

# DE BRUSSELE HANDEL IN CIJFERS

Evolutie van het regionale  
handelslandschap

# INHOUDSOPGAVE

---

INHOUDSOPGAVE.....	2
INLEIDING.....	3
DE GEGEVENS: VERZAMELWIJZE, NOMENCLATUUR EN GEBRUIKSMETHODEN .....	3
ALGEMENE EVOLUTIE VAN DE KLEINHANDEL TUSSEN 1950 EN 2017 .....	5
EVOLUTIE VAN DE GEWESTELIJKE HANDELSSTRUCTUUR .....	11
PRODUCTEN VOOR DAGELIJKS GEBRUIK	14
PERSOONSUITRUSTING	16
HOBBY'S	17
WONINGUITRUSTING	19
VERVOER	21
RESTAURANTS	23
DIENSTEN	24
BESLUIT	26

---

# INLEIDING

Dit artikel buigt zich over de evolutie van de kleinhandel in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest van 1950 tot vandaag. Het verdiept zich zowel in de veranderingen in de structuur van het aanwezige aanbod op het gewestelijke grondgebied als in de gewijzigde lokalisatie. Dit werk sluit aan op het onderzoek dat Vincent Leroux, Jean-Pierre Grimmeau en Benjamin Wayens (Université libre de Bruxelles) in 2007 hebben gevoerd en in het tweede nummer van het Overzicht van de handel hebben gepubliceerd, met als titel Een halve eeuw evolutie van de kleinhandel in Brussel. De voornaamste analyses die indertijd werden uitgevoerd, zijn geïllustreerd met recente gegevens die de bevindingen actualiseren en de laatste ontwikkelingen in de handelsactiviteiten beschrijven.

Dit artikel maakt bovendien deel uit van een groter project dat door Atrium.Brussels wordt geleid, het Plan voor Handelsontwikkeling van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De bevindingen die in dit artikel worden beschreven, maken het mogelijk om het huidige commerciële landschap van Brussel op lange termijn te contextualiseren en derhalve de toekomst ervan te bekijken.

Deze analyse vormt tot slot de eerste stap van een reeks analyses die de huidige problematiek van de kleinhandel op gewestelijk niveau behandelen.

---

## DE GEGEVENS: VERZAMELWIJZE, NOMENCLATUUR EN GEBRUIKSMETHODEN

De uitvoering van de analyse is mogelijk gemaakt dankzij de partnerschappen tussen Atrium.Brussels, Perspective.brussels en het team Toegepaste geografie en geomarketing van de Université libre de Bruxelles. Dit partnerschap bood het Agentschap toegang tot de gedetailleerde gegevens die in het kader van het tweede nummer van het Overzicht van de handel gebruikt werden, met name de inventarissen van het handelsaanbod die in drie verschillende periodes op het gewestelijke grondgebied zijn opgesteld: 1950, 1969 en 1997.

Voor de twee eerste periodes zijn de gegevens reconstructies uit terreininventarissen op basis van de Jaarboeken van de handel en de industrie in België van Mertens en Rosez, die de activiteiten vaststelden en indeelden volgens hun functie. De gegevens die vermeld worden in de jaarboeken gepubliceerd in 1950 en 1969, zijn geogereferenceerd. Voor 1997 zijn de gegevens afkomstig van de inventaris van de stedelijke functies, die eveneens op het terrein is opgemaakt, gebouw per gebouw. Die inventaris is door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest opgesteld in het kader van de voorbereidende werken van het Gewestelijk Bestemmingsplan (GPB). Deze inventaris is opgenomen in een databank met de naam "SitEx".

De OliGodatabank vult deze drie datasets aan en levert een inventaris op van de handelszaken gevestigd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor het jaar 2017. Die inventaris, die door Atrium.Brussels samengesteld en beheerd wordt, bestaat sinds 2008. Hij gaf in eerste instantie uitsluitend een overzicht van de handelszaken gevestigd in de dichtstbevolkte handelswijken. Sinds het Agentschap in 2013 zijn activiteiten heeft uitgebreid naar het volledige gewestelijke grondgebied, is de databank aangevuld en bevat hij een uitgebreid overzicht van het aanbod in het volledige gewestelijke grondgebied. De gegevens die in het kader van dit artikel zijn gebruikt, stemmen overeen met de situatie op 1 februari 2017.

Net zoals de drie historische bronnen is de inventaris van Atrium.Brussels samengesteld op basis van een veldonderzoek. Werken met rechtstreeks op het terrein verzamelde informatie levert twee voordelen op. Ten eerste schakelt het administratieve en/of juridische classificaties uit die componenten van het handelsweefsel uitsluiten. De NACE, de Europese activiteitenclassificatie, identificeert bijvoorbeeld de handelszaken in een specifieke categorie die de activiteiten met betrekking tot de verkoop van consumptiegoederen omvat, maar sluit de

horecasector of de diensten van commerciële aard zoals kappers of banken uit. Het is echter duidelijk dat het ruimtelijk en economisch gedrag van die laatste diensten sterk overeenstemt met de activiteiten die opgenomen zijn in de NACE-categorie specifiek voor handelszaken. Activiteiten die aanwezig zijn op het terrein en die administratief verkeerd geregistreerd zijn, worden bovendien wel opgenomen in de terreininventarissen.

Het tweede voordeel van veldonderzoek is het feit dat het alle elementen verzamelt die aanwezig zijn op het grondgebied. In tegenstelling tot een analyse die gebaseerd is op gegevens zoals listings van bedrijven, biedt veldonderzoek de mogelijkheid om biases te vermijden die gekoppeld zijn aan ondernemingen met meerdere vestigingen of bedrijven waarvan de maatschappelijke zetel niet hetzelfde adres heeft als het verkooppunt.

In het kader van dit artikel gaan we uit van een ruime definitie van het concept "kleinhandel": "Activiteit waarbij de verkoop van een goed en/of een dienst aan particulieren wordt gerealiseerd en die plaatsvindt in een ruimte voorzien van een uithangbord en/of een etalage". De elementen die opgenomen zijn in de datasets, zijn dus geëvalueerd omdat hun vorm in het stadsweefsel suggereert dat ze aan de handelssector toebehoren. Deze definitie omvat bijgevolg alle handelszaken in consumptiegoederen, ongeacht hun grootte (kruidenierszaken, supermarkten, juwelierszaken, platenwinkels ...), de diensten van commerciële aard (schoonheidssalons, reisbureaus, verzekeringskantoren ...) en de horecazaken.

Voor elke onderzochte periode, met inbegrip van de jaarboeken, beantwoorden de gebruikte gegevens perfect aan de vastgestelde definitie. Bovendien verschaffen ze allemaal, voor elke handelszaak, informatie over hun lokalisatie en het type producten/diensten dat wordt aangeboden (m.a.w. de handelsaard). Om echter te kunnen garanderen dat de gegevens perfect vergelijkbaar zijn, werden er enkele wijzigingen aangebracht in de nomenclatuur die gebruikt is om de activiteit van de handelszaken te beschrijven, en in de ruimtelijke eenheid voor de administratieve verwerking van de handelszaken.

Er zijn drie aanpassingen in de nomenclatuur moeten gebeuren om de informatie van OliGo en de drie andere datasets beter met elkaar te kunnen vergelijken. Eerst moesten sommige typen handelszaken worden uitgesloten van de analyse omdat ze er in het verleden niet systematisch in waren opgenomen. Het betreft de sector van het toeristische logies en de leegstaande handelsruimten, hetzij 15,7% van de elementen die opgenomen zijn in OliGo.

Vervolgens werd een herclassificatie uitgevoerd. Hierbij werden vooral de te gedetailleerde categorieën van de vorige inventarissen samengevoegd, zodat ze overeenkwamen met de meer algemene categorieën van de OliGo-nomenclatuur. Er dient te worden opgemerkt dat die categorieën een uitbreiding weerspiegelen van de assortimenten die in de winkels zijn waargenomen, met name in de geïntegreerde winkels. De categorieën "naaigerief", "confectiestoffen" en "wol en breigoed" moesten bijvoorbeeld worden samengevoegd, omdat handelszaken met die drie afzonderlijke producttypen tegenwoordig nog weinig voorkomen.

Ook andere categorieën met te veel overeenkomsten werden samengevoegd om biases te vermijden die voortvloeien uit de beoordeling van de personen die het veldonderzoek doen. Dat is met name het geval voor de typen "slagerij, fijnkostslagerij", "wild, gevogelte, orgaanvlees" en de typen "kantine, snacks, fastfood" en "frituur".

De lijst werd op die manier teruggebracht naar 67 categorieën van handelszaken, waarvan de evolutie sinds 1950 continue kan worden geanalyseerd. Aan die categorieën kunnen we er nog zes toevoegen die uitsluitend in de recentste datasets voorkomen, namelijk die van 1997 en 2017, waardoor we hun evolutie in de afgelopen twintig jaar kunnen beoordelen.

De drie historische databanken hebben tot slot de handelszaken opgenomen in functie van hun belangrijkste handelsaard en hebben niet de andere aangeboden types producten/diensten geïnventariseerd. Ter wille van de vergelijkbaarheid werd enkel de eerste aard van de handel behouden. Hoewel dit gebrek aan precisie niet bepalend is voor een analyse van de handelsstructuur van een gewest als Brussel over meer dan 60 jaar, is het jammer dat we de kleine verschillen binnen een groep handelszaken niet kunnen onderscheiden (bijvoorbeeld een klassieke broodjeszaak onderscheiden van een andere broodjeszaak die ook bakkerijproducten verkoopt), of dat we sommige subtiele evoluties die momenteel op het grondgebied en in

bepaalde handelaarden plaatsvinden, niet kunnen kwantificeren. Een van die evoluties is de opkomst van nieuwe handelsconcepten (o.a. boekenwinkels waar klanten een koffie kunnen drinken, de opkomst van "fast goods", de verkoop van delicatessen in kledingwinkels) of de evolutie van bepaalde handelsoorten die dreigden te verdwijnen (bv. bloemisterijen waar voortaan ook decoratieartikelen worden verkocht of videotheken die geleidelijk aan in nachtwinkels veranderen).

Uitsluitend met de belangrijkste handelaard werken stelt ook een van de gebreken van het veldonderzoek in het licht: de beoordeling van de persoon die het onderzoek uitvoert. Als een handelszaak twee soorten omvat die a priori dezelfde ruimte beslaan in de winkel, bestaan er geen regels omtrent te kiezen soort, wat een lichte bias kan opleveren in vergelijking met de werkelijkheid.

Er werden ook wijzigingen aangebracht aan de ruimtelijke eenheid van de inventarisatie, omdat de handelszaken niet op dezelfde manier in de verschillende onderzoeken zijn opgenomen. Terwijl de jaarboeken van Mertens en Rosez en OliGo de verkooppunten inventariseren, kijkt de SitEx naar de ingebruikname van de gebouwen. Er ontstaat een verschil wanneer een handelszaak verschillende gebouwen in gebruik neemt, zowel in de straat als binnen de huizenblokken voor de voorraden. In dat geval wordt de handelszaak twee keer opgenomen (of zelfs vaker in functie van de ruimtelijke eenheid) in de SitEx. In het kader van het Overzicht van de Handel nr. 2 hadden de auteurs besloten om de gegevens van 1950 en 1969 aan te passen om ze te laten overeenstemmen met de SitEx.

Voor deze analyse werd gekozen voor een aanpassing van de gegevens van 1997, zodat ze overeenkwamen met de verwerkte eenheden - de verkooppunten - van de drie andere periodes. Zo weerspiegelen de hier getoonde cijfers, in tegenstelling tot het onderzoek van 2007, de evolutie van de handelsactiviteiten en niet van de gebouwen die door een handelszaak worden betrokken.

## ALGEMENE EVOLUTIE VAN DE KLEINHANDEL TUSSEN 1950 EN 2017

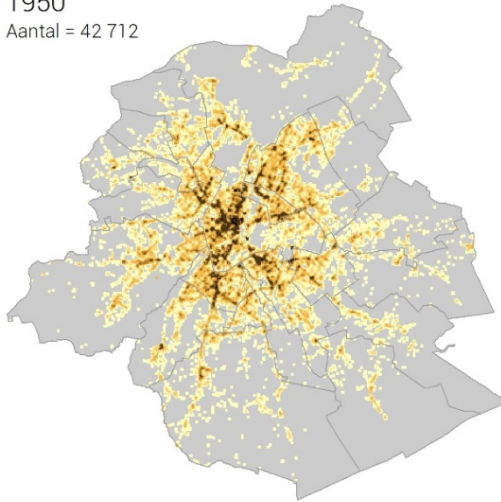
Tijdens de betrokken periode daalde het aantal verkooppunten actief op het grondgebied van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest van 42.712 naar 20.696 handelszaken (tabel 1), wat overeenkomt met een daling van meer dan 50% van het handelsaanbod in 67 jaar tijd, oftewel een gemiddelde jaarlijkse afname van 0,8%. Die daling is echter niet constant, want we noteren een gemiddelde jaarlijkse afname van 1,1% tussen 1950 en 1969, van 1,2% tussen 1969 en 1997, maar slechts van 0,4% tussen 1997 en 2017. Een eerste vaststelling is dus dat het handelsaanbod in het Brussels Hoofdstedelijk gewest blijft afnemen voor wat het aantal verkooppunten betreft, maar dat die daling de voorige twintig jaar minder snel verliep.

Jaar van de telling	Aantal handelszaken	Daling van de aantallen tussen twee periodes		
		Aantal	%	%/jaar
1950	42 712	-	-	-
1969	33 861	- 8 851	- 20,6	- 1,1
1997	22 582	- 11 279	- 33,3	- 1,2
2017	20 696	- 1 886	- 8,4	- 0,4

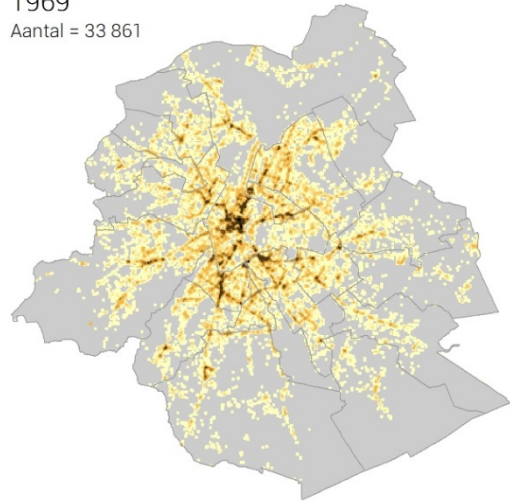
Tabel 1: Evolutie van het aantal verkooppunten actief in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest tussen 1950 en 2017  
Bronnen: ULB-IGEAT, SitEx, OliGo.

Hoewel enkel de evolutie van de buurthandel erin wordt behandeld, komen de waarnemingen uit de Courrier hebdomadaire van het CRISP over Les causes de la disparition du petit commerce - 1945-2015 (De oorzaken van de verdwijning van de kleinhandel - 1945-2015) overeen met die welke hier voorgesteld worden. In het tijdschrift wordt aangetoond dat de daling van het aanbod in Brussel de voorbije twintig jaar voornamelijk van 1997 tot 2007 plaatsvond, gevolgd door een relatief stabiele fase van 2007 tot nu (Grimmeau & Wayens, 2016, grafiek 1).

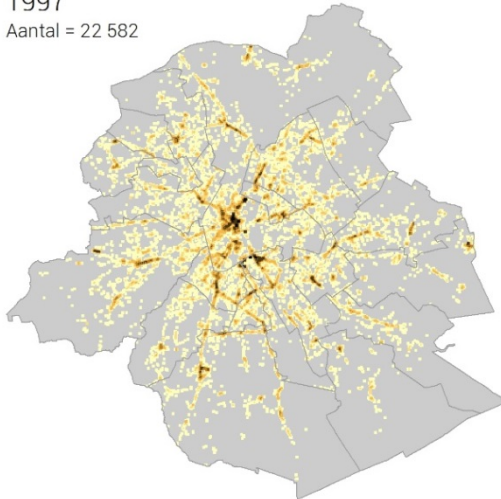
1950  
Aantal = 42 712



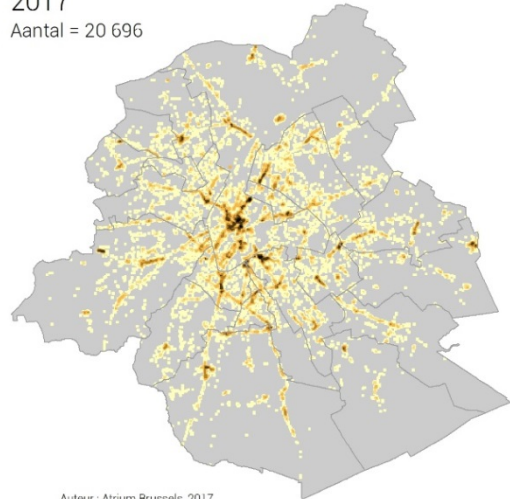
1969  
Aantal = 33 861



1997  
Aantal = 22 582



2017  
Aantal = 20 696



Concentratie van de handelszaken (aantal/ha)

	< 5		10 - 20		30 - 60
	5 - 10		20 - 30		> 60

0 2,5 5 Km



Auteur : Atrium.Brussels, 2017  
Bronnen : Atrium.Brussels, 2017  
Sitox, 1997  
Jaarboek van de handel en de industrie in België, Mertens en Rosez, 1950 & 1969

Figuur 1: Concentratie van de handelszaken tussen 1950 en 2017

Figuren 1 en 2 geven de evolutie van de dichtheid van de verkooppunten op het gewestelijk grondgebied weer met behulp van kaarten per maas. Om die kaarten te maken, wordt het grondgebied onderverdeeld in een rooster waarin elk vakje overeenkomt met een oppervlakte van één hectare, wat ongeveer gelijk is aan een huizenblok. Vervolgens worden de vier jaren met elkaar vergeleken door, voor elke periode, het aantal handelszaken per maas op te tellen. Die methode heeft als voordeel dat ze ruimtelijk gezien uiterst nauwkeurig is en alle administratieve beperkingen doorbreekt die, volgens de indeling, het grondgebied in te grote zones verdelen, waardoor zeer lokale processen over het hoofd worden gezien.

Figuur 1 geeft de dichtheid van de handelszaken voor elk onderzocht jaar weer en laat toe wijzigingen te meten, terwijl figuur 2 de evolutie over de voorbije 67 jaar weergeeft aan de hand van gescheiden overzichten. Op die manier kunnen niet-waarneembare bewegingen over een korte, tijdelijke periode worden vastgesteld.

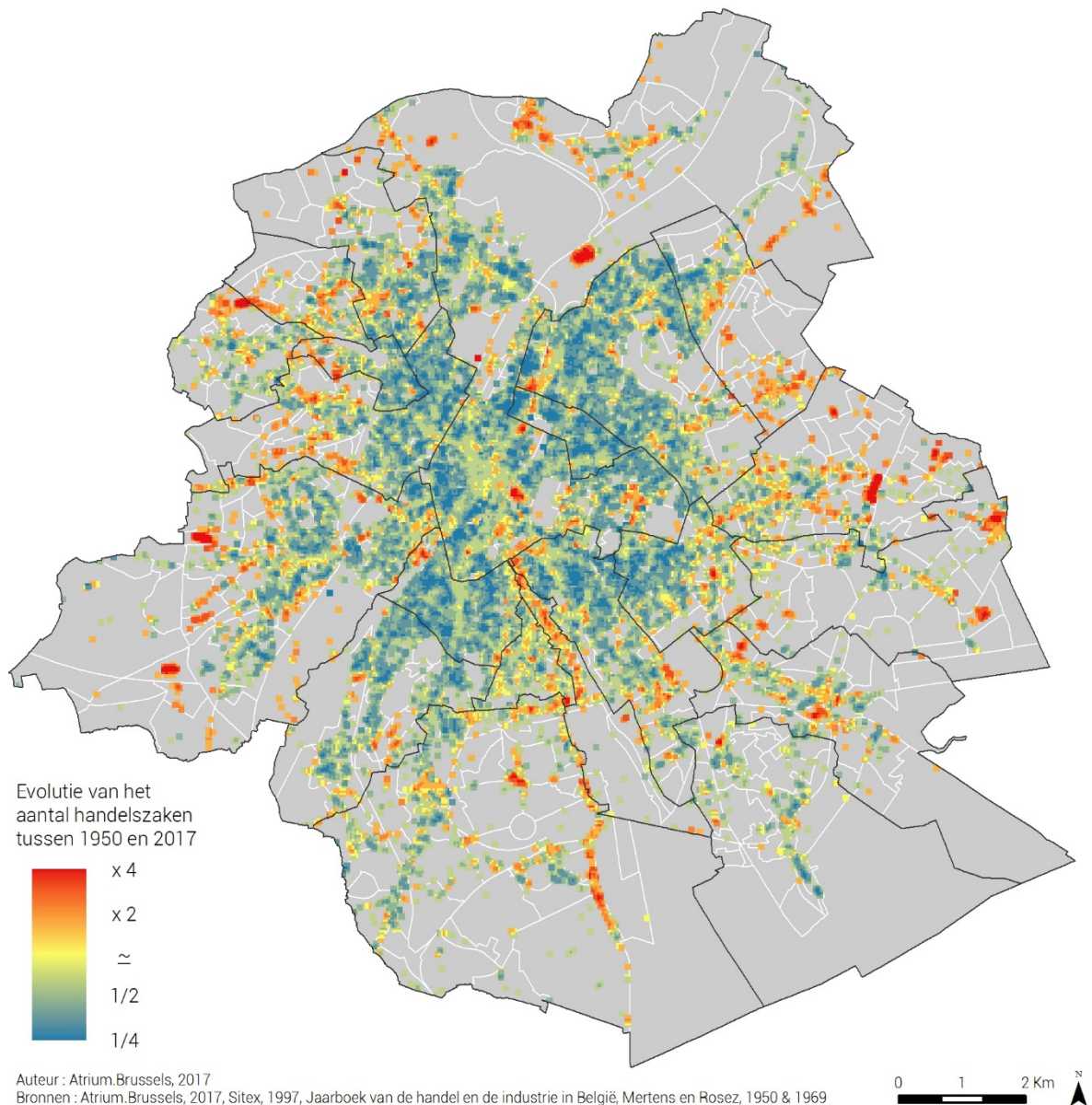
De verschillende kaarten per maas van beide figuren wijzen er samen op dat de handelszaken zich op steeds kleinere ruimtes concentreren en dat het aanbod toeneemt aan de rand van het Gewest. Dat komt overeen met de eerdere werken van het team van de ULB, ondanks een licht verschillend studieonderwerp. In figuur 1 zien we dat, hoewel de afname van de winkeldichtheid op het volledige grondgebied wordt vastgesteld, ze duidelijker zichtbaar is in de vijfhoek en de eerste kroon, waar het aanbod inkrimpt tot enkele hoofdassen van het stadscentrum en de oude buitenwijken. Aan de rand van de stad behouden enkel de dichtste kernen en/of enkele grote wegen een zekere handelsdichtheid in het centrale gedeelte, maar vertonen ze een daling van hun aanbod in hun randen. Dat kenmerkt geleidelijk aan de individualisering van de handelskernen en een bijna totale verdwijning in de tussenliggende ruimtes.

Figuur 2 bevestigt deze opmerkingen en toont heel duidelijk aan hoe sterk het handelaanbod is gedaald in de eerste kroon en de zones die na deze 67 jaren zijn ontstaan. Dit dubbele fenomeen moet worden gezien in combinatie met onder andere de urbanisatie die het Brusselse grondgebied in de twintigste eeuw heeft doorgemaakt (Leroux, Grimmeau & Wayens, 2007, Figuur 3), de toename van de verarmde bevolking in het centrum van het Gewest en het feit dat de traditionele gebouwen niet voldoen aan de vestigingscriteria van de nieuwe handelszaken.

Onder de ontstane zones treffen we de geplande commerciële ontwikkelingen aan, die te herkennen zijn aan het feit dat ze sterk geconcentreerd zijn op een beperkte ruimte en vooral in de tweede kroon van het Gewest aanwezig zijn (Basilix, Woluwe Shopping Center, Cora-shopping in Anderlecht, Docks Brussel, Hypermarkt Carrefour van Oudergem ...). Enkele elementen zijn evenwel in de vijfhoek en de eerste kroon aanwezig (City 2, Ravensteingalerij ...).

Vervolgens hebben grote delen van enkele verkeerswegen een belangrijke commerciële ontwikkeling doorgemaakt (hoewel hier en daar echter enkele dichtere zones aanwezig zijn). De beste illustratie hiervan is ongetwijfeld de Louizalaan en zijn "verlenging" op de Waterlooosesteenweg. Andere voorbeelden zijn de Leuvensesteenweg van Meiser tot de gewestgrens en de Keizer Karellaan. Een verklaring voor de ontwikkeling op deze verkeersaders zou kunnen liggen in het feit dat ze veel zichtbaarheid bieden en de grote bezoekersaantallen genereren dankzij hun rol als ingang naar de stad. Die ontwikkeling heeft zich overigens voorgedaan ten nadele van andere wegen, die hun rol van structurerende as hebben verloren. Dat geldt met name voor de weg doorheen Haren, tegenwoordig "vervangen" door de Haachtsesteenweg, waar handelszaken gevestigd zijn van Evere tot aan de gewestgrens.

Voorts moet worden gewezen op de opkomst van enkele traditionele kernen, zowel in de tweede kroon (De Wand, Stokkel) als daarbuiten (Europese wijk, begraafplaats van Elsene, Spiegelplein in Jette).

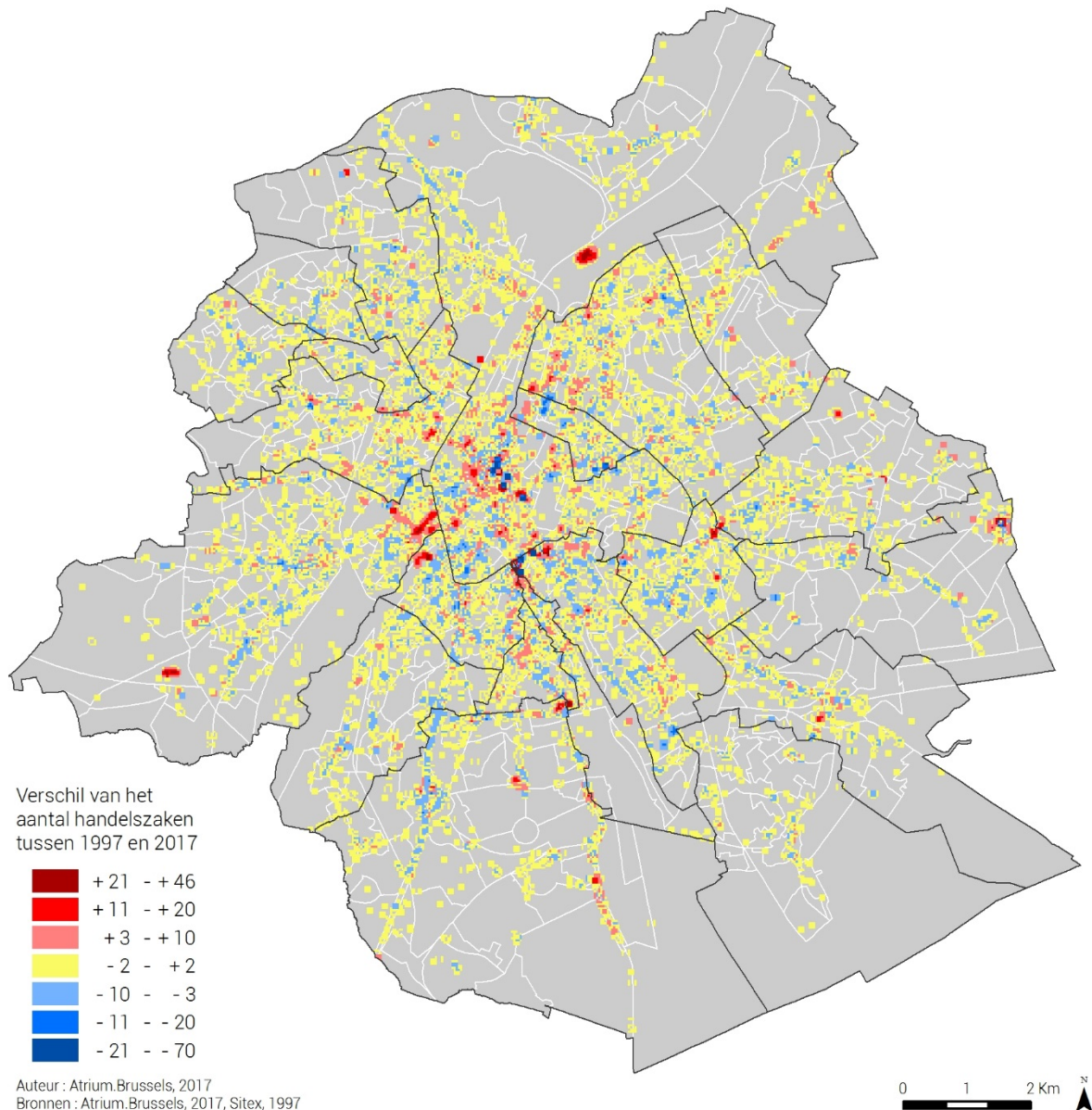


Figuur 2: Evolutie van het handelsaanbod tussen 1950 en 2017

Aangezien de daling van het aantal verkooppunten tegenwoordig minder snel verloopt, biedt figuur 1 geen duidelijk inzicht in de wijzigingen die tussen 1997 en 2017 hebben plaatsgevonden. Om het onderzoek te verfijnen, geeft figuur 3 het verschil in aantal verkooppunten tussen de twee periodes weer.

Dat toont aan dat de vijfhoek en zijn aangrenzende wijken - waar groeiende en achteruitboerende ruimtes naast elkaar liggen - de zones zijn die de voorbije twintig jaar het ingrijpendst gewijzigd zijn. Dat is met name het geval in de Dansaertwijk - waarvan de ontwikkeling gelijkloopt met een daling van de dichtheid in de Anneessenswijk en het Begijnhof - en de Zavelwijk, gelegen naast de Marollen (waar het aantal verkooppunten in de Hoogstraat en het bovenste gedeelte van de Blaesstraat is teruggevallen).





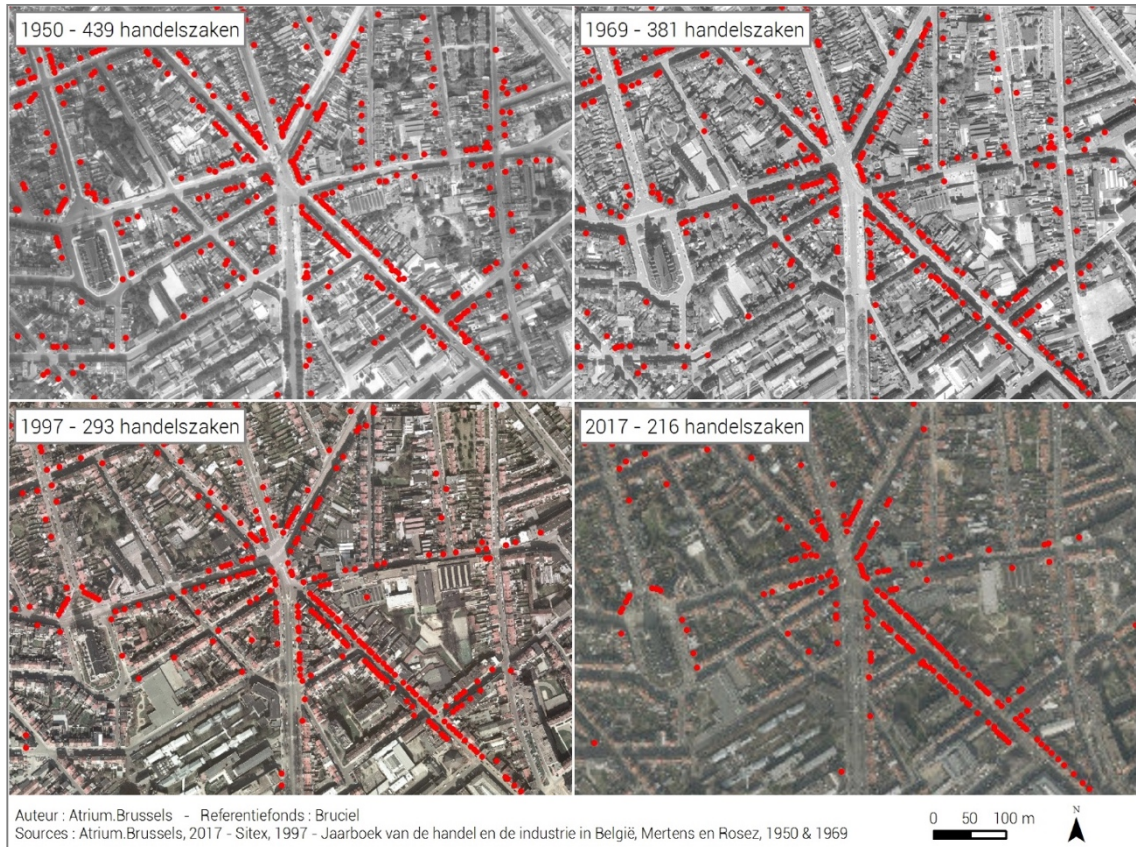
Figuur 3: Evolutie van het handelsaanbod tussen 1997 en 2017

Binnen de vijfhoek zijn er eveneens zones die enkele van de sterkste dalingen noteren in het Gewest. Het gaat hierbij om galerijen en doorgangen die al jarenlang veel van hun aantrekkelijkheid hebben verloren. Dat dalende aantal handelszaken kan worden verklaard door een grote leegstand (Ravensteingalerij), een herverkaveling van de handelsruimten (Sint-Honorédoorgang, waaronder een twintigtal winkels die tot grote ruimten werden omgevormd), een sluiting in afwachting van een reconversie (Muntcentrum) of een combinatie van die drie processen (Louizagalerij, waar sommige ruimtes werden herverkaveld en waar tegenwoordig veel leegstaande handelspanden staan). Enkel Galerie Matonge vertoont een positieve balans wat betreft het aantal open ruimtes. Die is het resultaat van een dalende leegstand en van de onderverdeling van sommige bestaande ruimten.

Een tweede opvallend element in figuur 3 is de aanwezigheid van vier zones die een sterke groei vertonen. Drie ervan zijn reeds geïdentificeerd, omdat het gaat om geplande handelsruimten die er na de andere zijn gekomen: de Cora-shopping in Anderlecht, het winkelcentrum van het Zuidstation in Sint-Gillis en Docks Brussel in het noorden van Brussel-stad. De vierde zone is wijk Kuregem, meer bepaald de Brogniezstraat. Dat verschil is toe te schrijven aan de ontwikkeling van het aanbod in de wijk, die vroeger uitsluitend door groothandelaars bewoond werd (en dus niet vermeld wordt in de historische overzichten) maar zich tegenwoordig steeds meer openstelt voor de verkoop aan particulieren.

Voor de rest van het grondgebied worden bepaalde belangrijke wegen die door het gewest lopen, met een geleidelijke verdwijning van de handelsfunctie geconfronteerd in de delen die het verst van de dichte kernen verwijderd zijn. De opmerkelijkste voorbeelden hiervan zijn de Houba de Strooperlaan en de Alsebergsesteenweg tussen het Bareel van Sint-Gillis en het centrum van Ukkel. Omgekeerd zijn er assen geïdentificeerd die de afgelopen jaren sterker zijn geworden: de Haachtsesteenweg en de Waterloo-sesteenweg. Het is interessant om vast te stellen dat het aantal handelszaken op die routes in de meest verafgelegen delen toeneemt (Haren voor het eerste en Fort Jaco voor het andere), wat als een indicator voor commerciële spreiding kan worden beschouwd.

Tot slot zien we ook een achteruitgang in de dichtste wijken, waar men de marges ziet dalen. Dat is met name het geval voor wijk Helmet en wijk De Jacht. Figuur 4 geeft de ontwikkeling van het aanbod in wijk De Jacht weer: in 1950 is het in de meeste straten aanwezig, om vervolgens geleidelijk af te nemen en zich te concentreren rond het hoofdkruispunt, waar het breuken vormt met andere ruimtes die voorheen met elkaar verbonden waren (bv. op het Sint-Antoonplein).



Figuur 4: Evolutie van het handelsaanbod in wijk De Jacht.

Alle waarnemingen wijzen duidelijk op een belangrijke wijziging in de grootte van het terrein die de handelsruimtes in de loop der jaren innemen op het gewestelijk grondgebied. Anderzijds heeft het Brusselse handelsaanbod nieuwe, soms heel recente ontwikkelingen doorgemaakt ondanks het feit dat meer dan de helft van het aantal verkooppunten verloren is gegaan. Dergelijke ontwikkelingen wijzen er mogelijk op dat de handelsactiviteit misschien niet de achteruitgang doormaakt die de analyse doet vermoeden op basis van het aantal verkooppunten. Om die hypothese te bevestigen, moeten we andere ontwikkelingsindicatoren gebruiken.

Zo is de totale voor handel bestemde verkoopoppervlakte op nationaal vlak verdrievoudigd tussen 1961 en 2015 in België. Die groei deed zich voornamelijk voor tot aan de helft van de jaren 2000 en is vervolgens gestabiliseerd (Grimmeau & Wayens, 2016, grafiek 9). Ze resulteert vooral uit de ontwikkeling van de grootdistributie, die verantwoordelijk is voor 88% van de groei van de oppervlakte tussen 1961 en 2013 (Grimmeau & Wayens, 2016, p. 79).

In vergelijking met de daling van het aantal verkooppunten doet de groei van de handloppervlakte vermoeden dat ook de gemiddelde verkooppervlakte van de handelszaken is toegenomen. In Wallonië is dit fenomeen het gevolg van de verdwijning van de kleinste handelsruimten (hoofdzakelijk die kleiner dan 100 m<sup>2</sup>) en van de oprichting van grotere verkooppunten (Grimmeau & Wayens, 2016, p. 80-81).. Dit dubbele proces kan worden beschouwd als een signaal van de modernisering van de sector en van de productiviteitsstijging die ermee gepaard gaat. Hoewel een afname van het aantal verkooppunten werd waargenomen, konden we voor het onderzoek van dit artikel niet vaststellen of die daling in Brussel volledig werd gecompenseerd door de nieuwe ontwikkelingen en dus door de grote verkooppervlakten die er het gevolg van zijn.

De handelsomzet, onderzocht bij constante koopkracht en over het volledige Belgische grondgebied, is blijven groeien tot aan het begin van de jaren 2010 om vervolgens te stabiliseren (Grimmeau & Wayens, 2016, grafiek 7). Die groei wordt zowel in de kleinhandel als in de grootdistributie opgetekend. We moeten deze omzetstijging echter relativeren omdat ze samenvalt met de toename van de administratieve en financiële voorschriften die de bedrijfsmarge van de handelaars beperken.

Ook de tewerkstelling is toegenomen. Deze stijging, die sinds 1976 in heel België wordt geanalyseerd, vertoonde een positieve evolutie tot in 2000 en is vervolgens gestabiliseerd. Deze beweging verhuut echter een daling van het aantal zelfstandigen, die ruimschoots gecompenseerd wordt door een stijging van het aantal werknemers (Grimmeau & Wayens, 2016, grafiek 8). Hoewel de ontwikkeling van de grootdistributie een van de oorzaken is van die verschuiving, is ze er niet als enige verantwoordelijk voor, aangezien ook kleine handelszaken werknemers in dienst hebben.

Alle indicatoren wijzen er tot slot op dat de handel blijft groeien in België, maar in de loop der jaren ingrijpend is gewijzigd, voornamelijk - maar niet uitsluitend - door de opkomst van de grootdistributie. Hoewel het aantal verkooppervlakte zich positief blijft ontwikkelen, geldt dat niet voor het aantal verkooppunten: de daling daarvan leidt tot een groeiend aantal leegstaande handelspanden. Dat heeft een impact op het bestaande handelsweefsel, dat blijft afnemen.

---

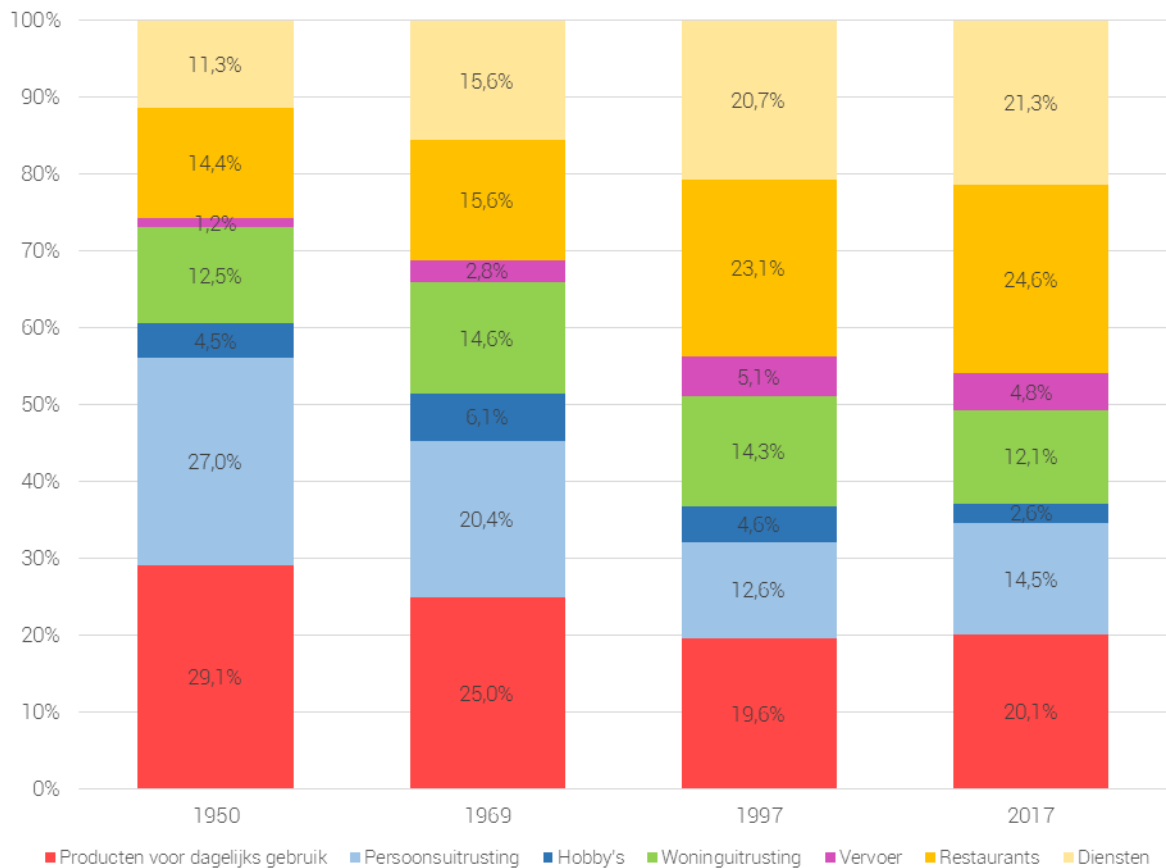
## EVOLUTIE VAN DE GEWESTELIJKE HANDELSSTRUCTUUR

Elk verkooppunt vertegenwoordigt een of meerdere activiteiten. De tabel van de evolutie zou dus niet volledig zijn zonder een analyse van de evolutie van de handelsstructuur van het gewest, m.a.w. zijn samenstelling, aan de hand van het aandeel dat elke commerciële aard uitmaakt ten opzichte van het totale aanbod.

De structuur kan in zeven grote categorieën van handloaarden worden onderverdeeld:

- Producten voor dagelijks gebruik (kruidenierszaken, supermarkten, apotheken, krantenwinkels, bakkerijen ...);
- Persoonsuitrusting (kleding, schoenen, reukwaren ...);
- Hobby's (sport, boeken, muziek, beeldende kunst, films ...);
- Woninguitrusting (doe-het-zelf, decoratie, stoffering ...);
- Vervoer (autoverkopers, garages, carwashes ...);
- Horeca (restaurant, broodjeszaak, café, theesalon, frituur ...);
- Diensten (bank, kapper, reisbureau, uitzendkantoor ...).

Figuur 5 geeft weer hoe de totale aantal handelszaken zich over de categorieën verspreidt op de opgemeten tijdstippen.



Figuur 5: Evolutie van de structuur van het handelsaanbod van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest  
Bronnen: ULB-IGEAT, SitEx, OliGo.

We stellen vast dat de Brusselse kleinhandel een geleidelijke maar belangrijke mutatie heeft ondergaan gedurende de eerste drie periodes. De winkels gespecialiseerd in persoonsuitrusting en, in mindere mate, de zaken in producten voor dagelijks gebruik afnemen ten voordele van een aanbod gericht op diensten, restaurants en, in geringere mate, handelszaken in transport en woninguitrusting.

De evolutie van de handelsstructuur tussen 1950 en 1997 is het resultaat van veel factoren (Grimmeau & Wayens, 2016, hoofdstuk 3), onder meer:

- de maatschappelijke veranderingen die nieuwe consumptiepatronen en met name nieuwe koopprocessen met zich meebrengen: de opkomst van de huishoudtoestellen (met name de koelkast, die de opslag van verse producten mogelijk maakt en de noodzaak om dagelijks boodschappen te doen beperkt), de groeiende tewerkstelling van vrouwen en dus van tweeverdieners (die minder tijd hebben om inkopen te doen), de democratisering van de auto (waardoor de woonplaats niet meer in de buurt van de inkoopplaats moet liggen);
- de stijging van de koopkracht, die de mogelijkheid biedt om in nieuwe behoeften te voorzien: reizen, cultuur, restaurants;
- de ontwikkeling van de grootdistributie, voornamelijk in de sector van de voeding, de woninguitrusting en de textiel, met een aanbod dat de noodzaak doet afnemen om in verschillende winkels inkopen te doen;
- de evolutie van het gewestelijke grondgebied (vestiging van de Europese instellingen, ontwikkeling van de kantoorruimten, grootstedelijke aantrekkingskracht van het gewest voor de tewerkstelling, ontwikkeling van het toerisme ...) die leidde tot de komst van nieuwe klanten aan wie het aanbod zich moet aanpassen;
- ...

Vergeleken met wat we tussen de drie eerste jaren van de tellingen konden waarnemen, lijkt de handelsstructuur tussen 1997 en 2017 relatief traag te evolueren. Om de waarnemingen gedurende deze periode te verfijnen, en vooral om rekening te houden met de afname van het totale aantal handelszaken, geeft tabel 2 de belangrijkste cijfers betreffende de evoluties per categorie weer.

Handels-categorie	Aantal		Evolutie van de categorie		Evolutie van de handelsstructuur (p%)
	1997	2017	Nombre	%	
Producten voor dagelijks gebruik	4 289	4 157	- 132	- 3,1	+ 0,9
Persoonsuitrusting	2 812	3 004	+ 192	+ 6,8	+ 2,0
Vrije tijd	1 048	530	- 518	- 49,4	-2,1
Woninguitrusting	3 238	2 504	- 734	- 22,7	-2,4
Vervoer	1 150	994	- 156	- 13,6	-0,3
Restaurants	5 216	5 100	- 116	- 2,2	+ 1,4
Diensten	4 651	4 407	- 244	- 5,2	+ 0,5
Niet-gespecificeerde categorie	178	-	- 178	- 100,0	-
<b>Totaal</b>	<b>22 582</b>	<b>20 696</b>	<b>- 1 886</b>	<b>- 8,4</b>	<b>-</b>

Tabel 2: Evolutie van de handelsstructuur van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest tussen 1997 en 2017  
Bronnen: SitEx, OliGo.

Het eerste wat opvalt, is dat de categorie van de handelszaken voor persoonsuitrusting de enige is die een groei van het aantal verkooppunten optekent (ondanks het feit dat ze sinds 1950 een constante daling vertoont), en dat terwijl de rest van het aanbod zijn bestand ziet teruglopen. De drie zwaarst getroffen categorieën zijn de handelszaken in transport en woninguitrusting, maar vooral de zaken gespecialiseerd in hobby's, waarvan het bestand de voorbije twintig jaar met de helft is gedaald. Omdat hun bestand minder snel daalt dan de andere categorieën, blijven de diensten en de restaurants relatief groeien in de handelsstructuur van het gewestelijke aanbod. Ondanks een daling van hun bestand zien de handelszaken in producten voor dagelijks gebruik hun relatieve aandeel opnieuw toenemen na een continue daling sinds 1950. Kortom, meer nog dan de groei in absolute aantallen zijn het dus de differentiële dalingen in functie van de categorieën die de structuur van het aanbod doen evolueren.

De veranderingen die voor elk van de zeven categorieën werden vastgesteld, zijn uiteraard zeer beknopt. Om dus een beter inzicht te bieden in de veranderingen die sinds twintig jaar binnen het Brusselse handelsaanbod plaatsvinden, tonen we hieronder de resultaten van de 73 handelsaarden, met hun evolutie tussen 1997 en 2017. Daartoe wordt voor elke categorie de handelsaard onderzocht volgens de evolutie van hun bestand, maar ook volgens de herconfiguratie van de ruimtelijke indeling van het aanbod op het gewestelijk grondgebied.

Voor dat laatste aspect werd een index voor de vergelijking van de spreidingen gebruikt die geïnspireerd is op de evenredige verdelingsindicator van Hoover. Die index peilt naar de locatiewijzigingen die een handelsaard tussen twee periodes kent. Hij beschrijft het aandeel van de handelszaken dat moet verplaatsen om terug te keren naar de oorspronkelijke situatie, en dat los van het aantal verkooppunten. Zo is een handelsaard met een index rond de 1 een aard waarvan de ruimtelijke verspreiding in het Gewest ingrijpend is veranderd. Omgekeerd geeft een index rond de 0 een handelsaard weer die op zijn oorspronkelijke grondgebied is gebleven. Om tot deze index te komen, gebruikten we dezelfde ruimtelijke indeling als die van de statistische sectoren.

## PRODUCTEN VOOR DAGELIJKS GEBRUIK

Tussen 1997 en 2017 ondergaat de categorie van de handelszaken in producten voor dagelijks gebruik ingrijpende veranderingen op het niveau van de gedetailleerde handelaar (tabel 3). Het aantal gespecialiseerde voedingszaken die traditioneel sterk vertegenwoordigd zijn op het grondgebied (bakkerijen, slagerijen, kaaswinkels ...) neemt sterk af. Tegelijkertijd tekenen de algemene verkooppunten een aanzienlijke groei op, en dat ongeacht hun profiel. De voedingsgrootdistributie blijft zich verder ontwikkelen op het grondgebied, met name door steeds kleinere winkels in te zetten (de concepten "Carrefour Express" en "Proxy Delhaize" bestaan respectievelijk sinds 1998 en 2001).

Dit dubbele fenomeen resulteert zowel uit de evolutie van de consumptiepatronen (klanten die hun tijd in de winkel willen beperken, willen ook minder winkels bezoeken, wat in het voordeel speelt van de algemene verkooppunten) en uit de moeilijkheden waarmee de over te nemen handelszaken geconfronteerd worden (met name omdat jonge ambachtshouders liever een bezoldigde baan in een winkel hebben dan als zelfstandige hun eigen winkel uit te baten). Het is interessant om vast te stellen dat deze tanende handelaars lage waarden op de Hoover-index vertonen, wat wijst op een achteruitgang op het volledige Brusselse grondgebied.

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Indice de Hoover
	Aantal	%	
Biologische en dieetvoeding	+ 61	+ 196,8	0,750
Voedingsgroot-distributie	+ 232	+ 129,6	0,494
Nachtwinkel	+ 120	+ 104,3	0,616
Chocolatier - Snoepgoed	+ 75	+ 62,5	0,497
Tabak - e-sigaret - Rookwaren	+ 14	+ 45,2	0,639
Wijnen en sterkedranken	+ 29	+ 44,6	0,618
Kruidenier - Algemene voeding	+ 253	+ 27,1	0,311
Apotheek - Drogisterij	- 86	- 12,9	0,170
Viswinkel	- 16	- 19,3	0,585
Bakkerij - Banketbakkerij	- 149	- 21,9	0,328
Slagerij - Fijnkostslagerij - Gevogelteslager - Wildslager	- 225	- 43,9	0,385
Kaashandelaar - Traiteur	- 140	- 54,5	0,556
Kiosken - kranten	- 309	- 54,7	0,486
Niet-gespecificeerde aard	+ 9	-	-
<b>Totaal</b>	<b>- 132</b>	<b>- 3,1</b>	<b>-</b>

Tabel 3: Evolutie van de handelszaken in producten voor dagelijks gebruik  
Bronnen: SitEx, OliGo.

De algemene voedingswinkels die voornamelijk bio- en dieetproducten aanbieden, kennen de grootste groei. Dit fenomeen is het gevolg van het feit dat het aanbod zich aan de groeiende vraag naar kwaliteitsproducten aanpast. Hoewel de biowinkels op het gehele gewestelijke grondgebied gevestigd zijn (wat de hoge waarde in de Hoover-index verklaart), bevinden ze zich voornamelijk tussen het oosten en het zuiden van het gewest, een zone waar de concentratie welgestelde bevolkingsgroepen (de huidige doelgroep van dit soort handel) het hoogst is (figuur 6).



Auteur : Atrium.Brussels, 2017  
 Bronnen : Atrium.Brussels, 2017 & Sitex, 1997

Figuur 6: Lokalisatie van de handelszaken voor biologische voeding en van de nachtwinkels in 1997 en 2017

De nachtwinkels en de algemene voedingswinkels vormen de twee andere soorten die een belangrijke groei noteren. Ze weerspiegelen bovendien een evolutie van de behoeften van de Brusselse klanten, zowel wat gedragingen (flexibelere openingsuren) als bevolkingsprofiel betreft. Figuur 6 geeft de evolutie van de locatie van de nachtwinkels weer. Terwijl ze zich in 1997 voornamelijk in de vijfhoek en de eerste kroon concentreerden, zien we vandaag dat ze zich naar het hele gewest hebben verspreid, met name op de grote steenwegen die het grondgebied doorkruisen.

Er doen zich nog twee andere fenomenen voor. Ten eerste is er de toename van de chocolatiers, voornamelijk in het stadscentrum, waar ze eerder al goed vertegenwoordigd waren (wat de lage waarde in de Hoover-index verklaart). Die groei kan worden verklaard door het steeds meer toeristische karakter van deze handelsaard en van dit deel van het gewestelijke grondgebied, maar ook door de herwonnen populariteit van voedingswinkels. Die - vrij recente - opleving is nog niet merkbaar in alle voedingswinkels, maar kan al worden afgeleid uit het aantal opleidingen die ervoor gevolgd worden (Atrium.Brussels, 2015, Voedingswinkels: Brussel lijkt opnieuw zijn vingers af).

Krantenverkopers kennen daarentegen een sterke daling, die voornamelijk te wijten is aan de concurrentie van de algemene winkels, de moeilijkheden die de geschreven pers en de boekensector ondervinden door de opkomst van het internet en ten slotte de komst van een alternatief voor tabak: de e-sigaret.

## PERSOONSUITRUSTING

De categorie van de handelszaken voor persoonsuitrusting is de enige die de voorbije twintig jaar een stijging van haar bestand vertoont. Tabel 4 toont aan dat dit fenomeen resulteert uit het feit dat deze handelsaard in zijn totaliteit bewaard is gebleven (schoenenwinkels, opticiens, juweliers ...), maar vooral uit de aanhoudende groei van de confectiewinkels (ter herinnering: deze handelsaard omvat naaigerief, confectiestoffen, wol en breigoed, en kleine kledingaccessoires) en de cosmeticawinkels.

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Hoover Index
	Aantal	%	
Cosmetica - Reukwaren	+ 139	+ 147,9	0,454
Confectie (naaigerief, stoffen ...) - Kledingsaccessoires	+ 63	+ 64,3	0,636
Medisch en akoestisch materiaal	+ 3	+ 6,5	0,755
Kleding	+ 57	+ 3,5	0,411
Schoenen	- 6	- 2,1	0,375
Juwelen	- 8	- 2,4	0,326
Opticien	- 14	- 6,6	0,363
Lederwaren	- 42	- 39,3	0,622
<b>Totaal</b>	<b>+ 192</b>	<b>+ 6,8</b>	-

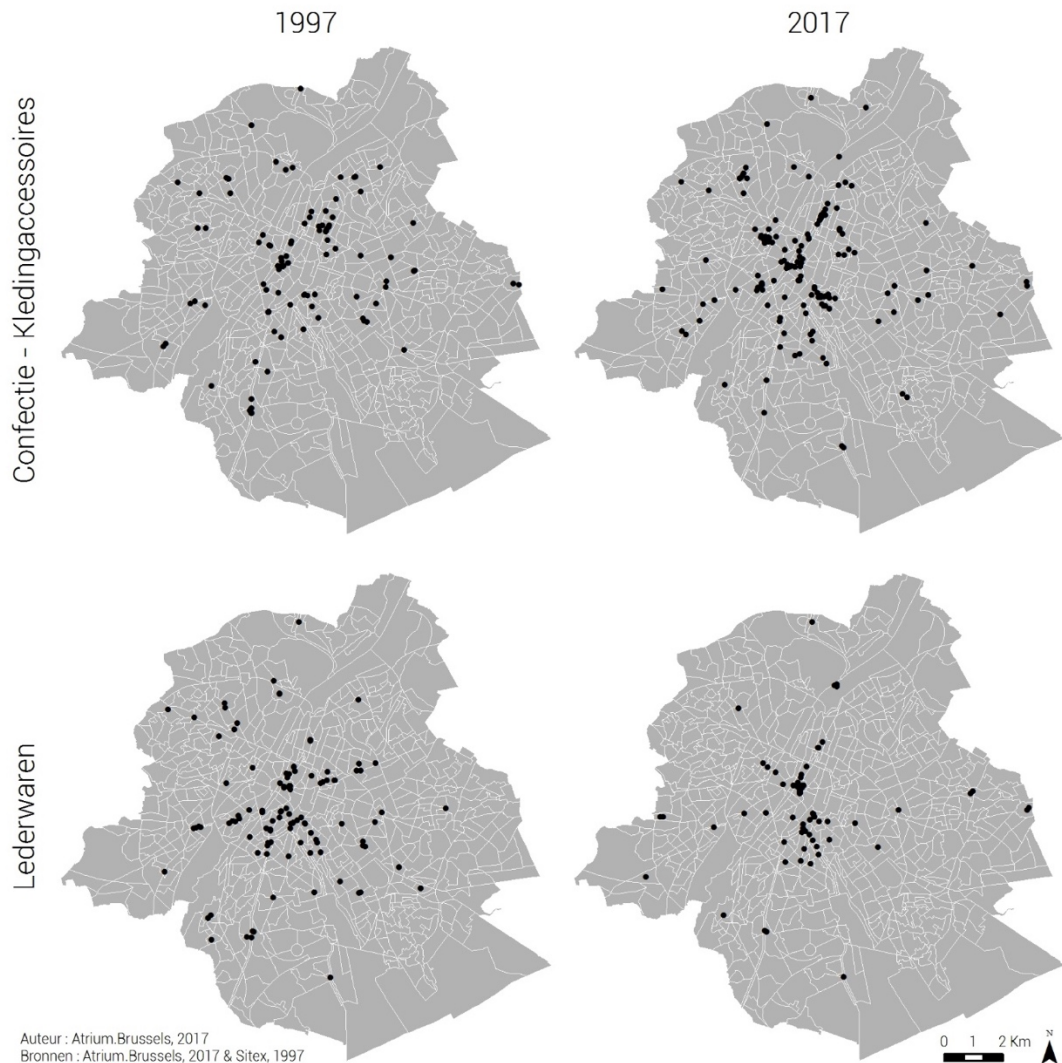
Tabel 4: Evolutie van de handelszaken gespecialiseerd in persoonsuitrusting  
Bronnen: SitEx, OliGo.

Het feit dat de kledingzaken twintig jaar lang overeind zijn gebleven, kan worden verklaard doordat het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor dit type aankopen een populaire bestemming is en door de komst van twee winkelcentra (Docks Brussel en de Cora-shopping van Anderlecht) die op zichzelf zestig nieuwe verkooppunten gespecialiseerd in kleding en/of schoenen hebben aangetrokken.

De groei van de cosmetica- en confectiewinkels kan, voor de eerste groep, het gevolg zijn van de toegenomen belangstelling voor persoonlijke verzorgingsproducten (die zelf voortvloeit uit de opkomst van de sociale netwerken en de schijnmaatschappij) en, voor de tweede groep, van de huidige "diy"-trend. Deze twee types handelsaard profiteren van de democratisering van de producten die ze aanbieden (vooral de schoonheidsproducten die vroeger luxeproducten waren) en van de sterke groei van de winkelketens die sinds enkele jaren aan de gang is.

Ondanks hun aanzienlijke groei vertonen deze twee handelsaarden verschillende waarden op de Hoover-index. De index van de cosmeticawinkels is relatief laag, wat betekent dat de nieuwe verkooppunten niet in nieuwe ruimtes gevestigd zijn, maar worden opgenomen in handelsruimtes waar gelijkaardige winkels al gevestigd waren. Dit resultaat blijft logisch, want dit type winkels is meestal gevestigd in de drukst bezochte ruimtes, zodat ze genieten van een optimale zichtbaarheid en onderling door klanten kunnen worden vergeleken. Bij de confectiewinkels ligt de waarde van de index een stuk hoger, wat de ontwikkeling van dit type handelszaken weerspiegelt op de plaatsen van het grondgebied die vroeger niet in gebruik waren, met name in de vijfhoek en de eerste kroon (figuur 7).





Figuur 7: Lokalisatie van de handelszaken in confectie en lederwaren in 1997 en 2017

Een ander markant element in deze categorie is de daling van het aantal handelszaken in lederwaren. Dat fenomeen kan te maken hebben met de diversificatie van de kleding- en accessoirewinkels waarvan het assortiment tegenwoordig diverse soorten tassen omvat, maar ook met de overgang van ambachtelijke naar prêt-à-porterartikelen.

Deze handelaard heeft eveneens een hoge waarde op de Hoover-index, die hier de daling van de handelaard weergeeft in een specifiek gedeelte van het grondgebied. Figuur 7 toont duidelijk de concentratie van de zaken in lederwaren in het stadscentrum van Brussel en de omgeving van de Louizalaan. Dat zijn de enige plaatsen met genoeg bezoekersaantallen om het voortbestaan van ambachtswinkels en/of winkels met luxemerken mogelijk te maken..

## HOBBY'S

De afgelopen twintig jaar werd bijna de volledige hobbysector met een daling van het aantal verkooppunten en een grondige herlokalisatie geconfronteerd (tabel 5). Bij een belangrijk deel van deze handelaard verdwijnt meer dan de helft van het oorspronkelijke bestand. Deze categorie van handelszaken, die tot 1997 relatief gespaard was gebleven, werd sindsdien geconfronteerd met de komst van enkele belangrijke spelers (Media Markt, Decathlon, Fnac ...) die een breder en dieper productassortiment aanboden tegen prijzen die te laag waren voor de onafhankelijke handelszaken.

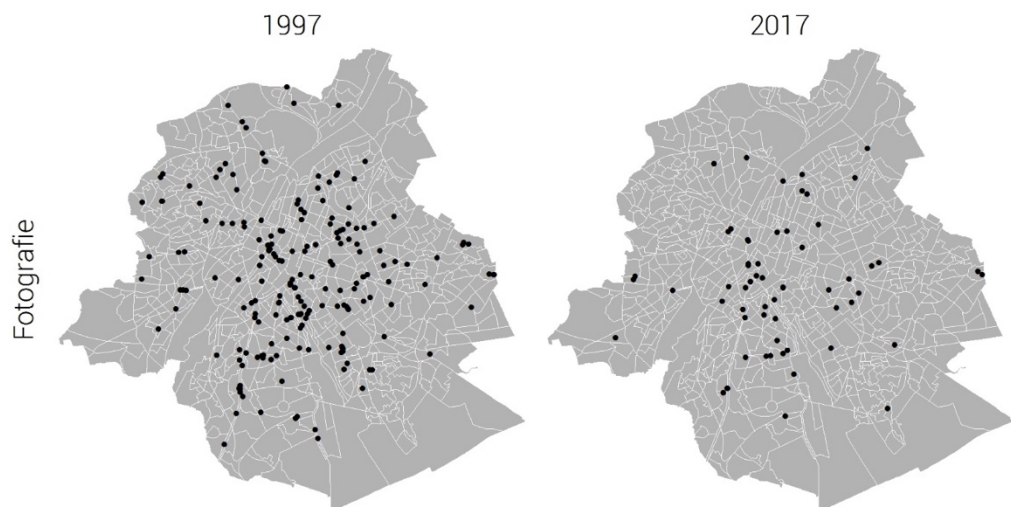
Een ander obstakel was de opkomst van de onlinehandel, die enerzijds toegang bood tot virtuele inhoud en anderzijds het bestellen van artikelen mogelijk maakte. Het online kunnen plaatsen van bestellingen heeft een sterke impact gehad op deze categorie, aangezien hobbyartikelen (boeken, videospelletjes, speelgoed of films op dragers) niet bederfelijk zijn en, in tegenstelling tot kleding, niet noodzakelijk gepast moeten worden.

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Hoover Index
	Aantal	%	
Kampeer- en scoutsartikelen	+ 1	+ 14,3	0,857
Muziekinstrumenten	- 8	- 17,4	0,616
Speelgoed	- 16	- 18,6	0,572
Verzamelobjecten	- 7	- 20,0	0,771
Gezelschapsdieren en verwante producten	- 31	- 41,9	0,803
Boekhandel - Papierhandel - Kaartenwinkel	- 191	- 49,5	0,481
Sportartikelen	- 50	- 56,2	0,787
Platenwinkels	- 45	- 59,2	0,621
Fotografie	- 146	- 70,9	0,739
Jacht- en hengelartikelen	- 22	- 84,6	0,808
Niet-gespecificeerde aard	- 3	-	-
<b>Total</b>	<b>- 518</b>	<b>- 49,4</b>	<b>-</b>

Tabel 5: Evolutie van de handelszaken gespecialiseerd in hobbyartikelen

Bronnen: SitEx, OliGo.

Terwijl de handelsaard van de boekenwinkels de sterkste daling van het aantal verkooppunten kent, laten de fotografiewinkels de grootste relatieve daling zien, met een verdwijning van meer dan 70% van de verkooppunten tussen beide periodes. Naast de bovenvermelde oorzaken hebben de democratisering van de smartphone (steeds uitgerust met een lens) en de opkomst van sociale netwerken en clouds (het online delen en opslaan van afbeeldingen) de noodzaak van het hebben van een speciaal foto toestel en het belang om foto's af te drukken, doen verdwijnen. Die redenen spelen dus een rol bij de achteruitgang van de fotografiewinkels. Die daling is goed waarneembaar op het Brusselse grondgebied: de fotografiewinkels, die voorheen in heel Brussel aanwezig waren, zijn uit veel wijken verdwenen en beperken zich nu tot enkele verkooppunten verspreid over het Gewest (figuur 8).





Figuur 8: Lokalisatie van de fotografie- en platenwinkels in 1997 en 2017

Daarnaast zijn er nog twee andere processen zichtbaar. Een eerste proces is de daling van het aantal platenwinkels en hun teruggang in de vijfhoek (figuur 8). Hoewel dit soort winkels vandaag een comeback maakt dankzij de hernieuwde belangstelling voor langspeelplaten, ligt het aantal openingen te laag om de terugval in deze sector te compenseren. Een tweede proces is de aanzienlijke daling van de winkels in jacht- en hengelaarartikelen, die ongetwijfeld te wijten is aan de concurrentie van de algemene sportketens.

## WONINGUITRUSTING

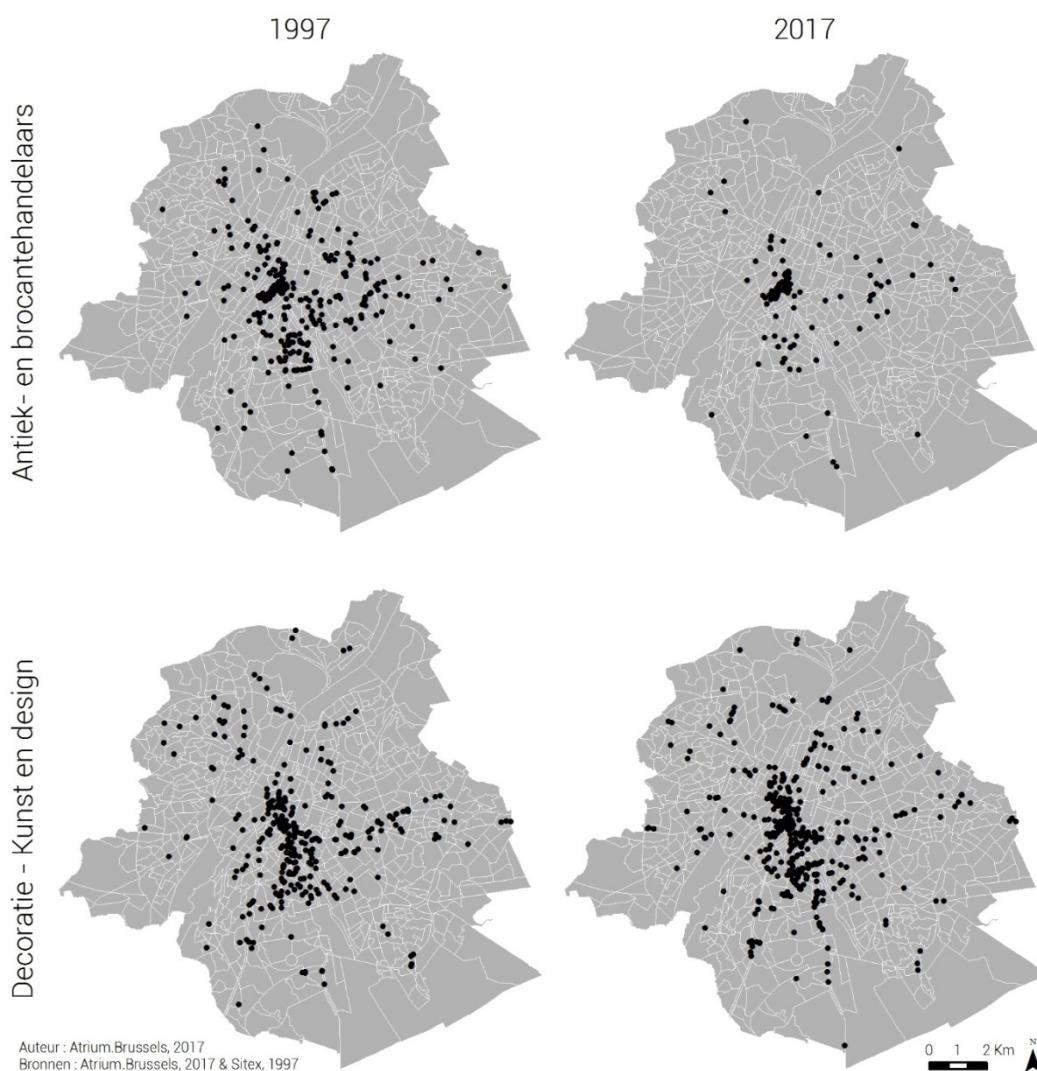
De handelszaken die tot deze categorie behoren, zijn een belangrijk deel van hun bestand kwijt (tabel 6). Dit fenomeen kan door twee oorzaken worden verklaard. Ten eerste werden de zaken de voorbije twintig jaar, net zoals bij de vorige categorie, geconfronteerd met de opkomst van de non-foodketens, en vooral dan met de sterkere aanwezigheid van belangrijke spelers zoals Ikea, zowel op het gewestelijk grondgebied als in de randgebieden. Deze verkooppunten bieden meestal een assortiment aan dat verschillende handelsaarden uit de categorieën dekt. Ze zijn dus belangrijke concurrenten voor de actoren die van oudsher aanwezig waren op het grondgebied. Ten tweede voldoen de gebouwen niet aan de vestigingscriteria van de handelszaken in deze categorie. Dat komt doordat winkels voor woninginrichting meestal grote verkoopruimten en, indien mogelijk, ruime parkeerterreinen nodig hebben. Door de stedelijke dichtheid van Brussel hebben dit soort nieuwe handelszaken het moeilijk om zich te vestigen. De doe-het-zelfsector past zich net als de voedingsketens aan de stedenbouwkundige beperkingen aan en breidt zich verder uit door te kiezen voor kleinere vestigingen. Dat verklaart waarom ze de afgelopen twintig jaar overeind zijn gebleven..

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Hoover Index
	Aantal	%	
Decoratie - Kunst en design	+ 157	+ 41,0 %	0,431
Doe-het-zelfwinkels	+ 7	+ 4,6 %	0,638
Bouwmaterialen	+ 11	+ 2,5 %	0,499
Informatica	- 4	- 2,9 %	0,603
Elektro - tv & hifi	- 33	- 8,5 %	0,462
Stoffering	- 58	- 18,6 %	0,469
Souvenirs - Geschenken	- 28	- 23,0 %	0,544

Verlichting - Verwarming	- 54	- 45,8 %	0,707
Bloemisterij	- 172	- 49,7 %	0,467
Tafelgerei	- 29	- 59,2 %	0,285
Algemene verkooppunten van het type "bazaar"	- 87	- 60,0 %	0,528
Antiek- en brocantehandelaars	- 253	- 63,6 %	0,431
Beddengoed - Tapijt	- 111	- 75,5 %	0,741
Drogisterij	- 80	- 81,6 %	0,847
<b>Totaal</b>	<b>- 734</b>	<b>- 22,7 %</b>	<b>-</b>

Tabel 6: Evolutie van de handelszaken gespecialiseerd in woninguitrusting  
Bronnen: SitEx, OliGo.

Naast deze algemene trend vertonen bepaalde zaken binnen deze handelsaard een specifieke evolutie. Bij de antiek- en brocantehandelaars wordt namelijk een aanzienlijke daling opgetekend. Dit fenomeen is vooral te wijten aan de concurrentie van de ketens die nieuwe producten aan competitieve prijzen aanbieden, maar ook aan de opkomst van de rechtstreekse online verkoop tussen particulieren. Figuur 9 toont een duidelijke daling aan van deze handelsaard in de Marollen en de Zavel, die er in 1997 hun specialiteit van hadden gemaakt.



Figuur 9: Lokalisatie van de antiek- en brocantehandelaars en de decoratiewinkels - kunst-design in 1997 en 2017

De achteruitgang die waargenomen wordt, loopt gelijk met de doorbraak in de handelsaard "Decoratie - Kunst en design", die als een moderne versie van de antiek- en brocantewinkels kunnen worden gezien. We moeten deze vaststelling echter relativeren, want omwille van de verwerking van de gegevens omvat deze handelsaard de kunstgalerijen en winkels die kleine decoratieartikelen verkopen. De kunstgalerijen kunnen worden beschouwd als de opvolgers van de antiek- en brocantewinkels, maar dat geldt niet voor de decoratiewinkels, die hun groei eerder aan de recente veranderingen in de consumptiepatronen te danken hebben. Een aanzienlijk deel van het cliënteel keert zich tegenwoordig immers af van de grote ketens om eerder op zoek te gaan naar niet-gestandaardiseerde of zelfs ambachtelijke decoratieartikelen. Dit fenomeen is vergelijkbaar met de toename van het aantal "diy"-handelszaken die in de categorie van de hobby's wordt opgetekend. Bovendien beschikt een deel van dit soort winkels ook over een assortiment producten uit een andere handelsaard van dezelfde categorie (zoals tafelgerei of souvenirs en geschenken) om hun aanbod te diversifiëren. Het is dus mogelijk dat er een overdrachtelijk effect ontstaat tussen deze aard en de rest van de categorie.

Ondanks het feit dat beide soorten handelszaken samengevoegd zijn, vertoont de handelsaard "Decoratie - Kunst en design" een lage waarde op de Hoover-index. Dat is het gevolg van de "bestemming" van dergelijke handelszaken en het zorgt ervoor dat ze zich in reeds bestaande en aantrekkelijke polariteiten ontwikkelen (figuur 9).

Ook een andere handelsaard kent een belangrijke evolutie: die van de bloemisterijen. Die zijn het slachtoffer van de maatschappelijke veranderingen: vergeleken met vroeger, toen ze nog voor elke feestelijkheid werden gekocht, zijn bloemen tegenwoordig geen vaak verkocht product meer. Bovendien hebben ze te lijden onder de concurrentie van de grootdistributie, die van dezelfde gelegenheden gebruik maakt om op die momenten bloemen aan te bieden. Een andere oorzaak van het dalende aantal bloemisterijen is het feit dat de kerkhoven minder vaak worden bezocht. In de omgeving van begraafplaatsen waren vroeger vaak een tiental bloemisterijen gevestigd, terwijl er vandaag hoogstens een of twee handelszaken van dat type te vinden zijn.

## VERVOER

De tendensen die in de categorie "Vervoer" worden vastgesteld, weerspiegelen ook de maatschappelijke veranderingen en de beperkingen inzake ruimtelijke ordening waarmee de meeste dichtbevolkte stedelijke ruimten geconfronteerd worden (tabel 7).

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Indice de Hoover
	Aantal	%	
Autorijschool - Autoverhuur	+ 52	+ 130,0	0,859
Fietsen - Motorfietsen	+ 15	+ 31,9	0,753
Carwash	+ 12	+ 18,8	0,581
Verkoop en onderhoud van wagens	- 100	- 14,1	0,496
Tankstation	- 112	- 42,4	0,427
Niet-gespecificeerde aard	- 23	-	-
<b>Totaal</b>	<b>- 156</b>	<b>- 13,6</b>	<b>-</b>

Tabel 7: Evolutie van de handelszaken in transport  
Bronnen: SitEx, OliGo.

De concessiehouders en tankstations vertonen een terugval als gevolg van allerlei factoren, zoals de hogere energie-efficiëntie en betrouwbaarheid van de auto's of de mogelijkheid om een bedrijfswagen te verwerven. De belangrijkste reden hiervoor zijn ongetwijfeld de moeilijkheden die ze tegenwoordig ondervinden wanneer ze een nieuw verkooppunt willen openen op het gewestelijk grondgebied. Die problemen zijn het

gevolg van de aanzienlijke handelsoppervlaktes die nodig zijn voor de vestiging van de zaak en de milieu-eisen die aan dergelijke vervuilende activiteiten gesteld worden.

Ondanks een daling van het aantal transportzaken, stellen we een opmerkelijke groei vast bij de diensten bestemd voor die sector: de autorijscholen en de diensten voor verhuur. Die ontwikkeling kan het uitgangspunt betekenen van een wijziging in onze relatie met auto's. We stappen over van het bezitten naar het gebruiken van een auto (de toename van het autodelen ondersteunt die hypothese). Mensen die daarom niet van plan zijn om een auto te kopen, ondernemen zo de nodige stappen om hun rijbewijs te halen. 72 van de 92 verkooppunten van de handelsaard waartoe beide diensten behoren, zijn autorijscholen op het gewestelijk grondgebied. Dat wijst erop dat deze dienst, die tegenwoordig in de meeste handelswijken wordt aangeboden (figuur 10), in ontwikkeling is. Bovendien verklaart het de zeer hoge waarde op de Hoover-index.



Figuur 10: Lokalisatie van de autorijscholen - Verhuur van auto's en fiets- en motorfietswinkels in 1997 en 2017

Een andere handelsaard kent al twintig jaar een groei: de verkoop van fietsen en/of motorfietsen. Hiermee wordt zonder enige twijfel beantwoord aan de vraag aangezien een groeiend aantal fietsen de Brusselse straten doorkruisen (Lebrun et al. Katernen van het Kenniscentrum van de mobiliteit in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, nr. 2, 2013, Figuur 40). De waarde van de Hoover-index voor deze handelsaard is eveneens erg hoog, maar het is niet mogelijk om een specifiek locatieprofiel vast te stellen, behalve dat er een sterkere concentratie is in de vijfhoek.

## RESTAURANTS

Dit is een bijzondere categorie, omdat er slechts bij één handelsaard een daling wordt vastgesteld: de cafés (tabel 8). In de afgelopen twintig jaar verloor deze handelsaard bijna 800 representants over het volledige gewestelijke grondgebied. Hoewel er in elke wijk nog cafés bestaan, is de grootte van het terrein die dit soort handelszaken innemen, sterk gedaald, met name binnen de tweede ring (figuur 11).

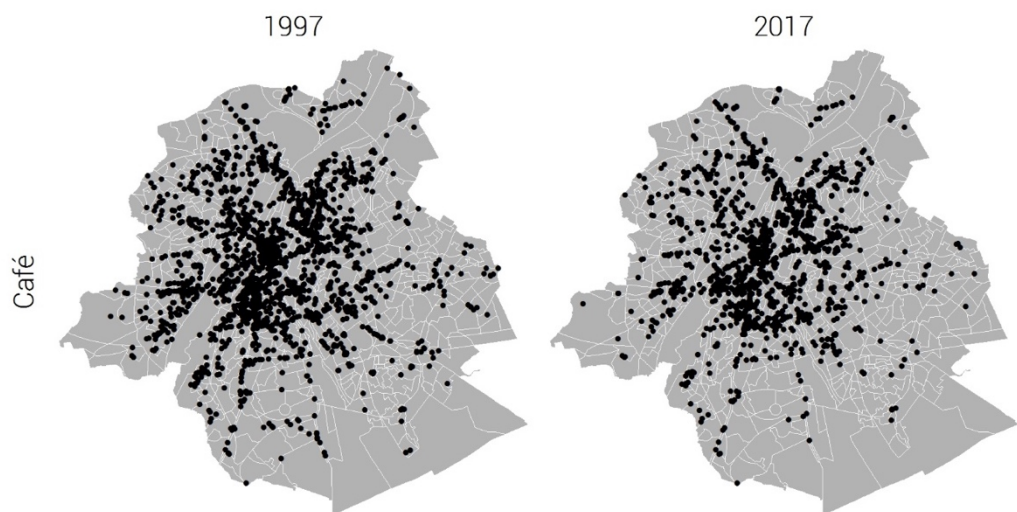
Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Hoover Index
	Aantal	%	
Tearoom - Pannenkoekenhuis	+ 98	+ 89,9	0,688
Afhaalrestaurants (snackbars, broodjeszaken ...)	+ 329	+ 35,6	0,301
Restaurant	+ 237	+ 12,9	0,213
Café - Slijterij	- 780	- 33,2	0,225
<b>Totaal</b>	<b>- 116</b>	<b>- 2,2</b>	<b>-</b>

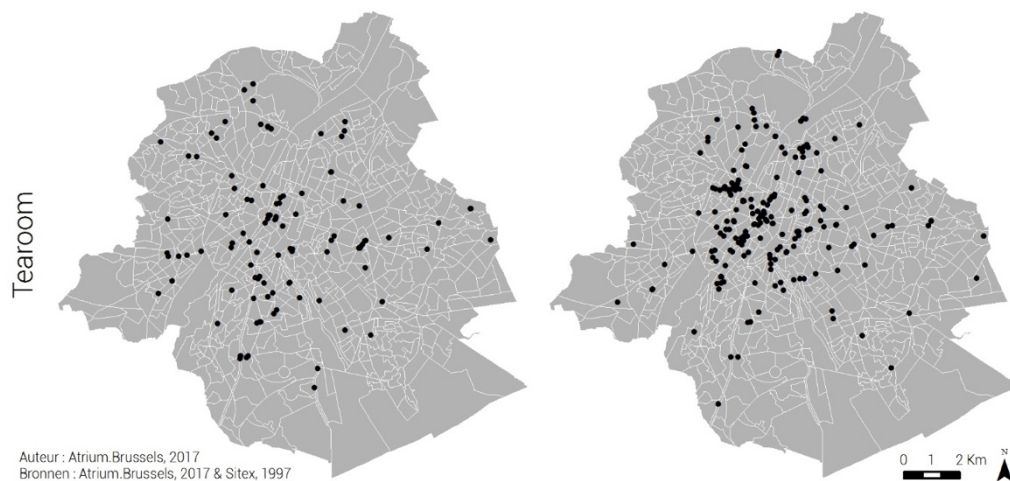
Tabel 8: Evolutie van de restaurants  
Bronnen: SitEx, OliGo

Die beweging wijst nogmaals op de evolutie van het aanbod als gevolg van de maatschappelijke veranderingen. Hoewel het een ontmoetings- en uitwisselingsplaats is, verliest het concept "bar" terrein - een fenomeen dat eerder al vastgesteld en toegelicht werd in het Overzicht van de handel - en wordt het vervangen door andere concepten. Zo zien we een forse toename van afhaalrestaurants (sterkste stijging wat het bestand betreft) en van restaurants gericht op zoete producten (tearooms, pannenkoekenhuizen ...).

Die twee stijgingen kunnen nieuwe consumptiepatronen aan het licht brengen, waarbij de klant minder geld wil besteden, sneller klaar wil zijn, maar ook van lekkernijen wil genieten. Dat sluit aan bij de vaststellingen betreffende de voedingszaken waar het aanbod delicatessen uitbreidt. De toename van het aantal tearooms op het grondgebied wordt overigens vooral vastgesteld in de vijfhoek en de wijken dichtbij de eerste ring (figuur 11).

Naast het feit dat deze handelsaard complementair is aan activiteiten zoals winkelen en toerisme, kan dit fenomeen ook verklaard worden door het hoge percentage immigranten in bepaalde wijken. Daar spelen niet de cafés maar de theesalons de rol van ontmoetingsplaats.





Figuur 11: Lokalisatie van de cafés en de tearooms in 1997 en 2017

## DIENSTEN

Het is niet eenvoudig om een algemene trend te schetsen voor de diensten, omdat ze heel uiteenlopende handelsaarden groeperen en al even diverse evoluties vertonen. Het is echter de enige categorie waar tussen 1997 en 2017 een nieuwe handelsaard verschijnt via de opkomst van de dienstenchequebureaus (tabel 9).

Deze handelszaken vloeien voort uit het overheidsinitiatief om dienstencheques te creëren, een verloningssysteem dat als doel heeft allerlei banen in het onderhoud van woningen en kleding uit het zwarte circuit te halen. Deze zaken zijn ontstaan in de jaren 2010 en hebben zich over het hele gewestelijke grondgebied verspreid. Hoewel het proces van het uitbesteden van huishoudelijke taken vóór 1997 al bestond, heeft het sterk bijgedragen aan de ontwikkeling van de dienstenchequebureaus.

Commerciële aard	Evolutie van het bestand tussen 1997 en 2017		Hoover Index
	Aantal	%	
Dienstenchequebureau	+ 186	-	-
Vastgoedkantoor	+ 179	+ 271,2	0,714
Schoonheidsinstituut - zonnebankcentrum	+ 222	+ 81,9	0,550
Uitzendkantoor	+ 22	+ 46,8	0,624
Cybercafé - Telefooncentrum	+ 15	+ 9,4	0,560
Wasserij	+ 2	+ 0,7	0,362
Kopieercentrum	+ 1	+ 0,7	0,474
Kapsalon voor dieren	0	0,0	0,675
Kapsalon	- 91	- 6,9	0,282
Ziekenfonds - Verzekeringkantoor	- 21	- 7,6	0,469
Schoenmaker - Slotenmaker	- 25	- 9,0	0,432
Wedkantoor	- 15	- 12,8	0,552
Begravenisondernemer	- 25	- 24,8	0,396
Bank	- 219	- 34,9	0,344
Reisbureau	- 102	- 35,2	0,496
Peepshow - Bordeel	- 46	- 39,3	0,372



Wasserij	- 148	- 60,9	0,592
Discotheek	- 52	- 64,2	0,583
Videotheek - Lunapark	- 127	- 76,0	0,832
<b>Totaal</b>	<b>- 244</b>	<b>- 5,2</b>	<b>-</b>

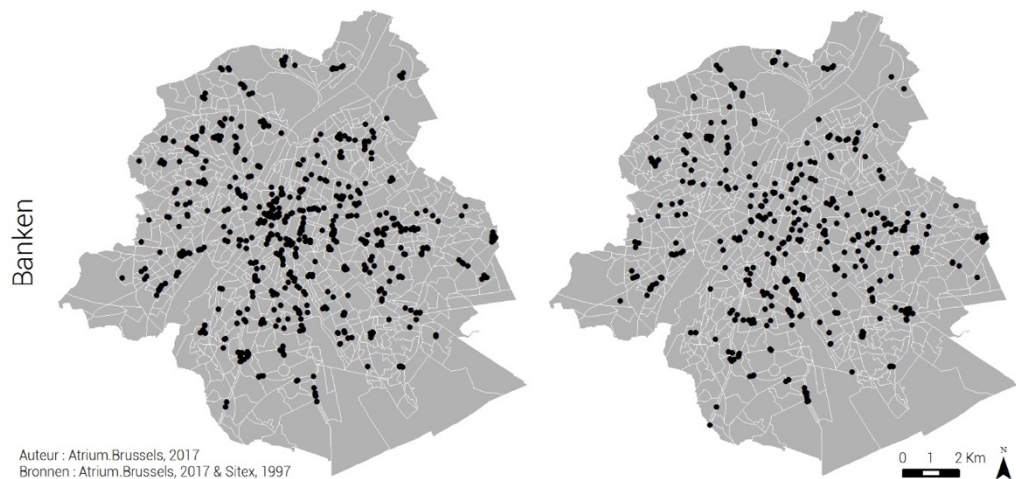
Tabel 9: Evolutie van de diensten  
Bronnen: SitEx, OliGo.

Parallel met het ontstaan van deze bureaus stellen we een aanzienlijke daling van het aantal wasserijen. Die afname wordt niet enkel veroorzaakt door de dienstenchequebureaus (waarvan sommige het wassen en strijken in het handelspand aanbieden), maar ook door de veranderingen in de vestimentaire gewoontes (veralgemening van "casual" kleding en van materialen die geen droogkuis vereisen), door de veralgemening van de wasmachines in de gezinnen en de aanscherping van de milieu-eisen waaraan nieuwe wasserijen moeten voldoen.

Een andere belangrijke tendens is de toename van het aantal vastgoedkantoren, dat relatief genomen de sterkste positieve ontwikkeling van de categorie vertoont. Een eerste element dat dit fenomeen kan verklaren, is het feit dat de Brusselse vastgoedmarkt in goede conditie verkeert. Dat is te danken aan de sterke vraag, die zelf het gevolg is van de bevolkingsgroei en de terugkeer naar de stad, de extreem lage rentevoet en investeringen van projectontwikkelaars. Die gezonde toestand zorgt ervoor dat het aanbod van diensten bestemd voor grond- en vastgoedtransacties uitbreidt.

Dat meer particulieren een beroep doen op de kantoren, kan te maken hebben met het feit dat de administratieve taken en de rondleidingen zoveel tijd in beslag nemen, zowel bij verkoop als verhuur. De groei van het aantal vastgoedkantoren valt af te leiden uit de hoge waarde op de Hoover-index, maar vooral uit het feit dat deze handelszaken over volledige grondgebied van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest aanwezig zijn (figuur 12). We zien echter een sterkere concentratie in het zuiden en oosten van de vijfhoek, namelijk in de Europese wijk, wat het gevolg kan zijn van de sterke aanwezigheid van expats.





Figuur 12: Lokalisatie van de vastgoedkantoren en de banken in 1997 en 2017

Wat de ontwikkeling betreft, zagen de schoonheidsinstituten hun bestand het sterkst groeien. Die toename loopt gelijk met de stijging van het aantal cosmeticawinkels, waarvan het aanbod zich aan het opkomende wellness-segment aanpast en meer toegankelijke producten en diensten bevat.

Tot slot noteren de uitzendkantoren een forse groei (bijna 50% meer in twintig jaar). De meest logische verklaring hiervoor is het feit dat ze beantwoordt aan de evolutie van de arbeidsmarkt en van de flexibiliteit van die markt.

Van de handelaarden die achteruit gaan, krimpt het aantal banken het sterkst in. Dat heeft vooral te maken met de strategie voor de herpositionering van de kantoren die door de meeste banknetwerken wordt toegepast als gevolg van de fusies en de uitbreiding van de onlinediensten (waardoor er minder verplaatsingen naar het kantoor nodig zijn). We merken op dat de verzekeraars (hier opgenomen in de aard "Ziekfondsen - Verzekeringen") dezelfde methoden toepassen, zij het in geringere mate.

Net zoals het geval was voor de hobbywinkels, voelen de diensten bestemd voor reizen en voor videoverhuur de impact van de opkomst van het internet in de huishoudens. Bij die eerste diensten is dit zowel te wijten aan de ontwikkeling van het onlineaanbod van de reisbureaus als aan het feit dat mensen zelf hun reizen organiseren. Bij de tweede diensten heeft de toegang tot digitale content de videotheken overbodig gemaakt.

Tot slot heeft de ontwikkeling van onlinediensten een lichte impact op de wedkantoren, want door de speciale websites en smartphone-apps lieten de alternatieven voor dergelijke kantoren recent een sterke groei zien.

## BESLUIT

Deze eerste analyses toonden de talrijke evoluties aan die de handelssector in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest heeft doorgemaakt, zowel vanuit kwantitatief oogpunt als wat de samenstelling van het gewestelijke handelsaanbod betreft.

De analyse van vier handelsinventarissen die zich over een tijdsspanne van bijna zeventig jaar uitstrekken, heeft aangetoond dat de handel een sterke daling van het aantal verkooppunten heeft doorgemaakt, van 42.000 in 1950 naar bijna 21.000 in 2017. Dat verlies van de helft van het aantal verkooppunten gebeurde niet op constante wijze tijdens de onderzochte periode. Waar aanvankelijk een dalingspercentage van meer dan 1% werd genoteerd, bedraagt dat percentage vandaag minder dan 0,5% per jaar en nadert het een fase van stabilisatie.

Het aantal handelszaken neemt echter niet gelijkmatig af op het grondgebied. In de loop der jaren is het aanbod sterk verminderd in de vijfhoek en de eerste kroon en concentreert het zich op de verkeersassen met de meeste handelszaken. Hoewel op de rest van het grondgebied op verschillende plaatsen een groeiend aanbod wordt vastgesteld, resulteert dergelijke groei vooral uit de opkomst van talrijke geplande handelsruimten (vooral winkelcentra) en uit de ontwikkeling op enkele belangrijke verkeersassen.

Die soms recente ontwikkelingen kunnen een zekere dynamiek van de sector van de kleinhandel weerspiegelen (of, in elk geval, van een deel van die sector). Bepaalde elementen bevestigen deze waarneming, aangezien de handelsactiviteit in België tot midden jaren 2000 een groei heeft gekend op het gebied van de werkgelegenheid (met echter een wijziging in de verspreiding ervan ten voordele van de werknemers), van de verkoopoppervlakte (voornamelijk het gevolg van de ontwikkeling van de grootdistributie) en van de omzet.

De gegevens hebben het eveneens mogelijk gemaakt om de ontwikkeling van de gewestelijke handelsstructuur te onderzoeken. Hoewel de structuur grondig gewijzigd is van 1950 tot 1997 (daling van het relatieve aandeel van het aanbod op het vlak van persoonsuitrusting en producten voor dagelijks gebruik, tegelijk met de toename van het aantal restaurants en diensten), is ze sinds twintig jaar echter gestabiliseerd. Die relative stabiliteit verhult echter allerlei specifieke ontwikkelingen, die eenmalig geanalyseerd werden vanuit het oogpunt van de gedetailleerde handelsaarden.

Op die manier konden we de toename van het aantal algemene voedingswinkels (o.a. kruidenierszaken, biowinkels en nachtwinkels), de afname van het aantal hobbywinkels, de explosieve opkomst van de handelszaken en diensten met betrekking tot schoonheid en wellness, de opkomst van de dienstenchequebureaus en de terugval van de antiekzaken vaststellen.

De meeste waargenomen tendenzen weerspiegelen vooral de veranderingen die in de maatschappij plaatsvinden (de toegang van de gezinnen tot het Internet, de ontwikkeling van de grootdistributie ...) en die de consumptiepatronen beïnvloeden. Omdat het aankoopgedrag verandert, past de handelsactiviteit zich aan om zo goed mogelijk te beantwoorden aan onze verwachtingen. Dat bewijst dat de handel een geïnduceerde activiteit blijft, zowel wat de handelsaard als wat de lokalisatie betreft, en dat als gevolg van de aanwezigheid en het gedrag van de personen die aanwezig zijn op het grondgebied.