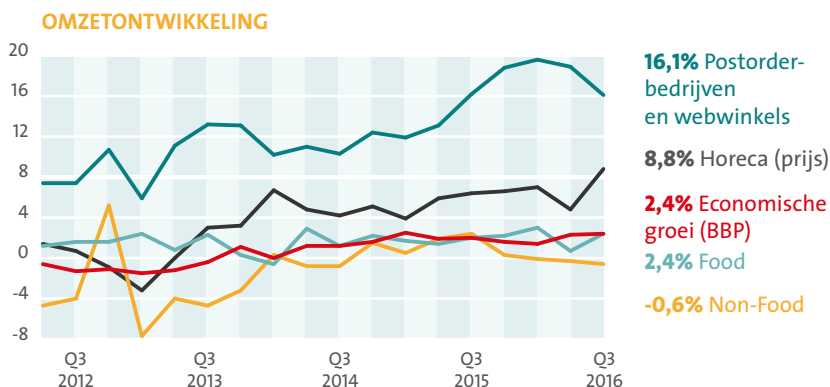


# Q3 2016 Retail Facts & Figures



## ECONOMIE

### Omzetontwikkeling en economische groei



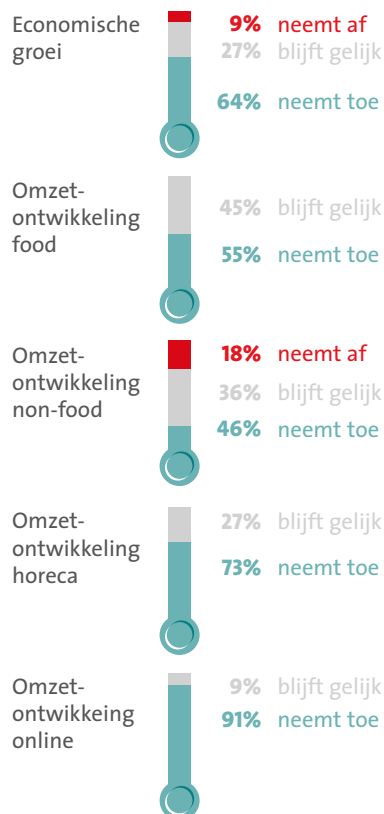
Joost de Baaij | Sr. Market Analyst | Syntus Achmea Real Estate & Finance

'De sterke economische groeispurt uit het tweede kwartaal heeft zich doorgezet in het derde kwartaal. De bestedingen nemen langzaam toe en dat is vooral te merken in food- en horeca gerelateerde branches. In de foodgerelateerde branches groeide de omzet relatief sterk met 2,4%. In de horecabranche was de omzetgroei met 8,8% zelfs de grootste stijging van de afgelopen 20 kwartalen. Ook online bestedingen blijven sterk groeien. Maar van een algeheel

herstel is nog geen sprake. Branches in de non-food maken nu al voor het derde kwartaal op rij een negatieve omzetontwikkeling door. De nog niet voor inflatie gecorrigeerde omzet kromp met 0,6% in het derde kwartaal van 2016. In de komende kwartalen kunnen hierdoor nog diverse retailers in de problemen komen. Desondanks kwam het aantal faillissementen in de detailhandel in het afgelopen kwartaal uit op het laagste niveau sinds 2012.'

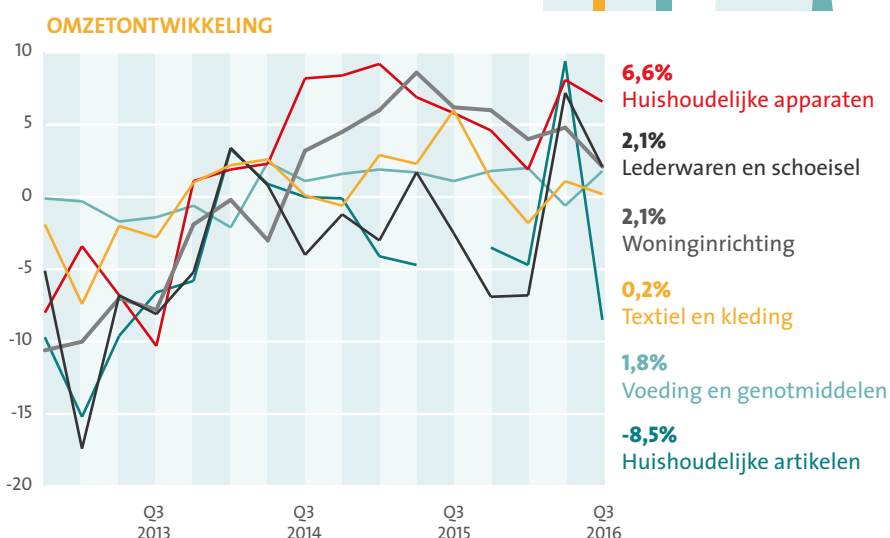
### VERWACHTINGEN OMZETONTWIKKELING

NRW research poule (11 deelnemers)



## CONSUMENT

### Consumptieve bestedingen



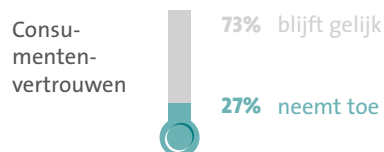
Robert Dackus | 3W real estate

'Overall kunnen we het goede nieuws lezen: we geven weer geld uit! Retailers boeken dit jaar naar verwachting 840 miljoen euro omzet. Uit onderzoek van Mastercard (dec. 2016) blijkt dat bijna de helft van de Nederlanders kerstcadeaus online koopt. We shoppen zelfs zo veel online dat

Engelstalige webshops worden vertaald naar Nederlands (OneHour Translation). Zijn Nederlanders echte online toppers? Nee, integendeel. Uit consumentenonderzoek is gebleken dat het creëren van sociale interactie in winkelgebieden meerwaarde biedt t.o.v. online. Kortweg: ontmoeten.

### VERWACHTINGEN VERTROUWEN

NRW research poule (11 deelnemers)



### CONSUMENTENVERTROUWEN

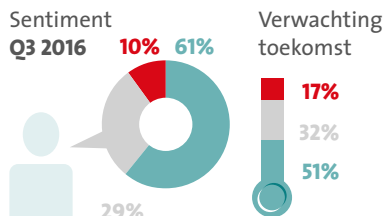


Uit Europees onderzoek van CBRE blijkt dat horeca het primaire bezoekmotief (30%) is aan winkelgebied. In de toekomst stijgt dit naar 50%. Horeca wordt als het gaat om ontmoeten een zeer belangrijk driver voor winkelgebieden.'

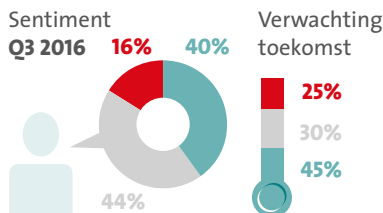
## GEBRUIKERS- EN BELEGGINGSMARKT

### Sentiment onder de NRW leden (151 deelnemers)

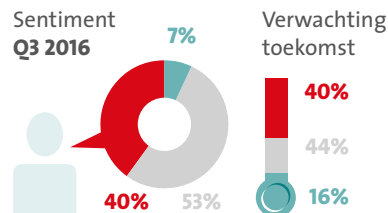
#### AANTAL BEZOEKERS



#### BEZETTINGSGRAAD

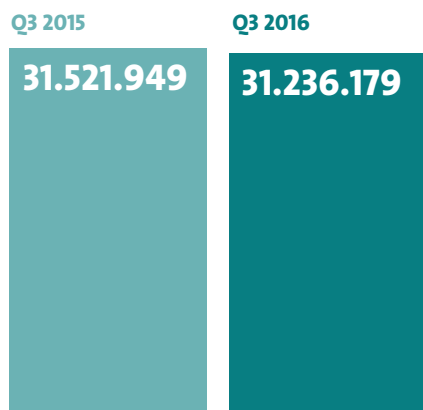


#### HUURPRIJZEN



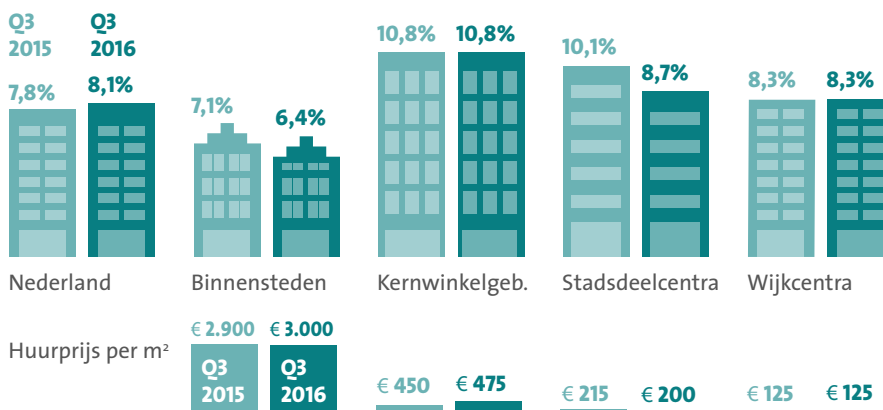
#### AANBOD

miljoen m<sup>2</sup> (momentopname)



#### LEEGSTAND DETAILHANDEL

Aanbod/voorraad (gemiddelde bij benadering)



#### BELEGGINGSACTIVITEIT RETAIL

Q3 2015

€ 192.812.788

Q3 2016

€ 319.969.000

Volume (cumulatief, in miljarden)

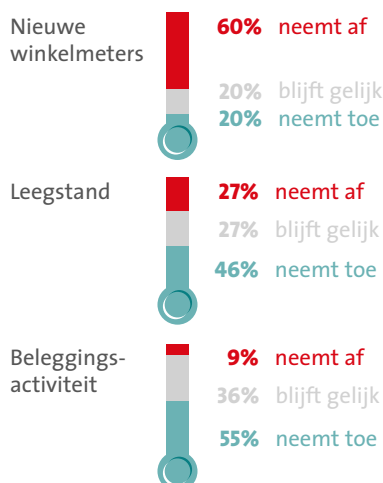
#### Joost de Baaij | Sr. Market Analyst | Syntus Achmea Real Estate & Finance

'Mede door de contractvorming van HBC op voormalige V&D-locaties zijn veel winkelmeters opnieuw ingevuld. Na een piek in het eerste kwartaal zijn de leegstandscijfers langzaam teruggelopen tot 8,1% in het derde kwartaal. Vergeleken met Q3 2015 is de leegstand nog wel hoger. Het beleggingsvolume was in het derde kwartaal fors hoger dan het jaar ervoor. In dit kwartaal heeft een aantal portefeuilletransacties

plaatsgevonden in solitaire winkelunits en winkelstrips. Op toplocaties blijft het transactieniveau beperkt wat voor een drukkend effect op de aanvangsrendementen zorgt. Op mindere locaties lopen aanvangsrendementen op. Desondanks zorgt de lage rente nog steeds voor aantrekkelijke risicopremies voor beleggers. De risico's op leegstand en huurdalingen nemen, met uitzondering van toplocaties, op veel locaties toe.'

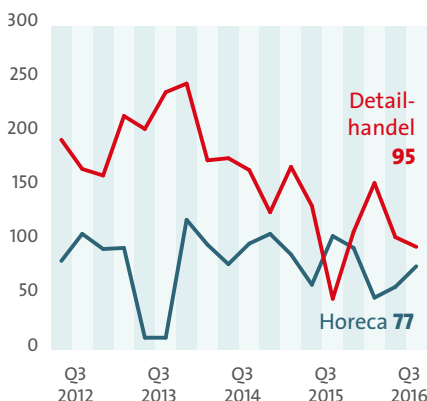
#### VERWACHTINGEN LEEGSTAND

NRW research poule (11 deelnemers)



#### ONTWIKKELING FAILLISEMENTEN

Aantal uitgesproken faillissementen



#### VERWACHTINGEN FAILLISEMENTEN

NRW research poule (12 deelnemers)

