

## Zicht op Amsterdamse consumptieruimten: Historische analyse 2005-2017

**Meet-up “Grip op consumptieruimten”, 19 november 2019**

Projectbijeenkomsten *Toekomstbestendig Evenwicht: Balanceren tussen  
divergerende belangen*

19-11-2019 15.30-17.30

locatie Voormalige Stadstimmertuin 4, Daktuinkamer midden

Hosted by : Gemeente Amsterdam, OIS, Rogier van der Groep

## Meet-ups “Grip op consumptieruimten”

- Gericht op kennis uitwisselen, inzichten toetsen en monitoring projectvoorgang
- Voor partners, onderzoekers en andere betrokkenen
- Informeel van aard: openlijk bevindingen kunnen delen, open voor vragen en meningen

### **Volgende meet-ups:**

9 december 2019 Ondermijning als onderzoeksgegeven, HvA

januari 2020 Right to Challenge

*Je kan worden uitgenodigd door Jessica Schmitz [n.j.schmitz@hva.nl](mailto:n.j.schmitz@hva.nl)*

## Programma vandaag

- **Binnenkomst en voorstelronde**
- Rogier van der Groep, OIS: onderzoek detailhandel door OIS
- Iris Hagemans, HvA: historische analyse
- Anne Risselada, HvA: dashboard winkelgebieden
- **Discussie**
- **Rond 17.00 proberen we af te ronden**

Van een

Dashboard Toekomstbestendig  
Evenwicht

naar een

Dashboard voor de praktijk

Dr. Anne Risselada, HvA, sr. onderzoeker Lectoraat digital commerce

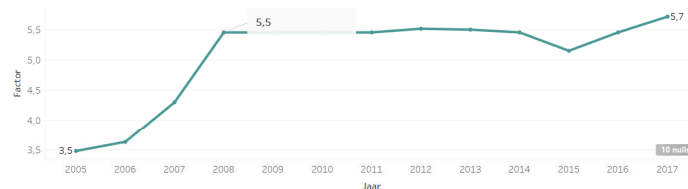
## Waarom een dashboard?

- Interessante resultaten en data uit onderzoek Iris Hagemans aantrekkelijk weergeven.
- Met in achterhoofd: doorwerking naar de praktijk

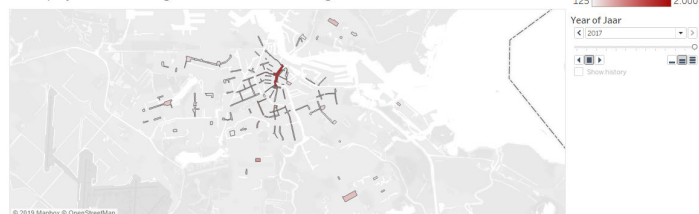
**Oorspronkelijke dashboard:**  
verhalend, in lijn met  
onderzoek Iris

Er treedt enige polarisatie op tussen Amsterdamse winkelgebieden, vooral in periode voor de crisis. Deze polarisatie is vooral het gevolg van sterke huurprijsstijging in het kernwinkelgebied. Aandeel winkels in het kernwinkelgebied krimpt. Centrumzone blijft uit een dal en relatieve groei vooral in stadzone. Leegstand concentreert zich in bepaalde winkelgebieden buiten de kern, vooral in de stadzone. Leegstand neemt af na crisisjaren maar ontwikkeling verschildt per zone. In de kernzone is leegstand juist tijdens crisisjaren (2010-2015) gedaald.

10% winkelgebieden met hoogste huur als factor van huurprijs van de 10% winkelgebieden met laagste huur



Huurprijsontwikkeling Amsterdamse winkelgebieden 2005-2017



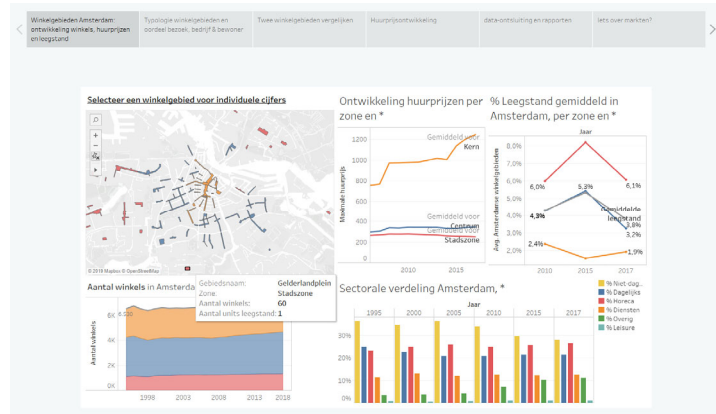
## Doorwerking naar praktijk: hoe dan?

- Vanuit Economische Zaken is er behoefte aan dashboard voor doelgroep:
  - Beleidsmakers, gebiedsmakelaars, lokale belangenpartijen in winkelgebieden
- Ten behoeve van:
  - Beleidondersteuning: Input en monitoring van beleid
  - Monitoring en 'business analytics' voor besluiten van stakeholders in winkelgebieden (tot op zekere hoogte).

*“Een dashboard geeft idealiter een snel overzicht van kwaliteiten en functioneren van een gebied. Dit betekent **kernachtig en grafisch aantrekkelijke weergave van een informatie op een selectief aantal indicatoren.**”*

## Van dashboard Toekomstbestendig Evenwicht naar *opzet* dashboard voor gemeente

- Dynamisch (tijdsreeksen)
- Mogelijkheden tot vergelijken
- Nog aanvullen met indicatoren over verzorgingsgebied



## Inzichten volgens EZ van belang

- Inzicht in het **verzorgingsgebied en locatie**
  - verschaffen relevante context, waarbinnen dat functioneren en perspectief moet worden geplaatst.
- Inzicht in **economisch functioneren (leegstand en huurprijzen), (ontwikkelingen in) het aanbod en consumentenwaardering**
  - Verschaffen eerste beeld van het functioneren en de toekomstbestendigheid van een winkelgebied.
- de **organisatiegraad**
  - als graadmeter voor de slagkracht om problemen in een gebied aan te pakken of bv een toekomstvisie op een gebied vorm te geven.

# Indicatoren volgens EZ van belang

## Verzorgingsgebied (nu nog niet in voorbeeld DB gemaakt door HvA):

- **Aantal** (nu + groeiprognose % tot 2030) bewoners in omliggende (direct aangrenzende) buurt(en)
- **Kenmerken** bewoners in aangrenzende buurten (leeftijd, besteedbaar inkomen, huishoudsamenstelling en dominante leefstijlprofielen (kleur))
- **Aantal werkzame personen** in omliggende (direct aangrenzende) buurt(en)

## Aanbod:

- **Functiemix:** % winkels, % horeca, % cons.dvl., % leisure, % overig (aantal+m2)
- **Branchering winkels:** % dagelijks, % niet-dagelijks, % mode & luxe (aantal + m2)
- **Aanwezigheid markt** (ja/nee, typering markt, aantal kramen)
- **Waardering voorzieningenaanbod** en andere kenmerken winkelgebied: 10 punten consumenten enquête (webdiagram)

## Locatie:

- Schoon & heel scores openbare ruimte
- Veiligheidsindex omliggend gebied
- Nabijgelegen andere winkelgebieden

## Economisch functioneren:

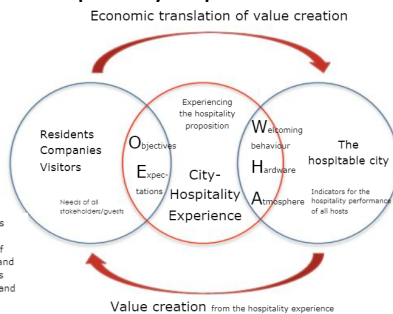
- Leegstand
- Huurprijzen
- **Drukte / meting bezoekersaantallen en herkomst** -> zal in nabije toekomst niet voor alle gebieden een indicator zijn. Nu zijn de initiatieven voor drukmeting vaak lokaal (door BIZ, vastgoedbeheerder of grootwinkelbedrijf) of sporadisch vanuit de gemeente. Wenselijk: beleidsprotocol EZ HOE OM TE GAAN MET MEER STRUCTURELE METING, BV Ik jaar enkele gebieden aan te wijzen, die volgens zelfde methodiek worden onderzocht op bezoekersaantallen

## Organisatiegraad:

- Aanwezigheid BIZ/Ondernemersvereniging

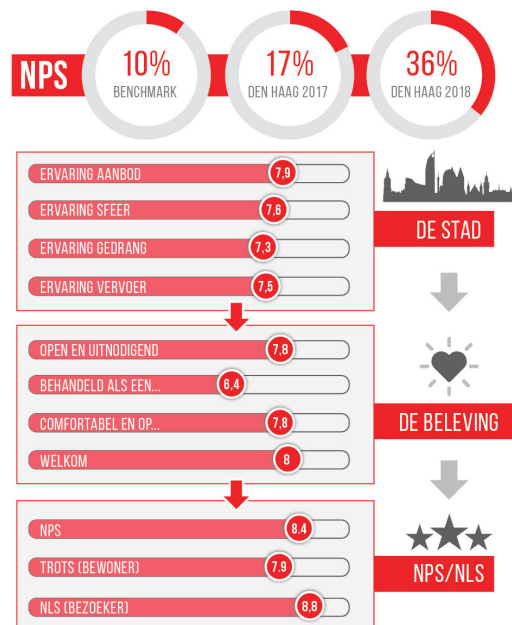
# Gastvrijheidsindicatoren?

- Onderzoek partner Hoteschool Den Haag: Kunnen we een snel uitdraagbare vragenlijst ontwikkelen voor een gastvrijheids-index voor **bedrijven** (naast reeds bestaande voor bewoners en bezoekers)?
- Op basis van Hospitality Experience Model:



The core of city hospitality is the way "the city" is experienced as hospitable by its different target groups. It is therefore all about the experience of the hospitality proposition, i.e. when objectives and expectations of residents, businesses and visitors match with the welcoming behaviours, hardware and atmosphere of the welcoming city and its hosts.

Wiegerink, K. W. THE CITY HOSPITALITY EXPERIENCE MODEL-SHAPING A HOSPITABLE CITY.



## Vragen / discussiepunten\*

- Wie (welke professionals) hebben er allemaal behoefte aan een dashboard?
  - *Beleidsmedewerkers en gebiedsmanagers van gemeente, vastgoedprofessionals, en BIZ-besturen/managers hebben er behoefte aan, maar werken er nog niet echt mee (blijkt uit workshop branding voor BIZ'en vanuit gemeente georganiseerd). Individuele ondernemers gaan het waarschijnlijk niet gebruiken (blijkt ook uit voorbeeld van factsheets Den Haag)*
- Belangrijker in een dashboard is:
  - *Dynamisch perspectief (tijdreeksen om winkelgebied ontwikkeling te volgen).*
  - *Benchmark / Vergelijking van ene winkelgebied met andere.*
- Is dit wat de praktijk helpt bij.....wat?
  - *Ja, kan helpen bij beslissingen onderbouwen en visie bepalen. Er is nu wel veel data, maar voor veel belanghebbende s het moeilijk te vinden. [Data en informatie website](#) van gemeente zou hier een rol in kunnen spelen (door vorming van dossier, automatisering van datastromen en wellicht in later stadium bouwen van dashboard) of Open Research Amsterdam (als het beperkt blijft tot TBE dashboard)*
- Welke indicatoren zijn in jullie praktijk belangrijk? Zonder over praktische beperkingen na te denken.
  - *Drukmeting en waar bezoekers vandaan komen blijkt in praktijk overal rond te zingen. Is het mogelijk pilots op te zetten hiervoor? HVA-CTO-OIS samenwerkingsverband al op zoek naar pilots, volgens Redouan -> Rogier gaat hier navraag over doen.*

*In kleiner committee (HvA, EZ en OIS) wordt doorgespraakt over hoe we tot wenselijk resultaat komen op basis van wat er nu al ligt.*

\*schuingedrukte tekst is aangevuld aan hand van discussie tijdens de meetup op 19-11