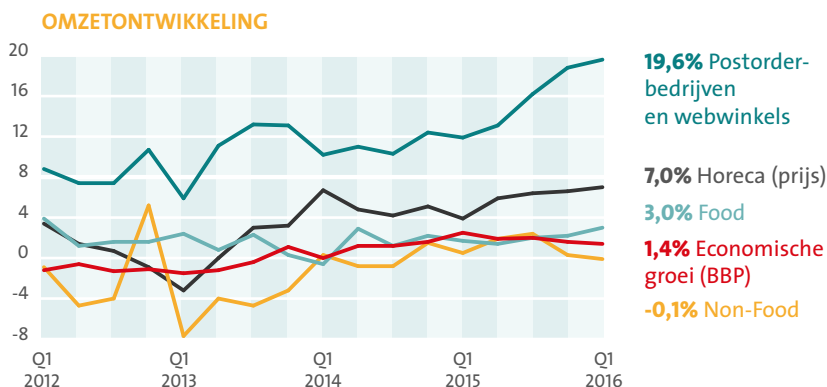


Q1 2016 Retail Facts & Figures



ECONOMIE

Omzetontwikkeling en economische groei



Frank Aalbers | Associate | Dutch Strategy & Research CBRE Global Investors:

'In Q1 van 2016 groeide de Nederlandse economie met 0,5% vergeleken met Q4 2015. Ten opzichte van Q1 van 2015 kwam de groei 1,4% hoger uit. De consumptie groeit vooral door een toename van het reëel beschikbaar inkomen en een daling van de werkloosheid met 0,2%-punt naar 6,4%. De mondiale economische groei blijft in 2016 beperkt tot circa 3% maar trekt in 2017 weer aan. De groei in het

eurogebied is gematigder met 1,6% dit jaar en 1,8% in 2017. Dit komt vooral door de lage eurokoers en de lage prijs voor grondstoffen. De groei van de Nederlandse economie in 2016 ligt in lijn met de groei in de eurozone maar accelereert in de komende jaren (16-2020; +1,8% p.j.) waar de groei in de eurozone iets achter blijft (16-2020; +1,6%).'

VERWACHTINGEN OMZETONTWIKKELING

NRW research poule (11 deelnemers)

Economische groei **38%** blijft gelijk
63% neemt toe

Omzetontwikkeling food **13%** blijft gelijk
88% neemt toe

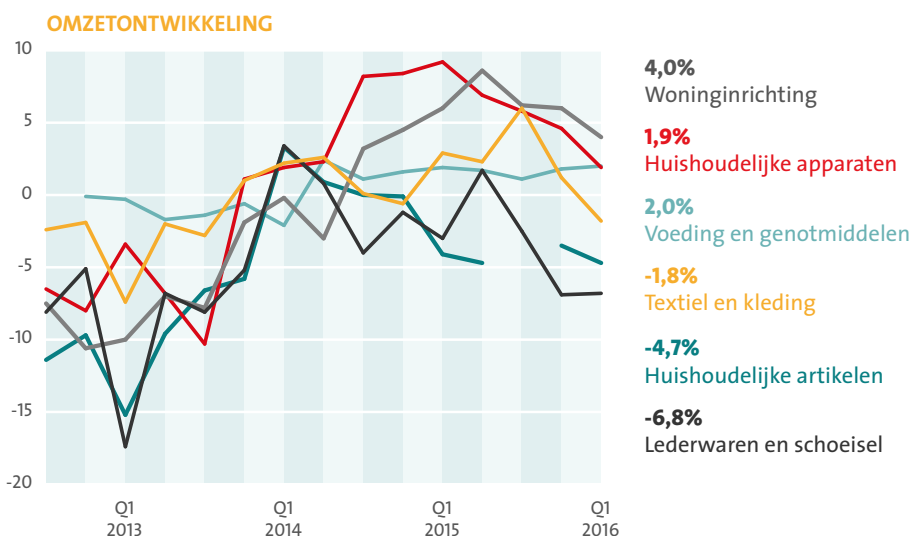
Omzetontwikkeling non-food **25%** blijft gelijk
75% neemt toe

Omzetontwikkeling horeca **13%** blijft gelijk
88% neemt toe

Omzetontwikkeling online **100%** neemt toe

CONSUMENT

Consumptieve bestedingen



Frank Aalbers | Associate | Dutch Strategy & Research CBRE Global Investors:

'Consumenten hebben in het eerste kwartaal ook meer besteed dan een jaar eerder (+1,6%). Het aantrekken van de Nederlandse woningmarkt is een belangrijke driver van de stijgende bestedingen in de woonbranche. De verwachting is dat deze trend de komende

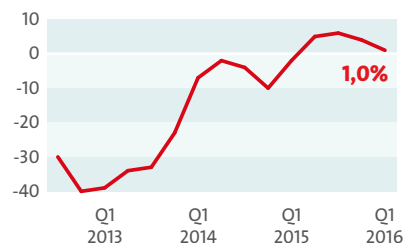
tijd voortduurt omdat de dynamiek op de woningmarkt onverminderd doorzet. Het vertrouwen van de consument is weer licht gestegen (april 2016: +2) vergeleken met vorige maand (maart 2016: -4). Dit komt met name doordat de consument de economische situatie van de komende 12

VERWACHTINGEN VERTROUWEN

NRW research poule (11 deelnemers)

Consumentenvertrouwen **12%** neemt af
50% blijft gelijk
45% neemt toe

CONSUMENTENVERTROUWEN

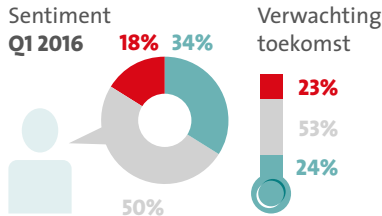


maanden rooskleuriger inschat. Gezien het dieptepunt (-43) en de piek (+18) van de afgelopen 10 jaar is de consument momenteel relatief positief. Het consumentenvertrouwen is eveneens een goede graadmeter voor de bestedingen.'

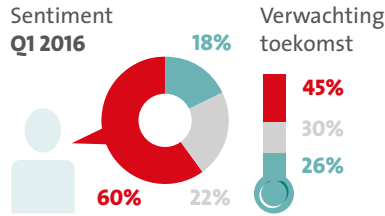
GEBRUIKERS- EN BELEGGINGSMARKT

Sentiment onder de NRW leden (110 deelnemers)

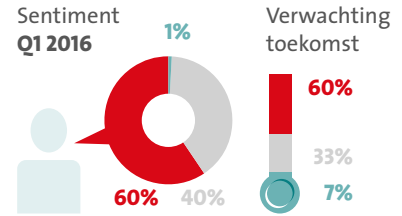
AANTAL BEZOEKERS



BEZETTINGSGRAAD

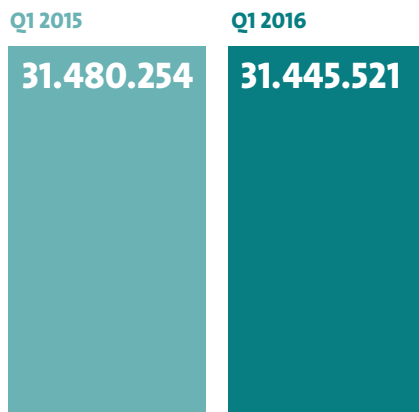


HUURPRIJZEN



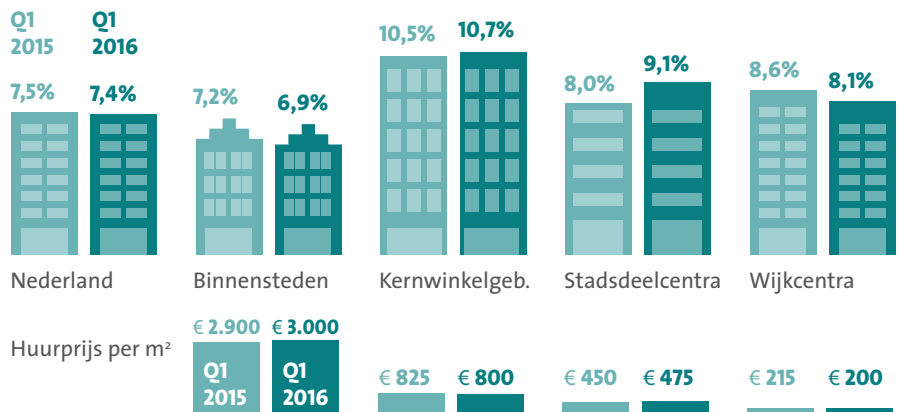
AANBOD

miljoen m² (momentopname)

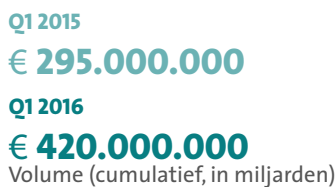


LEEGSTAND DETAILHANDEL

Aanbod/voorraad (gemiddelde bij benadering)

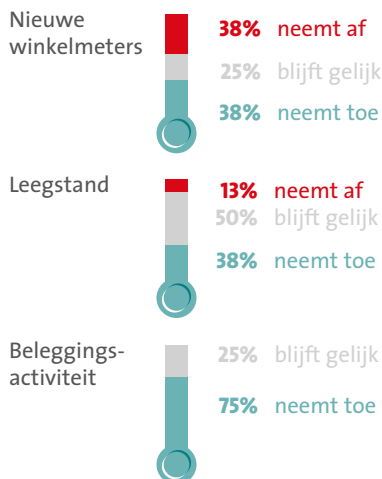


BELEGGINGSACTIVITEIT RETAIL



VERWACHTINGEN LEEGSTAND

NRW research poule (11 deelnemers)



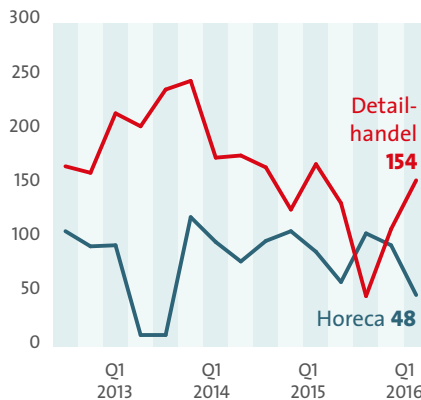
Frank Aalbers | Associate | Dutch Strategy & Research CBRE Global Investors:

'De afgelopen jaren heeft een cocktail van recessies, stijgende online omzetten, dalend consumentenvertrouwen, stijgende werkloosheid etc. invloed gehad op het fysieke winkellandschap. En het einde van de faillissementsgolf lijkt nog niet in het zicht. In het eerste kwartaal (176) van 2016 zijn er binnen de detailhandel meer faillissementen

uitgesproken dan in het vierde kwartaal van 2015 (109). Positief is dat het aantal faillissementen ver onder de piek ligt (Q4 2013; 246 faillissementen) en dicht bij het langjarig gemiddelde (169). Het merendeel van de faillissementen in het eerste kwartaal van 2016 komt voor rekening van de kleding- en modeartikelen, schoenen en lederwaren branche.'

ONTWIKKELING FAILLISSEMENTEN

Aantal ausgesproken faillissementen



VERWACHTINGEN FAILLISSEMENTEN

NRW research poule (12 deelnemers)

