

PERSBERICHT

Amsterdam, 18 november 2015 | Pagina 1/3

City Attractiveness Report Redevco: urbanisatie en polarisatie bepalen in toenemende mate locatiekeuze retailers

- **Europese urbanisatie en polarisatie versnellen**
- **Internationale retailers versterken hun aanwezigheid in topsteden**
- **EU heeft economische crisis achter zich gelaten, maar het herstel ontwikkelt zich onevenredig door verschillen in samenstelling sectoren**
- **Zachte factoren blijven de drijvende kracht achter aantrekkelijkheid steden**

Urbanisatie en de groeiende tegenstelling tussen de beste steden en overige steden in Europa blijven toenemen en bepalen steeds vaker de locatiekeuze van internationale retailers. Onderzoek in het kader van het meest recente City Attractiveness Report van winkelvestgoedspecialist Redevco laat zien dat stadskwaliteit een steeds belangrijkere rol speelt in de stedelijke mix van factoren die bepalend zijn voor het toekomstige succes van Europese stedelijke centra.

Marrit Laning, hoofd Research & Strategie bij Redevco: “Grotere Europese steden blijven groeien ten koste van de meer secundaire stedelijke locaties en het platteland, aangezien de urbanisatie – een trend die zich pas in de jaren 1990 echt begon af te tekenen – een versnelling te zien geeft. ‘Zachte factoren’, zoals de aanwezigheid van historische monumenten en andere toeristische attracties, en een gevarieerde bevolkingssamenstelling (aantrekkelijkheid van creatieve professionals) zijn in toenemende mate van belang voor de aantrekkelijkheid van een stad; dit trekt mensen die op zoek zijn naar werk en ontspanning. Deze aantrekkingskracht is niet onopgemerkt gebleven bij internationale retailers, die zich bij hun keus van een vestigingslocatie laten leiden door de grote massa.”

Redevco’s Top 25 van meest aantrekkelijke Europese retailbestemmingen

Van de meer dan 800 Europese steden die in het City Attractiveness Model van Redevco zijn gerangschikt, is de Top 25 (zie tabel 1) binnen de categorie ‘Excellent’* betrekkelijk stabiel gebleven in de afgelopen drie jaar. De kwaliteit en performance van deze steden staan buiten kijf. Londen en Parijs nemen de twee topposities in, wat een bevestiging is van hun status als mondiale retailbestemming met de hoogste prijzen en huren. Duitse steden bezetten zeven van de 25 hoogste posities, aangezien de ‘weging van investeerderskapitaal’ dat zijn weg naar deze markt heeft gevonden, heeft geleid tot een solide performance van het winkelvestgoed. Berlijn klom dit jaar van de zesde naar de vierde positie, vóór Hamburg en Wenen en na München.

1. Londen	14. Barcelona
2. Parijs	15. Rome
3. München	16. Zürich
4. Berlijn	17. Keulen
5. Hamburg	18. Praag
6. Wenen	19. Frankfurt
7. Stockholm	20. Stuttgart
8. Milaan	21. Düsseldorf
9. Amsterdam	22. Glasgow
10. Kopenhagen	23. Edinburgh
11. Manchester	24. Dublin

PERSBERICHT

Amsterdam, 18 november 2015 | Pagina 2/3

12. Madrid	25. Istanbul
13. Oslo	

Tabel 1. Top 25: beste in hun categorie

Economie EU herstelt; diversificatie belangrijk

Europa heeft de economische crisis achter zich gelaten en de werkgelegenheidsgroei is inmiddels positief in alle markten, maar er blijven grote verschillen in relatieve performance van steden afhankelijk van de samenstelling van de lokale economie. Momenteel leveren retail, ICT en vastgoed een belangrijke bijdrage aan de economische groei en steden met een substantiële blootstelling aan deze sectoren laten over het algemeen een hogere groei zien. Uit analyse blijkt ook dat gediversifieerde economieën minder kwetsbaar zijn voor externe schokken. De huidige ontwikkelingen in de auto-industrie, bijvoorbeeld, zouden een forse impact kunnen hebben op een stad zoals Stuttgart, die sterke directe en indirecte banden heeft met de autoproductie.

Weging van kapitaal: een zoektocht naar hogere rendementen in ontwikkelde markten

De investeringsactiviteit is toegenomen met rendementsdruk als gevolg, maar de gebruikersmarkten zijn grotendeels achtergebleven. In 2014 vertoonden investeerders duidelijk de bereidheid iets meer risico te nemen en vooruitlopend op stijgende huren te investeren buiten de twee hoogste stads categorieën. Deze trend was minder uitgesproken in het eerste halfjaar van 2015 en veel retailers zijn daar niet in dezelfde mate in mee gegaan.

Retailers spelen in op opkomende consumententrends en de attractiviteit van Europese steden door hun investeringen te focussen op winkelopeningen in stadscentra binnen de top twee kwaliteitscategorieën.* Uit retaileronderzoek van Redevco blijkt dat winkelketens 11% van hun bestaande winkels hebben gesloten. Die winkels waren voornamelijk gevestigd in de lager geclassificeerde steden. Het totale aantal winkels in Europa is echter met slechts 5% afgenomen als gevolg van een significant aantal winkelopeningen, hoofdzakelijk in hoog geclassificeerde steden.

Toeristen trekken massaal naar kwaliteitssteden

Het toerisme trekt in heel Europa aan en is een sterke steun voor de winkelverkoop op geliefde bestemmingen. Amsterdam is daar een goed voorbeeld van: ofschoon de economische basis van de hoofdstad is achtergebleven bij andere belangrijke West-Europese stedelijke centra, is het aantal toeristen dit jaar met 12% toegenomen – tegenover 5% voor heel Nederland en een gemiddelde van 3% voor Europa – en heeft zich daarmee ontpopt als de drijvende kracht achter het herstel van de stad. Brighton, de kustplaats vlak bij Londen, met zijn koopkrachtige en creatieve bevolking, werkt eveneens als een magneet op bezoekers. De stad telt een groot aantal onafhankelijke winkels en boetieks en neemt in het City Attractiveness Model van Redevco een 7de (VK) en 34ste (Europa) plaats in als bestemming met een 'erg goede' winkelervaring, vergelijkbaar met Bordeaux in Frankrijk en Münster in Duitsland.

Concluderend zei Marrit Laning: "Traditionele datasets zoals omzetcijfers, bezoekersaantallen, demografie en bbp zijn voor retailers de belangrijkste toetsstenen voor hun investeringsstrategie, maar het City Attractiveness Model van Redevco kan het beeld verder completeren en nuanceren. Ons model bevat zowel fundamentele basisgegevens als de 'zachte factoren' die in toenemende mate van belang zijn ter bepaling van de waarschijnlijke toekomstige performance van een stad als retaillocatie."

* Het City Attractiveness Model van Redevco onderscheidt 19 verschillende indicatoren die in vier hoofdcategorieën zijn ondergebracht: bevolking, economie, winkelvastgoedmarkt en stadskwaliteit. Deze leveren door middel van weging de rangschikking van een stad op. Deze weging wordt verrijkt met de lokale kennis van de zeven landenteams van Redevco, zodat locaties in vijf kwaliteitsgroepen kunnen worden verdeeld, uiteenlopend van excellent tot zwak, ter bepaling van de investeringskwaliteit afgezet tegen circa 200 Europese steden.

PERSBERICHT

Amsterdam, 18 november 2015 | Pagina 3/3

REDEVCO

Redevco is een onafhankelijke, pan-Europese investment manager gespecialiseerd in winkelvastgoed. De meer dan 400 vastgoedobjecten die de manager in beheer heeft, zijn verspreid over de sterkste retailconcentraties in Oostenrijk, België, Frankrijk, Duitsland, Hongarije, Luxemburg, Nederland, Portugal, Spanje, Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk. Momenteel hebben we partnerships met ruim 1000 retailers.

Voor meer informatie neemt u contact op met:

Priscilla Tomaso
Hoofd PR & Corporate Communications
Redevco B.V.
Wibautstraat 224
1097 DN Amsterdam, Nederland
Tel.: +31 20 599 6262
Fax: +31 20 599 6263
E-mail: priscilla.tomasoa@redevco.com
Website: www.redevco.com