

Beschrijving Benchmark Verkenner Nederland

Locatus®

Inhoud en toepassing van de benchmark verkenner van Locatus.



DATABANKEN OVER HET VERANDERENDE WINKELLANDSCHAP

Inhoud

1	Inleiding	1
2	Enkele basisbegrippen.....	2
	2.1. Fysiek (winkel)unit	2
	2.2. Economische activiteit	2
	2.3. Ketenorganisatie.....	2
	2.4. Winkelgebied	3
	2.4.1. Winkelgebiedtyperingen Locatus.....	3
3	Betekenis verschillende variabelen.....	6
4	Bijlage.....	8
	4.1. Leegstand: wat verstaan we daar nu onder?	8



Bel of mail ons met uw vragen:

info@locatus.com
helpdesk@locatus.com
+31 (0) 85 760 3283
+32 (0) 2 267 2800
www.locatus.com

1 Inleiding

Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Een team van buitendienstmedewerkers is dag-in dag-uit onderweg om onze database up-to-date te houden. **Zij bezoeken elk jaar alle winkelgebieden in de Benelux voor een controle en inventariseren daarnaast jaarlijks de belangrijkste winkelgebieden in de grootste Europese steden.** De winkels die buiten een winkelgebied liggen (verspreide bewinkeling) worden daarentegen één keer per drie jaar bezocht.

Gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database van Locatus.

De belangrijkste bron van de database is veldwerk. De buitendienst controleert de winkels op naam, adres, branche, winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) en ligging. Het wvo van de detailhandel wordt al sinds 2000 ingemeten. In 2017 is ook gestart met horeca en andere dienstverlenende retailers. Ook maakt de buitendienst een foto van elk retailpand binnen een winkelgebied.

De binnendienst voert controles uit op de database om de consistentie van het bestand te waarborgen.

Bovendien zorgt men voor tussentijdse updates van meldingen van openingen & sluitingen uit nieuwsbrieven of op het internet. Dit gebeurt na zorgvuldige controle op juistheid (evt. ook telefonisch).

De basisgegevens die worden verzameld in de database van Locatus zijn:

- Adresgegevens van het verkooppunt
- Winkelverkoopvloeroppervlak* van verkooppunten
- Naam en type winkelgebied
- Winkelformule
- Branchering
- Inwonersaantallen

Naast informatie over individuele winkels/horeca/dienstverleners bevat de database van Locatus informatie over winkelgebieden, winkelpassanten, verzorgingsgebieden en openbare parkeergarages. Ook voorspellende informatie als de Retail Risk Index kan aan Locatus Online toegevoegd worden. Al deze informatie is binnen de winkelgebieden ook te visualiseren op digitale plattegronden (Retail Plans). Echter de Benchmark Verkenner geeft niet alle variabelen weer. Het is namelijk een geaggregeerd databestand zonder adresgegevens van de verkooppunten.

De doelstelling van dit document is het verschaffen van informatie over de inhoud en toepassing van de Benchmark Verkenner. De volgende hoofdstukken gaan in op basisbegrippen en de verschillende variabelen binnen de database.

2 Enkele basisbegrippen

Voordat nader wordt gekeken naar de elementen uit de Benchmark Verkenner is het noodzakelijk om een aantal basisbegrippen onder de loep te nemen. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de begrippen fysieke (winkel)unit, ketenorganisatie en winkelgebied.

2.1. Fysiek (winkel)unit

Alleen activiteiten op een vaste locatie worden in de database van Locatus opgenomen. Bovendien gaat het om een inpandige ruimte die vrij toegankelijk is voor consumenten. Vrij toegankelijk kan in sommige gevallen betekenen dat er entree wordt geheven. Indien er sprake is van een lidmaatschap of een besloten doelgroep is er geen sprake meer van vrije toegang (met uitzondering van bibliotheken & fitness).

Binnen de database wordt onderscheid gemaakt tussen een winkelunit en shop-in-shop. Onder een winkelunit wordt verstaan een pand met een adres, waarin consumentgerichte activiteiten worden uitgevoerd. Een shop-in-shop daarentegen is een fysieke ruimte die duidelijk onderdeel is van een winkelunit met hetzelfde adres, maar wel autonoom is. Deze ruimte is veelal alleen toegankelijk via de moederunit. Als er een activiteit plaatsvindt, heeft deze altijd een eigen afrekenpunt en herkenbaar eigen personeel. In principe kan het winkelverkoopvloeroppervlak separaat worden ingemeten.

2.2. Economische activiteit

Een economische activiteit is een omschrijving van een commerciële bezigheid die wordt uitgeoefend in een winkelunit. Een activiteit wordt in de Locatus databases gekenmerkt door onder andere een uniek nummer, een branche, de gevelnaam, de winkelformule, het winkelverkoopvloeroppervlak en adres. Het unieke nummer is overigens gekoppeld aan de activiteit, maar behoort bij de unit waarin de activiteit is gevestigd. Er worden twee soorten economische activiteiten onderscheiden, namelijk verkooppunt en servicepunt.

Een verkooppunt is de belangrijkste economische activiteit op een uniek adres. Hierbij is sprake van eigen personeel, eigen kassa en winkelverkoopvloeroppervlak. De meer gangbare benaming voor de combinatie van winkelunit en economische activiteit is winkel. Het verkooppunten bestand van Locatus bevat circa 337.000 verkooppunten binnen de BeNeLux en een aantal grote Europese steden.

Aan een servicepunt wordt geen winkelverkoopvloeroppervlak toegekend, omdat het in een deel van een verkooppunt wordt geëxploiteerd. Hierdoor heeft een servicepunt geen eigen kassa of personeel. Servicepunten zijn altijd onderdeel van een verkooppunt, hebben het adres van de moederactiviteit en een eigen (formule) branche die kan afwijken van de branche waarbinnen het verkooppunt valt. Veelal zijn servicepunten merk- of formulegericht. Enkele voorbeelden zijn PostNL, Top 1 Toys, automerken, Delifrance en Regiobank.

2.3. Ketenorganisatie

Iets minder dan een kwart van de retail activiteiten (binnen de BeNeLux) maakt deel uit van een ketenorganisatie. Dit wordt gekenmerkt door de manier waarop de organisatorische en/of marketing uitvoering van een activiteit worden aangepakt. Belangrijk is dat iets alleen als ketenorganisatie wordt getypeerd indien er zeven of meer vestigingspunten opereren onder dezelfde naam. De lokale bakker met vier andere verkooppunten wordt niet als ketenorganisatie opgenomen.

In het geval dat een samenwerking de dominante uitstraling van een winkel bepaalt, is sprake van een samenwerking van het type frontstore. Voorbeelden van ketenorganisaties zijn de Albert Heijn, Randstad en McDonald's.

Autodealers zijn een ander verhaal. Een garage kan namelijk dealer worden van meerdere automerken, waarvan zij de auto's en onderdelen levert. Doordat zij meerdere merken kunnen verkopen, is dit een bijzondere groep. Autodealers worden in de database opgenomen als zelfstandig verkooppunt of formule, waarbij gebruik wordt gemaakt van servicepunten.

2.4. Winkelgebied

Van elk verkooppunt ligt vast van welk winkelgebied het deel uitmaakt en tot welk type dat winkelgebied wordt gerekend. Veel aandacht wordt hierbij geschonken aan het hanteren van uniforme indelingscriteria.

Een winkelgebied wordt pas een winkelgebied genoemd indien er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd. Een uitzondering hierop zijn de supermarktcentra. Alle concentraties worden door Locatus individueel afgebakend. Bij twijfel is de mening van de buitendienst doorslaggevend. Een uitgebreide beschrijving over afbakenen van een winkelgebied, door onze buitendienstmedewerkers, treft u als bijlage 2 aan.

Op hoofdniveau worden drie categorieën winkelgebieden onderscheiden: centrale winkelgebieden, ondersteunende winkelgebieden en overige winkelgebieden. Binnen deze categorieën wordt een nadere onderverdeling gemaakt. Verkooppunten die niet tot een van deze categorieën kunnen worden ingedeeld, vallen in de categorie 'verspreide bewinkeling'. Deze categorie wordt nader gespecificeerd naar bebouwde kom, buiten bebouwde kom en bedrijventerrein.

2.4.1. Winkelgebiedtyperingen Locatus

Centraal winkelgebied

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats/deelgemeente wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden de volgende centrale winkelgebieden onderscheiden:

Binnenstad

meer dan 700 verkooppunten

In feite gaat het hier om de top van de Europese winkelgebieden, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Barcelona, Antwerpen en Londen een onderdeel vormen.

Hoofdwinkelgebied groot

400-700 verkooppunten

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats/deelgemeente. Het aantal verkooppunten ligt tussen de 400 en 700. Voorbeelden zijn Centrum Apeldoorn of Centrum Roeselare.

Hoofdwinkelgebied klein

200-400 verkooppunten

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats/deelgemeente. Het aantal verkooppunten ligt tussen de 200 en 400. Voorbeelden zijn Centrum Schagen of Centrum Waregem.

Kernverzorgend centrum groot

100-200 verkooppunten

Een kernverzorgend centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats/deelgemeente. Het gaat hier om centra met minder dan 200, maar meer dan 100 verkooppunten.

Kernverzorgend centrum klein

10-100 verkooppunten

Een kernverzorgend centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats/deelgemeente. In dit geval gaat het om centra met maximaal 100 verkooppunten.

Kernverzorgend supermarktcentrum

minimaal 3 verkooppunten

Dit is de grootste winkelconcentratie binnen een woonplaats/deelgemeente met minimaal 3 verkooppunten waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² WVO of meer.

Ondersteunende winkelgebieden

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie "ondersteunende winkelgebieden" worden de volgende type winkelgebieden onderscheiden:

Baanconcentratie (België & Luxemburg)

Baanconcentraties zijn winkels langs een N-weg, waarbij er minimaal 5 verkooppunten van meer dan 400 m² binnen een straal van 1 kilometer moeten liggen.

Stadsdeelcentrum (Nederland)

meer dan 100 verkooppunten

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is minimaal 50% van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Emiclaer in Amersfoort of Dukenburg in Nijmegen.

Binnenstedelijke winkelstraat

meer dan 100 verkooppunten

Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 100 verkooppunten, maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Kinkerstraatbuurt in Amsterdam en De Wandstraat in Brussel.

Wijkcentrum groot (Nederland)

50-100 verkooppunten

Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder verkooppunten dan een stadsdeelcentrum.

Kernondersteunend groot (België)

50-100 verkooppunten

Een kernondersteunend winkelgebied bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum.

Wijkcentrum klein (Nederland)

minder dan 50 verkooppunten

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 10 tot 19 verkooppunten en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 20 tot 50 verkooppunten gerekend.

Kernondersteunend middel (België)

minder dan 50 verkooppunten

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een kernondersteunend winkelgebied middel worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 10 tot 19 verkooppunten en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 20 tot 50 verkooppunten gerekend.

Buurtcentrum (Nederland)

Dit is een winkelconcentratie met minimaal 10 verkooppunten en maximaal 19 verkooppunten. Daarnaast is er één of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Kernondersteunend klein (België)

Dit is een winkelconcentratie met minimaal 10 verkooppunten en maximaal 19 verkooppunten. Daarnaast is er één of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Supermarktcentrum

Dit is een winkelconcentratie met 3 tot 10 verkooppunten waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² wvo of meer.

Overig

Onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

Grootschalige concentratie

Concentratie van 5 of meer verkooppunten binnen de detailhandel met een gemiddelde winkelverkoopvloeroppervlakte per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van de winkelverkoopvloeroppervlakte van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin- en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe-het-zelf" of "wonen".

Shopping Center (België)

Een shopping center is een planmatig ontwikkeld regionaal winkelcentrum van meer dan 50 verkooppunten, vaak overdekt of gedeeltelijk overdekt. Voorbeelden zijn Wijnegem Shopping en Woluwe Shopping.

Speciaal winkelgebied

Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda, UMCG en Centrum Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen.

Verspreide bewinkeling

Alle verkooppunten die buiten de hierboven genoemde concentraties vallen.

3 Betekenis verschillende variabelen

De Benchmark Verkenner bevat informatie op een geaggregeerd niveau. Hierdoor is het bestand geschikt voor het maken van vergelijkingen tussen verschillende gebieden.

Informatie over de branchering, type winkelgebied, samenwerking en grootte van de winkels is op een algemeen niveau aanwezig. In het geval van branchering betekent dit dat alleen de groep en hoofdbranche worden geleverd, maar de specifiekere branche niet. De volgende velden zijn zichtbaar opgenomen in het databestand.

UnitID

Omschrijving: Uniek nummer toegekend aan een winkelunit.
Voorbeeld: 192271

Formule

Omschrijving: Naam van de winkelformule waarbij het verkooppunt is aangesloten.
Voorbeeld: Perry Sport
Bron: Locatus
Opmerking: De naam van de formule komt niet altijd overeen met de naam van de moederorganisatie. Indien de ondernemer zelfstandig opereert, wordt dit aangegeven met '(Zelfst/nvt)'.

Woonplaats

Omschrijving: Woonplaats in Nederland
Voorbeeld: Maastricht
Bron: Cendris
Opmerking: Niet alle woonplaatsen kunnen worden gebruikt als officiële woonplaats volgens TNT Post schrijfwijze. Het meest bekende voorbeeld is Scheveningen, waarbij de officiële woonplaats 's-Gravenhage is.

Gemeente

Omschrijving: Naam van de gemeente volgens gegevens van Cendris.
Bron: Cendris
Voorbeeld: Maastricht

Provincie

Omschrijving: Naam van de provincie volgens gegevens van Cendris.
Bron: Cendris
Voorbeeld: Limburg

Groep

Omschrijving: Hoogste niveau van de Locatus branchering.
Voorbeeld: 35- Vrije Tijd
Bron: Locatus
Opmerking: Voor de branche hanteert Locatus een hiërarchisch gestructureerde en op onderzoeksdoeleinden afgestemde branchecodering in drie niveaus. Het hoogste niveau is de groep. De database telt momenteel negen verschillende groepen die in de bijlagen nader worden gespecificeerd.

Hoofdbranche

Omschrijving: Verzamelnaam voor een aantal branches met dezelfde eigenschappen.
 Voorbeeld: 35.100- Sport & Spel
 Bron: Locatus
 Opmerking: Binnen de database worden 27 hoofdbranches onderscheiden.

Inw

Omschrijving: Aantal inwoners van de betreffende woonplaats.
 Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)
 Voorbeeld: 121.370

InwonerKlasse

Omschrijving: Klasse waarbinnen het inwonersaantal van de desbetreffende woonplaats valt.
 Bron: Locatus
 Voorbeeld: 100000<=Inwklasse<175000

WinkelgebiedsHoofdType

Omschrijving: Type winkelgebied op hoofdniveau.
 Voorbeeld: Centraal
 Bron: Locatus
 Opmerking: Afhankelijk van de functie van het winkelgebied wordt onderscheid gemaakt tussen drie hoofdtypen, namelijk 'centraal', 'ondersteunend' of 'overig'. Verkooppunten die niet binnen deze categorieën vallen, worden opgenomen als 'verspreide bewinkeling'.

WinkelgebiedsTypering

Omschrijving: Verschillende typen van winkelgebieden.
 Voorbeeld: Binnenstad
 Bron: Locatus
 Opmerking: Verbijzondering van de winkelgebiedsindeling gebaseerd op het aantal verkooppunten binnen de detailhandel en in sommige gevallen het winkelverkoopvloeroppervlak of branche.

Veldwerkdatum

Omschrijving: De datum van de laatste fysieke controle door buitendienstmedewerker van Locatus
 Bron: Locatus
 Voorbeeld: 21-09-2017

Deskresearchdatum

Omschrijving: De datum van de laatste controle door deskresearch medewerker van Locatus
 Bron: Locatus
 Voorbeeld: 11-11-2019

Let op: informatie over het winkelverkoopvloeroppervlak wordt niet in zichtbare velden geleverd, maar komt naar voren bij het maken van bijvoorbeeld een matrix.

Tot slot kan de Benchmark Verkenner worden aangevuld met een selectie uit de Verkooppunt Verkenner. Voor de variabelen uit de Verkooppunt Verkenner verwijzen wij u naar de beschrijving van deze database (Beschrijving – Verkooppunt Verkenner).

4 Bijlage

4.1. Leegstand: wat verstaan we daar nu onder?

Leegstandscijfers worden veelal gebruikt om een indruk te krijgen van een winkelgebied of om een keuze te maken voor een nieuwe locatie. Het is daarom essentieel dat helder is welke definitie voor leegstand gebruikt wordt.

Definitie leegstand

Een pand wordt als leegstand geregistreerd indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen.

Daarnaast geldt dat binnen een winkelgebied:

- Het pand was als winkel in gebruik en staat nu daadwerkelijk leeg.
- Of het pand is op dat moment niet meer als winkel of horeca in gebruik, maar op het pand staat wel aangegeven dat het te koop/te huur is (als verkooppunt).

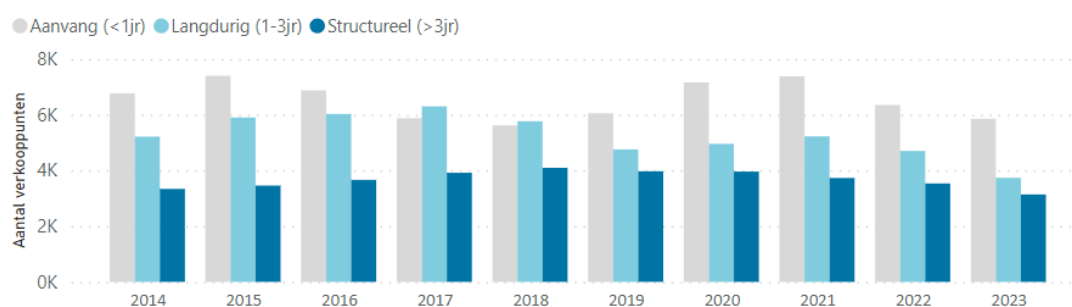
Buiten winkelgebieden moeten beide criteria gelden:

- Er moet een verkooppunt ingezet hebben én er moet daadwerkelijk te koop/te huur of verkocht/verhuurd op het pand staan.

De leegstand in Nederland en België wordt in Locatus Online, opgesplitst in 3 categorieën;

- aanvangs- en frictieleegstand (maximaal één jaar)
- langdurige leegstand (tussen één en drie jaar)
- structurele leegstand (drie of meer achtereenvolgende jaren)

Figuur 1: Aard van de leegstand binnen de detailhandel in de tijd



Hoe om te gaan met de parameter leegstandsduur:

Locatus heeft een eigen buitendienst, die dag in dag uit alle verkooppunten in de Benelux langslopen, inventariseren en controleren. Met als resultaat een up-to-date database. Verkooppunten in een winkelgebied worden elk jaar gecontroleerd en een verkooppunt gelegen in de verspreide bewinkeling wordt elke drie jaar gecontroleerd.

Kanttekening bij leegstandsduur: wij zijn afhankelijk van het moment dat de buitendienst langs een pand komt. Een pand kan dus al 11 maanden leegstaan op het moment dat wij langskomen. Wij registreren dit dan nog een jaar als aanvangsleegstand, terwijl het eigenlijk al snel langdurig wordt.

Leegstandsduur is bedoeld als een indicatieve parameter (zie kanttekening), waarbij u een globaal idee krijgt hoe het gaat met de leegstand in een bepaalde regio of in een bepaald winkelgebied. Het kan niet gebruikt worden als "exacte meting". Voor gebieden waar maar 1x per drie jaar gecontroleerd wordt, is deze parameter eigenlijk niet bruikbaar op detailniveau.

Leegstandspercentage op basis van aantal verkooppunten

Het leegstandspercentage op basis van het aantal verkooppunten behoeft weinig toelichting. Locatus heeft *alle* verkooppunten in de database. Dus dit is: aantal leegstaande panden / totaal aantal panden.

Leegstandspercentage op basis van winkelverkoopvloeroppervlakte (wvo) Tot april 2017 registreerde Locatus alleen de winkelverkoopvloeroppervlakte voor de detailhandel, en dus niet voor horeca en dienstverlening. Inmiddels zijn alle branches voorzien van een winkelverkoopvloeroppervlakte. De berekening van het leegstandspercentage is: het totaal wvo van de leegstaande panden / totaal wvo van alle branches.

Vergelijken historische leegstandpercentages wvo

In het verleden stelde Locatus het leegstandspercentage op basis van de winkelverkoopvloeroppervlakte *alleen vast voor de detailhandel* (Groep 0,1,2 en 3). Om een goede vergelijking met voorgaande jaren te maken, kan vastgehouden worden aan deze methodiek.

Om iets te zeggen over de leegstaande winkelmeters (detailhandel) moet dus eerst de totale leegstand worden verminderd met de verwachte leegstand van horeca en diensten. Bovendien moet voor het totale oppervlakte alleen het oppervlak worden genomen van detailhandel en leegstand (dus alle branches die beginnen met een 0,1,2 of 3).

Hoe wordt het leegstandspercentage in de detailhandel berekend?

Binnen de 'categorie Leegstand' is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fifty/fifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt.

Conclusie:

Aantal leegstaande panden:
verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 1:1
Oppervlakte leegstaande panden:
verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1

De uiteindelijke berekening:

Op 1 januari 2023 is het aantal vierkante meter leegstand 2.304.951. In de totale detailhandel (inclusief leegstand) is dit 30.056.837 vierkante meter. De berekening ziet er als volgt uit:

$$(2/3 * 2.304.951) / (30.056.837 - (1/3 * 2.304.951)) = 6,0$$

Indien de cijfers op deze manier worden berekend is een gedegen basis gelegd voor een juiste vergelijking en beslissing over winkelvastgoed.