

De gevolgen van e-commerce voor de vraag naar kledingwinkels

Theoretische verkenning en empirisch onderzoek naar kledingketens in Utrecht, Noord- en Zuid-Holland

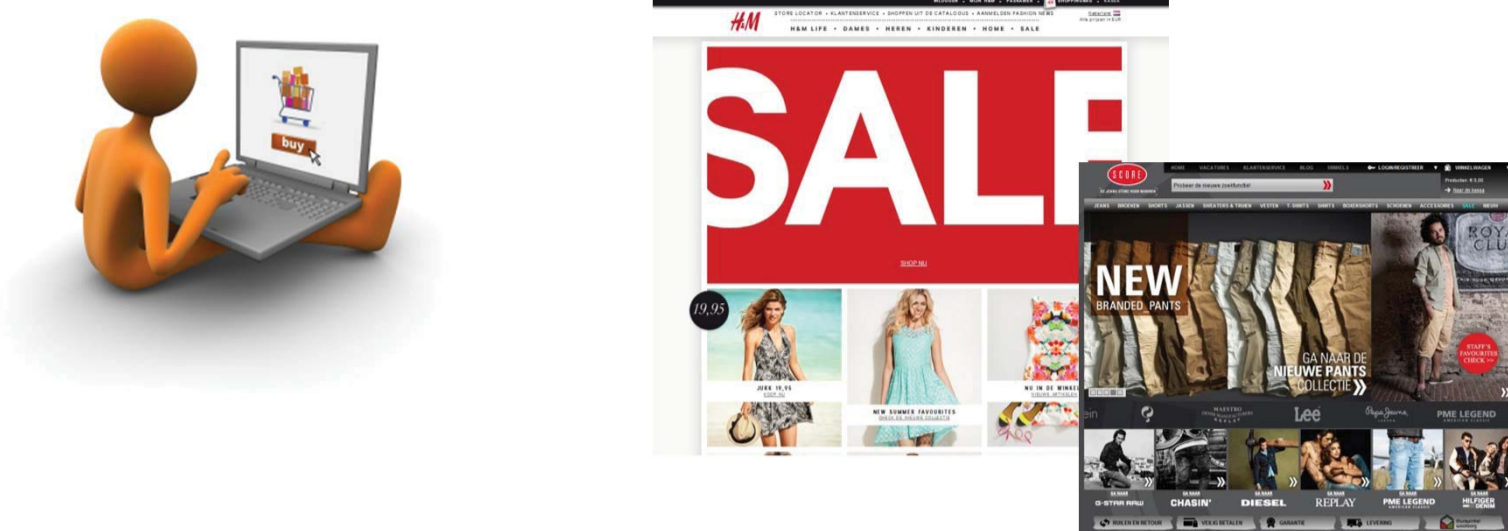
1. Introductie

1.1 Aanleiding onderzoek

Leegstand

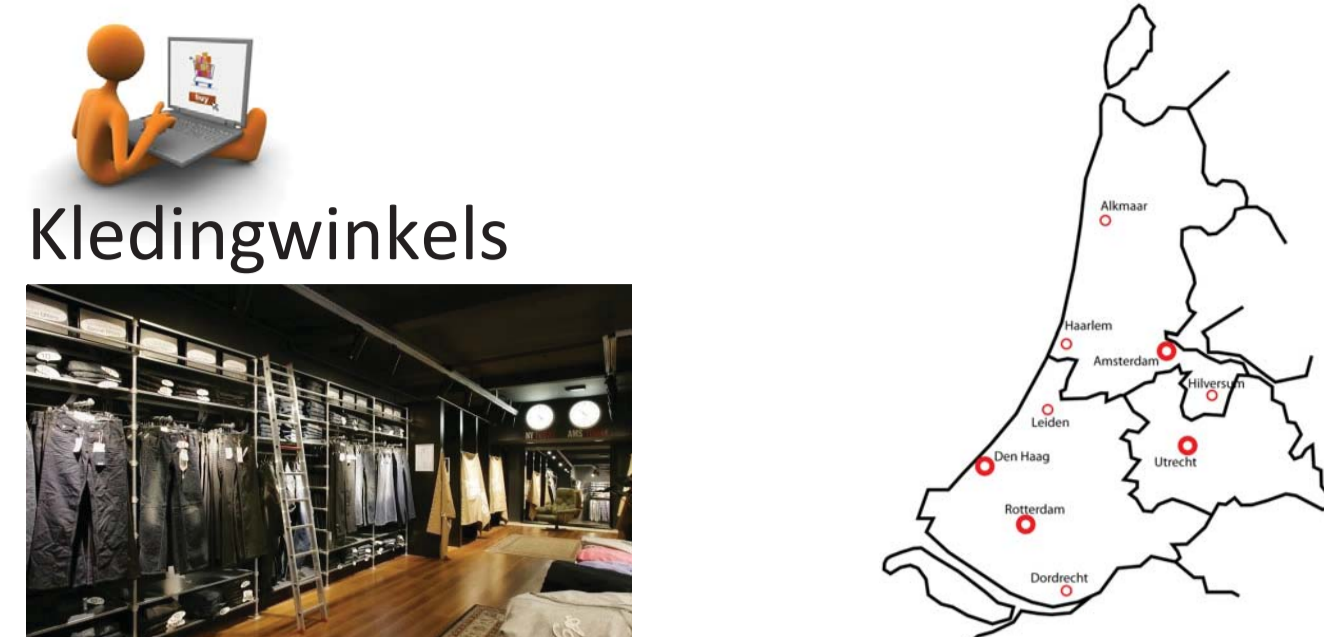
-1.750.000m² winkels (5,94%) (Locatus, 2011b)
-2 jaar extra 292.000m² (Locatus, 2011b)

E-commerce (nieuwe manier van winkelen)



1.2 Afbakening

E-commerce Utrecht, Noord- en Zuid-Holland



1.3 Relevantie Wetenschappelijk

- Vestigingscriteria
- Invloed e-commerce weinig bekend

Maatschappelijk

Winkels niet meer voldoen > winkels herontwikkelen > minder leegstand

1.4 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Wat zijn de gevolgen van e-commerce op de vraag naar kledingwinkels?

Deelvragen

1. Hoe is de Nederlandse kledingmarkt opgebouwd?
2. Hoe gebruikt de consument e-commerce?
3. Hoe bepalen kledingretailers hun winkellocaties?
4. Hoe is de logistiek achter de fysieke en digitale winkel?
5. Wat zijn de vastgoedstrategieën van kledingretailers onder invloed van e-commerce?

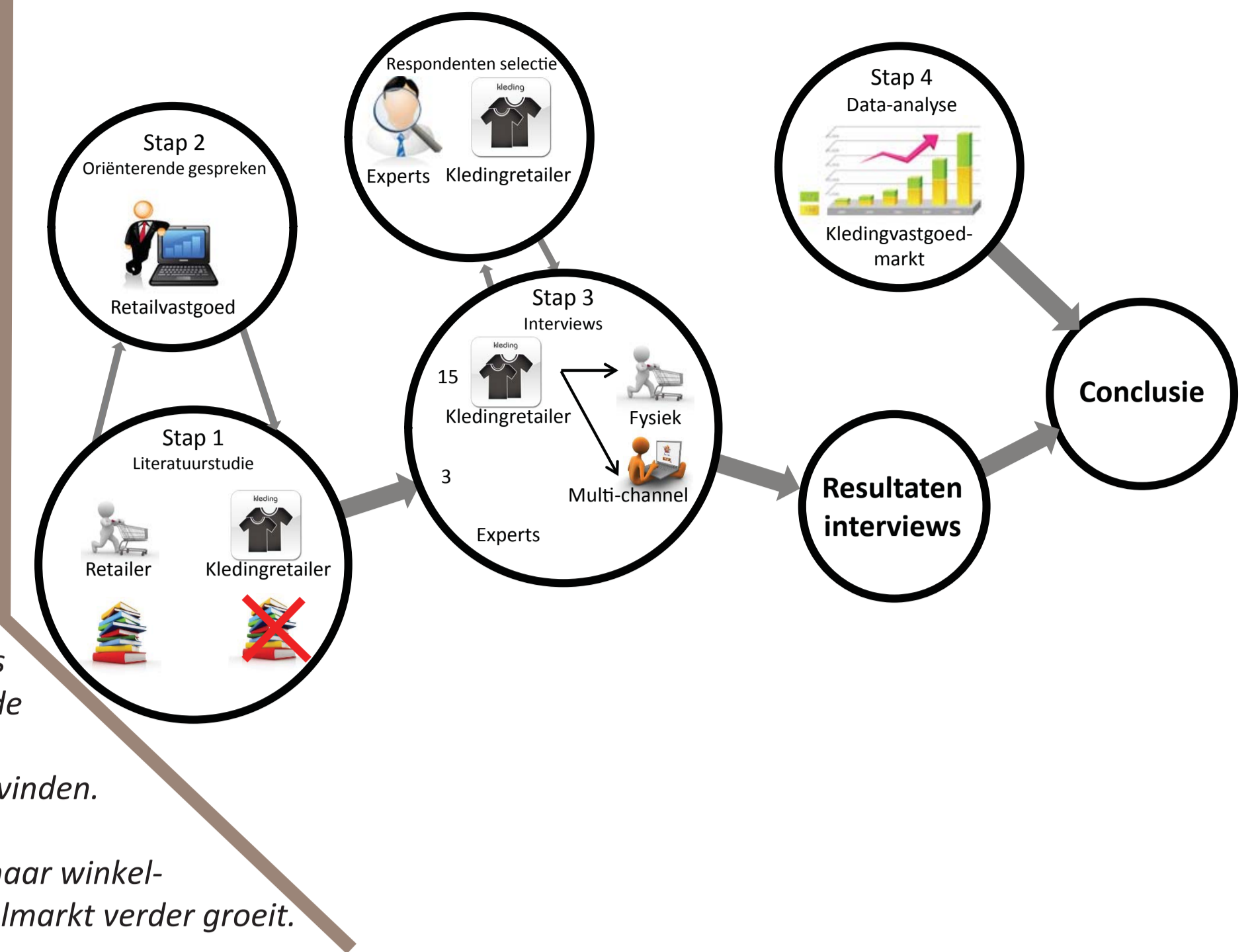
1.5 Hypotheses

Hypothese 1: Door de komst van e-shops worden minder kledingartikelen in fysieke winkels verkocht.

Hypothese 2: Door de daling in omzet zullen kledingretailers kiezen om minder winkels te hebben in hun portefeuille en de winkels die ze nog hebben moeten zich op A1, A2, of B1-segmenten in de binnenstad of in een hoofdwinkellocatie bevinden.

Hypothese 3: De verandering in vraag van kledingretailers naar winkeloppervlakte zal ervoor zorgen dat de leegstand op de winkelmarkt verder groeit.

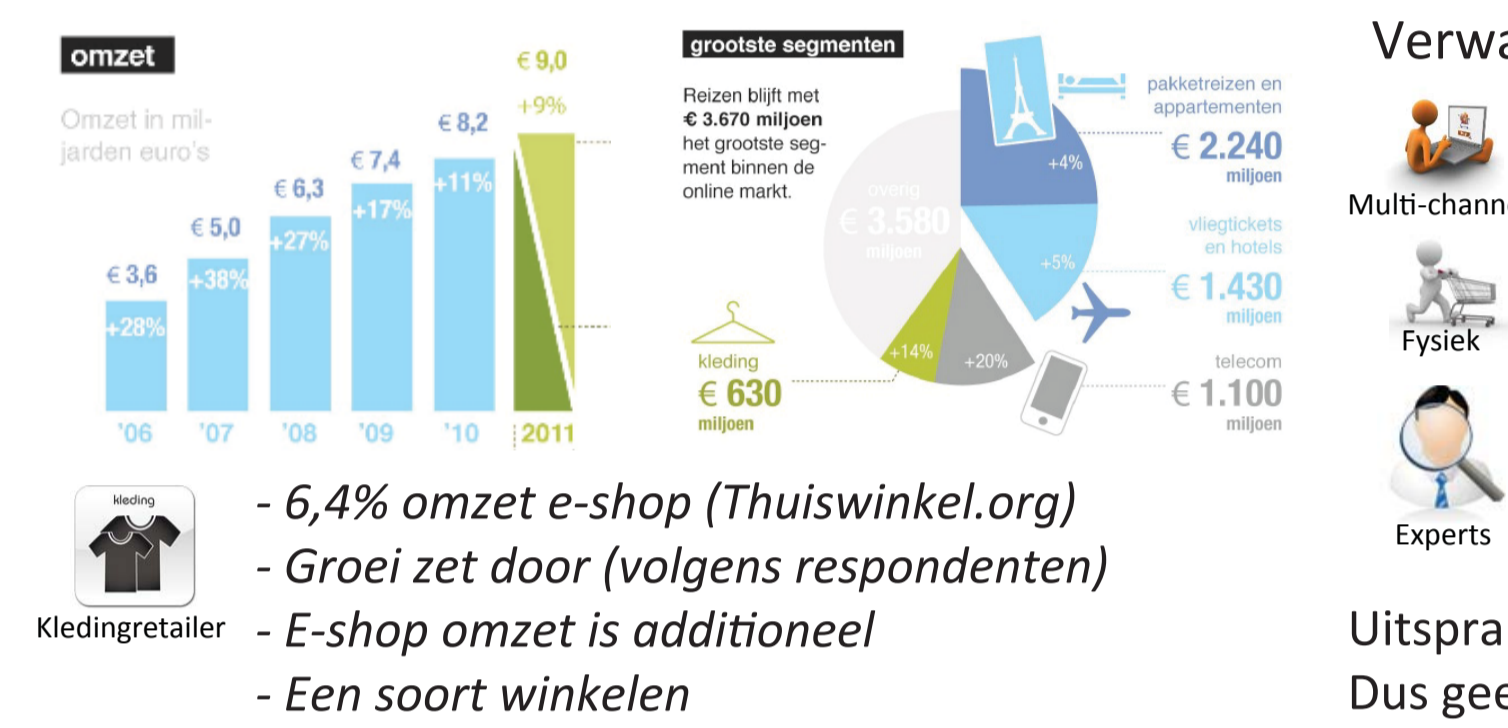
1.6 Onderzoeksmethoden



2. Veranderingen in de winkelmarkt

2.1 E-commerce

E-commerce is het gehele terrein van pre-sales, sales en post-sales op het gebied van producten en diensten via elektronische kanalen (Booij, 2002, p. 22)



- 6,4% omzet e-shop (Thuiswinkel.org)
- Groei zet door (volgens respondenten)
- E-shop omzet is additioneel
- Een soort winkelen

Verwachte jaaronzet 2017

- Fysiek: 90% - 80%
- Digitaal: 10% - 20%
- Fysiek: 90% - 80%
- Digitaal: 10% - 20%
- Fysiek: 80%
- Digitaal: 20%

Uitspraken van Cor Molenaar worden niet gehaald. Dus geen 50/50 gevallen.

Argumenten voor e-shop

- Bestelgemak
- 24/7 bestellen
- Thuisbezorging
- Gemakkelijk vergelijken
- Kosten

Argumenten tegen e-shop

- Niet zien/voelen/passen
- Lastig retour
- Bezorgtijd
- Contactgegevens

2.2 Veranderingen consument

Demografie

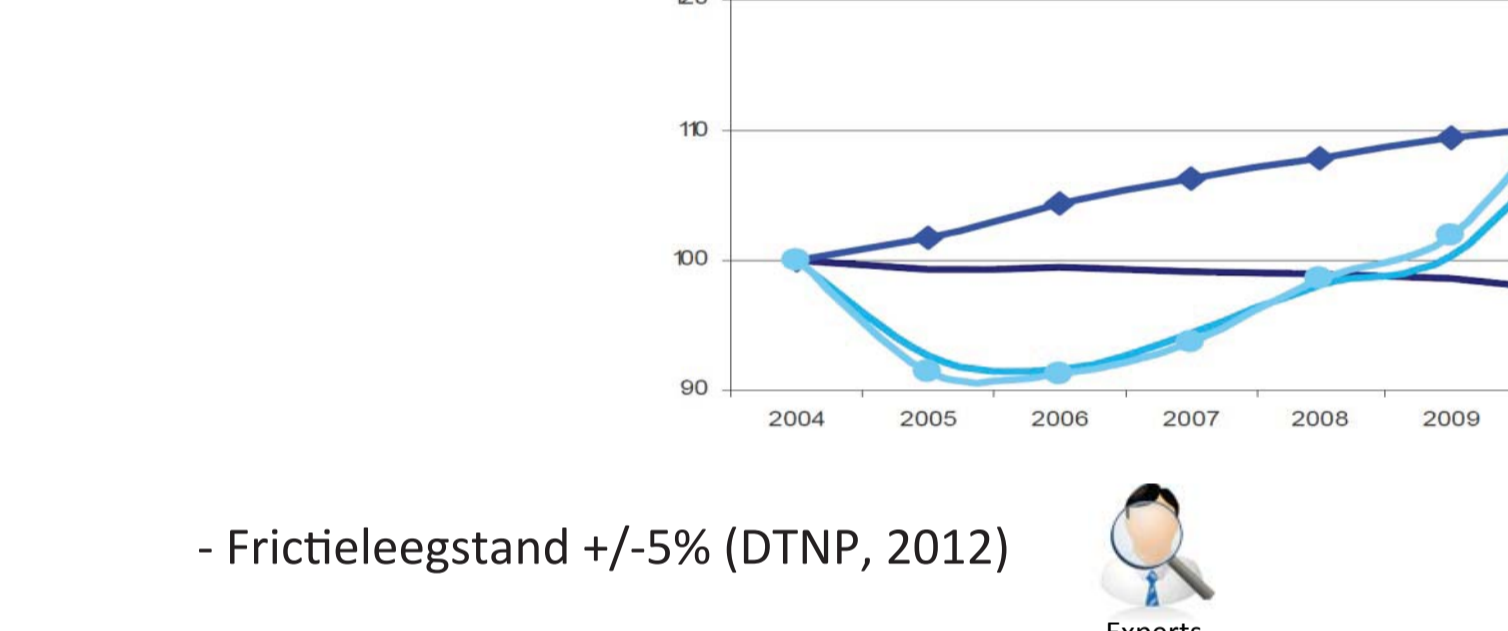
- Bevolkingsgroei neemt af
 - 14,1 mil. (1980)
 - 16,7 mil. (2011)
 - 17,8 mil. (2040)
- Urbanisatie
- Vergrijzing
- Individualisering
- Crisis
- Besteedbaar inkomen

Samenstelling huishouden		2008	2009**	2010*
Eenpersoon	Bruto-inkomen	€ 30.400	€ 30.500	€ 30.400
	Besteedbaar inkomen	€ 19.000	€ 19.200	€ 19.000
Meerpersoons	Bruto-inkomen	€ 69.000	€ 69.700	€ 69.900
	Besteedbaar inkomen	€ 40.800	€ 41.200	€ 40.900

2.3 Leegstand

Aanbodzijde winkelmarkt

- Groei leegstand
- Schaalvergroting



- Frictieleegstand +/-5% (DTNP, 2012)

Retail in Randstad	Totaal WVO	Leegstand	
		Leegstand absoluut	% leegstand
Alle branches	12.147.519	1.011.039	5,71%
A1	683.666	19.839	1,95%
A2	654.320	32.472	3,36%
B1	682.481	71.447	7,23%
B2	468.441	82.384	12,45%
C	965.459	182.812	13,47%
Inv	8.693.152	622.085	4,89%

2.4 Vestigingscriteria

Locatiecriteria nu

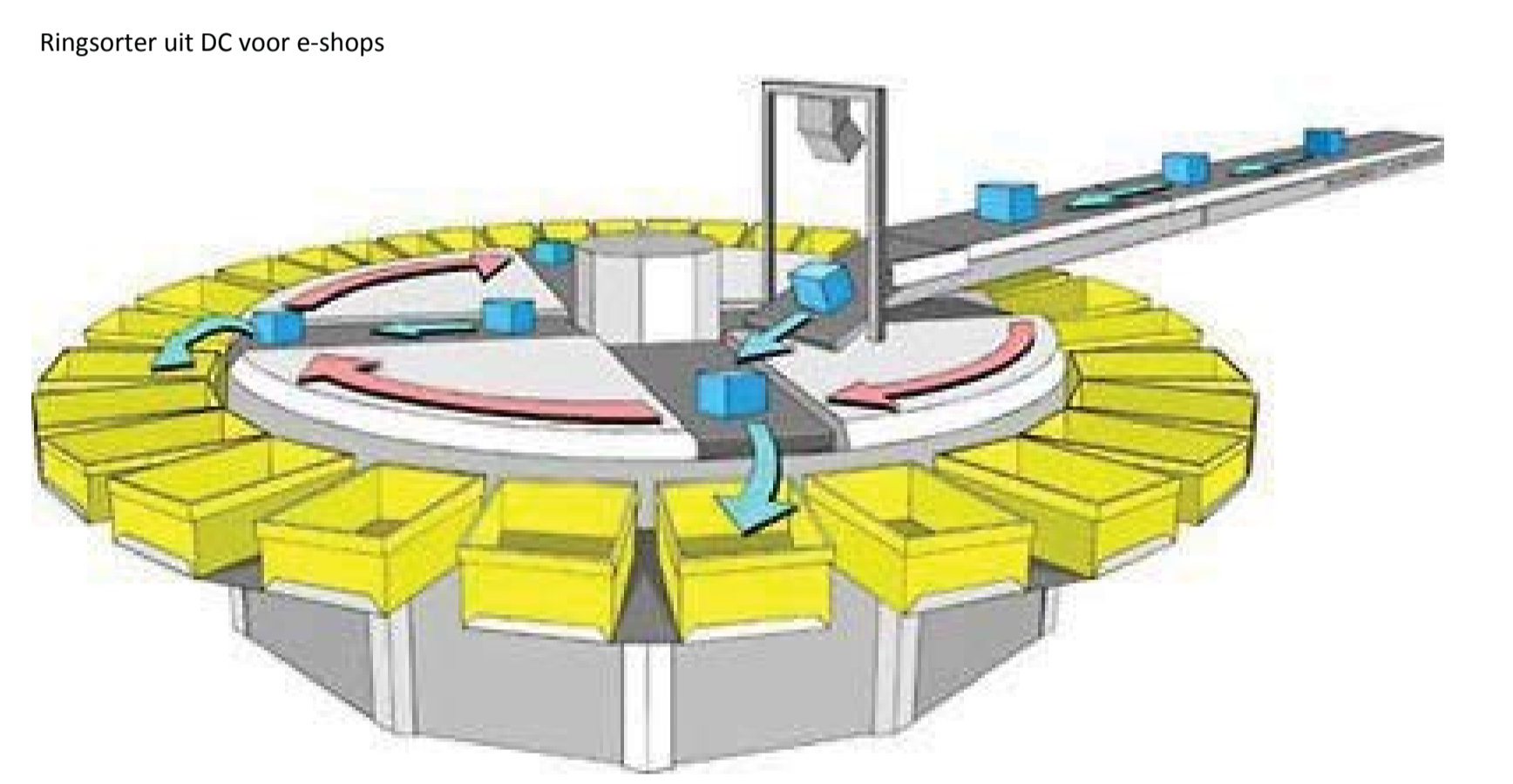
- Segmentatie
- Concurrentie
- Winkelgebiedtype
- Aantal passanten
- Inwoners verzorgingsgebied

Verzorgingsstructuur volgens Christaller (Boit, 2003, p. 17)

Criteria blijven onveranderd ook al zijn er e-shops

2.5 Logistiek

- Goed werkende e-shop
- Goed lopende logistiek
- Verschillende logistieke netwerken
 - levering vanuit de DC voor winkels
 - levering vanuit de winkels
 - levering vanuit de DC voor shops
- Lastig voor zelfstandige ondernemers
 - Kosten e-shop
 - Kosten logistiek
 - Kosten verzenden



3. Winkelmarkt

3.1 Belangrijke partijen

Vierkwadranten model (legt uit wat er met vastgoed gebeurt wanneer er meer aanbod is (Geltner, 2007, p. 26))

Beleggers, Makelaars, Overheid, Consumenten

3.2 Winkellocaties

Aantal kledingwinkel en oppervlaktes bij zelfstandigen en ketens (Locatus)

	Zelfstandigen	Ketens	Totaal
opp. m ²	210.154	358.241	568.395
aantal winkel	2.041	1.712	3.753

Oppervlaktes bij zelfst. en ketens per winkelgebiedtype (Locatus)

	Zelfstandigen	Ketens	Totaal
Binnenstad	91.375	152.525	243.900
Hoofdwinkelgebied groot	54.502	85.410	139.912
Hoofdwinkelgebied klein	39.534	73.714	113.248
Kernverzorgend centrum groot	7.161	11.365	18.526
Stadsdeelcentrum	6.651	14.914	21.565
Binnenstedelijke winkelstraat	9.071	12.217	21.288
Grootschalige concentratie	1.860	8.096	9.956

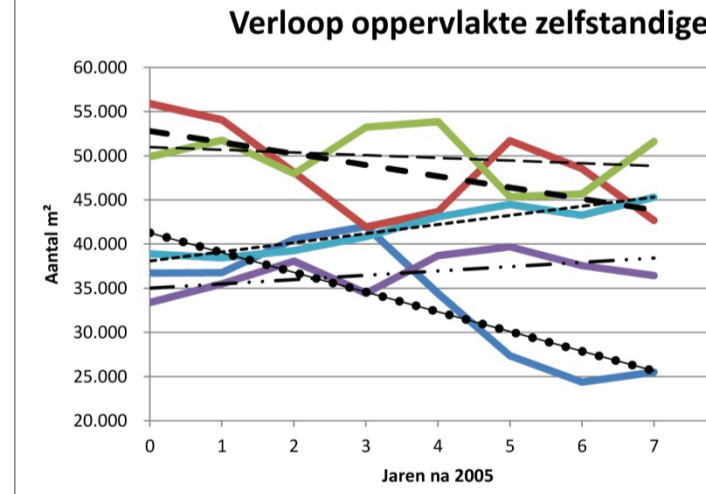
Opbouw binnenstad (Locatus)

	oppervlakte	aantal winkels	opp. m ²
Zelfstandigen	975	91.375	94
Ketens	684	152.525	223
A1	32	3.121	
A2	110	14.224	
B1	208	19.343	
B2	228	22.444	
C	402	32.243	
A1	174	49.344	
A2	157	38.448	
B1	199	41.546	
B2	93	14.358	
C	61	8.829	

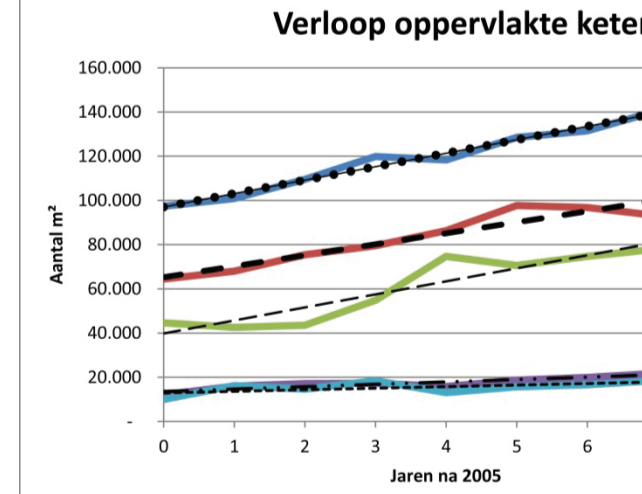
3.3 Verandering in vraag

Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Binnenstad 2005	2	2	2	3	4	5	5	5
Zelfstandige totaal	214.761	216.530	213.977	212.464	213.762	208.604	199.460	201.531
A1	36.769	40.552	42.002	34.420	27.355	24.364	24.364	24.364
A2	53.891	54.071	48.120	41.937	43.691	51.698	48.558	42.657
B1	49.892	51.754	47.973	53.231	53.870	45.370	45.665	51.602
B2	33.372	35.492	38.060	34.437	38.701	39.689	37.562	36.450
C	38.867	38.444	39.712	40.857	43.060	44.492	43.271	45.266
Ketens totaal	228.461	243.610	260.234	289.892	308.233	331.100	339.480	352.081
A1	100.897	109.533	119.863	118.330	128.513	131.454	131.454	131.454
A2	64.473	67.969	75.423	79.499	86.324	97.677	96.786	93.090
B1	44.610	42.576	43.516	54.833	74.698	70.562	74.684	78.043
B2	32.080	35.965	37.125	37.255	35.845	38.689	39.930	41.781
C	9.953	16.203	14.637	18.442	13.035	15.659	16.607	18.548

Groei uit tabel in grafiek voor zelfstandigen (Locatus)



Groei uit tabel in grafiek voor ketens (Locatus)



3.4 Nieuwe vraag

- Komende jaren**
- Geen groei
 - Crisis
 - Demografie
 - E-shop blijft
- Vraag naar**
- Binnenstad: A1, A2, B1 en B2
 - Hoofdwinkelgebied groot: A1, A2, B1 en B2
 - Hoofdwinkelgebied klein: A1, A2 en B1
 - Kernverzorgend centrum groot: A1 en A2
 - Stadsdeelcentrum: A1 en A2
 - Binnenstedelijke winkelstraat: A1 en A2
 - Grootschalige concentratie: A1 en A2



4. Conclusies & aanbevelingen

4.1 Hypotheses testen

- Hypothese 1:** Door de komst van e-shops worden minder kledingartikelen in fysieke winkels verkocht. **X**
- Hypothese 2:** Door de daling in omzet zullen kledingretailers kiezen om minder winkels te hebben in hun portefeuille en de winkels die ze nog hebben moeten zich op A1, A2, of B1-segmenten in de binnenstad of in een hoofdwinkellocatie bevinden. **X**
- Hypothese 3:** De verandering in vraag van kledingretailers naar winkeloppervlakte zal ervoor zorgen dat de leegstand op de winkelmarkt verder groeit. **X**

4.2 Conclusies

- E-commerce**
 - Omzet (ketens) niet geraakt
 - Omzet (zelfst.) allicht geraakt
 - Afname vraag B2- en C-segmenten
- Belangrijkste locatiecriteria**
 - Segmentatie (A1 en A2)
 - Concurrentie
 - Winkelgebiedtype (binnenstad of hoofdwinkelgebied)
 - Aantal passanten
 - Inwoners verzorgingsgebied
- Logistiek**
 - Nieuwe DC e-shop
 - Goed lopende e-shop
 - Lastig voor zelfstandige ondernemers (ivm kosten)
- Leegstand**
 - B2- en C-segmenten (20.500m²) voldoet niet

4.3 Aanbevelingen

- 1. E-shop aanmaken
- 2. Nieuwe rekenmodellen
- 3. Ontwikkelingen per branche in de gaten houden
- 4. Korte termijn denken
- 5. Panden herontwikkelen
- 6. Kortere huurcontracten
- 7. Bestaande panden
- 8. Leegstand in de gaten houden
- 9. Invloed van nieuwbouw op bestaande winkel
- 10. Bestemmingsplan betrekken