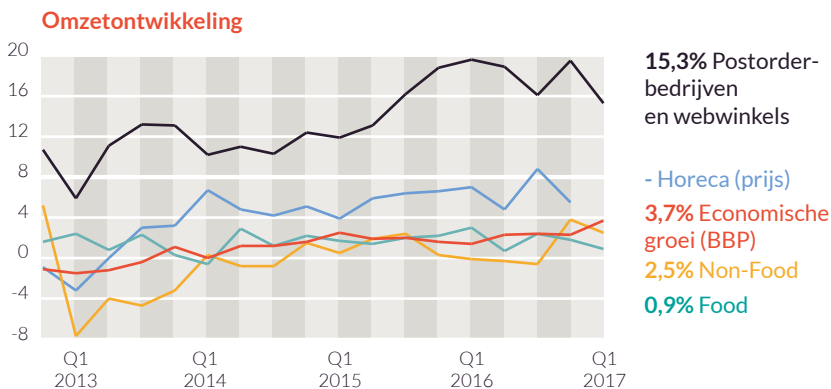


# Q1 2017 Retail Facts & Figures



## ECONOMIE

### Omzetontwikkeling en economische groei



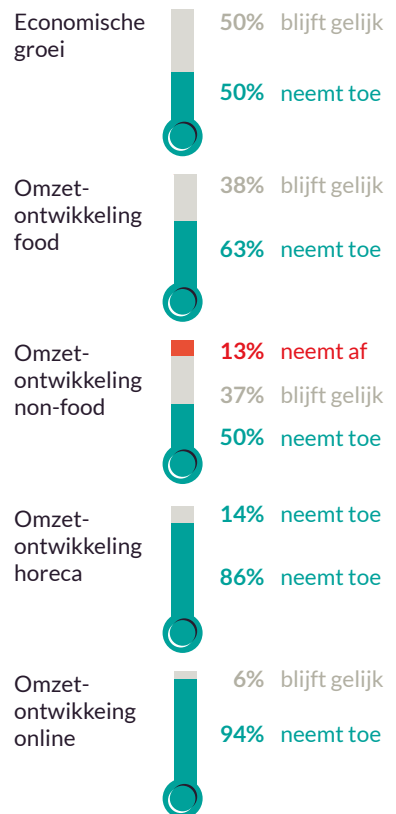
Kim Ellerman | Business Consultant Retail Q&A

'Het eerste kwartaal is goed afgesloten. Zowel de economie als consumptie stijgt in het eerste kwartaal voor de twaalfde keer op rij. Er zijn meer investeringen gedaan in woningen en auto's. Daarnaast daalt de werkloosheid en is er herstel op de woningmarkt. Het producenten- en consumentenvertrouwen is op haar hoogste punt in 10 jaar en van dit laatste profiteren vooral de

non-food branches. Een rooskleurige ontwikkeling, maar ook noodzaak. Met name retail heeft veel goed te maken met de afgelopen twintig jaar, waarin non-food ruim 75% meer meters heeft toegevoegd en slechts 22% geplust heeft. Daardoor is de concurrentie nog steeds hevig. Het is 'survival of the smartest', waarin smart shopping nog meer terrein gaat winnen.'

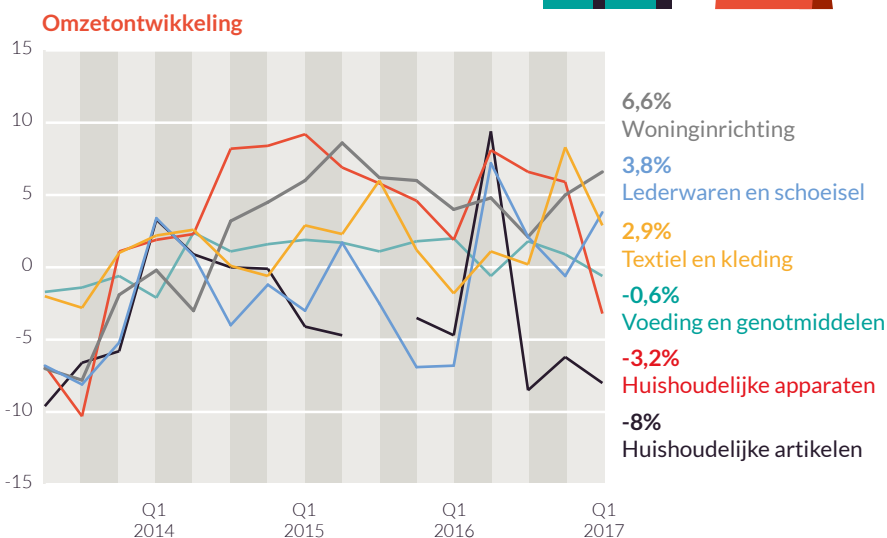
### Verwachtingen omzetontwikkeling

NRW research poule (16 deelnemers)



## CONSUMENT

### Consumptieve bestedingen



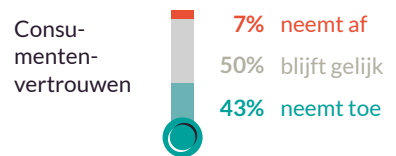
Robert Dackus | 3W Research & Concepts

'Het vertrouwen van consumenten in de economie is sinds januari 2001 niet meer zo hoog geweest. Zowel in januari als in april 2017 ligt de indicator van het consumentenvertrouwen op 26. In april 2016 lag dat nog op 11. Ook het oordeel over het economisch klimaat als de koopbereidheid verbeterde.

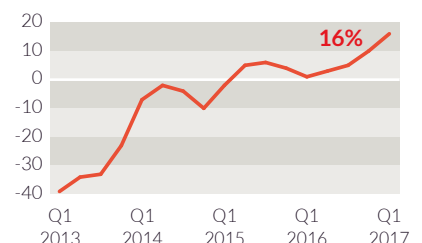
Kortom, alle lichten lijken op groen te staan. Online bestedingen lijken niet meer te stoppen, terwijl offline aankopen stabiliseren. Veel consumenten vinden winkelen nog altijd leuk. Er ligt een interessante opgave bij de retailers om fysieke winkels te transformeren van een

### Verwachtingen vertrouwen

NRW research poule (11 deelnemers)



### Consumentenvertrouwen

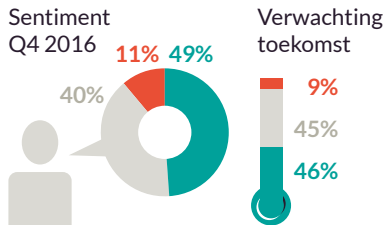


point of sale naar een point of engagement. Belevingen bieden die men online niet heeft én goed persoonlijk advies. De P van personeel kan wel eens hét USP van de winkel worden. Door de relevantie van de winkel te laten groeien, blijft retail aantrekkelijk voor de consument van morgen.'

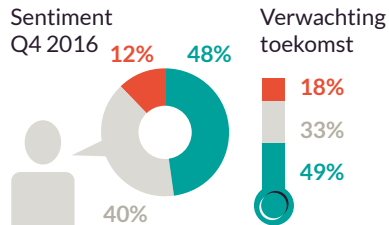
## GEBRUIKERS- EN BELEGGINGSMARKT

### Sentiment onder de NRW leden (80 deelnemers)

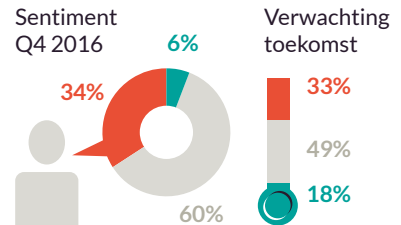
#### Aantal bezoekers



#### Bezettingsgraad



#### Huurprijzen



#### Huurprijs

Huur per m<sup>2</sup>

Binnensteden



Kernwinkelgebieden



Stadsdeelcentra

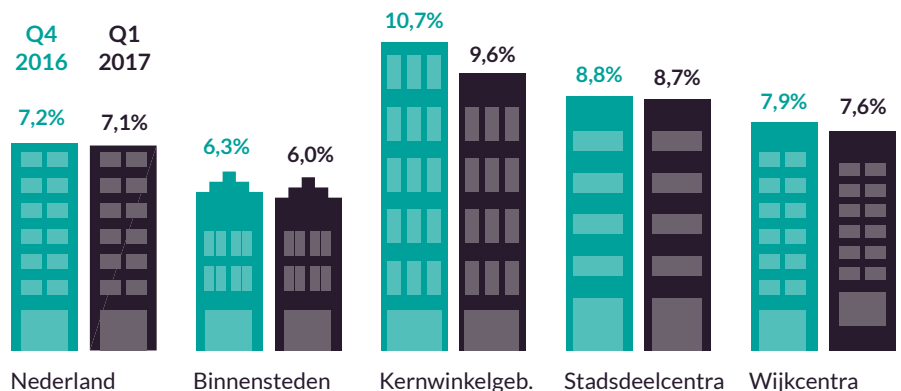


Wijkcentra



#### Leegstand detailhandel

Aanbod/voorraad (gemiddelde bij benadering)



#### Beleggingsactiviteit retail

Q4 2016

€ 912.217.471

Q1 2017

€ 687.455.228

Volume (cumulatief, in miljarden)

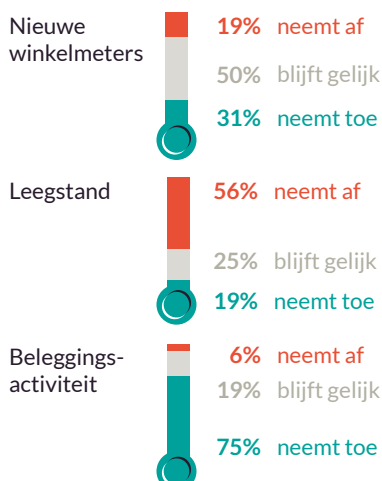
#### Bart Stek | Head of Research & Consultancy Colliers International

Na alweer enkele jaren met economische groei en groeiend consumentenvertrouwen, nemen nu ook de detailhandelsbestedingen in fysieke winkels weer toe. Dankzij de aantrekkelijke economie lijken retailers het ergste achter de rug te hebben. De grote faillissementsgolf van de afgelopen jaren lijkt daarmee achter ons te liggen. Een

aantal ketens functioneert nog altijd moeizaam. Kenmerkend voor de huidige markt is dat partijen als Kijkshop en Blokker afscheid nemen van een deel van hun filialen. Beleggers willen investeren, maar het juiste aanbod ontbreekt. Kansen zijn er vooral voor beleggers die interesse hebben in gemengde en value add portefeuilles.

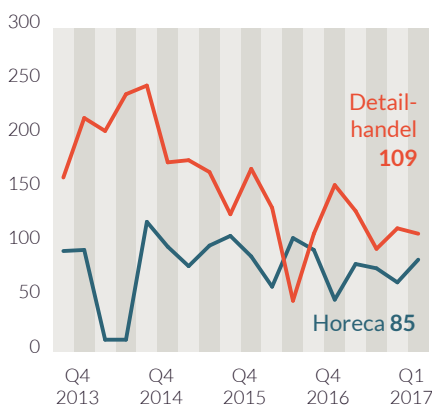
#### Verwachtingen leegstand

NRW research poule (11 deelnemers)



#### Ontwikkeling faillissementen

Aantal uitgesproken faillissementen



#### Verwachtingen faillissementen

NRW research poule (16 deelnemers)

