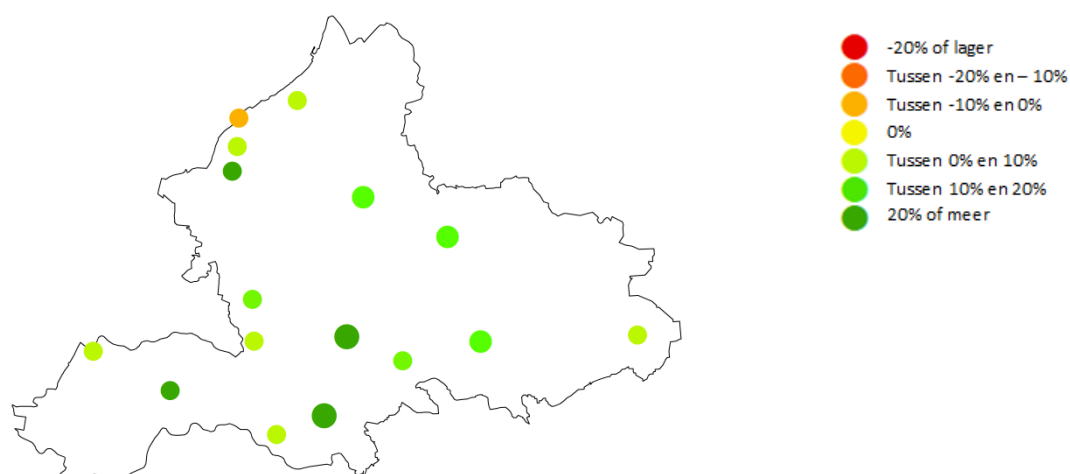


Figuur 7.26: Overzicht onderzochte steden Gelderland

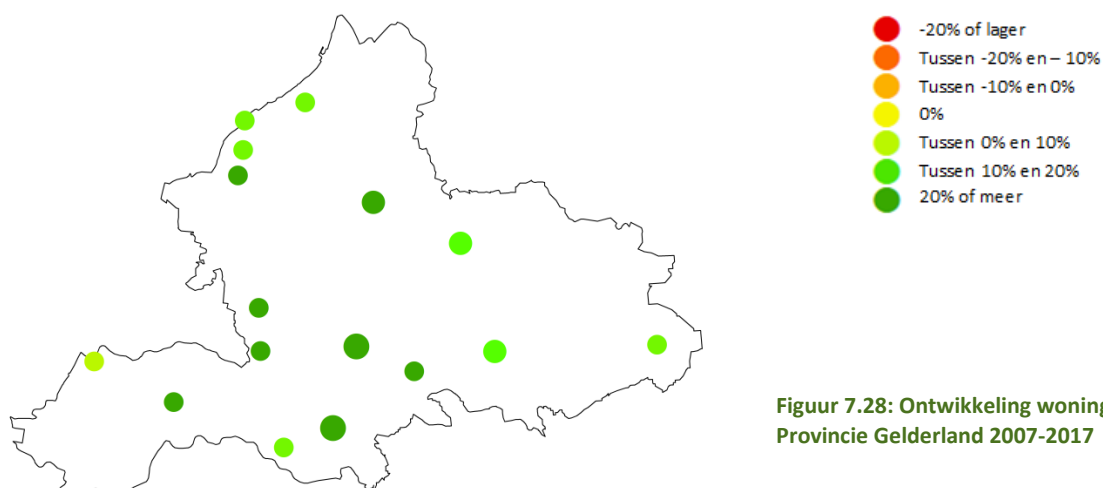
	Gemiddelde heel Nederland	Gemiddelde Provincie Gelderland
Inwoners binnensteden 2007	5538,26	4410,63
Inwoners binnensteden 2017	6124,26	4910,94
Ontwikkeling inwoners binnensteden (absoluut)	586,00	500,31
Ontwikkeling inwoners binnensteden (%)	12,18	11,70
Woningvoorraad 2007	2990,91	2173,13
Woningvoorraad 2017	3503,60	2627,38
Ontwikkeling woningvoorraad (absoluut)	512,69	454,25
Ontwikkeling woningvoorraad (%)	18,49	22,79
Bedrijfsvestigingen 2007	705,52	514,06
Bedrijfsvestigingen 2016	1102,48	830,00
Ontwikkeling bedrijfsvestigingen (absoluut)	396,96	315,94
Ontwikkeling bedrijfsvestigingen (%)	45,75	92,51
Winkelvestigingen (VKP in detailhandel) 2010	264,01	220,56
Winkelvestigingen (VKP in detailhandel) 2017	226,03	187,19
Ontwikkeling winkelvestigingen (absoluut)	-37,97	-33,38
Ontwikkeling winkelvestigingen (%)	-14,95	-13,75
Winkelvloeroppervlakte 2010	54085,44	49013,00
Winkelvloeroppervlakte 2017	67668,78	58967,75
Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte (absoluut)	13583,34	9954,75
Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte (%)	23,15	21,09
Leegstand verkooppunten 2010	32,10	27,19
Leegstand verkooppunten 2017	46,04	40,44
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (absoluut)	13,95	13,25
Percentage leegstaande verkooppunten 2010	6,51	6,18
Percentage leegstaande verkooppunten 2017	10,99	10,16
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (in procentpunten)	4,48	3,98
Ontwikkeling leegstand verkooppunten (%)	81,22	67,68
Horecavestigingen 2010	94,60	72,63
Horecavestigingen 2017	107,99	83,06
Ontwikkeling horecavestigingen (absoluut)	13,39	10,44
Ontwikkeling horecavestigingen (%)	14,90	13,22
Dienstverlening 2010	77,19	62,88
Dienstverlening 2017	73,30	57,19
Ontwikkeling dienstverlening (absoluut)	-3,90	-5,69
Ontwikkeling dienstverlening (%)	-5,10	-7,16
Leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen 2010	37,89	38,66
Leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen 2017	42,69	43,08
Ontwikkeling leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen (in procentpunten)	4,80	4,42
Ontwikkeling leisure en horeca t.o.v. winkelvestigingen (%)	13,24	11,50

Tabel 7.22: Beschrijvende statistiek heel Nederland - provincie Gelderland

Wonen



Figuur 7.27: Ontwikkeling inwoners Provincie Gelderland 2007-2017

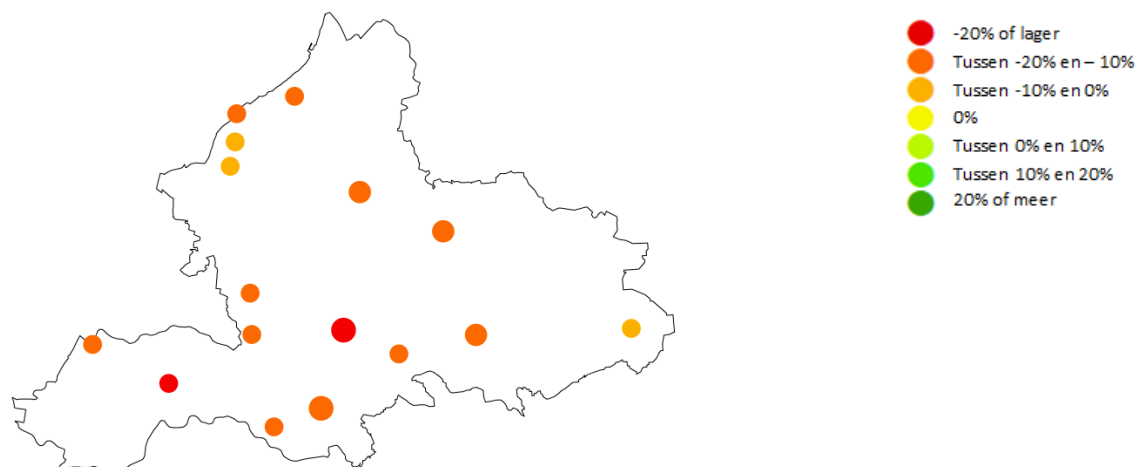


Figuur 7.28: Ontwikkeling woningen Provincie Gelderland 2007-2017

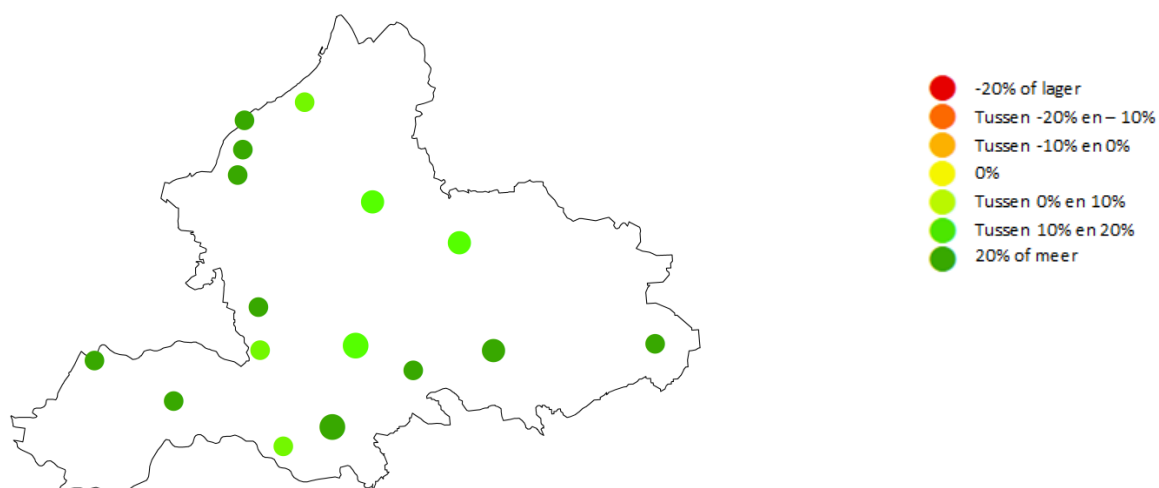
	Grote binnensteden		Middelgrote binnensteden		Kleine binnensteden	
	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland
Inwoners 2007	18511,33	6835,00	4817,93	4900,00	3092,53	3836,36
Inwoners 2017	20989,67	8505,00	5338,28	5476,67	3281,32	4103,18
Procentuele toe- of afname inwoners	18,02	23,75	13,32	12,05	10,48	9,41
Woningvoorraad 2007	9944,67	3377,50	2702,24	2856,67	1639,72	1767,73
Woningvoorraad 2017	12014,00	4417,00	3133,03	3376,67	1856,99	2097,64
Procentuele toe- of afname woningvoorraad	28,26	30,62	17,60	17,98	16,78	22,67

Tabel 7.23: Beschrijvende statistiek inwoners onderverdeeld per omvang binnenstad

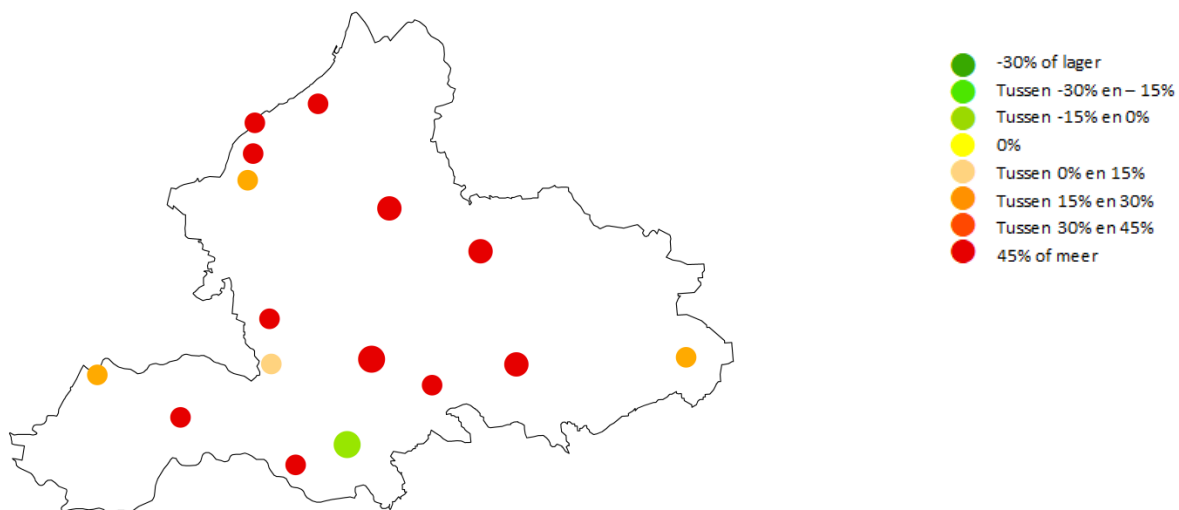
Winkelen



Figuur 7.29: Ontwikkeling VKP detailhandel Provincie Gelderland 2010-2017



Figuur 7.30: Ontwikkeling WVO Provincie Gelderland 2010-2017

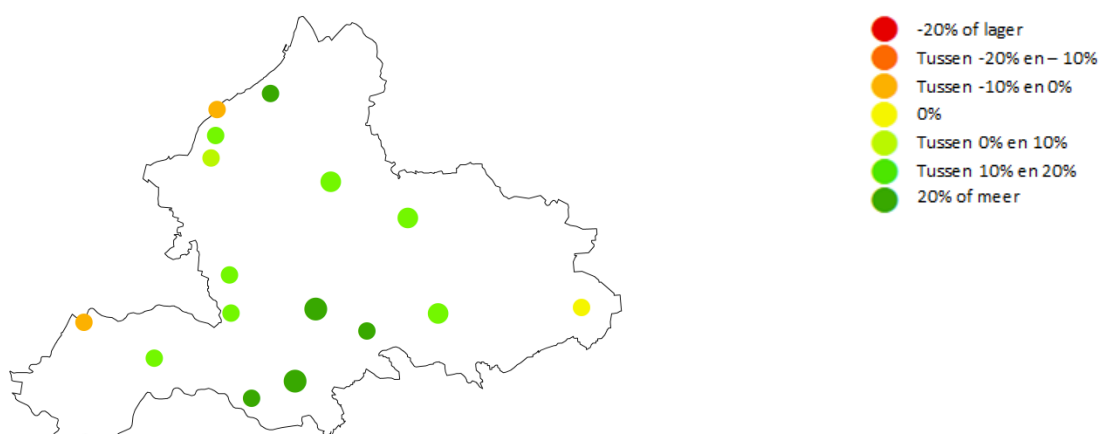


Figuur 7.31: Ontwikkeling leegstand VKP 2010-2017

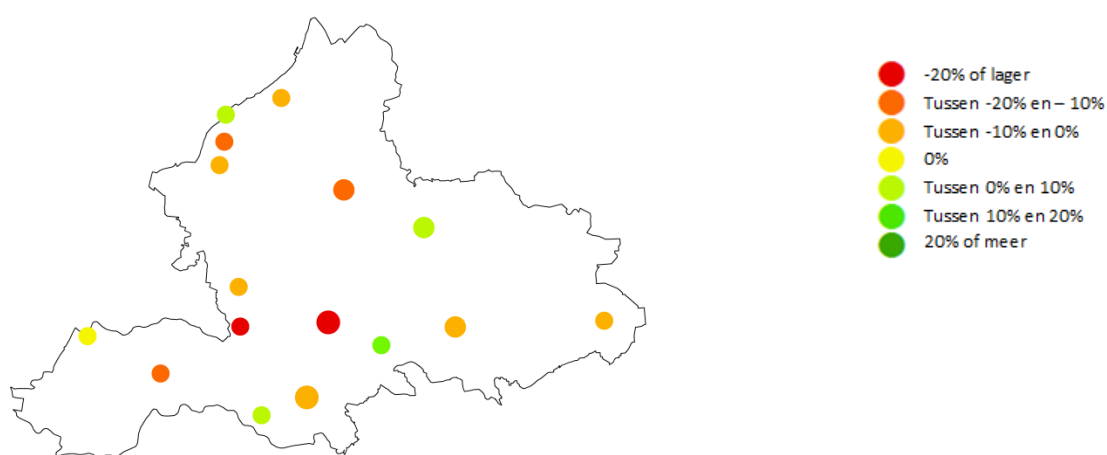
	Grote binnensteden		Middelgrote binnensteden		Kleine binnensteden	
	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland
WVO 2010	129526,27	116664,50	65396,31	68357,67	33527,31	31436,91
WVO 2017	174860,40	141076,00	79225,83	79342,67	40302,18	38482,18
Procentuele toe- of afname WVO	29,79	21,09	21,76	16,00	22,31	22,47
VKP detailhandel 2010	688,60	495,00	300,41	291,67	159,44	151,27
VKP detailhandel 2017	607,20	408,00	254,03	242,67	134,07	131,91
Procentuele ontwikkeling VKP detailhandel	-14,44	-17,72	-15,19	-16,46	-14,96	-12,29
Leegstand VKP 2010	75,33	68,50	41,52	37,00	19,11	17,00
Leegstand VKP 2017	77,87	80,50	62,34	60,00	32,66	27,82
Procentuele toe- of afname leegstand VKP	8,88	15,51	68,87	82,44	101,55	73,14

Tabel 7.24: Beschrijvende statistiek winkels onderverdeeld per omvang binnenstad

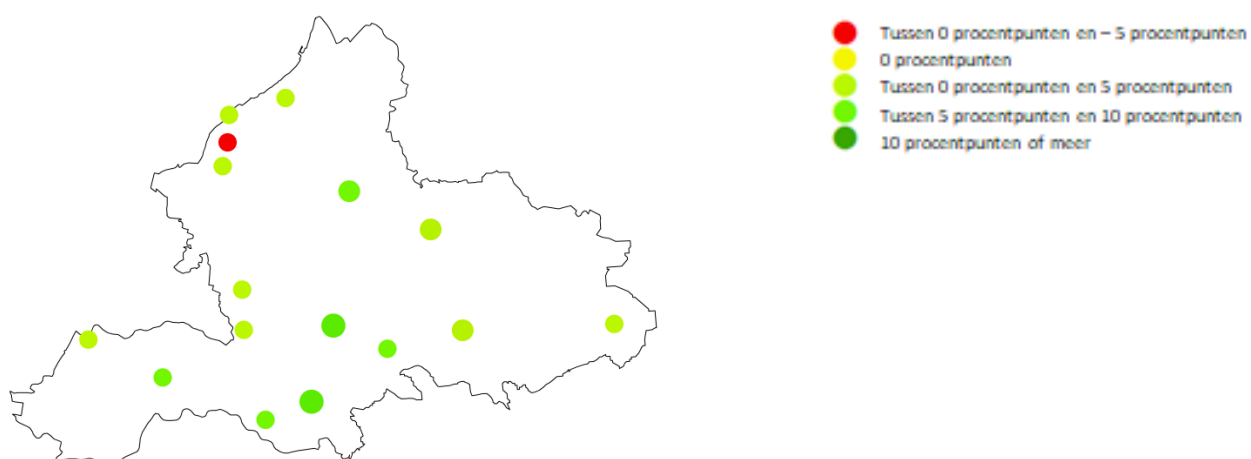
Functiemix



Figuur 7.32: Ontwikkeling horeca Provincie Gelderland 2010-2017



Figuur 7.33: Ontwikkeling diensten Provincie Gelderland 2010-2017



Figuur 7.34: Ontwikkeling functiemix Provincie Gelderland 2010-2017

	Grote binnensteden		Middelgrote binnensteden		Kleine binnensteden	
	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland	Nederland	Gelderland
Horeca VKP 2010	354,13	220,00	97,41	93,67	38,62	40,09
Horeca VKP 2017	416,47	268,00	109,17	102,33	42,34	44,18
Procentuele toe- of afname Horeca VKP	19,47	21,92	12,48	10,28	14,92	12,44
Diensten VKP 2010	202,60	132,00	86,62	78,00	46,85	46,18
Diensten VKP 2017	200,87	111,50	80,34	72,33	43,46	43,18
Procentuele toe- of afname Diensten VKP	-2,57	-15,74	-5,99	-6,67	-5,29	-5,74
% VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel 2010	44,62	43,64	39,59	38,50	35,78	37,79
% VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel 2017	50,64	50,20	44,33	43,57	40,33	41,64
Ont. Aandeel VKP dienst en leisure ten opzichte van detailhandel (procentpunten)	6,01	6,56	4,74	5,07	4,56	3,85

Tabel 7.25: Beschrijvende statistiek functiemix onderverdeeld per omvang binnenstad

Bijlage H: Interviewguide, respondententen en beleidsstukken

Interviewguide

Dit interview wordt gehouden in verband met het afstudeeronderzoek waarmee ik bezig ben over de ontwikkeling van binnensteden en het verschil hierin tussen binnensteden met een andere omvang. Om de data-analyse verder uit te diepen heb ik casussen uitgekozen om inzicht te krijgen in de ervaringen op de ontwikkelingen en de instrumenten die ingezet zijn door diverse partijen in de binnensteden. Onderwerpen die onder andere aan bod komen zijn de vormgeving van het centrummanagement, de functiemix in de binnenstad en de fysieke acties die in de binnenstad zijn en worden uitgevoerd. Heeft u vooraf nog vragen over het interview?

Introductievragen

- Welke functie bekleedt u?
 - o Hoe verhoudt deze functie zich tot de binnenstad en hoelang bent u al betrokken bij de binnenstad?

Ontwikkelingen in binnensteden (ervaringen en anticiperen op deze ontwikkeling)

- Wat is volgens u de belangrijkste positieve ontwikkeling die in uw binnenstad heeft plaatsgevonden de afgelopen 10 jaar?
- Wat is volgens u de minst positieve ontwikkeling die in uw binnenstad heeft plaatsgevonden de afgelopen 10 jaar?

Ontwikkeling A (Bezoekers/winkelen): Leegstand van verkooppunten

- De leegstand in kleine binnensteden (100 tot 200 verkooppunten) is de afgelopen zeven jaar toegenomen. Herkent u dit beeld in uw binnenstad? Hoe merkt u dit?
- Ziet u (toename van) leegstand als een probleem of als een kans? En waarom?
- Op welke manier speelt u in op leegstand (welke instrumenten worden ingezet) of hoe voorkomt u dat leegstand een probleem in uw binnenstad wordt?
 - o Welke instrumenten bleken een succes en welke bleken minder succesvol?
- Verwacht u in de aankomende jaren dat leegstand een aandachtspunt blijft voor kleine binnensteden?
- Welke instrumenten zouden moeten worden ingezet en/of gecontinueerd om in de toekomst om te gaan met leegstand?
 - o Welke partijen spelen hierbij een rol?
 - o Wat kan de Provincie Gelderland hierin betekenen?

Ontwikkeling B (bewoners): Groei aantal inwoners stadscentrum

[Zevenaar]De gemiddelde groei van het aantal inwoners in kleine stadscentra is 10% in de afgelopen tien jaar. Uw binnenstad ligt hier ver boven met 17%.

- Wat is de oorzaak van deze ontwikkeling, is er specifiek ingezet op meer woningen/inwoners in de binnenstad? Zo ja, op welke manier?
- Heeft u het ervaren dat uw binnenstad qua inwoneraantal bovengemiddeld gegroeid is?
- Ziet u dit als kans of als bedreiging van de binnenstad?
 - o Als kans: zijn er naast kansen ook bedreigingen?
- Heeft u het idee dat de groei qua inwoners van een grote binnenstad (Arnhem) in de regio van invloed is op de ontwikkeling van het aantal inwoners in uw binnenstad? En waarom denkt u dat?
 - o Kost het u bijvoorbeeld meer moeite om inwoners uit andere steden en dorpen te trekken?

[Wijchen]De gemiddelde groei van het aantal inwoners in kleine stadscentra is 10% in de afgelopen tien jaar. Uw binnenstad ligt hier onder met 2% groei in de afgelopen tien jaar.

- Heeft u het gevoel gehad dat het aantal inwoners in uw binnenstad minder hard is gegroeid in vergelijking met andere kleine binnensteden?
- Ziet u een minder sterke groei van het aantal inwoners in uw binnenstad als probleem of biedt het kansen?
- Wat is volgens u de oorzaak dat het aantal inwoners in Wijchen Centrum beneden de gemiddelde groei ligt?
- Gaat er vanuit uw partij aandacht uit naar deze cijfers en op welke manier dan?
 - o Kan de Provincie Gelderland hier een rol in spelen?
- Heeft u het idee dat de groei qua inwoners van grote binnenstad van invloed is op de ontwikkeling van het aantal inwoners in uw binnenstad? En waarom denkt u dat?
 - o Kost het u bijvoorbeeld meer moeite om inwoners uit andere steden en dorpen te trekken?

Ontwikkeling C (functiemix): Sterke groei horeca kleine binnensteden t.o.v. middelgrote binnensteden. Functiemix is toegenomen → hoe bijdragen

- Steeds meer binnensteden zetten actief in op het transformeren van leegstaand vastgoed. Dit is te zien aan de cijfer van groeiende functiemix. Zet u daar ook op in? Waarom wel/waarom niet?
- Welke invulling streeft u na voor deze transformatie? En zijn hier speciale gebieden voor aangewezen?
- De functiemix in uw binnenstad is de afgelopen jaren net als in andere kleine binnensteden toegenomen, dit houdt in dat er naast een winkelfunctie ook meer ruimte is voor andere functies. Hoe ervaart u deze steeds groter wordende functiemix in de binnenstad? Kent dit naast voordelen ook nadelen?
- De horeca is in uw binnenstad sterk toegenomen, heeft u hier actief op ingezet en op welke manier? Of welke andere oorzaak ligt hieraan ten grondslag?
- Waar draagt deze toegenomen hoeveelheid horeca volgens u in uw binnenstad aan bij?
- Welke instrumenten zet u in om de functiemix in de binnenstad te vergroten?
 - o Welke partijen spelen hierbij een rol?
 - o Welke rol kan de Provincie Gelderland hierbij spelen?

Positie als kleine binnenstad

- Heeft u het idee dat bovenstaande ontwikkelingen hetzelfde zijn in kleine binnensteden als in grotere binnensteden?
- Wat zijn de mogelijke oorzaken van een verschil tussen deze ontwikkelingen in grote en kleine binnensteden?
- Welke positie probeert u (/uw organisatie) in te nemen als kleine binnenstad in de buurt van grote binnensteden?
 - o Bezoekers trekken, concurreren/samenwerken, vooral op eigen bewoners focussen etc.
 - o Op welke manier probeert u deze positie in te nemen?
 - o Welke partijen zijn hierbij betrokken?
- [Zevenaar] Uit de koopstromenonderzoeken blijkt dat uw binnenstad voor niet dagelijkse aankopen/winkelen bovengemiddeld scoort op toevloeiingspercentage. Er worden veel inwoners uit andere kernen getrokken naar uw winkelgebied voor niet-dagelijkse aankopen. Gezien uw positie vlak naast Arnhem is de vraag of u bewust op deze bovengemiddelde toevloeiing hebt ingezet en wat u hiervoor hebt gedaan? Welke instrumenten heeft u hiervoor ingezet?
- [Wijchen] Het toevloeiingspercentage in uw binnenstad is gemiddeld, maar de binding van eigen inwoners is bovengemiddeld. Zet u bewust in op eigen inwoners boven het aantrekken van bezoekers? Zo ja, waarom is deze strategie gekozen en op welke manier wordt dit gedaan?

Kleine binnenstad en instrumenten

Er zijn veel instrumenten die kunnen worden ingezet in binnensteden om het centrum te verbeteren. In eerste instantie wordt stilgestaan bij 3 mogelijke instrumenten. Centrummanagement, binnenstadsbeleid en fysieke maatregelen.

Centrummanagement

- Heeft u centrummanagement in uw binnenstad?
 - o Zo ja, sinds wanneer?
 - o Zo nee, waarom is dit er niet?
- Wat was het doel om het centrummanagement op te zetten?
- Wie was de initiator van het centrummanagement?
- Welke partijen zijn betrokken in het centrummanagement?
- Heeft de binnenstadsmanager een trekkende/leidende rol?
 - o Welke verantwoordelijkheden liggen bij de binnenstadsmanager?
 - o Wie is/zijn de opdrachtgever(s) van de binnenstadsmanager?
- Bestaat er gelijkwaardigheid tussen de verschillende partijen in het centrummanagement of ervaart u bepaalde spanningen?
- Heeft u het idee dat het centrummanagement bijdraagt aan het doel? Wat heeft u bereikt d.m.v. het binnenstadsmanagement?
- Op welke manier probeert het centrummanagement om op ontwikkeling in te spelen?
 - o Leegstand verminderen
 - o Functiemix vergroten
 - o Inwoners in binnenstad

Binnenstadsbeleid

- Heeft uw binnenstad een centrumvisie?
 - o Zo nee, waarom niet/zijn er plannen voor?
- Door wie is deze centrumvisie opgesteld?
- Welke partijen zijn betrokken bij het opstellen van de centrumvisie?
- Wat omslaat deze centrumvisie in grote lijnen?
- Op welke manier probeert u met de centrumvisie om op de ontwikkelingen te spelen?
 - o Leegstand verminderen
 - o Functiemix vergroten
 - o Inwoners in binnenstad
- Vindt u dat uw centrumvisie voldoende ingaat op bovenstaande ontwikkeling of zou u in de toekomst meer aandacht wensen voor een bepaalde ontwikkeling in uw beleid? Waarom?
- Heeft u nog meer type beleid speciaal voor uw binnenstad of die invloed heeft op uw binnenstad?

Fysieke acties

- Welke fysieke acties worden daadwerkelijk ingezet in de binnenstad?
- Wie initieert de meeste van deze initiatieven?
- Welke rol heeft uw organisatie in deze maatregelen?
 - o En welke rol hebben andere partijen?
- Op welke manier probeert u met de fysieke acties op ontwikkeling de ontwikkelingen te spelen?
 - o Leegstand verminderen
 - o Functiemix vergroten
 - o Inwoners in binnenstad

Overige instrumenten

- Gebruikt u nog andere instrumenten in de binnenstad die volgens u invloed hebben op de ontwikkeling van de binnenstad?
 - o Wat houden ze in/wie heeft ze geïnitieerd/wie zijn er bij betrokken
- Zijn er instrumenten die u in het verleden heeft ingezet maar die niet succesvol zijn gebleken?
- Welke instrumenten gebruikt u nog niet maar ziet u wel als kansrijk voor de toekomst in de binnenstad?
- Welke partijen zijn nodig bij het in gebruik nemen van deze instrumenten binnen/buiten binnenstad?
 - o Rol Provincie Gelderland?

Afsluiting

- Heeft u nog opmerkingen of aanvullingen?
- Andere partijen interessant voor interviews?

Respondenten en beleidsstukken

Wijchen		
Piet Philipsen	Binnenstadsmanager	17 januari 2018
Paul Vereijken	Medewerker van gemeente Wijchen	24 januari 2018
Centrumvisie Wijchen 2012: De Wijchense verleiding		
Wijchen, Visie op de detailhandelsstructuur: Gemeente Wijchen		
Retailagenda Wijchen		
Zevenaar		
Ton van Lier	Binnenstadsmanager	18 januari 2018 15 februari 2018 (telefonisch contact)
Yvette Abbing	Medewerkster van gemeente Zevenaar	19 januari 2018
Centrumvisie Zevenaar 2015-2025		
Businessplan Centrummanagement Zevenaar		
Werkdocument Centrummanagement Zevenaar		

Tabel 7.26: Overzicht respondenten en beleidsstukken