

PERSBERICHT

Cannes, 10 Maart 2015 | Pagina 1/2

Locatie, Locatie, Toeristenattractie: “zachte factoren” maken het verschil bij vastgoedinvesteringen in Europese steden - Redevco Onderzoek

- **Uit onderzoek van Redevco naar aantrekkelijkheid van steden blijkt dat huren en opbrengsten van retail-locaties sterk afhangen van ‘zachte factoren’**
 - **Aanwezigheid van creatieve industrie en toeristische attracties zijn belangrijke voorwaarden voor succes**
 - **Analyse classificeert bijna 800 steden in 1.450 regio’s en 25 landen**
-

Verschillen in huurniveaus en -opbrengsten van winkelpanden in honderden Europese steden hangen voor een belangrijk deel af van ‘zachte factoren’, blijkt uit onderzoek door winkelvastgoedspecialist Redevco. Het ‘City Attractiveness Model’ van de vermogensbeheerder laat zien dat, naast fundamentele marktfactoren als economische en demografische data, ‘zachte factoren’ waaronder de aanwezigheid van creatieve professionals in een stad en het aantal toeristenattracties steeds belangrijker zijn bij het vaststellen van de totale aantrekkelijkheid van stadscentra voor winkelvastgoedinvesteringen.

Marrit Laning, Hoofd Research & Strategy bij Redevco: “Locatierisico’s staan hoger op de agenda nu e-commerce het Europese retail-klimaat in duizelingwekkend tempo verandert. In dit volatiele klimaat hebben winkeliers en vastgoedinvesteerders een navigatie-instrument zoals Redevco’s City Attractiveness Model nodig. Toekomstige winnaars en verliezers kunnen onderscheiden worden door naast de traditionele prestatie-indicatoren ook de steeds belangrijkere ‘zachte factoren’ te meten.”

Het Research & Strategy team van Redevco heeft een grote hoeveelheid bronnen gebruikt om tot een analyse en rangschikking te komen van belangrijke hoofdwinkelstraten in bijna 800 Europese steden en 1450 regio’s in 25 landen. Het City Attractiveness Model bestaat uit 19 indicatoren die in vier hoofdcategorieën zijn ingedeeld: stadskwaliteit, inwoners, economie en winkelvastgoedmarkt. Deze worden gewogen om de rangschikking van een stad in kaart te brengen. Deze weging wordt vervolgens verrijkt met lokale kennis van de zeven Redevco landenteams die een indeling in vijf ‘Kwaliteitsmandjes’ mogelijk maakt; van ‘uitstekend’ tot ‘zwak’, om zo het gehele beleggingsuniversum van ca. 200 Europese steden in kaart te brengen.

Diepere statistische analyse laat zien dat naast een sterke populatie en economie, de ‘zachte factoren’ van significant belang zijn bij het verklaren van verschillen tussen steden in winkelhuren en opbrengstniveaus. Een andere interessante uitkomst van het onderzoek is dat de veranderingen in huren en yield-compressie, gemeten over een langere periode, het grootst zijn in die steden die een hoger aantal historische bezienswaardigheden hebben. Hoewel er een duidelijk verband bestaat tussen de grootte van een stad en het aantal historische bezienswaardigheden dat daar naar alle waarschijnlijkheid te zien is, kun je bij kleinere steden met een buitenproportioneel hoog aantal interessante bezienswaardigheden zeker spreken van een relatief groter winkelpubliek.

PERSBERICHT

Cannes, 10 Maart 2015 | Pagina 2/2

Het City Attractiveness Model stelt Redevco in staat om de winkelhuren van een stad aan de hand van traditionele meetmethoden in te schatten en de afwijkingen van deze resultaten vervolgens te linken aan zachte factoren. Huurprijzen in de belangrijkste winkelstraten in Cannes (Zuid-Frankrijk) liggen bijvoorbeeld boven de €5,000 per m2 per jaar, meer dan twee keer zo hoog dan de gemiddelde huur van €2,297 die naar voren zou komen bij gebruik van alleen de traditionele indicatoren zoals het aantal inwoners en de huurwaarden in vergelijkbare Europese markten. De verklaring hiervan ligt in de aantrekkingskracht van Cannes voor de superrijken en de aanwezigheid van internationale congressen, zoals het Cannes filmfestival en de MIPIM vastgoedbeurs.

De stad Berlijn, een tweede voorbeeld, heeft de laatste jaren een zeer sterke toename in aantrekkelijkheidsfactoren laten zien, ondanks een relatief zwakkere economische basis in vergelijking met een aantal andere sterk presterende Duitse steden. Dit komt door de zeer hoge kwaliteit van leven in de stad, haar jonge bevolking en de snelgroeïende huizenprijzen. Mediabedrijven trokken in grote getalen naar de Duitse hoofdstad en de invloed die creatieve professionals op het culturele leven en de aantrekkelijkheid van een stad kunnen hebben werd daarmee goed zichtbaar.

Duitse steden nemen 7 van de 'Top 20' Europese plekken in

Uit de 200 kwaliteitssteden in Redevco's rangschikking is een top 20 samengesteld van steden die de afgelopen twee jaar significante huurstijgingen en yield-compressie lieten zien. Londen en Parijs bezetten plaats 1 en 2, een bewijs van hun status als mondiale winkelbestemming waar de hoogste prijzen en huren van Europa gevraagd worden. 7 Van de 20 steden bevinden zich in Duitsland, alwaar de 'diepe zakken' van investeerders die zich op de markt hebben gestort tot een solide prestatie van winkelvastgoed heeft geleid.

1 London	11 Düsseldorf
2 Paris	12 Frankfurt
3 Munich	13 Stockholm
4 Hamburg	14 Rome
5 Vienna	15 Stuttgart
6 Berlin	16 Copenhagen
7 Cologne	17 Barcelona
8 Madrid	18 Prague
9 Amsterdam	19 Zürich
10 Milan	20 Lyon

Redevco's 20 meest aantrekkelijke Europese steden voor winkelvastgoed investeringen

Einde

OVER REDEVCO:

Redevco is een onafhankelijke, pan-Europese vastgoedinvesteerder gespecialiseerd in retailvastgoed. De 450 vastgoedobjecten die de manager in beheer heeft, zijn verspreid over de sterkste retailconcentraties in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, België, Luxemburg, Nederland, Duitsland, Spanje, Portugal, Zwitserland en Oostenrijk. Redevco heeft partnerships met meer dan 1000 retailers.

Meer informatie:

Priscilla Tomaso
 Head of PR & Corporate Communications
 Redevco B.V.
 Wibautstraat 224
 1097 DN Amsterdam, The Netherlands
 Tel.: +31 20 599 6262
 Fax: +31 20 599 6263
 Email: priscilla.tomaso@redevco.com
 Website: www.redevco.com