

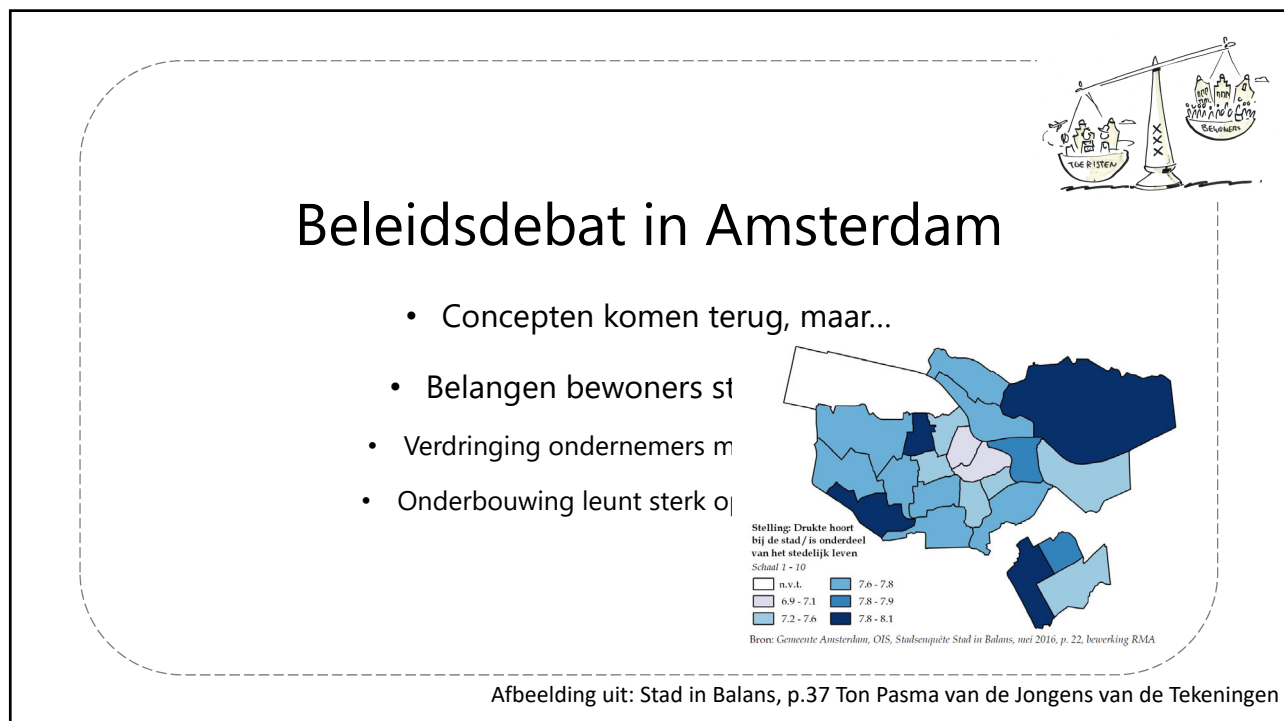
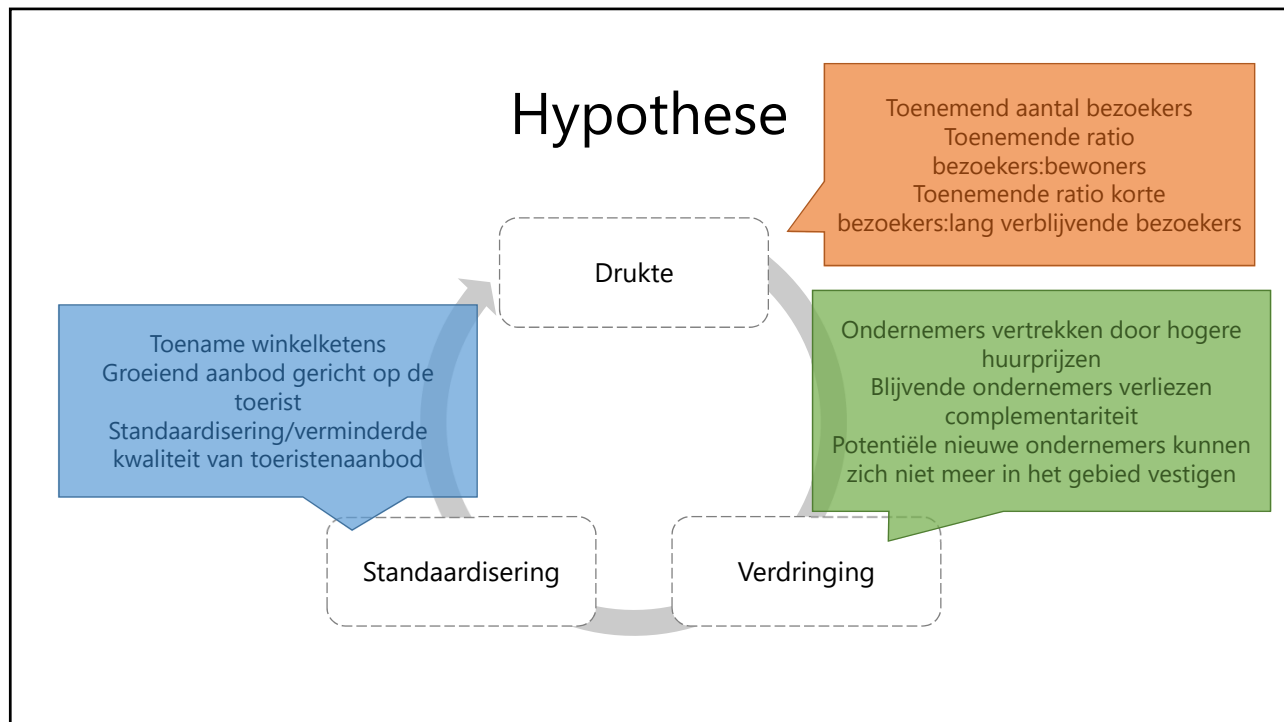




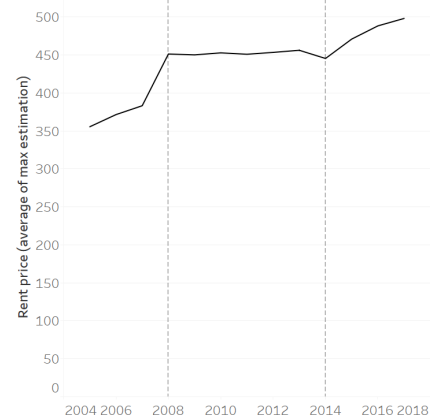


Oververhitting van winkelgebieden in Amsterdam

Wat is het? In hoeverre en waar doet het zich voor?



91 gebieden, 3 tijdsperiodes



Indicatoren

	Drukke	Verdringing	Standaardisering
Ideale situatie	Aantal bezoekers ten opzichte van beschikbare ruimte (opstoppingen, wachttijden, overvragen van subsystemen) Samenstelling bewoners vs bezoekers, meerdaagse bezoekers vs korte bezoekers	Aantal vertrekkende ondernemers vanwege huurstijging, vermenigvuldigingseffect, uitsluitingseffect	Aandeel ketenwinkels Aandeel winkels gericht op toerist, kwaliteitsvermindering
Beschikbare proxy	Huurprijzen winkelpanden	Dynamiek ondernemers	Aandeel ketenwinkels Benadering aandeel toeristenwinkels



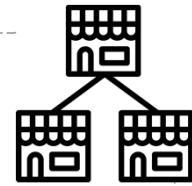
Drukke

Heeft een zelfversterkend effect



Verdringing

Hangt niet samen met drukke en standaardisering



Drukke en ketenwinkels

Gaan samen in elke periode tussen 2005 en 2017



Drukke en toeristenwinkels

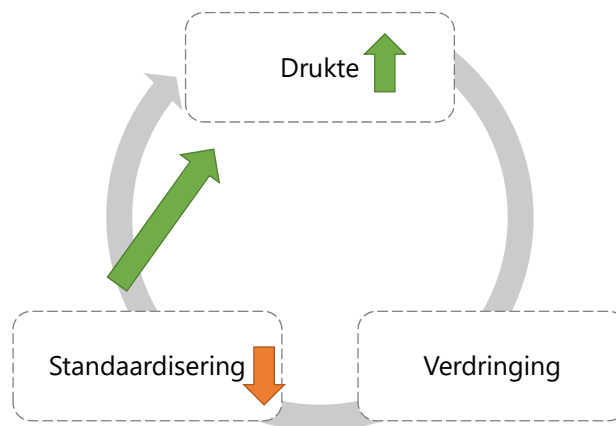
Hangen pas samen tussen 2014 en 2017



Toeristenwinkels

Laten een zelf-mediërend effect zien

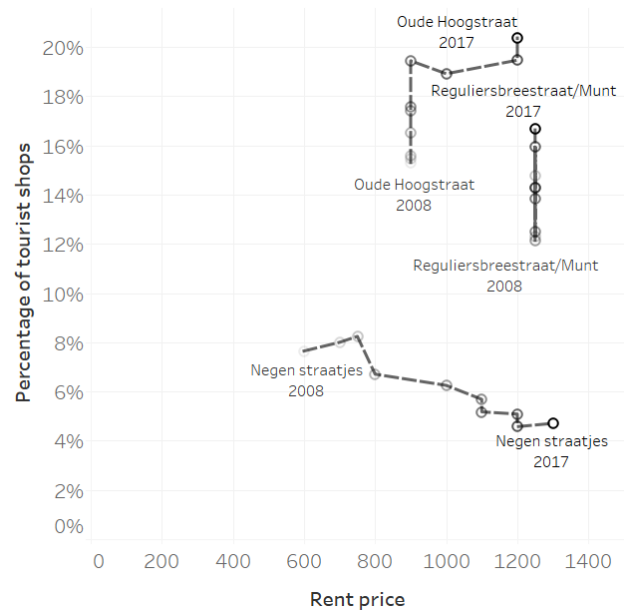
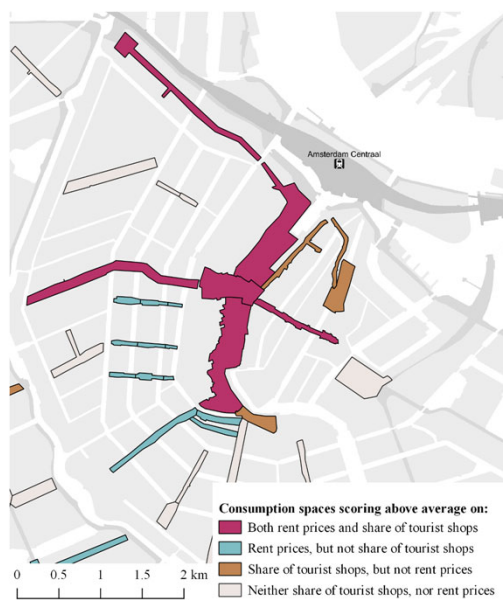
Hypothese





Waar doet oververhitting zich voor?

- Winkelgebieden die hoger scoren op:
 - Huurprijzen 2014
 - Stijging huurprijzen 2014 – 2017
 - Toeristenwinkels 2014
 - Toename toeristenwinkels 2014 - 2017





Conclusies

- Verbanden zijn maar ten dele terug te vinden
- Aantal plaatsen waar indicatoren samenvallen beperkt
 - Gebrek aan data?
- Of is de ervaring van oververhitting subjectief?
- Oververhitting van het debat of van de stad?



Vervolgstappen

- Analyse van het debat rond toeristenwinkels
 - Beleid, media, social media
- Volgen van drie verschillende cases
 - Hoogstraten, 9 straatjes, Reguliersbreestraat

SBI2008	Omschrijving
4711	Supermarkten en dergelijke winkels met een algemeen assortiment voedings- en genotmiddelen
47241	Winkels in brood en banket
47242	Winkels in chocolade en suikerwerk
47291	Winkels in kaas
47789	Winkels gespecialiseerd in overige artikelen (rest)
56103	Ijssalons

Classification tourist shops

	1995	2005	2008	2014	2017
<i>Rent price</i>		€ 356	€ 451	€ 446	€ 498
<i>St dev</i>		€ 256	€ 479	€ 457	€ 574
<i>% Chain stores</i>	29%	31%	33%	32%	
<i>St dev</i>	14.1%	14.10%	14.9%	12.7%	
<i>% Tourist shops</i>	7.0%	6.8%	7.4%	6.7%	6.8%
<i>St dev</i>	4.0%	4.6%	4.6%	4.5%	5.0%
<i>% Annual business changeover in previous time period</i>		12%	10%	12%	13%

Overall rent price, share of chain stores, share of tourist shops and business changeover

	Rent 2005	Rent increase 2005 - 2008	Changeo ver 2005 - 2008	Chain stores 2005	Chain stores increase 2005 - 2008	Tourist shops 2005
Rent increase 2005 - 2008	0.647					
	**					
Changeover 2005 - 2008	-	-0.147				
	0.202					
Chain stores 2005	0.440	0.224*	-0.179			
	**					
Chain stores increase 2005 - 2008	0.060	-0.053	0.081	-0.267**		
Tourist shops 2005	0.137	0.175	-0.042	-0.256**	0.177	
Tourist shops increase 2005 - 2008	-	-0.082	-0.021	0.069	-0.190	-0.386**
	0.104					

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$
Correlation matrix 2005 - 2008

	Rent 2008	Rent increase 2008 - 2014	Changeo ver 2008 - 2014	Chain stores 2008	Chain stores increase 2008 - 2014	Tourist shops 2008
Rent increase 2008 - 2014	0.039					
Changeover 2008 - 2014	-	-0.095				
	0.227					
	*					
Chain stores 2008	0.389	-0.090	-0.072			
	**					
Chain stores increase 2008 - 2014	0.093	0.236*	-0.149	-0.517**		
Tourist shops 2008	0.092	0.060	-0.156	-0.188	0.176	
Tourist shops increase 2008 - 2014	0.131	0.064	0.049	0.103	-0.065	-0.476**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$
Correlation matrix 2008 - 2014

	<i>Rent</i> 2014	<i>Rent increase</i> 2014 - 2017	<i>Changeover</i> 2014 - 2017	<i>Chain stores</i> 2014	<i>Tourist shops</i> 2014
<i>Rent increase 2014 - 2017</i>	0.228*				
<i>Changeover 2014 - 2017</i>	-0.190	-0.021			
<i>Chain stores 2014</i>	0.469**	-0.018	-0.137		
<i>Tourist shops 2014</i>	0.213*	0.214*	-0.008	-0.039	
<i>Tourist shops increase</i> 2014 - 2017	0.074	-0.089	-0.039	-0.086	-0.298**

* p < 0.05, ** p < 0.01

Correlation matrix 2014 - 2017

	<i>Rent price</i> 2014	<i>Rent price increase</i> 2014 - 2017	<i>Share of tourist</i> shops 2014	<i>Increase in share of tourist</i> shops 2014 - 2017
<i>Average</i>	€ 446	€ 54	6.7%	0.0%
<i>St dev</i>	€ 457	€ 165	4.5%	3.5%

Average rent price, rent price increase, share of tourist shops and share of tourist shop increase