

Voorstel nieuwe segmentatie winkelgebieden

Door: IVBN werkgroepen Winkels en Strategie & Research en NRW commissie Kennis & Innovatie
Mei 2017

Binnen de Nederlandse winkelmarkt is op dit moment de door Locatus gehanteerde winkelgebiedsdefiniëring het meest gangbaar. Locatus, marktleider op het gebied van winkel(gebieds)data in Nederland, heeft deze definities zelf in het leven geroepen. Vanuit verschillende marktpartijen, gebundeld in de IVBN werkgroepen Winkels en Strategie & Research en de NRW commissie Kennis & Innovatie, maar ook vanuit de Retailagenda, is echter de roep ontstaan naar een alternatieve definiëring die beter aansluit bij de bezoek- en koopmotieven van consumenten.

Er is behoefte aan een segmentering die diverse stakeholders in de winkelvastgoedmarkt in staat stelt om o.a. investerings- en beleidskeuzes te maken. De nieuwe segmentatie zou ook toegepast kunnen worden op bijvoorbeeld de IPD vastgoedindex en de Winkelpassantenindex (initiatief IVBN en StiVaD), waarmee waardevollere managementinformatie kan worden ontsloten.

In deze memo wordt een voorstel neergelegd voor een alternatieve definiëring.

Huidige definiëring van Locatus

Locatus heeft ca. 2.464 ruimtelijk samenhangende winkelgebieden gedefinieerd en deze in segmenten ingedeeld (*bijlage 1*). De segmentatie van Locatus bestaat uit een eerste verdeling in 'Centrale' en 'Ondersteunende' winkelgebieden, waarnaar vervolgens op basis van grootteklasse (op basis van aantal verkooppunten) de gebieden verder zijn ingedeeld. Daarnaast zijn een aantal andere winkelgebieden gedefinieerd die een apart label hebben gekregen, waaronder Grootschalige concentraties (PDV/GDV) en Speciale winkelgebieden (o.m. FOC en retail op transit-locaties).

De Locatus segmentatie kent een aantal tekortkomingen. Het aantal segmenten is groot (totaal 14). Daardoor is het lastig op gevoel inschatten in welke klasse een bepaald centrum valt (wat is bijvoorbeeld het verschil tussen een Hoofdwinkelgebied klein en een Kernverzorgend centrum groot?). Daarnaast zorgt de verdeling in centrale en ondersteunende gebieden ervoor dat functioneel gelijke centra nu in verschillende categorieën vallen. Ter illustratie twee voorbeelden:

- Een dorpscentrum en een wijkcentrum binnen een grotere plaats kunnen goed vergelijkbaar zijn in functionaliteit qua winkelaanbod en omvang, echter vallen deze in verschillende categorieën.
- Onderstaande winkelgebieden hebben in functionele zin overeenkomsten, maar krijgen binnen Locatus verschillende labels:
 - Centrum Amstelveen (158 winkels) – Hoofdwinkelgebied klein
 - Amsterdamse Poort (134 winkels) – Hoofdwinkelgebied klein
 - Plein 40-45 Amsterdam (84 winkels) – Binnenstedelijke winkelstraat
 - Rotterdam Zuidplein (131 winkels) – Stadsdeelcentrum
 - Rotterdam Alexandrium I (185 winkels) – Grootschalige concentratie

Voorstel nieuwe segmentatie winkelgebieden

De samengestelde werkgroep heeft de 2.464 ruimtelijk samenhangende winkelgebieden van Locatus als uitgangspunt genomen en vervolgens getracht tot een vereenvoudigde segmentatie o.b.v. bezoek- en koopmotieven te komen. Het voordeel van deze basis is dat de begrenzing van de winkelgebieden niet opnieuw hoeft te worden bepaald en dat omschakeling naar een alternatieve segmentering vrij gemakkelijk is. Bovendien blijven allerlei (Locatus-)data van deze winkelgebieden beschikbaar (o.m. leegstandcijfers, passantentellingen, omvang verzorgingsgebied, etc.).

Leidend in de vereenvoudiging is de nieuwe segmentatie te stelen op:

- Bezoekmotief van consumenten (comparison, convenience of specialized)
- Omvang (winkeloppervlakte) van een winkelgebied

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;
2. doelgericht naar het winkelgebied voor dagelijkse boodschappen;
3. of betreft het een gespecialiseerd winkelcentrum zoals meubelboulevards en outlet centers?

Om op basis van cijfers een verdeling te maken is gekeken naar de verhouding van het dagelijkse winkelaanbod (zijnde hoofdbranches "Levensmiddelen" en "Persoonlijke Verzorging") in het totaal winkelvloeroppervlak (zijnde het totaal metrage aan winkels, horeca en leegstand). Bij een percentage van meer dan 30% dagelijkse winkels op het totaal wordt het gebied gekenmerkt als een 'Convenience' centrum. Bij een lager percentage betreft het een 'Comparison' centrum.

Gespecialiseerde winkelcentra worden apart gecategoriseerd, op dezelfde manier zoals dat momenteel ook in Locatus gebeurt. Daarbij is in de nu voorgestelde segmentatie een extra onderscheid aangebracht in reguliere PDV (vnl. meubelboulevards) en een combinatie van PDV en GDV.

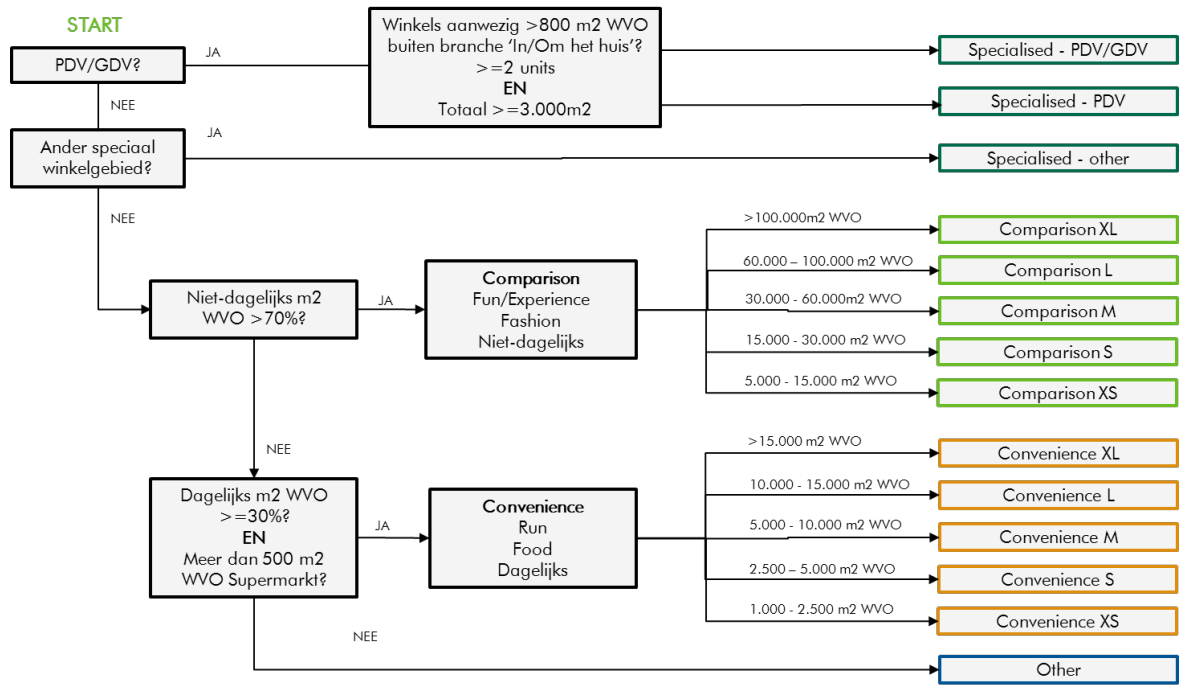
Qua terminologie is gekozen voor 'Comparison', 'Convenience' en 'Specialized', wat aansluit bij de internationaal gebruikelijke terminologie van de ICSC ([link](#))¹.

Vervolgens is gekeken naar de omvang van de winkelfunctie in een winkelgebied. Is deze heel groot (XL), groot (L), gemiddeld (M), klein (S) of heel klein (XS)? De grootteklassen zijn bepaald door de werkgroep aan de hand van een trial-and-error. Op basis van een representatieve selectie van winkelgebieden zijn 'gevoelsmatig' door de experts de grootteklassen bepaald. Enerzijds is gezocht naar een indeling die aansluit bij de beleving, zodat een middelgroot centrum ook geclassificeerd wordt als 'middelgroot'. Anderzijds zijn de grenzen zo getrokken dat de segmenten van redelijk gelijke omvang zijn. Een verschil met Locatus is dat de werkgroep op basis van aantallen winkelmeters de grootteklassen heeft bepaald, omdat dit een goede indicatie geeft van de omvang en dus aantrekkingskracht, terwijl Locatus classificeert op basis van aantallen verkooppunten.

Een schematische weergave van deze nieuwe indeling is onderstaand weergegeven:

¹ De ICSC-segmentatie is verder niet goed toepasbaar op de Nederlandse winkelstructuur, omdat deze segmentatie enkel van toepassing is op winkelcentra die gepland, gebouwd en gemanaged zijn als een 'single entity' en niet op organisch gegroeide winkelgebieden zoals wij die in Nederland vooral kennen.

Figuur 1: Stroomschema indeling winkelgebieden



Resultaat nieuwe segmentatie

In onderstaande tabel is aangegeven hoe de 2.464 Locatus winkelgebieden worden gesegmenteerd volgens de (huidige) Locatus indeling en volgens de nu voorgestelde indeling.

Figuur 2: Vergelijking segmentatie winkelgebieden Locatus en huidig voorstel

			LOCATUS													Tot al	
			Centraal						Ondersteunend					Overig			
			Binnenstad	Hoofdwinkelgebied	Hoofdwinkelgebied	Kernverzorgend	Kernverzorgend	Kernverzorgend	Stadsdeelcentrum	Binnenstedelijke	Wijkcentrum groot	Wijkcentrum klein	Buurtcentrum	Supermarktcentrum	Grootschalige		Speciaal
VOORSTEL	Compari son	Comparison - XL	13	5													18
		Comparison - L	4	19	8				1								32
		Comparison - M		67	47	5			3	4							65
		Comparison - S			20	79	8		6	10	2	1	1				127
		Comparison - XS				37	91		4	12	22	19	7				192
	Conveni ence	Convenience - XL			3	20			6	12							41
		Convenience - L				12	29		7	10	7	5					70
		Convenience - M				10	13		7	63	83	4					261
		Convenience - S					19	1		9	24	41	24				451
		Convenience - XS					12	19				87	143				545
	Speciali zed	Specialized - PDV/GDV												31			31
Specialized - PDV													157			157	

	Specialized - Other														2	22
	Other					1	1			7	6	1	2			452
						5	6				6	8	2			
						4						7				
	Total	1	3	7	1	6	3	2	5	1	5	4	1	1	2	2,46
		7	0	8	5	2	6	6	6	1	0	1	9	8	2	4
					4	6				0	8	4	9	8		

Uit bovenstaand overzicht blijkt dat:

- Het segment 'Comparison' bestaat voornamelijk uit centraal gelegen winkelgebieden, maar ook een aantal grote stadsdeelcentra (bijv. Rotterdam Zuidplein) en binnenstedelijke winkelstraten (P.C. Hoofdstraat, Gijsbrecht van Amstelstraat) komen in deze categorie.
- Ten aanzien van 'Convenience' valt op dat dit segment gevuld wordt door winkelgebieden die binnen Locatus voorheen zowel onder centrale als onder ondersteunende winkelgebieden vielen. Dit sluit aan bij de veronderstelling dat qua typologie (klein centrum gericht op dagelijkse boodschappen) bijvoorbeeld een kernverzorgend centrum niet afwijkt van een wijkcentrum.
- Ten aanzien van 'Specialized' zijn er geen veranderingen, behalve dat een uitsplitsing is gemaakt in PDV en PDV/GDV.
- Tenslotte resteert in de nieuwe indeling een categorie 'Other'. Dit betreft vooral kleine winkelgebieden met relatief veel niet-dagelijks aanbod.

De omvang van de segmenten in de nieuwe indeling is in onderstaande tabel weergegeven.

Figuur 3: Omvang segmenten

Groep	Segment	Totaal m2 WVO	Aantal gebieden	Gemiddelde omvang per gebied
Comparison	Comparison - XL	2,800,000	18	156,000
	Comparison - L	2,400,000	32	75,000
	Comparison - M	2,600,000	65	41,000
	Comparison - S	2,600,000	127	21,000
	Comparison - XS	1,800,000	192	9,000
Convenience	Convenience - XL	800,000	41	20,000
	Convenience - L	900,000	70	12,000

	Convenience - M	1,800,000	261	7,000
	Convenience - S	1,600,000	451	4,000
	Convenience - XS	1,000,000	545	2,000
Specialized	Specialized - PDV/GDV	1,200,000	31	38,000
	Specialized - PDV	3,700,000	157	23,000
	Specialized - Other	200,000	22	8,000
Other	Other	800,000	452	2,000
Total		24,200,000	2,464	10,000

In bijlage 2 is een volledig overzicht opgenomen van hoe de winkelgebieden onder de voorgestelde segmentatie worden ingedeeld.

Mogelijk verdere vereenvoudiging

In de voorgestelde segmentatie is aantal segmenten nog steeds groot. Door het samenvoegen van segmenten is de segmentatie verder te vereenvoudigen. Ons voorstel is om, indien gewenst, de XS en XL segmenten samen te voegen met de S en L segmenten, zodat er voor zowel 'Comparison' en 'Convenience' drie grootteklasses over blijven. Ook de 'Specialized' centra kunnen worden samengevoegd. Op deze wijze ontstaan er 4 groepen, 8 hoofdsegmenten en 14 subsegmenten. Als volgt:

Groep (4)	Hoofdsegment (8)	Subsegment (14)
Comparison	Comparison - L/XL	Comparison - XL
		Comparison - L
	Comparison - M	Comparison - M
	Comparison - XS/S	Comparison - S
Comparison - XS		
Convenience	Convenience - L/XL	Convenience - XL
		Convenience - L
	Convenience - M	Convenience - M
	Convenience - XS/S	Convenience - S
Convenience - XS		
Specialized	Specialized	Specialized - PDV/GDV
		Specialized - PDV
		Specialized - Other
Other	Other	Other

Aanpassing van enkele winkelgebied begrenzingen

Eerder is genoemd dat de 2.464 winkelgebieden door Locatus gedefinieerd als basis zijn genomen. Er is echter een aantal winkelgebieden waarbij de gebiedsafbakening niet logisch lijkt. Zo zijn Alexandrium I, II en III als één gebied gedefinieerd (grootschalige concentratie), terwijl Amsterdamse Poort (Hoofdwinkelgebied klein) en de Arena Boulevard (Grootschalige concentratie) als twee aparte winkelgebieden zijn opgenomen.

Voor die winkelgebieden waarbij de afbakening of ruimtelijke samenhang niet logisch lijkt, is het voorstel met Locatus in gesprek te treden om dit aan te passen.

Overige segmentaties

Een segmentatie naar type winkelgebieden is één manier om ongestructureerde data te vertalen naar managementinformatie. Maar ook andere segmentaties kunnen relevante verschillen blootleggen. Binnen de vastgoedsector bestaat het bewustzijn of vermoeden dat binnenstedelijk gelegen supermarkten bijvoorbeeld een heel andere dynamiek kennen dan de niet-dagelijkse winkels gelegen in hetzelfde centrum. Ook kan er verschil zijn tussen winkelcentra en 'high streets' en maakt het uit of een winkelcentrum verdeeld eigendom kent of niet.

De werkgroep stelt daarom voor meerdere kenmerken te verzamelen van de winkels en winkelcentra in de portefeuille van beleggers. Dat maakt het uiteindelijk mogelijk om nog meer gedetailleerde dwarsdoorsnedes en benchmarkvergelijkingen te maken.

Vervolgstappen

De werkgroep is van mening dat met de omschreven segmentering in belangrijke mate tegemoet wordt gekomen aan de behoefte van de branche voor een eenduidige en eenvoudige winkelgebiedsegmentatie.

De in deze memo voorgestelde segmentering is in concept besproken in de relevante commissies van IVBN en NRW, waarop positief is besloten. Daarnaast is de segmentatie aan Locatus voorgelegd en heeft Locatus ingestemd een alternatieve segmentatie, naast haar originele segmentatie, te willen hanteren.

Gezien het draagvlak voor deze segmentatie, stellen wij voor de segmentatie per direct te gaan gebruiken in de diverse retaildiscussies die lopen (o.a. definities kadaster CBS en Locatus in het kader van de leegstandsmonitor) alsook de relevante service providers in te lichten, zoals MSCI (IPD index) en StiVaD (Index passantentellingen), zodat zij deze segmentatie kunnen gaan toepassen in hun producten.