



McArthurGlen Roermond

Analyse van Huidig en Toekomstig Potentieel Verzorgingsgebied

December 2012 v1.0

Alex McCulloch

Managing Consultant

Dan Parr

Client Partner

Inhoud

1. Introductie & Methodiek
2. Huidig Verzorgingsgebied
 - Verzorgingsgebied in reistijdzones
 - Bestedingspatroon Kleding & Schoenen in verzorgingsgebied
 - Concurrentielandschap
 - Huidige resultaten
3. Toekomstig Verzorgingsgebied
 - Concurrentielandschap
 - Verzorgingsgebied Roermond DOC, incl. Fase 4 Uitbreiding
 - Voorspelde resultaten
4. Conclusie

1.0 Introductie en methodiek

1.1 Introductie

Introductie

- McArthurGlen heeft CACI opdracht gegeven het toekomstige marktpotentieel en marktgebied van de geplande Roermond fase 4 uitbreiding te analyseren.
- CACI heeft het McArthurGlen model gebruikt in het onderzoek naar het marktgebied en potentieel van Roermond. Dit model analyseert de grootte van het verzorgingsgebied, rekening houdend met de aantrekkingskracht van de winkelgebieden, de locatie van concurrerende winkelcentra en het vraagniveau in de markt.
- Dit model is ontwikkeld in samenwerking met McArthurGlen en is gebaseerd op de prestatie van het huidige centre en getoetst aan de verschillende klantenquêtes die in het Centre hebben plaats gevonden. Dit model laat toe de toekomstige ontwikkelingen te bepalen, met name wat betreft het toekomstige verzorgingsgebied en de omzetresultaten.
- Dit rapport is toegespitst op Roermond DOC en biedt, vertrekkend van een nulmeting in 2011, een analyse van het effect van de voorgestelde fase 4 uitbreiding.
- Dit rapport identificeert het verzorgingsgebied van het toekomstige, uitgebreide Roermond DOC en het voorspelt het resultaat en de omzet van het nieuwe Outlet Centre, in vergelijking met de nulmeting van 2011.

1.0 Introductie en methodiek

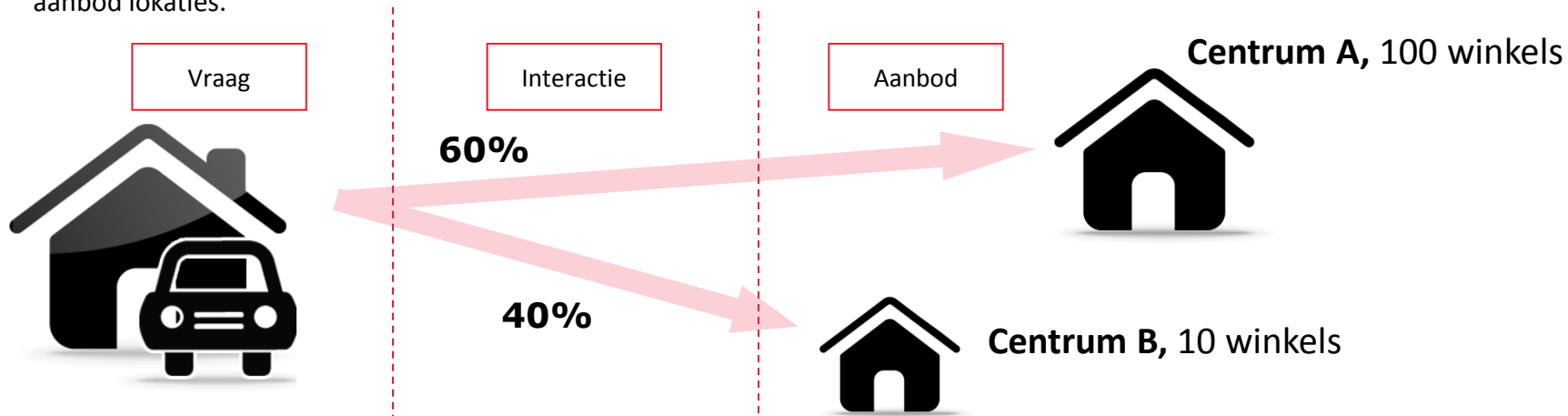
1.2 Methodiek

Modelmethodiek

- Het model wijst een bepaalde kleinhandelsomzet toe aan detailhandelscentra op basis van hun aantrekkingskracht en de bereikbaarheid. Dit is gebaseerd op het (gesimplificeerde) algoritme:

$$S_{ij} = A_i O_i W_j^\alpha \exp^{-\beta c_{ij}}$$

- Het model ontleedt het beslissingsproces van de consumenten.
- Er zijn drie hoofdelementen in het model: vraag, aanbod and interactie.
 - **Vraag** - wordt bepaald door de locatie van de consument als deze gaat winkelen en het geld waarover hij beschikt. De geografische zones worden bepaald op basis van de woonplaats van de consument (de kleinste mogelijke geografische zone weergegeven door de eerste 4 cijfers van de postcode).
 - **Aanbod** - van detailhandelscentra zoals winkelstraten en shopping centres. Het niveau en de score van de centra bepalen hoe groot de aantrekkingskracht is voor de consument.
 - **Interactie** – wordt bepaald door de tijd die nodig is en de kosten die moeten worden gemaakt om te reizen tussen vraag en aanbod lokaties.



McArthurGlen's Model

Aanbod

- De aantrekkingskracht van de Outlet Centres wordt bepaald door de samenvoeging van de winkels die er deel van uitmaken – elke winkel krijgt een score die de gemiddelde omzet en aantrekkelijkheid voor de consument weergeeft. Aantrekkingskracht van reguliere winkelcentra (winkelstraten of shopping centres) is gebaseerd op de grootte van het gebied en de kwaliteit van de winkelmix.
- Het type van het centre geeft aan wat voor consument wordt aangetrokken, bijvoorbeeld, een winkelgebied met een erg lokale aantrekkingskracht heeft een kleiner marktgebied met een hoger marktaandeel. Daartegenover beschikt een Outlet Centre over een veel groter marktgebied met een, in verhouding, lager marktaandeel.
- In totaal zijn er 9.546 detailhandelscentra geregistreerd in heel Europa.

Vraag

- Het model omvat alle postcodegebieden in Europa (93.249). Voor elk postcodegebied worden de totale consumentenuitgaven in beeld gebracht (dit weerspiegelt de totale in de detailhandel gerealiseerde uitgaven, dus kosten zoals woninglasten, gas en electriciteit zijn hier niet in begrepen).

Interactie

- Het netwerk TomTom Reistijd geeft de reistijd van klanten weer en gebruikt verschillende reistijden per wegtype. Dit stemt overeen met het wegnetwerk dat in Satelliet Navigatie Systemen en Google Maps wordt gebruikt.

Voorspelde Verzorgingsgebieden

- Voor elk detailhandelscentrum (winkelstraat, outlet centre of shopping centre) in Europa wordt het verzorgingsgebied bepaald en het marktaandeel aangegeven in de Europese postcodegebieden. Door het marktaandeel toe te passen op de totale consumentenuitgaven in elk postcodegebied, kan een totaal **marktpotentieel** worden vastgesteld voor elk winkelgebied. Dit is een weerspiegeling van de aantrekkingskracht van een winkelcentrum, het type centrum, waar de concurrerende centra zich bevinden en hoe groot de vraag is in het bewuste gebied.

McArthurGlen: gebruikte begrippen

Totale Consumentenuitgaven

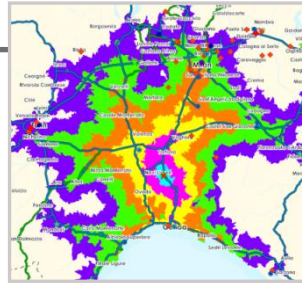
- Alle bestedingen gerealiseerd in een bepaald gebied
- Onderverdeeld in reistijdzones
- Verdeeld over vele winkelgebieden

Marktpotentieel

- Inschatting van het potentieel van een specifiek winkelgebied
- Rekening houdend met het beschikbare inkomen van de klant

Omzet

- De verwachte bestedingen van de klant.
- Uitgedrukt als een bepaald percentage van het marktpotentieel



Verklaring van de
gebruikte
begrippen

Reistijdzones

- Verzorgingsgebied onderverdeeld in reistijdzones

Omzetverwachting

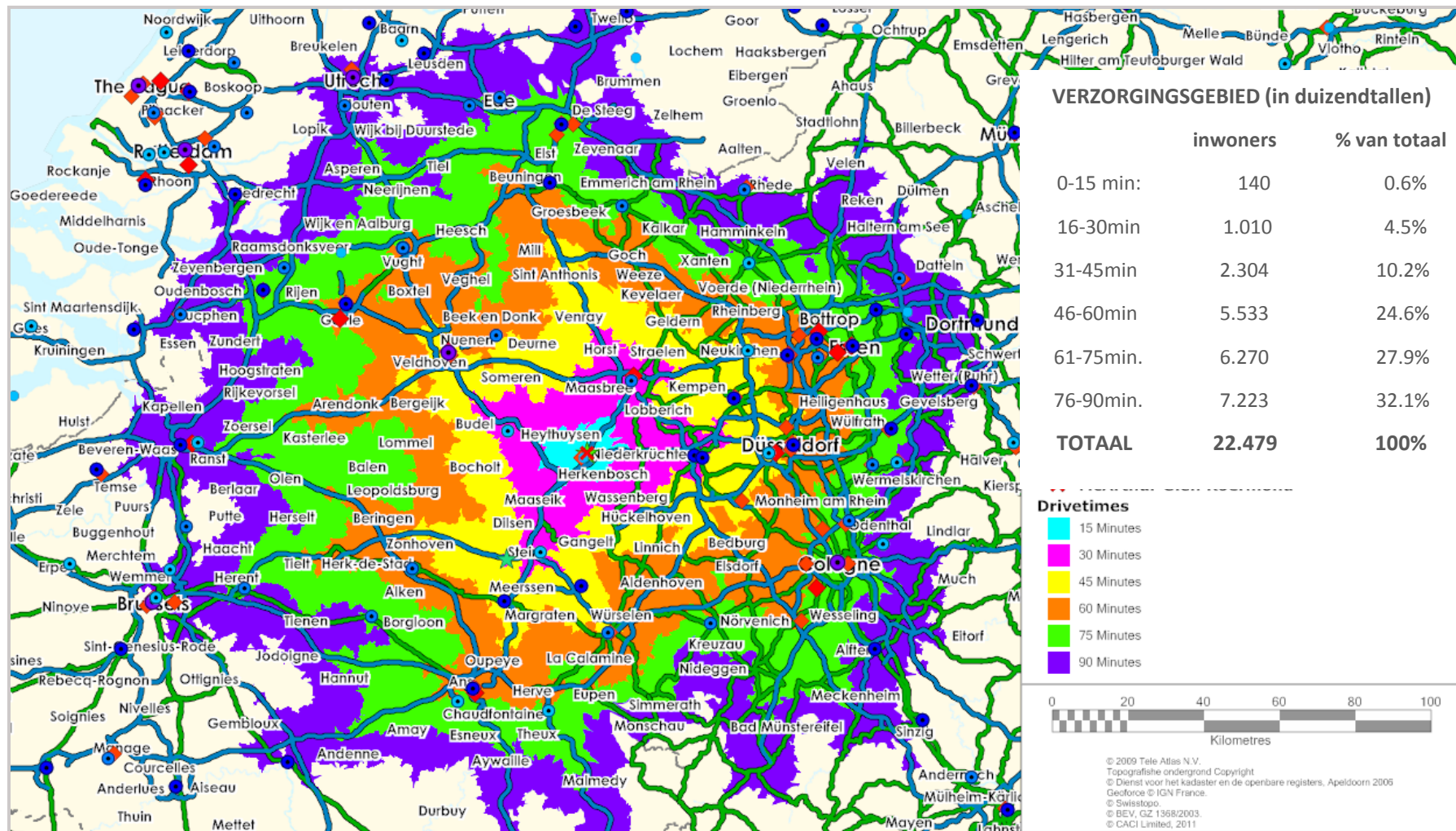
- Rekening houdend met:
 - de kansen
 - het verzorgingsgebied
 - de concurrentie

Conversieratio

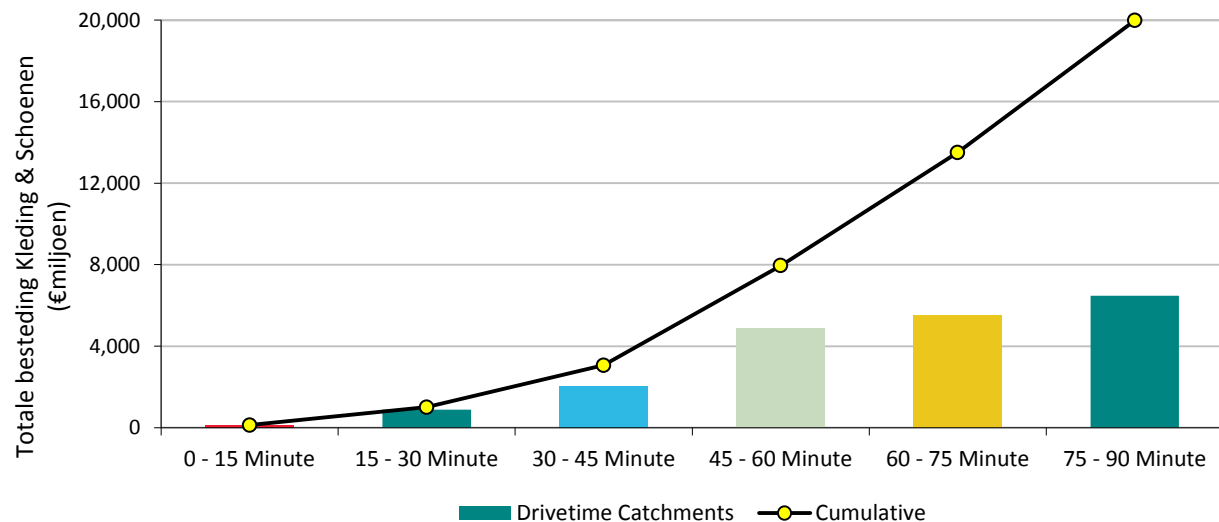
- Omzet uitgedrukt als aandeel van het marktpotentieel.
- Vertrekkend van huidige situatie

2.0 Huidig verzorgingsgebied

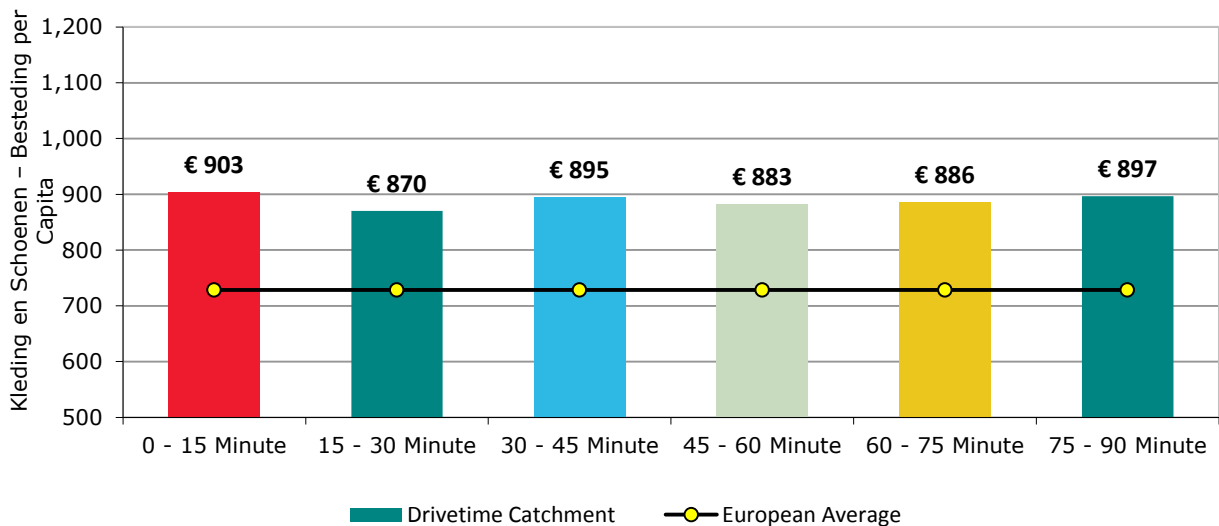
Verzorgingsgebied – Reistijdzones met inwonersaantallen per zone



Verzorgingsgebied – Bestedingen aan Kleding en Schoenen per reistijdzone

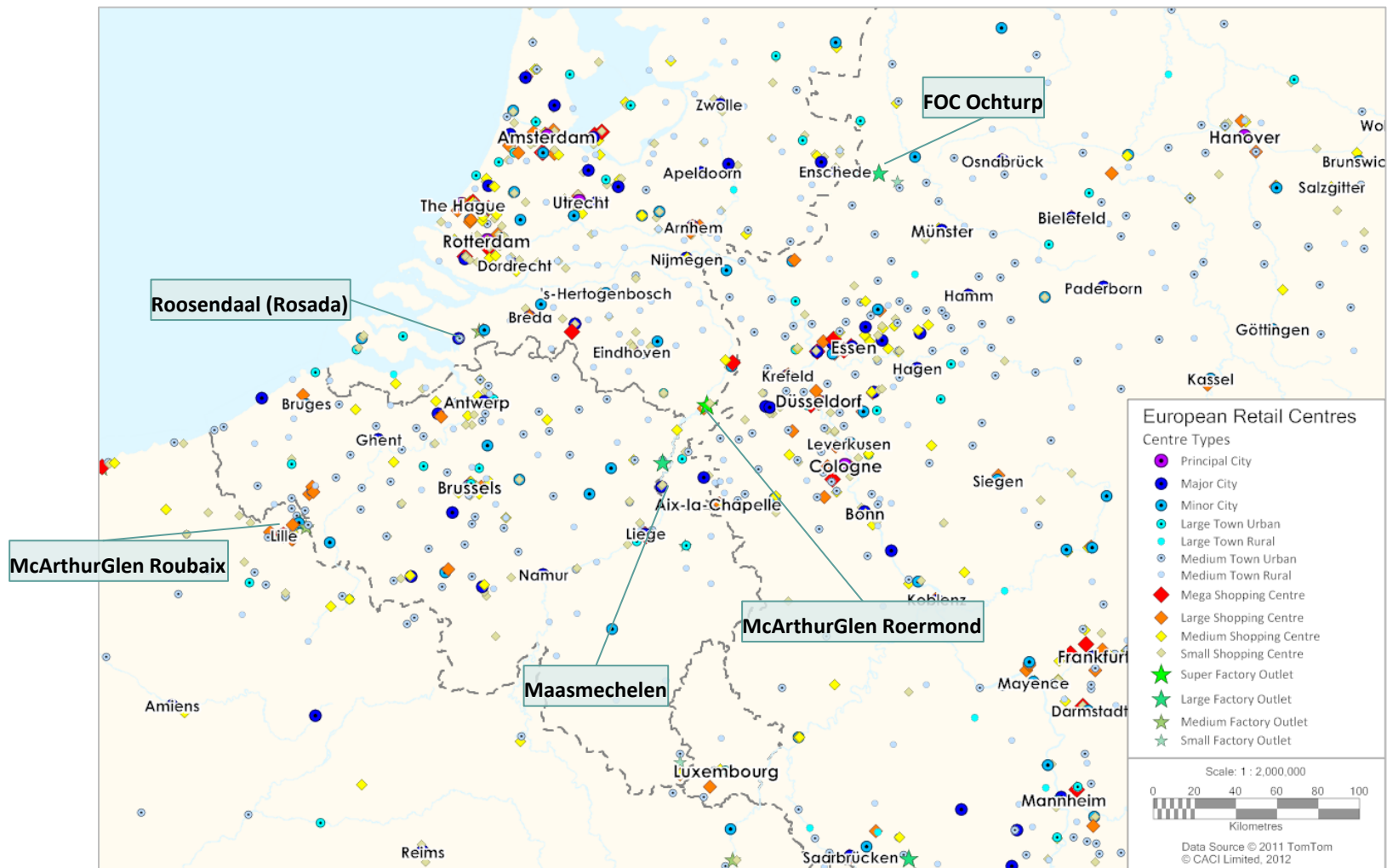


De totale bestedingen aan kleding en schoenen in het 90 minuten verzorgingsgebied, bedragen 20 miljard euro. Net zoals met de bevolkingssdichtheid het geval is, bevindt 85% van het besteedbare inkomen zich in de zone die meer dan 45 minuten reistijd verwijderd is van Roermond.

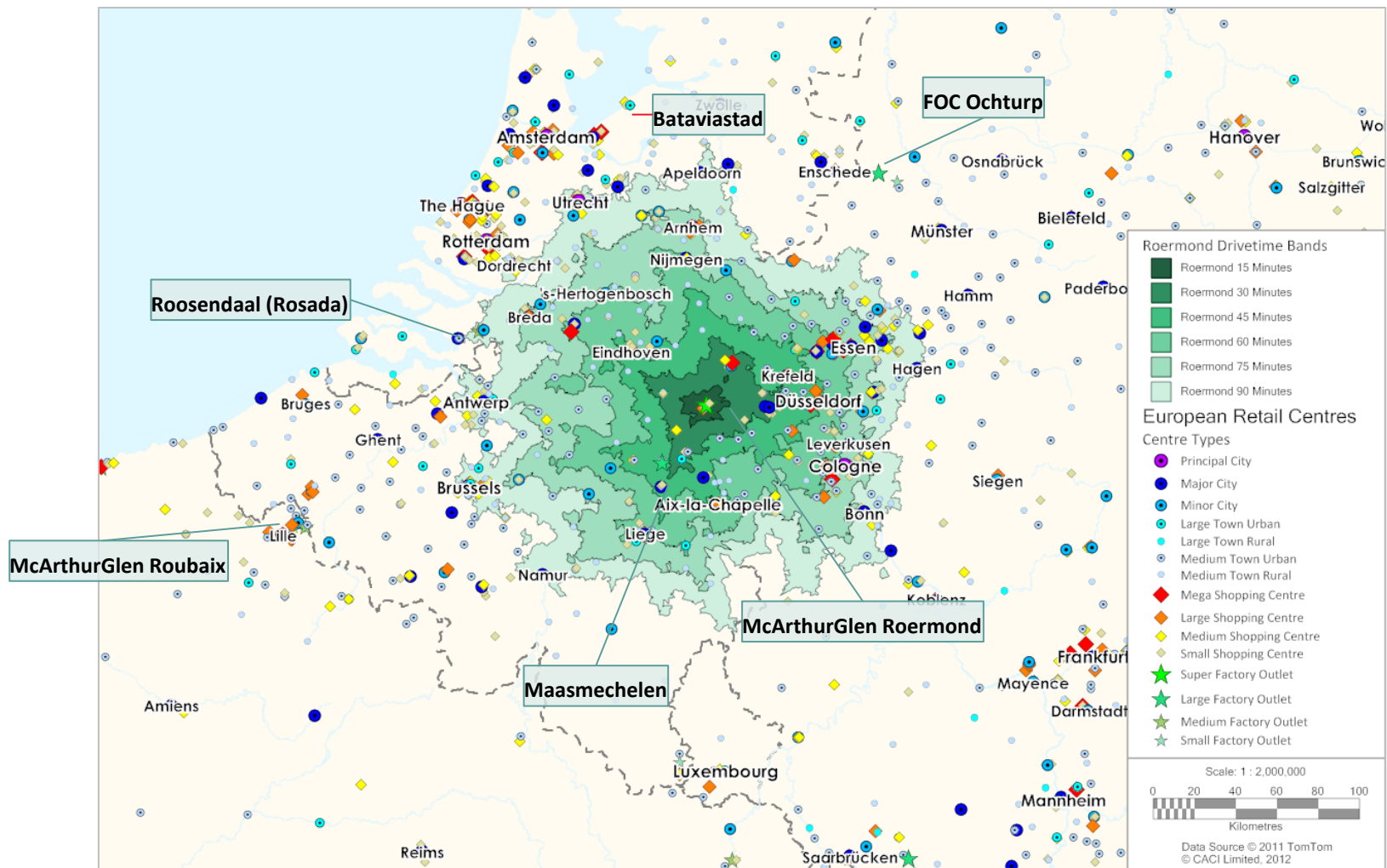


De bestedingen per capita aan Kleding en Schoenen ligt in alle reistijdzones ver boven het Europese gemiddelde., dat iets boven de €700 per capita per jaar uitstijgt.

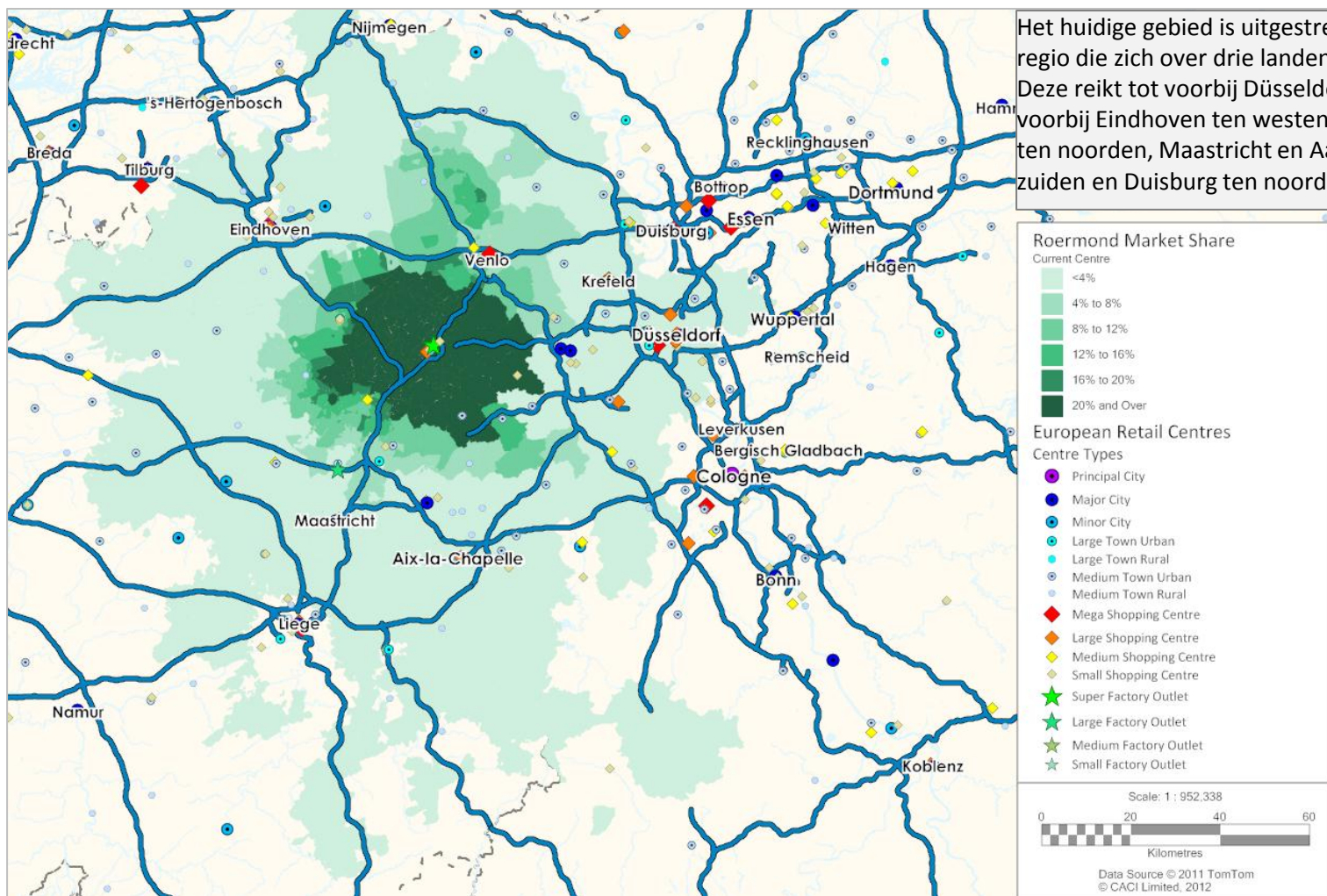
Huidig “Concurrentielandschap” – illustratie van alle winkelgebieden in de Benelux en Noordrijn-Westfalen



Roermond Verzorgingsgebied met aanduiding belangrijkste winkelcentra en bestaande Outlet Centres



Huidig Verzorgingsgebied Roermond DOC – weergave van marktaandeel



Roermond huidige resultaten – Bepaling van de conversieratio.

Conversieratio DOC ROERMOND	Omzetindex DOC ROERMOND (huidig = 100)
10%	65
11%	72
12%	78
13%	85
14%	91
15%	98
15,32%	100
16%	104
17%	111
18%	118
19%	124
20%	131

- Het huidige marktpotentieel voor Roermond is zeer groot – meer dan het dubbele van het McArthurGlen gemiddelde en het hoogste van de 21 McArthurGlen centra. Dit geeft aan dat de marktgrootte waarin Roermond opereert aanzienlijk is. De behoefte aan het huidig outlet centrum is bijgevolg zeer hoog.
- Marktpotentieel wordt het beste omschreven als geld dat mensen ter beschikking hebben wanneer ze het Outlet Centre bezoeken. Hiervan zal het Centre een gedeelte “losweken” als omzet – dit is de conversieratio. Een centrum met goede resultaten en een aanbod dat goed past bij het verzorgingsgebied, en dat bovendien operationeel sterk is, zal een, naar verhouding, groter gedeelte opeisen. Kenmerkend voor outlet centra is dat zij een kleiner gedeelte van de uitgaven ontvangen dan volle-prijs centra, omdat ze een meer gespecialiseerd winkelaanbod hebben.
- Het marktpotentieel weerspiegelt de locatie en de sterkte van de concurrentie, het niveau van de vraag in het marktgebied en de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum.
- De huidige omzet van Roermond, inclusief een schatting van 18% aan toeristenuitgaven (gedefinieerd als uitgaven van buiten het verzorgingsgebied) komt overeen met een conversieratio van 15,32% - een typisch goed presterend McArthurGlen centre heeft een conversieratio van 16%, wat aangeeft dat Roermond's resultaten in lijn zijn met de verwachtingen.
- De tabel geeft aan wat de impact van een andere conversieratio is op de omzet. De conversieratio is het aandeel van het marktpotentieel dat het centre in omzet realiseert. De omzet die op dit ogenblik in Roermond wordt gerealiseerd (en gelijkgesteld wordt met Omzetindex 100) staat gelijk aan een Conversieratio van het marktpotentieel van 15.32%. Mocht dit groeien naar 16% dan zou de omzet met 4% stijgen.

2.0 Toekomstig Verzorgingsgebied

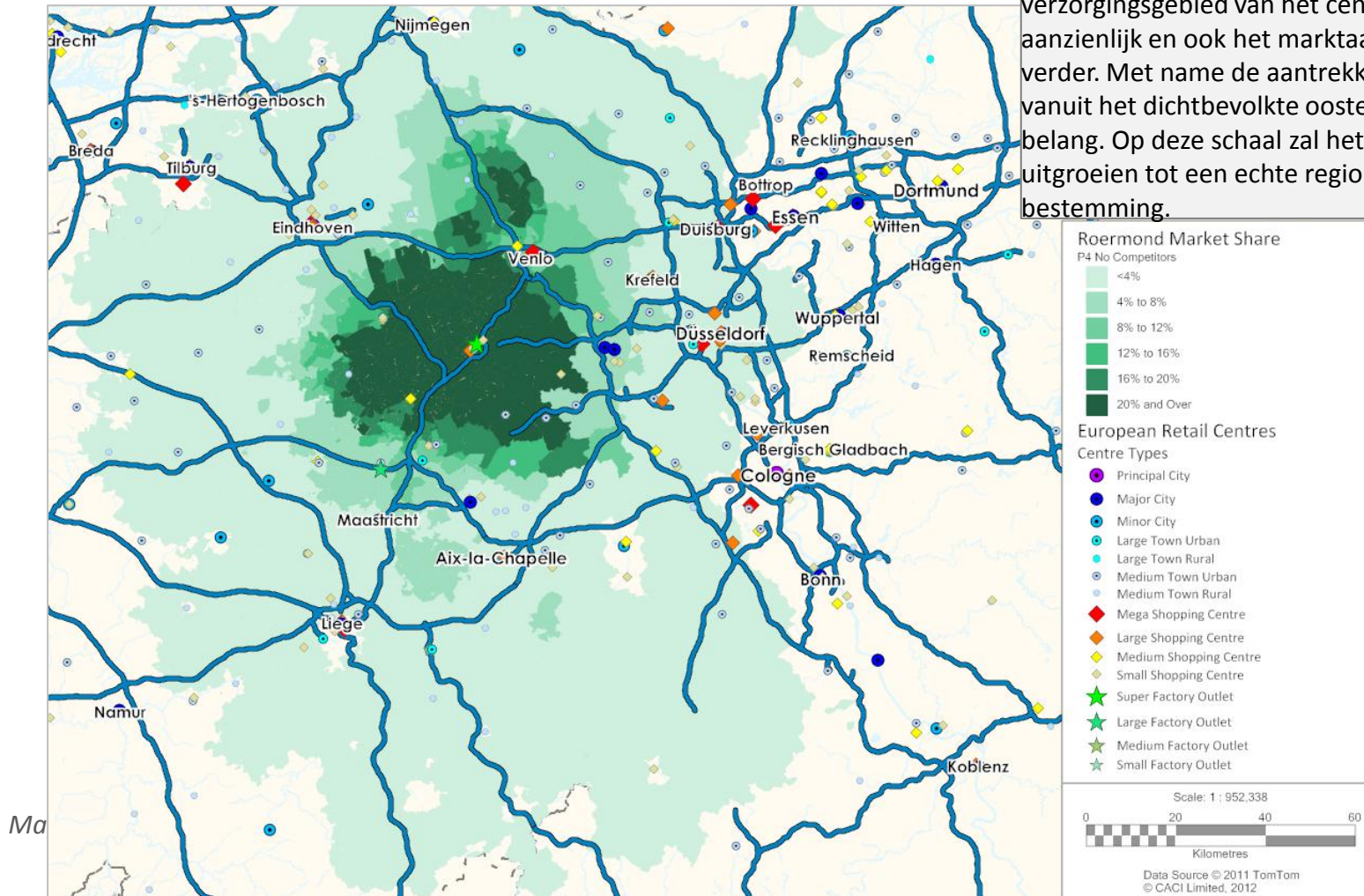
Aannames bij het onderzoek naar de Uitbreiding van Roermond DOC

CACI heeft een scenario gegenereerd dat uitgaat van de volgende aannames:

- Roermond DOC wordt uitgebreid met een vierde fase en groeit van de huidige 35.000 m² naar 50.000 m² gebaseerd op een mix van categorieën en merken wat overeenstemt met het huidige aanbod.
- De ontwikkeling van een 8.500 m² groot pretpark (Cartoons Studio) wordt meegenomen in het model
- Een supplementair Horeca aanbod van ongeveer 2000 m² is eveneens meegenomen in het model
- Het concurrentielandschap blijft gelijk.

Roermond DOC verzorgingsgebied na uitbreiding fase 4

Na de Fase 4 uitbreiding, groeit het verzorgingsgebied van het centre aanzienlijk en ook het marktaandeel groeit verder. Met name de aantrekkingskracht vanuit het dichtbevolkte oosten is van belang. Op deze schaal zal het centrum uitgroeien tot een echte regionale bestemming.



Marktpotentieel per land

- Via het model kan CACI de aantrekkingskracht van het centrum per land bepalen. Roermond's positie tussen de grenzen van 3 landen betekent dat het centrum marktpotentieel aantrekt vanuit Nederland, België en Duitsland.

Roermond Huidig Centre

Land	% van Totaal
België	12%
Nederland	46%
Duitsland	42%
Totaal	100%

Roermond Centre, incl. Fase 4

Land	% van Totaal
België	14%
Nederland	42%
Duitsland	44%
Totaal	100%

- Op het moment komt 12% van Roermond's marktpotentieel uit België , 42% uit Duitsland en 46% uit Nederland.
- Het toekomstige DOC, inclusief fase 4 uitbreiding, zal de verhoudingen doen wijzeigen, door de proportie uit Nederland licht te verlagen en die uit België en Duitsland te verhogen. Maar de totale waarde neemt in alle landen toe.

Roermond DOC, incl. Fase 4 – voorspelde resultaten

- Ervan uitgaande dat er geen verandering optreedt in het concurrentielandschap, zal het toekomstige DOC Roermond, inclusief de Fase 4 ontwikkeling, haar marktpotentieel met 55% zien groeien vergeleken met het huidige potentieel. De aangenomen conversieratio is 16%, net als een typisch McArthurGlen centre (het huidige Roermond DOC heeft een conversieratio van 15,32%).
- De voorspelde omzet in het huidige landschap met de bestaande concurrentie ligt 62,4% hoger dan de huidige omzet en de omzet per vierkante meter is 8,2 punten hoger dan nu.

Roermond DOC, incl. Fase 4, 50.000m² Geen verandering in het concurrentielandschap

Conversieratio van het Winkelcentrum	Omzetindex DOC Roermond (huidig = 100)	Index Omzet per m ² (huidig=100)
10%	101,5	67,6
11%	111,6	74,4
12%	121,8	81,2
13%	131,9	87,9
14%	142,1	94,7
15%	152,2	101,5
16%	162,4	108,2
17%	172,5	115,0
18%	182,7	121,8
19%	192,8	128,5
20%	202,9	135,3

3.0 Conclusies

Conclusies

- Op het moment is het DOC Roermond één van de top centres binnen het McArthurGlen netwerk. Het marktpotentieel van het DOC is meer dan het dubbele van het gemiddelde McArthurGlen Outlet Centre. Het centre realiseert een conversieratio van 15.32% van het totale marktpotentieel in het verzorgingsgebied, wat in lijn is met de gemiddelden die een McArthurGlen centre realiseert.
- De geplande uitbreiding zal de aantrekkingskracht van het DOC aanzienlijk vergroten. Hier wordt met name het gebied buiten de 45 minuten reistijd bereikt, waar 85% van de inwoners (slide 10) en van het besteedbare inkomen (slide 11) zich bevindt. CACI heeft ook de omringende Jazz City ontwikkeling, met name de groei van de horeca en de opening van een pretpark voor kinderen, meegenomen in de berekening van het marktpotentieel. Het herziene marktpotentieel ligt 55% hoger dan het huidige, het resultaat van een aanzienlijke vergroting van het verzorgingsgebied.
- CACI heeft hierop een conversieratio van 16% geprojecteerd (in lijn met de andere McArthurGlen Centres en met het huidige resultaat van het DOC Roermond zelf), hetgeen gecombineerd met een 8,2% omzetgroei per m², resulteert in een totale omzetstijging van 62,4%. De verwachte omzetgroei, zowel in absolute zin als per m², geeft aan dat de vraag uitzonderlijk hoog is en toont aan dat er ruimte is voor een uitbreiding van het DOC Roermond.
- Aangenomen is dat de proportie van toeristische uitgaven (omzet gegenereerd door personen van buiten het huidige verzorgingsgebied) in Roermond gelijk blijft. Deze zijn ingeschat op 18% van de totale omzet. Gezien de uitstraling van het DOC Roermond, met een zeer sterke merkenportefeuille in exclusieve designermerken, mag men verwachten dat deze groei zich nog verder zal doorzetten.
- Het is duidelijk dat het DOC Roermond, met de uitbreiding van fase 4, haar marktpotentieel aanzienlijk kan uitbreiden en dat er een grote behoefte bestaat in het verzorgingsgebied om deze uitbreiding te rechtvaardigen.



This report contains information and data supplied by CACI Limited that may (a) be created in whole or part using forecasting or predictive models and/or third party data and are not guaranteed to be error free by CACI, (b) contain data based on estimates derived from samples, and/or (c) be subject to the limits of statistical errors/rounding up or down. Except for title warranties all other implied warranties are excluded. CACI Limited shall not be liable for any loss howsoever arising from or in connection with the your interpretation of this report.