

HANDEL

Lars Backemar



BACKEMAR CONSULTING SAMT ORDFÖRANDE
I CITY I SAMVERKAN, STOCKHOLM

Vi måste utveckla nya affärsmodeller!

Fredrik Kolterjahn skrev en mycket intressant och tänkvärd krönika i förra numret av Fastighetsnytt, om bland annat utmaningarna från e-handel, där han avslutade med att det kommer att behövas både innovationer och nya affärsmodeller. De flesta är överens om att näthandel och så kallad "omni channel retail" kommer att ge nya möjligheter för köpcentrumbranschen och att vi bör medverka till att butikerna finns i alla kanaler. Redan nu ser vi att utvecklingen går allt snabbare och att gamla beprövade modeller måste utvecklas vilket ställer oss inför en rad frågor: Vilka blir konsekvenserna vad gäller butiksstruktur, storlek, krav på ökad flexibilitet, logistik, hyresmodeller, hyresavtal med mera? Kommer dagens hyresavtal med besittningsskydd och omsättningshyror att fungera?

Omsättningshyror är en internationellt vedertagen hyresmodell inom köpcentrumbranschen och grunden för ett aktivt samarbete mellan hyresvärden och hyresgästen. Samtidigt är det även ett viktigt incitament för de flesta som investerar i köpcentra. Omsättningshyrornas vara eller icke vara diskuteras livligt inom branschen och många funderar på hur vi kan utveckla nya metoder som till exempel kopplar näthandelns omsättning till butikshyran. Hur kan vi ersätta eller komplettera omsättningshyror samtidigt som vi bibehåller incitamenten och ett aktivt management som driver på utveckling och förnyelse?

Kan vi lära av flygplatserna som ofta arbetar med flöden kopplat till hyran för att utveckla metoder som fokuserar på att driva

trafik till butikerna? Det skulle kunna vara ett intressant incitament för köpcentrumägare och underlag för hyressättningen att kunna redovisa ökning av besökare och kundflöden utanför butiken? Köpcentret Emporia är föregångare och Steen & Ström har redan investerat i besöksräknare i varje butik och får därigenom värdefull kunskap om flöden inom centret och hur man kan maximera kundflödena utanför varje butik. Att leverera flöden och kundströmmar kommer att bli allt mer viktigt för köpcentrumägaren och kan vi dessutom använda kundströmmar som underlag för hyresdebiteringen tillsammans med omsättningen, kan det utgöra ett ännu effektivare incitament.

E-handelns snabba utveckling får naturligtvis konsekvenser för den fysiska butiken och synen på butiksytor håller på att förändras. Idag talar många om flytande butiker som snabbt kan förändras efter behov för ökad flexibilitet och effektivitet. Butiksformat som pop-up-butiker och mer eller mindre tillfälliga showrooms eller rent av "skyltytor" för varumärkesbutiker blir vanligare. Den fysiska butiken blir inte det primära utan bara en del tillsammans med andra försäljningskanaler och för fastighetsägaren blir det inte enbart en fråga om att tillhandahålla en fysisk yta utan en totallösning. Det viktiga för detaljisterna är att få ut sitt varumärke och att synas för att sälja varor genom de kanaler som passar kundens behov vid olika tillfällen.

Våra befintliga hyresavtal kommer inte att klara av morgondagens krav på snabbhet, anpassning och ökad rörlighet.

Samtidigt är en mer jämlik och affärsmässig syn på relationen mellan hyresgäst och hyresvärd önskvärd. Den pågående utvecklingen leder bland annat till krav på kortare och mer flexibla avtalstider, ytor som kan förändras över säsonger och avtal anpassade för näthandel. Dagens hyreslagstiftning är i många fall otidsenlig med besittningsskydd och regleringar när hyresavtalen löper ut, vilket leder till svårigheter att förändra ytor samt säga upp och byta ut hyresgäster. I internationell jämförelse är vår lagstiftning mer stelbent och konservativ och den har svårt att möta framtida krav på ökad flexibilitet och anpassning.

Även vår marknadshyresmodell med hyresnämndsutlåtande och jämförelsehyror bör diskuteras eftersom den redan idag är begränsande vad gäller möjlighet till förändring, anpassning och mångfald. Den kan till och med utgöra en nackdel för många hyresgäster i en förhandling. En hyreslagstiftning som skyddar den "svage" parten, det vill säga hyresgästen, överensstämmer inte heller helt med dagens detaljhandelsstruktur med starka, i många fall internationella, detaljhandelsföretag och en detaljhandelsmarknad i omdaning. Det är, mig veterligen, dessutom den enda bransch där en tredje part sätter priset på en affärsrelation.

Vi behöver utveckla ett nytänkande vad gäller våra affärsmodeller där båda parter är vinnare om vi ska kunna möta näthandel och förändrade konsumentbeteenden eller som Fredrik uttrycker det "utrymme för innovationer eller kanske rent av kreativ förstörelse". ■