

HANDEL

LARS BACKEMAR
BACKEMAR CONSULTING, SENIOR ADVISOR, NEWSEC
RETAIL AND URBAN DEVELOPMENT SAMT ORDFÖRANDE
I CITY I SAMVERKAN, STOCKHOLM



Framtidsbranschen!

Det pratas och skrivs mycket om internet och e-handel som handels framtid och ett stort hot mot köpcentra och traditionella butiker. Visserligen är det en typ av handel som växer även om volymerna alltjämt är relativt små men hotet skall naturligtvis tas på största allvar. E-handel kommer att påverka och förändra vår vardag framöver och vissa branscher kommer att påverkas mer än andra.

Många belackare pratar även om att vi inte behöver fler köpcentra och att vi redan har överetablering av både centrum och butiker. Överetablering har vi inte, om vi med det menar moderna rationella butiker som ligger där kunderna finns. Däremot har vi många butiker som är omoderna och ligger i fel läge för att vara tillräckligt attraktiva för att där kunna driva lönsam och effektiv handel.

Detaljhandelskedjor och köpmän kommer naturligtvis inte att sitta stilla och se hur omsättningen och lönsamheten försämras. De kommer som alltid att drivas av att utveckla sin verksamhet och lönsamhet. Handeln är skicklig på att anpassa sig till förändrad konkurrens, förändrade konsumtionsvaror och köpbeteenden.

E-handel ses av allt fler butiker som ett komplement och en möjlighet till att utveckla verksamheten samt för att driva trafik till den egna butiken. Detta samtidigt som man söker nya butikslägen för att möta framtida konkurrens och finnas där kunderna vill vara för att effektivt kunna shoppa och utträtta sina servicebehov. Investeringar i existerande och nya butiker uppges av många att vara av högsta prioritet de närmaste åren.

Det är min bedömning att det kommer att investeras mellan 30-35 miljarder i nya, och om- och tillbyggnad av befintliga, köpcentra, exklusive stormarknader, de kommande fyra

till fem åren. Utöver det tillkommer butikernas egna investeringar. Enbart de två största investerarna i Sverige, Steen&Ström och Unibail-Rodamco, står för halva investeringsvolymen genom pågående och aviserade projekt. Nära nog samtliga större ägare och investerare av handelsfastigheter har pågående, eller planerar större projekt, de närmaste åren.

Varför kommer det även fortsättningsvis att investeras så mycket i nya handels- och köpcentrumfastigheter? Den främsta anledningen är naturligtvis att handeln tror på framtiden och att konsumenterna vill shoppa i en attraktiv och effektiv miljö samt att detaljisterna kommer att bli mycket skickligare på att utnyttja nya medier och arbeta med Multi Channel, det vill säga både fysiska och virtuella butiker. Handeln har alltid varit duktiga på lyssna på och anpassa sig till konsumenternas förändrade behov. Just därför kommer den fysiska butiken alltid att finnas, om än med en förändrad form och funktion. Det personliga mötet får inte underskattas.

YTTERLIGARE EN ANLEDNING är naturligtvis att flera regioner växer och den pågående urbaniseringen, tillsammans med växande köpkraft, skapar behov av ytterligare ytor för handel, restauranger och service. Bara i Stockholmsregionen, inklusive Mälardalen, tillkommer, som jag vid tidigare tillfällen påpekat, ett konsumtionsutrymme på cirka 90 miljarder kronor fram till 2030. Det motsvarar ungefär 30-40 stora köpcentra eller cirka 20 super-regionala köpcentrum som Emporia och Mall of Scandinavia. Blickar vi ytterligare några år fram i tiden så beräknas detaljhandeln i Sverige växa med upp emot 400 miljarder de närmaste 20-25 åren. Det kommer att skapa stora

utvecklingsmöjligheter för nya och befintliga köpcentra, stadskärnor och handelsplatser.

Nu kommer vi inte att se enbart nya köpcentra och handelsfastigheter växa upp som svampar i jorden. Det är många som vill vara med och dela på den tillkommande köpkraften, framför allt befintliga butiker i köpcentra och i stadskärnorna samt e-handeln.

Många investerare vill utveckla sina handelsfastigheter för att vara attraktiva och erbjuda attraktiva och konkurrenskraftiga mötes- och marknadsplatser. Det har även visat sig lönsamt ur fastighetsinvesteringarnas perspektiv att utveckla och bygga ut befintliga handelsfastigheter, vilket naturligtvis driver investeringsviljan.

Det är inte bara konsumenterna, handeln och investerarna som vinner på den starka utvecklingen utan köpcentrumbranschen bidrar i stor utsträckning till samhällsutvecklingen, bland annat genom att nya jobb skapas både i butiker och i bygg- och servicesektorn.

Alla kommer naturligtvis inte att vara vinnare. En allt snabbare utveckling, tuffare konkurrens tillsammans med en alltmer oförutsägbar konsument kommer att innebära utslagning av vissa butiker, branscher och köpcentra.

Vi går en spännande framtid till mötes och det finns mycket att fundera över och som alltid kommer de butiker, köpcentrumägare och investerare som bäst förstår hur marknaden och konsumenterna fungerar och anpassar sig därefter att bli vinnare! Köpcentra och handelsplatser kommer alltid att finnas och kommer även i framtiden att ha en viktig funktion för oss människor, dock i en utvecklad och anpassad form. Handelsplatser har alltid varit viktiga mötesplatser för oss människor och kommer så att förbli. ■