

In de Metropool Regio Eindhoven (MRE) is een pilot uitgevoerd waarbij gebruik is gemaakt van een nieuwe methodiek om prestaties van winkelgebieden te analyseren en beoordelen. Big data zoals pintransacties en jaarstukken van bedrijven zijn daarbij als bron gebruikt. De keuze voor krimp, groei of concentratie kan nu op basis van harde data worden gedaan. Voor de MRE betekent dit de eerste stap op weg naar een herijking van de gezamenlijke regionale detailhandelsstructuur.

BIG DATA

als betrouwbare graadmeter voor prestatie van winkelgebieden

Voor een toekomststrategie en (retail)beleid voor dorpskernen en binnensteden baseren gemeenten zich doorgaans op een koopstromenonderzoek. Deze verschillen vaak in opzet en vorm en worden ook lokaal vaak op verschillende wijze vertaald naar beleid. Voor de provincie Noord-Brabant, de Rabobank en Ik Onderneem! redenen genoeg om op zoek te gaan naar vernieuwing. Zij hebben een nieuwe innovatieve methodiek ontwikkeld om prestaties en koopstromen in beeld te brengen en deze ook te verankeren in de beleidskeuzes en lokale samenwerking van gemeenten.

“De wereld verandert, nieuwe inzichten zijn nodig en samenwerking is een soort toverwoord”, aldus Rob Weiss van Ik Onderneem!. “Maar hoe krijg je dit alles toegepast?” Volgens Weiss zijn bestaande werkwijzen aan vernieuwing toe. “De toekomst draait om big data, dat maakt nieuw inzicht mogelijk. Alle informatie die relevant is voor de prestatie van een winkelgebied is in de

vorm van big data voorhanden. Als je die data koppelt en analyseert krijg je een zeer realistisch beeld van de situatie. Wanneer je lokale partijen hier bewust van maakt en hen helpt om deze informatie om te zetten naar keuzes voor de toekomst en een bijbehorende uitvoeringsstrategie, dan is dat een geweldige stap. En dat is precies wat we met de pilot willen bereiken. Het gaf de doorslag om partijen bij elkaar te brengen en samen aan het werk te gaan. De Provincie Noord-Brabant en de MRE hebben dit idee omarmd en het lef getoond om met ons te pionieren.”

BETROKKENHEID

Zo werd de pilot een feit en kon de nieuwe methodiek worden uitgetoond. Platform de Nieuwe Winkelstraat (DNWS) had meteen interesse vanwege de kansen om de nieuwe methodieken, nieuwe bronnen en learnings te onderzoeken en deze met de partijen door te ontwikkelen. Het doel van de pilot was om inzicht te krijgen in

Pilot in de Metropool Regio Eindhoven met succes afgerond



.....
*‘Het zou ideaal zijn
 om een combinatie
 te maken van harde
 data en meningen
 van consumenten’*

hoe de gemeenten in de regio zich tot elkaar verhouden en welke gebieden en sectoren krachtig of juist zwak zijn. Structureel onderdeel van de pilot waren de stappen om lokale gemeenten en hun stakeholders bij de aanpak te betrekken, met hen de analyses op te zetten en te interpreteren om vervolgens te kijken naar hoe de vertaalslag gemaakt kan worden naar focus en actie.

Weiss: “Het hebben van inzicht is niets waard als je er niets mee doet. Wanneer uit de cijfers blijkt dat er 400.000 vierkante meter te veel aanbod is, zoals uit het onderzoek kwam, dan willen wij graag horen hoe dat gaat worden aangepakt in visie én uitvoering. Dat kan uiteraard niet zonder een vertaling naar gemeentelijk niveau.” Juist die brede aanpak sprak DNWS aan.

“DNWS is partner omdat we initiatieven die draaien om nieuwe technologie en digitalisering graag stimuleren”, zegt Sietske van der Linden van DNWS. “Deze pilot kan leiden tot een vernieuwde aanpak van de winkelstructuur in een regio, waarbij op basis van harde data

blijkt welke winkelgebieden toekomstbestendig kunnen worden. Betrokken partijen die aan de slag willen kan DNWS ondersteunen en begeleiden met bijvoorbeeld Kom-In-Actie-Trajecten, regietrajecten, masterclasses en tal van andere manieren om winkelgebieden gezond te maken en te houden.”

DRAAGVLAK

Provincie Noord-Brabant kwam als eerste in beeld om de pilot mee op te zetten. Brabant heeft de ambitie om de regio te versterken en initieert en steunt projecten die daaraan bijdragen. De provincie heeft een detailhandelsmonitor die vooral inzicht biedt in het aanbod van

winkelvastgoed, met een prestatieonderzoek die op de feitelijke inkomsten en uitgaven is gebaseerd, wil de provincie ook de vraagkant beter inzichtelijk maken. Er is gestart in Zuidoost-Brabant omdat zowel de gemeenten als de lokale Rabobanken hier al samenwerken en gezamenlijke ambities en visies delen.

Een belangrijke stap in de aanpak was om vooraf betrokkenheid te creëren bij de lokale stakeholders van de tweeëntwintig gemeenten zoals vastgoedpartijen, ondernemers en gemeenten, en hen te vragen naar hun dilemma's, opgaves en kennis. "Deze input was nodig om de data zo te ordenen dat we per gemeente en winkelgebied uitkomsten op maat konden bieden", legt Weiss uit. "Elke gemeente kon specifieke uitdagingen voor hun winkelgebied(en) aangeven en postcodes om door ons te laten onderzoeken. Als we weten wat er speelt op lokaal niveau, dan kan je daar rekening mee houden bij de analyse van de data."

HARDE DATA

Het koopstromenonderzoek is uitgevoerd door de Rabobank, Ik Ondernem en Analyzus. Weiss over het uitgangspunt van het onderzoek: "De traditionele koop-



stromenonderzoeken zijn op het geheugen van de consument gebaseerd. Met de Rabobank is het idee ontstaan om voor koopstromenonderzoek te gaan kijken naar andere bronnen, namelijk die van de pintransacties, chartale stortingen, jaarcijfers van bedrijven enzovoort. Gaandeweg kwamen daar loopstromen - via mobiele telefoons - bij. Allemaal big data, met landelijk dekking, dat te filteren is naar postcodegebied en sector. Ook leisure, zoals overnachtingen, horeca en dagrecreatie, is onderdeel van de data. In traditioneel onderzoek is deze informatie meestal niet voorhanden', aldus Weiss.

Jos Voss is vanuit de Rabobank betrokken bij de pilot. "Rabobank werkt al langere tijd op lokaal niveau samen met DNWS. Nu deed de kans zich voor om de samenwer-



.....

‘Alle informatie die relevant is voor de prestatie van een winkelgebied is in de vorm van big data voorhanden’

king naar een hoger plan te tillen door ons te richten op de regio.’ Voss legt uit hoe de methode werkt: “Het koopstromenonderzoek in de pilot is gebaseerd op miljoenen pintransacties van consumenten en zakelijke klanten van de Rabobank. Om een goed landelijk beeld te krijgen, worden deze cijfers gecorrigeerd, want de Rabobank heeft tenslotte geen marktaandeel van 100%. Het grote verschil met traditionele koopstromen is dat wij beschikken over harde data. Vraag je iemand wat zijn laatste aankoop is geweest en wat er is gekocht, dan zal heel diep in geheugen moeten worden gegraven met het risico op een hoge foutmarge. Pintransacties zijn daarentegen heel exact. Ook kan met behulp van de bankgegevens worden teruggekeken, waardoor niet alleen de huidige stand van zaken in beeld wordt gebracht, maar ook de ontwikkeling in de tijd.”

Toch hecht Voss zeker waarde aan de consumentenenquête die worden gedaan. “Het zou ideaal zijn om een combinatie te maken van enerzijds harde data en anderzijds meningen van consumenten. Als je een beeld hebt van kwalitatieve factoren, zoals de koopmotieven en wat men van een winkelgebied vindt, dan kun je een extra dimensie aan de feitelijke gegevens toevoegen. Dat is wat mij betreft een van de learnings van deze pilot.”

GEZAMENLIJKE KOERS

Alle relevante data die beschikbaar zijn, zoals die van Locatus, Lisa, demografische gegevens, pintransacties en bedrijfsprestaties zijn in het onderzoek gecombineerd. “Die combinatie van data levert een krachtig beeld op, je krijgt inzicht in de gehele prestatie van een winkelgebied. Ook de gezamenlijke opgaves van de regio zijn boven tafel gekomen, omdat alle gemeenten op dezelfde grondslag zijn onderzocht, zijn de grote regionale opgaves duidelijk.”

De uitkomst van het onderzoek is met alle gemeenten in de MRE gedeeld. “Voor een gezonde toekomst in de MRE is het overduidelijk dat er krimp moet plaatsvinden en dat het van belang is dat de individuele gemeenten hun positie kennen ten opzichte van omliggende gemeenten”, concludeert Weiss. “Het betekent focus op innovatie, het verminderen van meters en het bepalen van het onderscheidend vermogen. Dit moet vervolgens

leiden tot een gezamenlijke koers die met de lokale stakeholders vertaald wordt naar de praktische plannen die ook feitelijke uitvoering gaan worden.

We zijn opnieuw om tafel gegaan met de gemeenten en hun lokale stakeholders voor een confrontatie tussen wensen, uitdagingen en dilemma’s en de resultaten van het onderzoek. Elke gemeente heeft een uitgebreid rapport op maat gekregen met niet alleen de feiten en cijfers, maar ook onze aanbevelingen voor de vervolgstappen, want juist daar draait het nu om. De uitdaging is nu wat er met deze kennis wordt gedaan.” De Provincie Noord-Brabant geeft aan op basis van de uitkomsten van de prestatieonderzoeken de regionale afspraken met betrekking tot winkelgebiedsontwikkelingen te gaan herzien.

DOORONTWIKKELING

Van der Linden is tevreden over de pilot in de MRE: “Deze pilot heeft aangetoond dat dit een goede methode is, die volop kansen biedt.” Ook voor Voss is de pilot geslaagd. “Na Brabant zou ik de methode graag willen uitrollen naar andere provincies. Zeeland, Overijssel en Zuid-Holland hebben al interesse getoond, net als de Retailagenda, die bezig is met regionale afstemming.” Hij ziet duidelijk de meerwaarde van de samenwerking. “Het is een sterke combinatie van harde data, een duidelijke analyse én de praktische handvatten om vervolgstappen te zetten. Want stakeholders moeten iets met deze uitkomsten gaan doen.”

Volgens Weiss lever de pilot ook interessante lessen op. “Bijvoorbeeld dat gemeenten tijd nodig hebben om in actie te komen. Ook kunnen we nog steviger inzetten op het gebruik van nog meer data en nieuwe bronnen, zoals simkaartgegevens, internetaankopen en grensoverschrijdende aankopen. Daar zijn we mee aan de slag gegaan. De pilot heeft een vervolg gekregen in Noordoost-Brabant, daar hebben we nu betere rapportages, betere opvolging en een betere doorontwikkeling. Zo scherpen we de methodiek steeds verder aan. Dat doen we ook weer als in West- en Midden-Brabant de prestatieonderzoeken worden uitgerold.”

Meer informatie:

Provincies, regio’s of gemeenten die meer willen weten over deze pilot of de vernieuwde methodiek kunnen contact opnemen met DNWS: (088) 9730611, info@dnws.nl.

Meer informatie over het prestatieonderzoek is ook te vinden op www.ik-ondernem.nl/prestatieonderzoek