

Att intresset för ämnet detaljhandelsfastigheter och köpcentrum är stort märks inte minst på att det var överfullt på seminariet som leddes av Lars Backemar från Jones Lang Lasalle. Även här färgades samtalen av den pågående finanskrisen.



FOTO: SICKLA KÖPKVARTER, ATRIUM LJUNGBERG AB

Köpcentrum och detaljhandelsfastigheter i Norden del 1:
konsumtion, köpbeteende och trender

Fokus på lokala köpcentrum

- BNP-tillväxten sjunker och vi vet att tillväxten stannar av även i resten av världen, inleder WSP:s Fredrik Bergström, men vi vet ännu inte hur djup krisen blir.

Dock har man redan sett att konsumtionen minskar.

- Bakom sig har dock detaljhandeln hela 140 månader av stark försäljningsutveckling. De som nu förlorat mest är böcker, skor och smycken. Samtidigt växer fortfarande marknaden för vissa varor.

-Intresset för shopping i närområdet kommer troligtvis att öka, en bidragande faktor till detta är dagens högre oljepris, säger Fredrik Bergström.

Det lilla lokala shoppingcentret har här en potential.

- Vinnarna kan vara de små lite vanskötta lokala centrumen som fastighetsbolagen hittills inte satsat på men som uppfyller

många av konsumenternas dagliga behov.

Fredrik Bergström påpekar också att det lilla lokala centrumet inte heller är en tidstjuv, på samma sätt som de stora gallerierna. Vinnare är även E-handeln, som passar de unga konsumenternas köpvanor; att handla på den tid som passar bäst för dem.

Kollektivtrafiken blir viktigare

Inne på samma linje är Erik Lind på Centrumutveckling.

- Vi ser en förändring i konsumtionsmönster, snart kommer vi att få efterfrågan på produkter som inte finns i dag. Framtidens konsumenter kommer också efterfråga energivänliga transportmöjligheter till och från köpcentren. Kollektivtrafiken kommer att bli viktigare.

I vissa delar av Sverige kommer konsumtionen att minska, men

i till exempel Stockholmsregionen kommer den att fortsätta öka, främst på grund av befolkningstillväxten.

- I dag byggs och planeras flera köpcentrum och gallerior, några av dem kommer inte att bli en succé, några kommer inte alls att slutföras. Timing blir allt viktigare. Man ska varken vara för sent ute eller för tidigt ute med en ny produkt.

Han önskar att det oftare gjordes en djupare marknadsanalys innan nya projekt drog igång. Att man såg var basen för konsumtionen låg.

- Vi måste också tänka på sådant som hur infrastrukturen ser ut om 20 – 25 år. Framtidens köpcentrum behöver en tydligare positionering, skapa mervärde åt konsumenten, vara unikt och kanske också specialiserat.

Tiden är också viktig, säger Erik Lind, vi är inte längre ute och shoppar, vi passar på att shoppa när vi ändå är ute.

Mindre butikslokaler i framtiden?

Peter Mills från Eurocommercial Properties NV jämför svenska köpcentrum med franska och italienska och finner att de svenska hyresgästerna, detaljhandlarna, hade nästan tre gånger så stora lokaler som de franska och italienska. Kanske kommer vi att se mindre butikslokaler även i Sverige framöver? Inte heller så många utländska kedjor har satsat på den svenska marknaden, ett undantag är tyska elektronikkedjan Media Markt. Många kedjor satsar hellre på de öst- och centraleuropeiska marknaderna.

"Lita på din erfarenhet"

Fastighetsägarna på detta seminarium representeras av Atrium Ljungbergs Anders Nylander. Han såg på framtiden med tillförsikt.

- Det finns både pessimister som säger att det vi ser nu är en ny 1990-tals kris, andra säger att den internationella krisen inte kommer att påverka oss lika mycket nu, eftersom svensk finans än starkare nu är då. Men vad vet man?

Det gäller att vara förberedd för flera scenarion.

- Lita på din erfarenhet, ha en god nära relation med dina nyckelkunder och planera steg för steg. Det kommer att finnas vinnare och förlorare, men det kommer också att finnas affärsmöjligheter.

Anders Nylander tror att konsumenterna kommer att börja tänka långsiktigare, frågor om hållbarhet kommer att bli viktigare. Han tror på konsumenten som en social varelse som vill ha upplevelser och han tror på den levande staden. Så som Atrium Ljungbergs Sickla köp kvarter i Nacka utanför Stockholm har utformats. Där blandas affärerna med kulturella upplevelser som bio och bibliotek.

- Vinnare är också de köpcentra dit man kan ta sig inte bara med bil utan även kollektivt, gående eller per cykel. Bland detaljhandlarna blir vinnarna de som snabbt kan tolka trenderna, som H&M.

Köpcentrum och detaljhandelsfastigheter i Norden del 2: projekt, utvecklings- och investeringstrender.

Viktigare med autencitet i handeln

Jan Rosengren från DTZ noterar att investeringarna i detaljhandelsmarknaden dock fortsätter under året.

- Investeringarna föredrar stora fastigheter med bra placering och utvecklingspotential.

Av utländska investerare är holländare, tyskar och fransmän aktivast.

Kevin Havill, även han DTZ, berättar att tillväxten hittills under 2008 varit 5,2 procent varav volymökningen var 3,3 procent. Han spår att inflationen minskar, snart kommer också en drivkraft in i from av valet 2010.

Det blir svårare att få lån

- Konsumenten är kung och köpmönstren förändras, befolkningen åldras och här finns en potential. En annan trend är att konsumenten i högre grad kommer att tänka att "jag betalar det jag anser varan vara värd." och "Jag köper det jag vill ha när det passar mig bäst".

Detta gör konsumenten bortsämd, för detaljhandeln gäller det att vara trendkänslig.

- Att skapa autencitet blir ännu viktigare, IKEA är ett lysande exempel på detta. Motsatsen var Debenhams i Stockholm, säger Kevin Havill.

Konsumenterna kommer också i allt högre grad fråga vilket budskap olika bolag har.

Bland det mer grundläggande för att en galleria ska bli en succé är att där finns en bra mataffär.

Lars Johansson Unibail-Rodamco representerade investeringarna i denna del av seminariet och just Unibail-Rodamco investerar stort. De bygger ut flera av sina gallerior. Stark ekonomi och finansiering i det egna företaget gör detta möjligt, och Lars Johansson påpekar att det blir allt svårare att få lån för den här typen av projekt.

TEXT **ULRIKA HALLIN** FASTIGHETSNYTT

TEXT **ULRIKA HALLIN** FASTIGHETSNYTT