

Kauppakeskusbarometri 2016:

Kaupungistuminen, digitalisaatio ja palvelujen kysynnän kasvu tukevat kauppakeskusten menestystä

Kauppakeskukset elävät ja kehittyvät kaupunkirakenteen ja kuluttajakäyttäytymisen trendien mukana. Kauppakeskusten keskeisimpänä haasteena on houkuttaa entistä vaativampia asiakkaita paikan päälle viettämään aikaa, viihtymään ja kuluttamaan. Kauppakeskuksen menestys edellyttää jatkuvaa toimintamallien, tilojen ja tarjonnan kehittämistä.

Kauppakeskusliiketoiminnan ammattilaisten usko tulevaisuuteen on vahva. Barometrivastaajien näkemykset ovat kautta linjan positiivisempia kuin vuosi sitten. Kaksi kolmesta vastaajasta uskoo kauppakeskusten kävijämäärien ja kokonaisumyynnin kasvuun lähivuosina. Vastaajat ovat lähes yksimielisiä siitä, että kauppakeskusten osuus vähittäiskaupasta kasvaa ja myynti kehittyy muuta vähittäiskauppaa positiivisemmin. Lisääntyvä kilpailu ja kuluttajakäyttäytymisen muutos kuitenkin erottelevat hyvät akanoista: 90 prosenttia vastaajista ennakoii kauppakeskusten välisten erojen kasvuun myynnin kehityksessä. Myös vähittäiskaupan eri toimialojen väliset erot kasvavat.

Keskeisen sijainnin isot kauppakeskukset tulevaisuuden menestyjiä

Pääkaupunkiseudun isot kauppakeskukset ovat vahvoilla kiristävässä kilpailussa. Noin puolet barometrivastaajista ennakoii isojen keskusten vuokrien nousevan ja käyttöasteiden paranevan seuraavien kolmen vuoden aikana. Pääkaupunkiseudun pienemmissä keskuksissa ja muun Suomen kauppakeskuksissa sen sijaan sekä vuokrien että käyttöasteiden ennakoidaan joko pysyvän ennallaan tai laskevan. Odotukset ovat kuitenkin kaikilla osa-alueilla viime vuotta valoisampia.

Palvelut, kohtaamis- ja tapahtumapaikat sekä pop up -myymälät lisääntyvät

Kauppakeskusten tarjonta muuttuu. Perinteiset suuret toimialat kuten pukeutuminen ja tavaratalokauppa antavat tilaa ravintoloille, kauneuden ja terveyden sekä vapaa-ajan palveluille. Yhä useammin kauppakeskuksista löytyy myös kirjastoja, terveysasemia tai muita julkisia palveluja. Yli puolet barometrivastaajista ennakoii myymälätilojen osuuden kauppakeskusten kokonaisneliöistä vähenevän, ja tilalle tulee palveluja, kohtaamis- ja tapahtumapaikkoja, pop up -myymälöitä, show roomeja sekä verkkokaupan noutopisteitä.

Kauppakeskusten on uudistuttava jatkuvasti

Kehittyvä toimintaympäristö ja muuttuvat asiakastarpeet haastavat kauppakeskukset uudistumaan. Kauppakeskuksiin peräänkuulutetaan lisää joustavuutta, viihtyisyyttä ja erilaistamista. Myös uusia vähittäiskaupan toimijoita toivotaan lisää, jotta perinteisten toimialojen ja myymälöiden kutistuva tilatarve pystytään kattamaan. Yhteiskunnan suuret kehitystrendit kuten maahanmuutto, jakamistalous, palveluistuminen ja digitalisaatio näkyvät kaikki myös kauppakeskuksissa, ja kullekin keskukselle sopiva tarjonta määräytyy sijainnin ja asiakkaiden tarpeiden mukaan.

Pääkaupunkiseudun kasvu riittää turvaamaan kasvavan kauppakeskustarjonnan menestyksen

Pääkaupunkiseudulle on rakenteilla tai suunnitteilla satoja tuhansia uusia kauppakeskusneliöitä. Uusi tarjonta lisää kilpailua ja kasvattaa olemassa olevien keskusten kehityspaineita. Selkeä enemmistö barometrin vastaajista luottaa kuitenkin siihen, että kasvava väestö ja kulutuskysyntä riittävät turvaamaan kauppakeskusten tulevaisuuden.

Syyskuussa toteutettuun Kauppakeskusbarometriin vastasi 62 kauppakeskusliiketoiminnan ammattilaista. Barometrin toteutti Suomen Kauppakeskusyhdistys ry:n toimeksiannosta KTI Kiinteistötieto Oy.

Lisätietoja:

Lars Eklundh, hallituksen puheenjohtaja, Suomen Kauppakeskusyhdistys, puh. 0500 458 694
Johanna Aho, toiminnanjohtaja, Suomen Kauppakeskusyhdistys, puh. 040 485 7596
Hanna Kaleva, toimitusjohtaja, KTI Kiinteistötieto Oy, puh. 040 5555 269