

# Beschrijving

# Verkooppunt Verkenner

Inhoud en toepassing van verkooppunt database van Locatus.



## Inhoud

|        |                                                            |    |
|--------|------------------------------------------------------------|----|
| 1      | Inleiding .....                                            | 2  |
| 2      | Enkele basisbegrippen.....                                 | 3  |
| 2.1.   | Fysiek (winkel)unit .....                                  | 3  |
| 2.2.   | Economische activiteit .....                               | 3  |
| 2.3.   | Ketenorganisatie.....                                      | 3  |
| 2.4.   | Winkelgebied .....                                         | 4  |
| 2.4.1. | Winkelgebiedstyperingen Locatus .....                      | 4  |
| 3      | Betekenis verschillende variabelen.....                    | 7  |
| 3.1.   | Basismodule Verkooppunten .....                            | 7  |
| 3.2.   | Module 'Passanten'.....                                    | 7  |
| 3.3.   | Module 'Retail Plan' .....                                 | 15 |
| 3.4.   | Module "Retail Risk Index".....                            | 16 |
| 3.5.   | Bijlage 1: De winkelverkoopvloeroppervlakte.....           | 18 |
| 3.6.   | Bijlage 2: Winkelgebieden.....                             | 19 |
| 3.7.   | Bijlage 3: Leegstand: wat verstaan we daar nu onder? ..... | 20 |
| 3.8.   | Bijlage 4: Bezoekmotieftype.....                           | 22 |



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, winkelverkoopvloeroppervlakte 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, winkelverkoopvloeroppervlakte (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
- Winkelverkoopvloeroppervlakte van verkooppunten
- Naam en type winkelgebied
- Winkelformule
- Branchering
- Inwoneraantallen

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).

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

In de bijlagen treft u nog meer informatie over hoe wij winkelgebieden, winkelverkoopvloeroppervlakte, leegstand en bezoekmotieftype bepalen.

## 2 Enkele basisbegrippen

Voordat nader wordt gekeken naar de elementen uit de database is het noodzakelijk om een aantal basisbegrippen onder de loep te nemen. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de begrippen fysieke (winkel)unit, economische activiteit, 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 de winkelverkoopvloeroppervlakte 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, winkelverkoopvloeroppervlakte 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 winkelverkoopvloeroppervlakte. De meer gangbare benaming voor de combinatie van winkelunit en economische activiteit is winkel. Het verkooppunten bestand van Locatus bevat circa 525.000 verkooppunten binnen de BeNeLux en een groot aantal grote Europese steden.

Aan een servicepunt wordt geen winkelverkoopvloeroppervlakte 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 10 verkooppunten binnen **alle branchegroepen** zijn geconcentreerd. Een uitzondering hierop zijn de supermarktcentra, baanconcentraties en grootschalige concentraties. 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. Winkelgebiedstyperingen 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>. 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

Voor het uitleveren van data uit de retaildatabase van Locatus worden vier verschillende modules gehanteerd. Over het algemeen wordt de basismodule aangevuld met een of meer van de drie andere modules. Dit zijn de modules Passanten, Retail Plans en Retail Risk Index. In dit hoofdstuk worden alle variabelen per module beschreven.

### 3.1. Basismodule Verkooppunten

De basismodule is gericht op het omschrijven van de winkelunit met de bijbehorende activiteit(en). Dit komt grofweg neer op de adresgegevens, winkelverkoopvloeroppervlakte, branche-indeling, inwonersaantallen en winkelgebiedomschrijving van de dataselectie. Hieronder volgt een overzicht van de variabelen die in de basismodule zijn opgenomen.

#### 3.1.1. Basismodule Verkooppunten NAW

##### UnitID

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

##### Naam

Omschrijving: De naam van de winkel, zoals op de gevel wordt vermeld.  
Voorbeeld: Perry Sport  
Bron: Locatus  
Opmerking: Voor de consument is de naam van een winkel in principe de naam die op de gevel staat.

##### 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)'.

##### Straat

Omschrijving: Straatnaam van het bezoekadres  
Voorbeeld: Kleine Staat  
Bron: BAG (NL), GIM (BE), Open source (EU)

##### HuisNr

Omschrijving: Huisnummer  
Voorbeeld: 3  
Bron: BAG (NL), GIM (BE), Open source (EU)  
Opmerking: Voor het huisnummer geldt dat een winkelunit een adresrange kan hebben. Soms betreft het doorgebroken panden (Markt 24-28) of juist meerdere activiteiten op één adres.

#### **HuisNrToev**

Omschrijving: Toevoeging achter het huisnummer in de vorm van cijfers of letters.  
 Voorbeeld: -5  
 Bron: BAG (NL), GIM (BE), Open source (EU)  
 Opmerking: Het adres van een activiteit is niet altijd uniek. Daar waar meerdere (winkel)units in één pand zijn gevestigd, delen zij hetzelfde adres. Om toch te kunnen beschikken over een unieke adressering, wordt in die gevallen door Locatus een huisnummertoevoeging toegekend. Deze toevoeging wordt toegevoegd aan een eventuele adres toevoeging.

#### **Postcode**

Omschrijving: Postcode  
 Voorbeeld: 6211ED  
 Bron: BAG (NL), Open source

#### **PC4**

Omschrijving: Vierpositionele postcode  
 Voorbeeld: 6211  
 Bron: BAG (NL), GIM (BE), Open source

#### **Woonplaats**

Omschrijving: Woonplaats in Nederland  
 Voorbeeld: Maastricht  
 Bron: Cendris

#### **Deelgemeente**

Omschrijving: Deelgemeente in België  
 Voorbeeld: Uitkerke  
 Bron: StatBel, GIM, Open source

#### **Wijkbuurt**

Omschrijving: Namen van de buurten in Nederland volgens indeling van CBS.  
 Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek  
 Voorbeeld: Rivierenwijk

#### **Gemeente**

Omschrijving: Naam van de gemeente volgens gegevens van Cendris en open sources  
 Bron: Cendris (NL), GIM (BE), Open source  
 Voorbeeld: Maastricht

#### **Provincie**

Omschrijving: Naam van de provincie volgens gegevens van Cendris en open sources  
 Bron: BAG (NL), GIM (BE), Open source  
 Voorbeeld: Limburg

#### **Gewest**

Omschrijving: Naam van het gewest volgens gegevens van GeoSolutions  
 Bron: GIM (BE)  
 Voorbeeld: Brussel Hoofdstedelijk Gewest

### 3.1.2. Basismodule Verkooppunten NAW+

#### **WVO**

Omschrijving: Winkelverkoopvloeroppervlak

Voorbeeld: 472

Bron: Locatus

Opmerking: Het winkelverkoopvloeroppervlak van een verkooppunt wordt in het veld opgemeten. Het gaat hier om alle overdekte, voor de consument toegankelijke en zichtbare ruimten. Dit is ook de (zichtbare) ruimte achter de toonbank en de etalage, maar bijvoorbeeld niet de personeelsruimten, magazijnen en buitenverkoop.

#### **WVOKlasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen het winkelverkoopvloeroppervlak van het desbetreffende verkooppunt ligt. Locatus garandeert dat 95% van de gemeten oppervlakten in de juiste grootteklasse is opgenomen.

Voorbeeld: 0400<WVO<=0800

Bron: Locatus

Opmerking: Het winkelverkoopvloeroppervlak wordt in acht categorieën.

#### **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

#### **Mutatiedatum**

Omschrijving: De datum waarop er een wijziging in de essentiële data van een pand is aangebracht. Denk hierbij aan branche, WVO, formule, naam, etc.. Deze datum wijzigt niet bij een correctie van een typefout of huisnummer.

Bron: Locatus

Voorbeeld: 05-02-2023

#### **BronWVO**

Omschrijving: De bron geeft aan op welke manier het winkelverkoopvloeroppervlak van een verkooppunt is verkregen. Dit kan op basis van 'Inmeting', 'Veldwaarneming', 'Opgave', 'HorecaDNA', 'Kwartiel', BVO\_BAG, 'Vast toegekend' of 'Anders'.

Bron: Locatus

Voorbeeld: Inmeting

### 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.

### Branche

Omschrijving: Branche is een typering van een activiteit en/of samenwerking.  
 Voorbeeld: 35.100.492 – Sportzaak  
 Bron: Locatus  
 Opmerking: De branchecodes die in het databestand worden gehanteerd, zijn zeer gedetailleerd (ongeveer 225 branches).

### Inw

Omschrijving: Aantal inwoners van de betreffende woonplaats (Nederland) of gemeente (rest).  
 Bron: CBS (NL), Statbel (BE), Open source  
 Voorbeeld: 121.370

### Inwonerklasse

Omschrijving: Klasse waarbinnen het inwonersaantal van de desbetreffende woonplaats of gemeente valt.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld:  $100000 \leq \text{Inwklasse} < 175000$   
 Opmerking: Er worden 15 klassen onderscheiden.

### INW5min

Omschrijving: Aantal inwoners binnen een autoreistijd van 5 minuten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 4.385

### INW10min

Omschrijving: Aantal inwoners binnen een autoreistijd van 10 minuten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 12.2721

### INW15min

Omschrijving: Aantal inwoners binnen een autoreistijd van 15 minuten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 173.541

### INW20min

Omschrijving: Aantal inwoners binnen een autoreistijd van 20 minuten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 173.541

### **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 types van winkelgebieden.  
 Voorbeeld: Binnenstad  
 Bron: Locatus  
 Opmerking: Verbijzondering van de winkelgebiedsindeling gebaseerd op het aantal verkooppunten binnen de detailhandel en in sommige gevallen op de winkelverkoopvloeroppervlakte of branche. (zie hoofdstuk 2)

### **Winkelgebied**

Omschrijving: Een concentratie van minimaal vijf winkelunits met detailhandelsactiviteiten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: Maastricht-centr

### **Subcentra**

Omschrijving: Een (geplande) winkelconcentratie met een eigen naam. Het is altijd onderdeel van een (groter) winkelgebied.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: Hoog Catharijne

### **Bezoekmotieftype**

Omschrijving: Indeling winkelgebieden op basis van bezoekmotief van de consument en omvang van het winkelgebied.  
 Bron: Locatus / ICSC definiering  
 Voorbeeld: Convenience XL

### **X\_Local**

Omschrijving: X-coördinaat volgens nationaal stelsel  
*Nederland: RD (Rijksdriehoek)*  
*België: Lambert 1972*  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 158.622

### **Y\_Local**

Omschrijving: Y-coördinaat volgens nationaal stelsel  
*Nederland: RD (Rijksdriehoek)*  
*België: Lambert 1972*  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 504.002

### **Xcoord**

Omschrijving: X-coördinaat volgens Longitude (World Geodetic System 1984)  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 4,668503

#### **Ycoord**

Omschrijving: Y-coördinaat volgens volgens Latitude (World Geodetic System 1984)  
Bron: Locatus  
Voorbeeld: 51,814090

#### **BAGADRESID**

Omschrijving: Uniek nummer uit de Basisregistratie Adressen en Gebouwen (BAG) Nederland.  
Bron: Gemeente/ BAG

#### **BAG\_Bouwjaar**

Omschrijving: Oorspronkelijk bouwjaar/ oprichtingsjaar afkomstig uit de Basisregistratie Adressen en Gebouwen (BAG) Nederland.  
Bron: Gemeente/ BAG

#### **BAG\_Oppervlakte**

Omschrijving: Gebruiksoppervlakte van een verblijfsobject afkomstig uit de Basisregistratie Adressen en Gebouwen (BAG) Nederland.  
Bron: Gemeente/ BAG

#### **VerblijfsobjectID**

Omschrijving: Het unieke nummer van een verblijfsobject. Een verblijfsobject is een kleinste binnen één of meer panden gelegen en voor woon-, bedrijfsmatige, of recreatieve doeleinden geschikte eenheid van gebruik die ontsloten wordt via een eigen afsluitbare toegang vanaf de openbare weg, een erf of een gedeelde verkeersruimte, onderwerp kan zijn van goederenrechtelijke rechtshandelingen en in functioneel opzicht zelfstandig is.  
Bron: Gemeente/ BAG

#### **BVO**

Omschrijving: Oppervlakte m<sup>2</sup> van het polygoon van het verkooppunt (Retail Plan België).  
Bron: Locatus

#### **Sup\_Franchise**

Omschrijving: Geeft aan of de supermarkt een franchisevestiging is of niet.  
Bron: Locatus

#### **Sup\_Franchise\_Naam**

Omschrijving: Naam van de franchisenemer.  
Bron: Locatus

#### **Servicepunt1 t/m servicepunt2**

Omschrijving: Servicepunt gevestigd in een verkooppunt.  
Bron: Locatus  
Voorbeeld: PostNL

#### **Servicepunt1\_Branche t/m servicepunt2\_Branche**

Omschrijving: De branche waartoe het servicepunt behoort.  
Bron: Locatus  
Voorbeeld: 65.280.410-Postkantoor

#### **PUP**

Omschrijving: Aanwezigheid van een Pickup point voor online aangekochte boodschappen in een supermarkt  
Bron: Locatus  
Voorbeeld: Ja

#### **Energie label**

Omschrijving: Energieprestatiecertificaat (EPC) van een gebouw.  
Bron: EP-Online  
Voorbeeld: A+++

#### *Disclaime energielabels:*

*De koppeling tussen Locatus en het BAG is zo goed mogelijk gemaakt, maar kan om praktische redenen nooit 100% sluitend worden gemaakt om twee redenen:*

- 1. Locatus registreert verkooppunten en niet alle verkooppunten zijn aparte verblijfsobjecten in het BAG. Denk daarbij aan inpandige slijters in een supermarkt of de Shop-in-shops van de Bijenkorf.*
- 2. Anderzijds zijn soms meerdere verblijfsobjecten samengevoegd tot één winkel en soms zelfs meerdere BAG panden. Uit deze meerdere objecten proberen wij dan op basis van de functie, het adres en het oppervlakte de beste match te vinden.*

### 3.2. Module 'Passanten'

De module 'Passanten' geeft inzicht in het aantal passanten dat op een gemiddelde zaterdag het verkooppunt passeert. Dit aantal is alleen beschikbaar voor de winkelgebieden waar een passantentelling is gehouden.

#### Passanten

Omschrijving: Gemiddeld aantal passanten dat de winkel op zaterdag passeert.  
 Voorbeeld: 51.500  
 Bron: Locatus  
 Opmerking: Twee keer per jaar voert Locatus passantentellingen uit op verschillende locaties in Nederland. Reeds eerder getelde plaatsen worden minimaal eens in de twee jaar herhaald en het aantal nieuwe tellingen worden jaarlijks uitgebreid. Op een gemiddelde zaterdag wordt op 24 verschillende telpunten vier maal per dag, gedurende 5 minuten geteld. De resultaten worden gekoppeld aan transactiecijfers van een aantal grote trekkers om betrouwbare passantenaantallen voor de gemiddelde zaterdag te berekenen.

#### PassantenKlasse

Omschrijving: Klasse waarbinnen het passantenaantal van het desbetreffende verkooppunt ligt. De klassenindeling is gebaseerd op de landelijk gevonden resultaten.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: 40000<=PASSANT  
 Opmerking: Er worden acht categorieën onderscheiden

#### Laatste\_telling

Omschrijving: De periode waarin de passanten geteld zijn door Locatus.  
 Bron: Locatus  
 Voorbeeld: Najaar 2020

#### Segment

Omschrijving: De verhouding tussen de maximale passantenwaarde in een winkelgebied en de passantenwaarde van de betreffende unit bepaalt de kwaliteitswaardering. Dit is gebaseerd op de indeling die Drs E.J. Bolt hanteert in zijn boek 'Winkelvoorzieningen op waarde geschat':

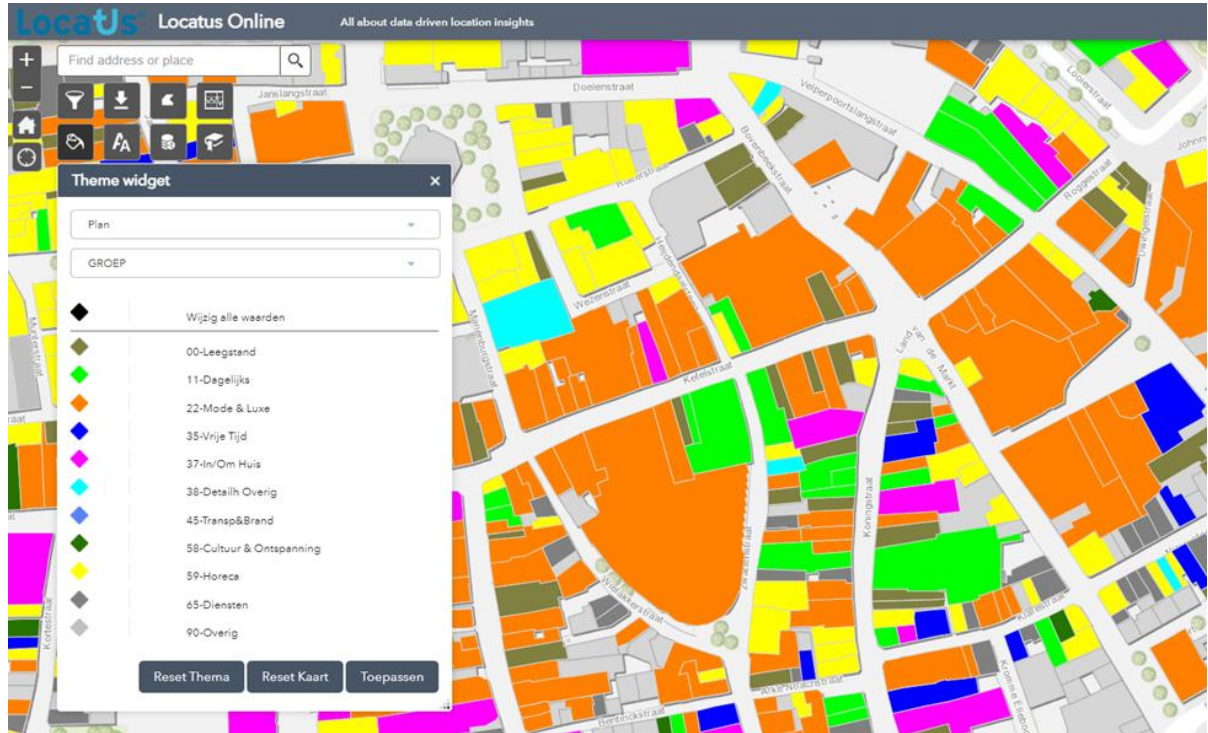
| <i>Segment</i>    | <i>% van het drukste punt</i> |
|-------------------|-------------------------------|
| <i>A1-locatie</i> | <i>75-100%</i>                |
| <i>A2-locatie</i> | <i>50- 75%</i>                |
| <i>B1-locatie</i> | <i>25- 50%</i>                |
| <i>B2-locatie</i> | <i>10- 25%</i>                |
| <i>C-locatie</i>  | <i>5- 10%</i>                 |

Bron: Locatus  
 Voorbeeld: A1  
 Opmerking: Elk winkelgebied kent zijn eigen A, B of C locaties. Hierdoor is een vergelijking tussen winkelgebieden niet zomaar gemaakt. Een A1-locatie in Woerden is niet gelijk aan een A1-locatie in Amsterdam.

### 3.3. Module 'Retail Plan'

Een Retail Plan is een gedetailleerde plattegrond (van een deel) van een winkelgebied en is gebaseerd op vlakken. De vlakken geven de vorm en omtrek van het verkooppunt weer. De vlakken zijn op basis van verschillende variabelen in te kleuren in Locatus Online en beschikbaar voor winkelgebieden in Europa.

**Voorbeeld:**



### 3.4. Module “Retail Risk Index”

De Retail Risk Index (RRI) brengt het risicoprofiel van winkels en winkelgebieden in Nederland en België in kaart. Deze informatie reduceert onzekerheid over de toekomst van winkellocaties en brengt helder in beeld waar de kansen liggen. De RRI is ontwikkeld door Locatus, The Big Data Company en de Vrije Universiteit van Amsterdam. Hieronder volgt een korte toelichting op de variabelen.

#### **RRI**

Omschrijving: Gewogen gemiddelde van de hieronder genoemde indexen.  
 Voorbeeld: 78  
 Opmerking: Er worden vijf categorieën onderscheiden, namelijk:

*Index 130-150: Zeer hoog risico*

*Index 110-130: Hoog risico*

*Index 90-110: Risico*

*Index 70-90: Beperkt risico*

*Index 50-70: Zeer beperkt risico*

#### **RRI\_Pand**

Omschrijving: De Retail Risk pandindex wordt bepaald op basis van pandmutaties.  
 Voorbeeld: 82  
 Opmerking: Er worden vijf categorieën onderscheiden, zie RRI

#### **RRI\_Straat**

Omschrijving: De Retail Risk straatindex (afbakening straat op basis van PC6) is het gemiddelde van alle pandscores in de straat, inclusief panden die leeg staan.  
 Voorbeeld: 85  
 Opmerking: Er worden vijf categorieën onderscheiden, zie RRI

#### **RRI\_Branche**

Omschrijving: Ontwikkeling van de branche die actief is in het pand. Het percentage ondernemings in de branche dat het afgelopen jaar in een soort gelijk winkelgebied is gestopt.  
 Voorbeeld: 102  
 Opmerking: Er worden vijf categorieën onderscheiden, zie RRI

#### **RRI\_Markt**

Omschrijving: De verhouding tussen het aanbod en de vraag naar de branche, in de omgeving van het winkelpand.  
 Voorbeeld: 94  
 Opmerking: Er worden vijf categorieën onderscheiden, zie RRI

#### **RRI\_Klasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen de RRI van het desbetreffende verkooppunt ligt.  
 Opmerking: Er worden vijf klassen onderscheiden:

*130 < RRI\_index <= 150*

*110 < RRI\_index <= 130*

*090 < RRI\_index <= 110*

*070 < RRI\_index <= 090*

*050 < RRI\_index <= 070*

#### **RRI\_Pand\_Klasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen de RRI\_Pand van het desbetreffende verkooppunt ligt.

Opmerking: Er worden vijf klassen onderscheiden:

*130 < Pandindex <= 150*

*110 < Pandindex <= 130*

*090 < Pandindex <= 110*

*070 < Pandindex <= 090*

*050 < Pandindex <= 070*

#### **RRI\_Straat\_Klasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen de RRI\_Straat van het desbetreffende verkooppunt ligt.

Opmerking: Er worden vijf klassen onderscheiden:

*130 < Straatindex <= 150*

*110 < Straatindex <= 130*

*090 < Straatindex <= 110*

*070 < Straatindex <= 090*

*050 < Straatindex <= 070*

#### **RRI\_Branche\_Klasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen de RRI\_Branche van het desbetreffende verkooppunt ligt.

Opmerking: Er worden vijf klassen onderscheiden:

*130 < Brancheindex <= 150*

*110 < Brancheindex <= 130*

*090 < Brancheindex <= 110*

*070 < Brancheindex <= 090*

*050 < Brancheindex <= 070*

#### **RRI\_Markt\_Klasse**

Omschrijving: Klasse waarbinnen de RRI\_Markt van het desbetreffende verkooppunt ligt.

Opmerking: Er worden vijf klassen onderscheiden:

*130 < Marktindex <= 150*

*110 < Marktindex <= 130*

*090 < Marktindex <= 110*

*070 < Marktindex <= 090*

*050 < Marktindex <= 070*

### 3.5. Bijlage 1: De winkelverkoopvloeroppervlakte

Elk retailpand wordt van een winkelverkoopvloeroppervlakte (WVO) voorzien.  
Onder winkelverkoopvloeroppervlakte verstaat Locatus:

De oppervlakte van een unit die voor het publiek vrij toegankelijk dan wel zichtbaar is, inclusief de ruimten die direct met de verkoop en of dienstverlening samenhangen.

Bij de meeste panden zal het bepalen van het WVO geen problemen opleveren. Echter in de praktijk zijn toch veel situaties denkbaar waarvan men niet precies weet of een bepaald oppervlak nu wel of niet tot het WVO moet worden gerekend.

In een meubelwinkel is bij binnenkomst een grote vijver gesitueerd. Het oppervlak dat deze vijver inneemt behoort tot het WVO. De vijver draagt bij aan de 'opsmuk' van de winkel en daarmee ook aan de verkoopbedoelingen van de ondernemer. Ditzelfde geldt bijvoorbeeld voor een koffiehoeke in een modewinkel.

Het WVO dient op een hoogte van 150 cm te worden ingemeten. Alle ruimten die lager zijn dan 150 cm (schuine daken en lage kelders) worden niet als WVO beschouwd.

Tot de winkelverkoopvloeroppervlakte wordt in ieder geval wel gerekend:

- paskamers;
- etalages;
- ruimte voor winkelwagentjes;
- entreeruimten;
- ruimte achter de toonbank of bar;
- vitrines;
- schapruimte;
- ruimte achter de kassa in supermarkten.

Tot de winkelverkoopvloeroppervlakte wordt in ieder geval **niet** gerekend:

- opslagruimte, kantoorruimte en magazijnruimte;
- toilet en keukenruimte;
- kantineruimte voor het personeel;
- alle ruimten die aan weersinvloeden onderhevig zijn (portiekruiden, ruimte onder een afdak en dergelijke);
- klantenserviceruimte;
- productie- en reparatieruimte, keukens;
- trappenhuizen, liftkokers en trapgaten;
- afgesloten diepvries en koelruimten.

WVO's worden alleen ingemeten voor panden van meer dan 100 m<sup>2</sup>. Kleinere ruimtes worden visueel ingeschat.

Wordt een verkooppunt ingemeten dan staat in onze database als bron voor het WVO "Inmeting". Gebeurt het op basis van een inschatting dan wordt de bron voor het oppervlak "Veldwaarneming". Niet elk pand groter dan 100 vierkante meter kan in de praktijk worden ingemeten. Zo kan de winkel bijvoorbeeld gesloten zijn geweest, of de veldwerker kreeg geen toestemming om te meten. In sommige gevallen geeft de winkelier ons het oppervlak, dan is de bron "Opgave". De buitendienst is uiterst kritisch bij zo'n opgave en probeert bij twijfel toch toestemming te krijgen om te meten.

### 3.6. Bijlage 2: Winkelgebieden

De afbakening van winkelgebieden is in de praktijk niet onder strakke definities te vangen. Het is de taak van de buitendienst om de begrenzing van een winkelgebied te bepalen. Onderlinge samenhang van de winkels is hier het belangrijkste uitgangspunt.

Als leidraad wordt genomen dat in een winkelgebied:

- vaste detailhandelsverkoopplaatsen met aaneengesloten fronten voorkomen of, indien dit niet het geval is,
- verkoopplaatsen incidenteel op minder dan 50 meter van elkaar zijn gelegen of indien ze meer dan 50 meter van elkaar zijn,
- gelegen synergie voor elkaar hebben c.q. uit het koopgedrag van bezoekers een onderlinge samenhang blijkt.

Hierbij wordt vooral 'door de bril' van de consument/bezoeker gekeken. Welke winkels liggen op 'loopafstand van elkaar' en kunnen bij een bezoek worden gecombineerd.

Veel historische centra zijn over het algemeen door de plaatselijke autoriteiten wel vastgesteld. De afbakening wordt vaak gevormd door de historische achtergrond. Zo kennen veel steden een 'vestingstructuur' waardoor de binnenstad zich tamelijk eenvoudig laat afbakenen. Denk hierbij aan steden als: Amsterdam, Groningen, Brugge, Leuven etc. Bij elke afbakening wordt gebruik gemaakt van natuurlijke begrenzingen en barrières als: water, spoorlijnen, parken, groenstroken, dijklichamen, bruggen, brede wegen etc. Het afbakenen van een planmatig ontwikkeld centrum is vaak tamelijk eenvoudig. Het probleem van afbakening doet zich ook hier met name voor bij de historisch gegroeide aanloopstraten.

Een winkelgebied moet minimaal 5 verkooppunten in de detailhandel kennen, of 3 cq. 4 verkooppunten waaronder een supermarkt van minimaal 500 m<sup>2</sup> WVO. De typering van de winkelgebieden gebeurt intern en software matig. Hier hoeft de buitendienst niet naar te kijken.

### 3.7. Bijlage 3: 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).

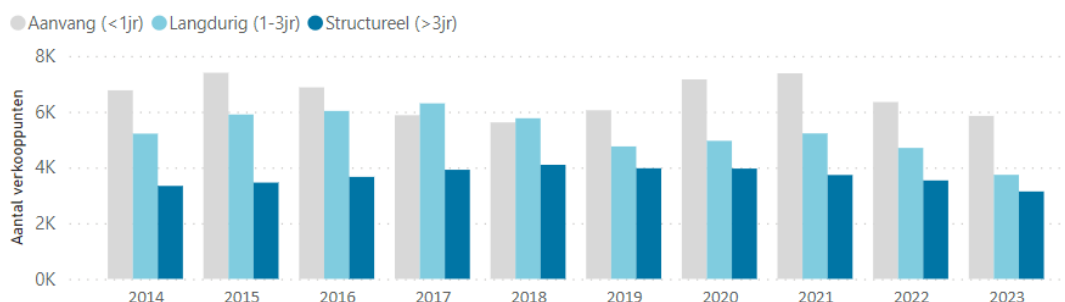
Buiten winkelgebieden moeten beide criteria gelden:

- 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 heeft 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.

### 3.8. Bijlage 4: Bezoekmotieftype

Het bezoekmotieftype is een nieuwe winkelgebiedsindeling gebaseerd op bezoekmotief van consumenten en de omvang (winkelverkoopvloeroppervlakte) van een winkelgebied. Deze indeling is overgenomen van de International Council of Shopping Centers (ICSC).

Voor het bezoekmotief van consumenten is primair gekeken naar de vraag 'wat' consumenten in een specifiek winkelgebied gaan doen. Gaan ze:

1. voor vermaak naar een winkelgebied voor hoofdzakelijk niet-dagelijkse aankopen (comparison);
2. naar het winkelgebied voor dagelijkse boodschappen (convenience);
3. of betreft het een gespecialiseerd winkelcentrum zoals meubelboulevards en outlet centers (specialized);

#### Comparison

Samenstelling winkelgebied gericht op Fun/ Experience, Fashion & Niet-Dagelijks.

Het totale winkelverkoopvloeroppervlakte van het winkelgebied is meer dan 70% gericht op niet-dagelijkse aankopen.

##### Comparison – XL

>100.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Comparison - L

60.000 – 100.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Comparison - M

30.000 – 60.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Comparison - S

15.000 – 30.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Comparison - XS

5.000 – 15.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

#### Convenience

Samenstelling winkelgebied gericht op Run, Food & Dagelijks.

Het totale winkelverkoopvloeroppervlakte van het winkelgebied is meer dan 30% gericht op dagelijkse aankopen en de supermarktbranche is met meer dan 500 m<sup>2</sup> aanwezig.

##### Convenience - XL

>15.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Convenience - L

10.000 – 15.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Convenience - M

5.000 – 10.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

##### Convenience - S

2.500 – 5.000m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

**Convenience - XS**

1.000 – 2.500m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel

**Specialized**

Samenstelling winkelgebied gericht op doelgerichte aankopen zoals meubelboulevards en outlet centers. PDV staat voor Perifere Detailhandelsvestigingen en GDV voor Grootschalige Detailhandelsvestigingen.

**Specialized – PDV/GDV**

Centrum met grootschalig aanbod met een brede branchering.

**Specialized – PDV**

Centrum met grootschalig winkelaanbod met een beperkte branchering denk aan auto's, boten, caravans, meubeltoonzalen, tuincentra en bouwmarkten.

**Specialized - Other**

Een speciaal winkelgebied dat niet bij PDV/GVD en PDV gerekend wordt.

**Other**

De verkooppunten gelegen in een winkelgebied die buiten bovenstaande concentraties vallen, worden tot de groep "Other" gerekend.