

Ik zit nu bijna twintig jaar in het vak. Twintig jaar onderzoek in winkelcentra. En in die periode is er veel veranderd, maar ook veel hetzelfde gebeven. Over die veranderingen en constanten wil ik het graag hebben in dit artikel.

Twintig jaar geleden stapte ik binnen als stagiair bij de toenmalige Stichting Strabo. Ik mocht een aantal rapportages doen van passantentellingen en passanten-enquêtes. Voor de invoer van de tellingen hadden wij iemand ingehuurd. Die voerde de gegevens in op een Atari (met maar liefst 1 MB harde schijf). Het opslaan van de gegevens bood hem ruimschoots de tijd om een kopje koffie te zetten, de hond uit te laten en daarna een boodschapje te doen.

De verwerking van de enquêtes gebeurde op SARA, het reken-centrum van de UvA. Daar stond een prachtige computer met de capaciteit van een laptop van nu, met daaraan verbonden tientallen terminals. Nadat de enquêtes gecodeerd waren (ieder antwoord een numerieke code) werden de data ingevoerd als een string van getallen. Soms 70 of 80 achter elkaar. Kwam je er aan het eind achter dat je er maar 79 of juist 81 ingevoerd had, dan begon de zoektocht naar de fout. Een 0 teveel, een 9 te weinig? Specialistenwerk was het, niet voor iedere slordige sterveling weggelegd.

Dan moest het programma geschreven worden voor verwerking in SPSS. Alles moest braaf ingetypt worden. Iedere vergeten

punt, verkeerd geplaatste komma of overbodige spatie werd genadeloos afgestraft. Nadat je je programma gerund had (via de terminal naar de computer gestuurd had) kwam je eerst in een wachtrij terecht. De computer kon natuurlijk niet alles tegelijk. De opdrachten werden een voor een uitgevoerd. Als jij dan eindelijk aan de beurt was, kreeg je je output te zien. *Fatal error in line 23*. Dan begon het puzzelen weer. Wat was er mis en dan weer opnieuw runnen. Ik kan u zeggen, de dag vloog om. Met veel vieze koffie drinken, pakken papier doorspitten en je kapot ergeren aan dat ene stomme foutje. Maar soms zat het mee en kon ik met een dik pak papier op mijn fietsje naar Strabo terug. Dan moesten alle geprinte rechte en kruistabellen keurig overgetypt worden op de Atari. De output meenemen in een handzaam digitaal formaat behoorde toen nog niet tot de mogelijkheden. Iedere extra tabel betekende weer een nieuw fietstochtje richting rekencentrum, dus dat werd tot een minimum beperkt. Het format van de rapportages was daardoor bijzonder strak.

Al met al was het een tijdrovende bezigheid om een rapportje te produceren. En was je dan eindelijk klaar, dan had je nog het gevecht met de matrixprinter. Ik heb wat afgebeden die tijd. Als-

je blijft, blijf niet hangen, begin keurig bovenaan! En dan had ik het nog een stuk beter dan mijn voorgangers die op een IBM de rapporten moesten uittypen. Al met al waren er bij de productie van één bescheiden passantenonderzoek (N = 400) wel zes of zeven mensen betrokken. En het proces van het verwerken van de gegevens tot het opsturen van een rapportje nam al gauw een week of twee in beslag. Tja, en dat alles zonder internet. Bevolkingcijfers kwamen uit de reeks statistieken waarop wij geabonneerd waren en waar onze kasten mee vol stonden. Of ze werden telefonisch aangevraagd bij de betreffende gemeente. Die de gegevens vervolgens per post opstuurde (kon soms wel even duren).

De computer kon natuurlijk niet alles tegelijk. De opdrachten werden een voor een uitgevoerd.

Als je dan terugkijkt zie je dat internet en automatisering een geweldige productiviteitsslag teweeg gebracht heeft. Dat de analysemogelijkheden nu vrijwel onbegrensd zijn. Nog een crossing erbij? Zo gebeurd. Dat de bronnen zoveel toegankelijker geworden zijn. We beschikten over een indrukwekkende set aan stadsplattegronden. In iedere gemeente waar we poolshoogte

veranderen en hetzelfde blijven

kwamen nemen, werd eerst de gang gemaakt naar de lokale boekhandel. Met Google maps is zoiets overbodig. Al heb ik in mijn auto altijd nog een stratenboek liggen, voor on the road. En kan ik vaak de neiging niet onderdrukken om als ik ergens ben toch even de lokale Libris of Plantage in te lopen en daar een verse stadsplattegrond (inclusief omliggende kernen) aan te schaffen.

En met Streetview kun je er zelfs virtueel rondwandelen. Maar vanwege het feit dat de meeste winkelgebieden autovrij zijn, is dat maar zeer beperkt mogelijk.

Uit Statline haal je nu alles wat je wil. Maar het wordt je ook tailormade aangeboden door partijen als Experian, die CBS data combineren met hun eigen data. Wat me brengt op de stroom van nieuwe data die op ons afkomen. Met name alle gegevens die aan de zescijferige postcode kunnen worden gehangen. De introductie van de postcode was bedoeld om het de postbodes makkelijker te maken. Uiteindelijk is het een perfect segmentatiemiddel geworden. De kennis die we nu hebben over lifestyle, mediagebruik, huishoudenvorm en inkomen op het niveau van de postcode is ongekend. Als je daarnaast ook nog over het huisnummer beschikt, kan die info nog veel verder verfijnd worden. Kortom, waar je in het verleden alle moeite moest doen om de spaarzame informatie op te kloppen tot een substantieel verhaal, is nu het probleem om de informatiestroom te behappen en niet te verzanden in een teveel aan informatie. Keuzes maken dus.

Je kunt niet zonder een bezoekje.
Om de gladheid van de tegels te testen.
Om het chagrijn van het personeel bij de bakker te ervaren.

Maar ondanks alle veranderingen is er een aantal constanten gebleven. De belangrijkste is, dat je er toch geweest moet zijn om er over te kunnen oordelen. Hoe verleidelijk het ook is om vanachter je bureau een beeld te vormen van een winkelcentrum, de branchering en het publiek wat er loopt: Je kunt niet zonder een bezoekje. Om de gladheid van de tegels te testen. Om het chagrijn van het personeel bij de bakker te ervaren. Om de tocht op het te grote plein te voelen. Maar ook de intimiteit van een leuk straatje. De geur van het centrum. De etalages van de winkels. Het gemak waarmee je de parkeergarage inrijdt of juist de ellendige bocht bij het uitrijden. En ook de vindbaarheid van het centrum. De beste test is om zonder navigatiesystemen je onderzoeksobject aan te rijden. Dan weet je meteen hoe het met de signing ervoor staat.

Een tweede constante is dat je onderzoek in je winkelcentrum zelf moet blijven uitvoeren. Zolang er in Nederland niet met om-

zethuren gewerkt wordt, is dat de enige manier om iets te weten te komen over wat er in het winkelcentrum besteed wordt. En als je wil weten wie er komen (en dus ook niet komen) en wat ze er gedaan hebben, moet je je eigen publiek ondervragen. Eventueel naast een internetpanel dat je kan inzetten om te weten wat men van de kerstversiering, de braderie of die nieuwe winkel vindt. Een derde constante is dat het altijd moeilijk blijft om een representatief onderzoek uit te voeren. Weigeren aan de deelname van het onderzoek is van alle tijd. Het wordt alleen steeds erger. Met name telefonisch onderzoek heeft heftig te lijden van alle telemarketing die op ons los gelaten wordt. Of de semi-onderzoeken die alleen maar bedoeld zijn om je van Internetprovider te laten switchen.

Maar ook op locatie is het niet eenvoudig om je als enquêteur een plekje te veroveren in het kordon van Goede Doelen-wervers, krantenabonnementverkopers en Scientology-boekenverkopers waar de consument zich doorheen moet zien te worstelen. Het blijft een uitdaging om een betrouwbaar en representatief product te maken, waar je als kritisch onderzoeker honderd procent achter kan staan. Gelukkig slagen we daar nog steeds in. Alleen als je weet wat er allemaal mis kan gaan, kan je daar op in spelen.

En de toekomst? Nog meer, nog sneller, nog mooier verpakt. Hoe? Dat zal de tijd leren. We zullen in ieder geval nog meer data ter beschikking krijgen. Nog meer keuzes dus. En zoals Goethe al zei: In de beperking toont zich de meester.