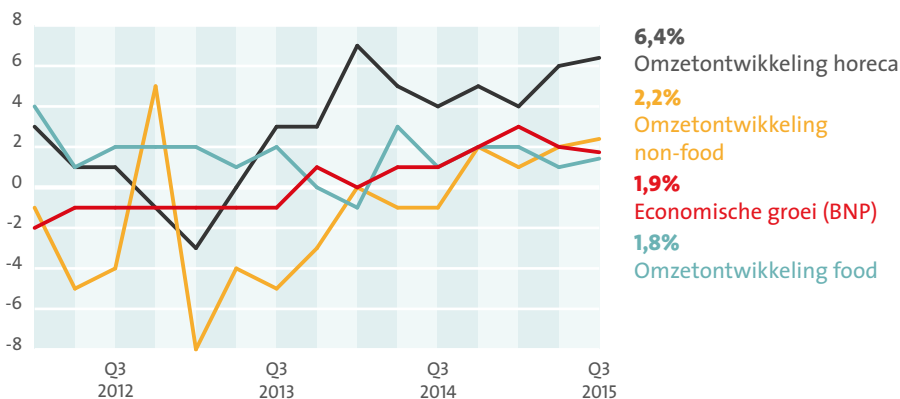


Q3 2015 Retail Facts & Figures



ECONOMIE

Omzetontwikkeling en economische groei



Dirk Mulder, Sectormanager Food & Retail, ING Nederland

'De omzet in de detailhandel steeg in het derde kwartaal van 2015 met 1,9%. Deze groei was echter niet evenredig verdeeld. Supermarkten, winkels in woninginrichting, persoonlijke verzorging, kleding en webshops profiteerden van hogere bestedingen. Daarentegen kregen winkels in schoenen, doe-het-zelf, consumentenelektronica en foodspecialzaken te

maken met krimp. De verwachting is dat de omzet in de detailhandel in de tweede helft van het jaar verder zal stijgen tot 1,6% over geheel 2015. In 2016 zullen meer winkeliers hun markt zien stijgen. Lastenverlichting voor huishoudens moet de bestedingen aanwakkeren. Veel huishoudens zagen de afgelopen jaren een terugval in koopkracht. Ook vermogens werden, met name door dalende huizenprijzen, aangetast.'

VERWACHTINGEN

NRW research poule (11 deelnemers)

Economische groei: 27% gelijk gebleven, 73% toegenomen

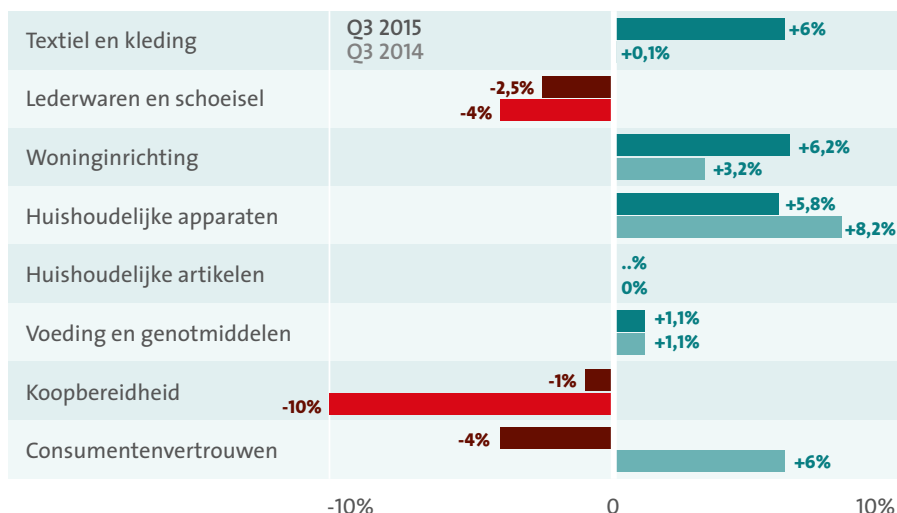
Omzetontwikkeling food: 27% gelijk gebleven, 73% toegenomen

Omzetontwikkeling non-food: 18% afgenomen, 9% gelijk gebleven, 73% toegenomen

Omzetontwikkeling horeca: 9% afgenomen, 9% gelijk gebleven, 82% toegenomen

CONSUMENT

Consumptieve bestedingen



Gerlant Lettinga, INRetail

'Ja, ja, we moesten er lang op wachten, maar in Q3 waren bijna net zoveel huishoudens positief als negatief gestemd over de koopbereidheid (index -1). Bijzonder verheugend daarbij is dat de meerderheid van de consumenten de tijd gunstig achtte voor grote aankopen (index +3 in Q2 naar +8 in Q3). Iets wat we ook

terug zien in de hogere consumptieve bestedingen aan woninginrichting en de huishoudelijke apparaten. Voor de mode- en schoenbranche was het derde kwartaal zeer wisselend, met slechte verkoopresultaten in augustus en uitstekende in september. Grotendeels verklaarbaar door de weersomstandigheden die contrasteerden met vorig jaar. De signalen staan op

VERWACHTINGEN

NRW research poule (11 deelnemers)

Consumentenvertrouwen: 18% blijft gelijk, 82% neemt toe

Koopbereidheid: 36% blijft gelijk, 64% neemt toe

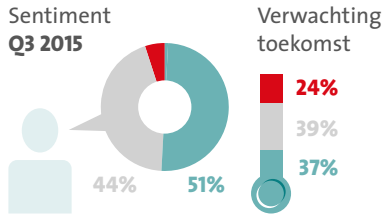
groen. Zo voorspellen de prognoses die het CPB in september uitbracht voor 2016 een verdere groei in koopkracht (1,4%) en consumptie (+1,9%) van de huishoudens. Daarbij werd wel uitgegaan van stabiele internationale omstandigheden. Daarom blijft voorzichtigheid geboden. Want vertrouwen komt te voet en gaat te paard.'



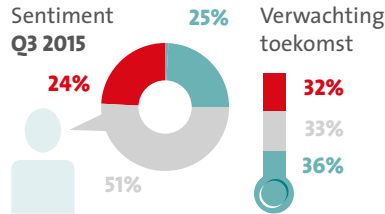
GEBRUIKERS- EN BELEGGINGSMARKT

Sentiment onder de NRW leden (109 deelnemers)

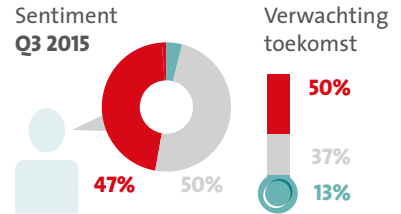
AANTAL BEZOEKERS



BEZETTINGSGRAAD



HUURPRIJZEN

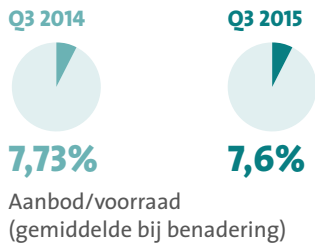


Detailhandel klimt uit het dal

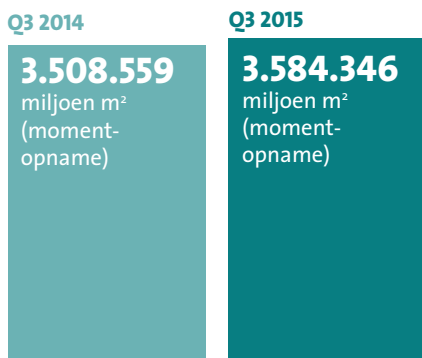
Gertjan Slob, Locatus

'Al een aantal jaren zien wij de leegstand oplopen en de passanten aantallen teruglopen. In 2015 lijkt hier echter een kentering in te komen en lijkt een voorzichtig herstel in te zetten. In het derde kwartaal van 2015 zien wij dit herstel doorzetten, zowel in de passantenontwikkeling als in de leegstand.'

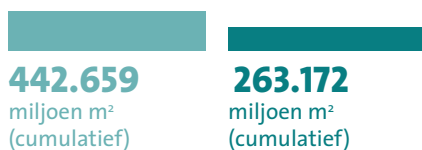
LEEGSTAND DETAILHANDEL



AANBOD



OPNAME



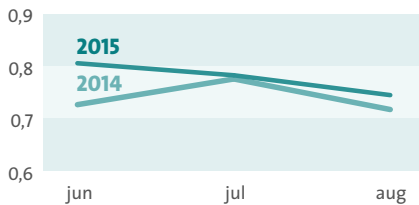
BELEGGINGSACTIVITEIT RETAIL



Volume (cumulatief, in miljarden)

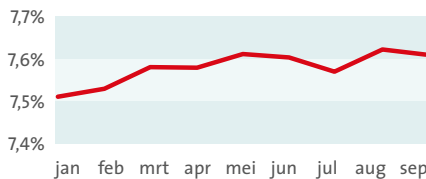
ONTWIKKELING PASSANTEN Q3

Aantal passanten per dag (?) in miljoenen



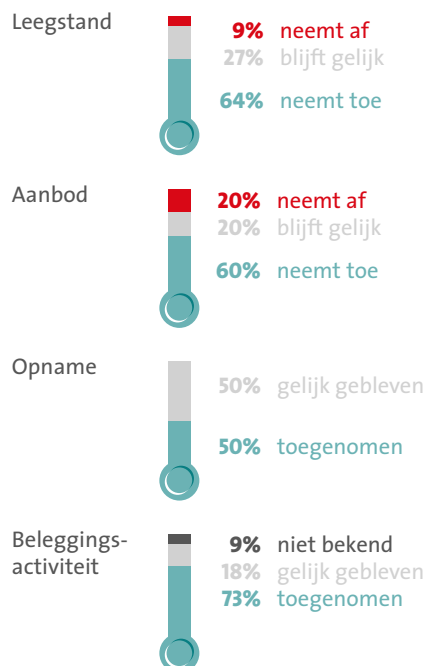
ONTWIKKELING LEEGSTAND 2015

Percentage leegstand detailhandel



VERWACHTINGEN

NRW research poule (11 deelnemers)



'Allereerst hebben wij de passantenontwikkeling. Vooral in de maand juli zien we een flinke stijging van het aantal passanten tov 2014, waarschijnlijk een gevolg van het betere weer. Ook augustus en september laten lichte stijging zien.'



'In het tweede kwartaal van 2015 was er slechts een zeer bescheiden groei van de leegstand te zien. Anders dan voorgaande jaren lijkt de leegstand zich te stabiliseren. Deze trend zette door in het derde kwartaal. Juli en september lieten zelfs een daling zien, alleen in de maand augustus steeg de leegstand.'

ONTWIKKELING FAILLISEMENTEN

Aantal uitgesproken Faillissementen



VERWACHTINGEN

NRW research poule (11 deelnemers)

