

Kauppakeskusten myynti- ja kävijäindeksit

Kauppakeskusbarometri 2016



Kauppakeskusliiketoiminnan vuosiseminaari 20.10.2016

Hanna Kaleva, KTI Kiinteistötieto Oy

Myynti- ja kävijäindeksit Q3/2016

Aineistossa mukana 38 kauppakeskusta

Keskiostos
€ 19,68 € /kävijä

PÄÄKAUPUNKISEUTU (17 kpl)

Ainoa	Espoo
Entresse	Espoo
Iso Omena	Espoo
Lippulaiva	Espoo
Sello	Espoo
Arabia	Helsinki
Citycenter	Helsinki
Columbus	Helsinki
Forum	Helsinki
Galleria Esplanad	Helsinki
Itis	Helsinki
Kaari	Helsinki
Kamppi	Helsinki
Ristikko	Helsinki
Ruoholahti	Helsinki
Jumbo	Vantaa
Myyrmanini	Vantaa

MUU SUOMI (21 kpl)

Willa	Hyvinkää
Goodman	Hämeenlinna
Forum	Jyväskylä
Zeppelin	Kempele
Pasaati	Kotka
Veturi	Kouvola
Matkus	Kuopio
Karisma	Lahti
Trio	Lahti
IsoKristiina	Lappeenranta
Stella	Mikkeli

IsoKarhu	Pori
Puuvilla	Pori
Mylly	Raisio
Sampokeskus	Rovaniemi
Plaza	Salo
Duo	Tampere
Koskikeskus	Tampere
Rajalla På Gränsen	Tornio
Skanssi	Turku
Elo	Ylöjärvi

Kauppakeskusten myynnit ja kävijämäärät vahvassa kasvussa

Myynti- ja kävijäindeksit Q3/2016

Syyskuu

+7,4 % Kävijämäärä

+6,3 % Kokonaismyynti

Kvartaali Q3

+5,9 % Kävijämäärä

+6,0 % Kokonaismyynti

Vuoden alusta

+5,1 % Kävijämäärä

+3,9 % Kokonaismyynti

12 kk liukuva keskiarvo

+4,5 % Kävijämäärä

+3,3 % Kokonaismyynti

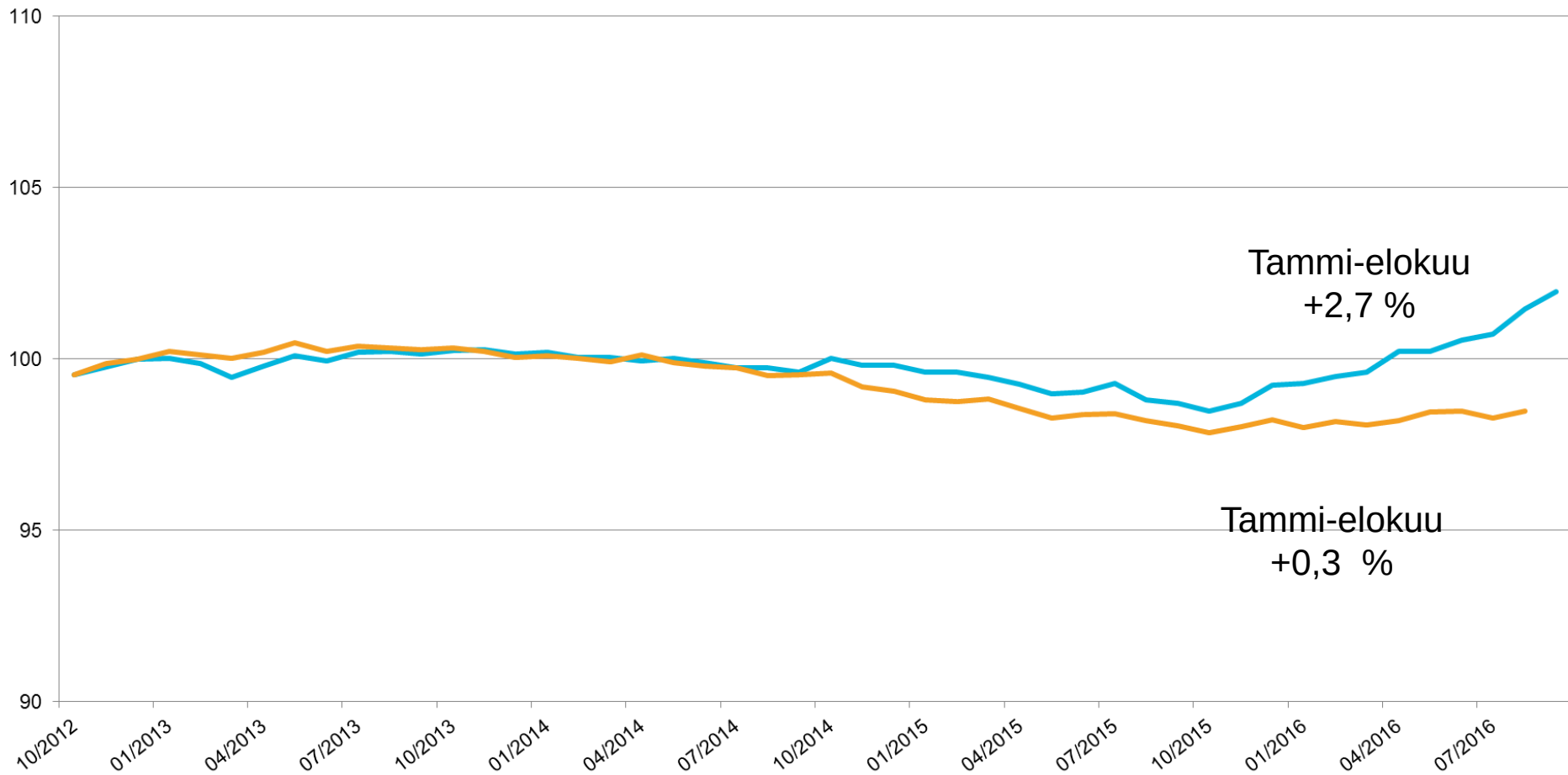
Muutos= arvoja on verrattu viime vuoden vastaavaan ajankohtaan nähden.

Myynnin kehitys muuta vähittäiskauppaa positiivisempaa

12 kk liukuva keskiarvo, 2012=100

Kokonaismyynti /Total sales (KTI)

Vähittäiskauppa (Tilastokeskus)/ Retail Trade (Statistics Finland)



Kauppakeskusbarometri 2016

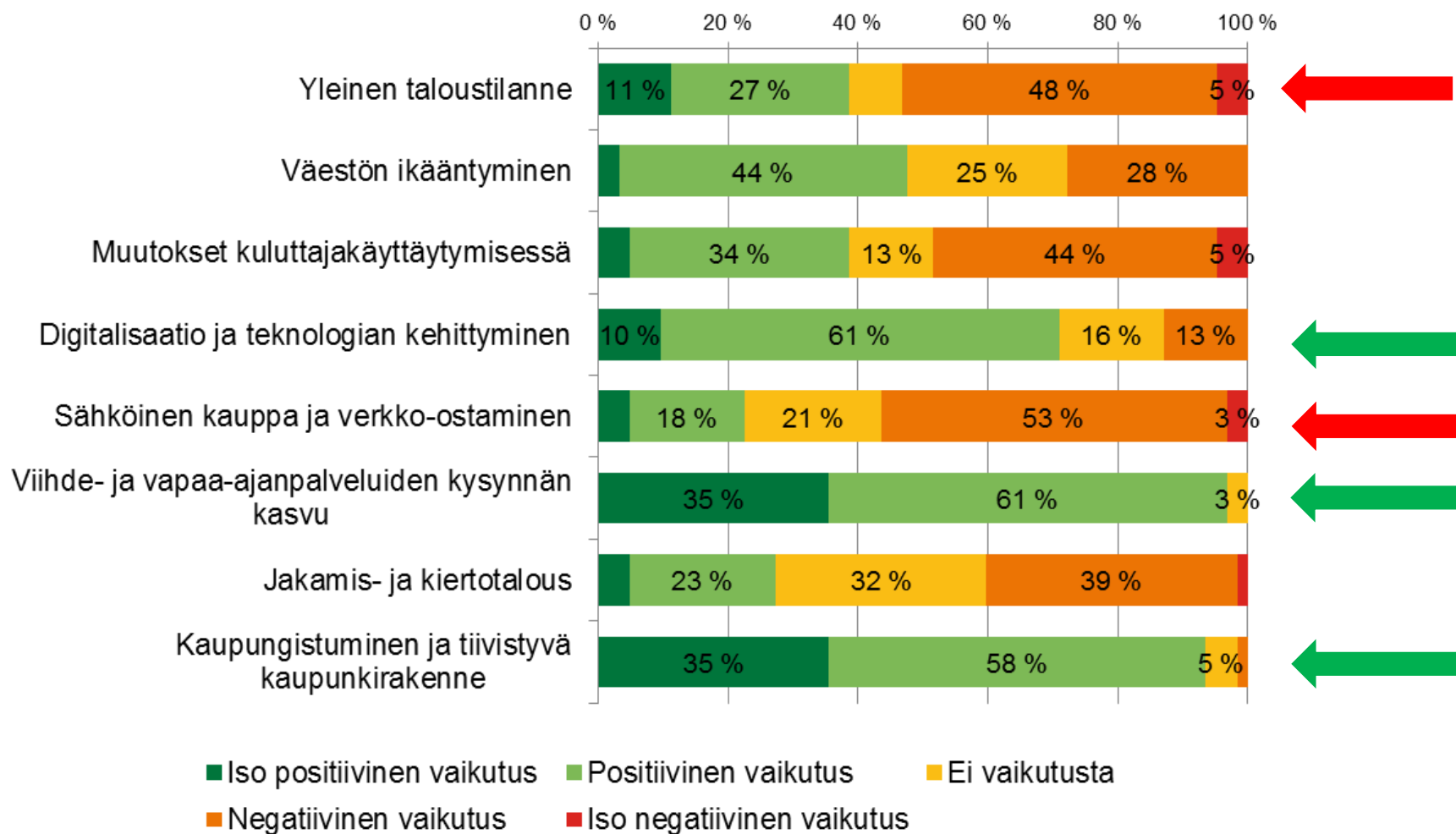
Kauppakeskusammattilaisten näkemyksiä kauppakeskusmarkkinan tilanteesta ja tulevaisuudesta

- **62 vastausta**
- Barometrikysely toteutettiin syyskuussa 2016.
- Barometrin toteutuksesta vastasi KTI Kiinteistötieto Oy Suomen Kauppakeskusyhdistyksen toimeksiannosta.



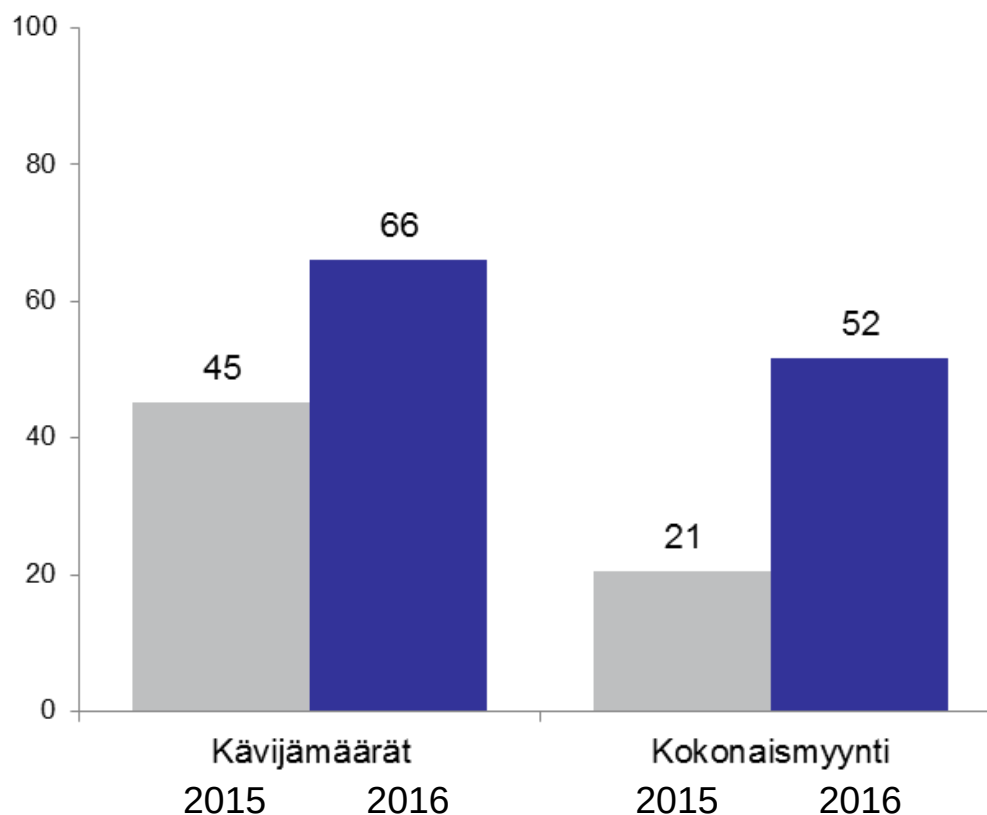
Millainen vaikutus seuraavilla tekijöillä on kauppakeskusliiketoimintaan seuraavan kolmen vuoden aikana?

Kaupungistuminen, digitalisaatio ja palveluistuminen tukevat kauppakeskusten menestystä



Miten ennakoit kävijämäärien ja kokonaismyynnin kehittyvän kauppakeskuksissa seuraavan kolmen vuoden aikana?

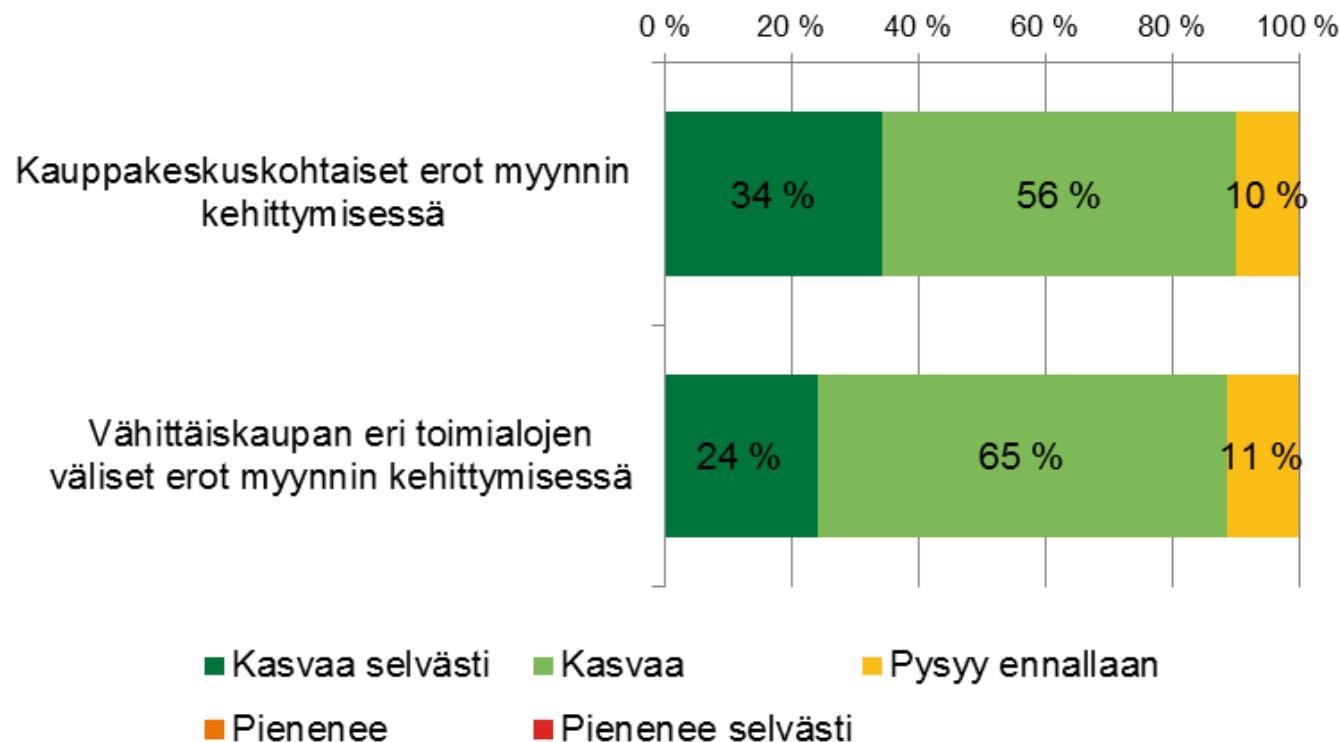
Kävijämäärien ja kokonaismyynnin kasvuun uskotaan entistä vahvemmin



Saldoluvut: näkemys on
- negatiivinen tai + myönteinen

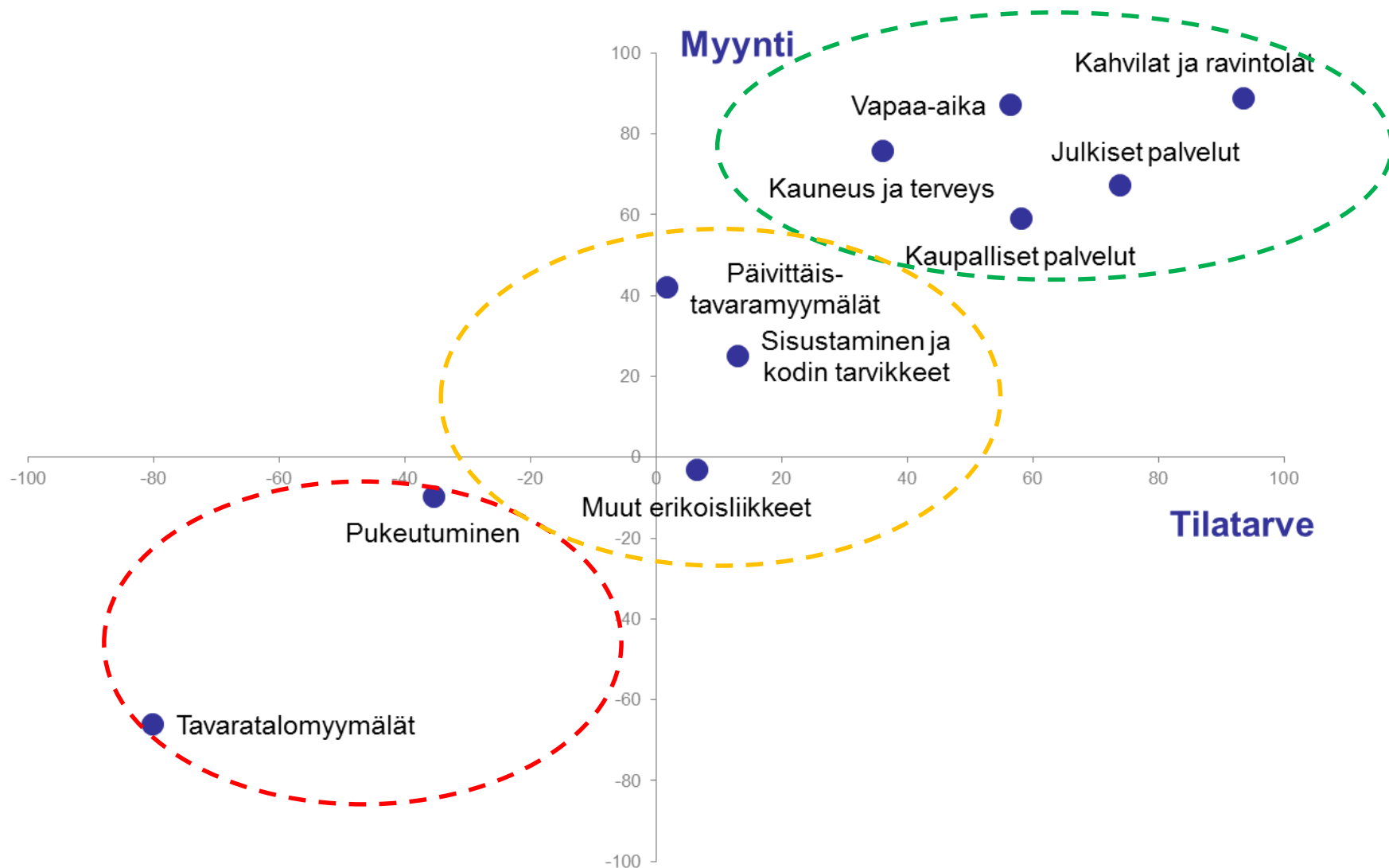
Miten ennakoit kävijämäärien ja kokonaismyynnin kehittyvän kauppakeskuksissa seuraavan kolmen vuoden aikana?

Erot kauppakeskusten ja vähittäiskaupan eri toimialojen välillä kasvavat



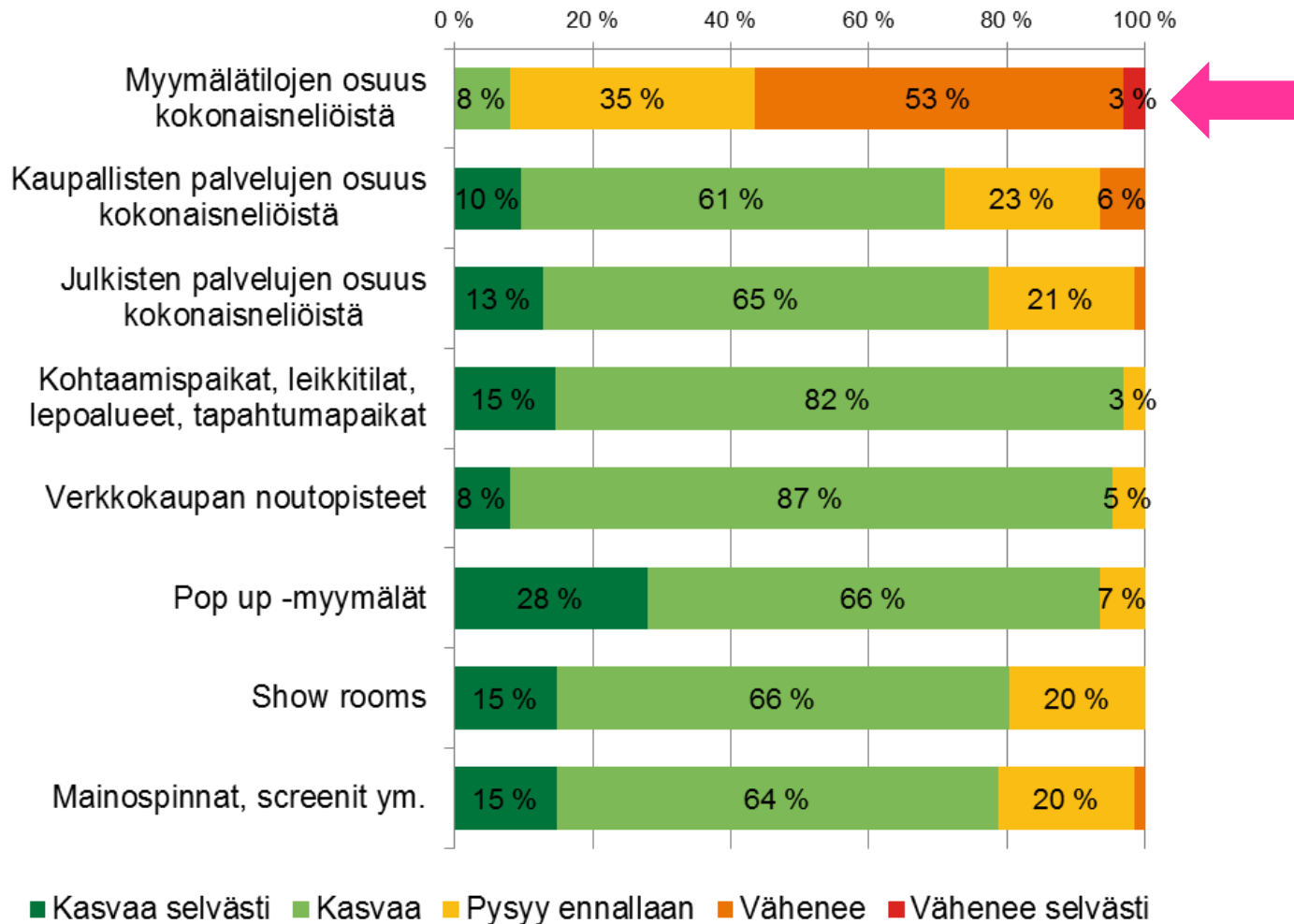
Miten **myynti ja tilan tarve** kehittyvät eri toimialoilla seuraavan kolmen vuoden aikana?

Kuluttajakäyttäytymisen muutokset heijastuvat eri toimialojen myynti- ja tilatarvenäkymiin



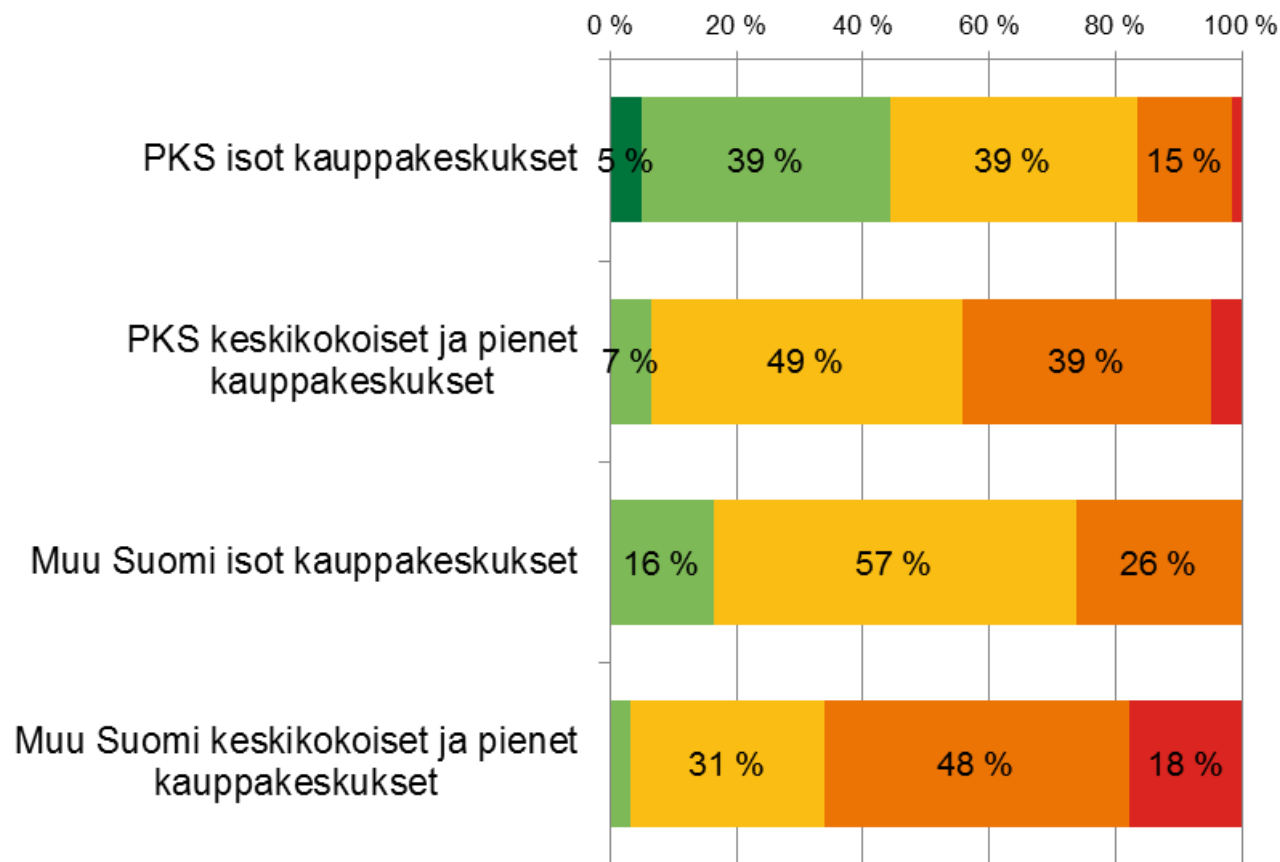
Miten erityyppisten tilojen tarve kehittyy kauppakeskuksissa seuraavan kolmen vuoden aikana?

Myymälätilojen osuus vähenee – tilalle kohtaamispaikkoja, verkkokaupan noutopisteitä, pop up -myymälöitä, show roomeja ja palveluita



Miten arvioit liiketilavuokrien kehittyvän kauppakeskuksissa seuraavan kolmen vuoden aikana?

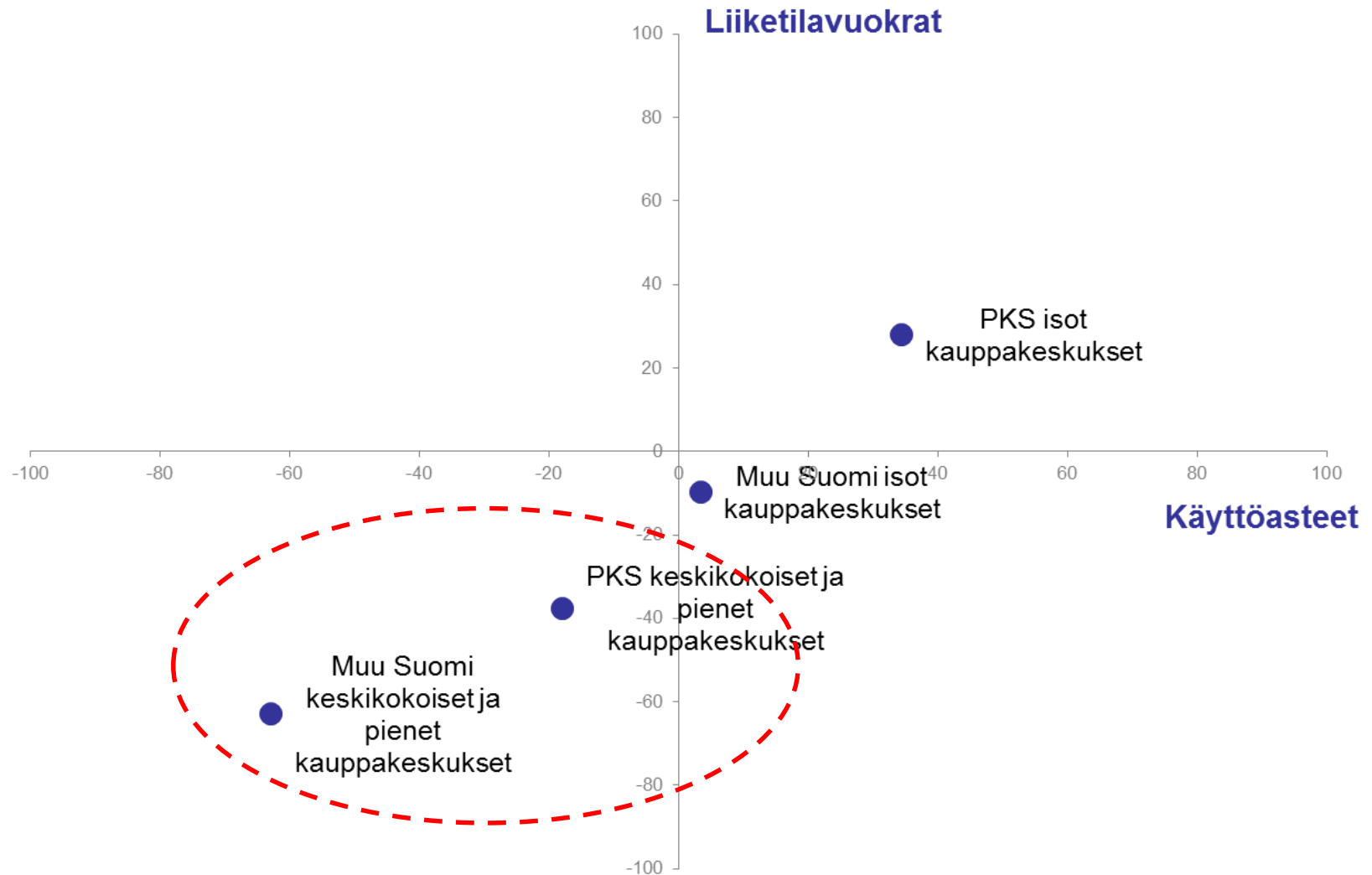
Pääkaupunkiseudun isojen kauppakeskusten vuokratasojen ennakoitaan nousevan - muualla laskua, mutta näkemykset viime vuotta positiivisemmat



■ Nousee selvästi ■ Nousee ■ Pysyy ennallaan ■ Laskee ■ Laskee selvästi

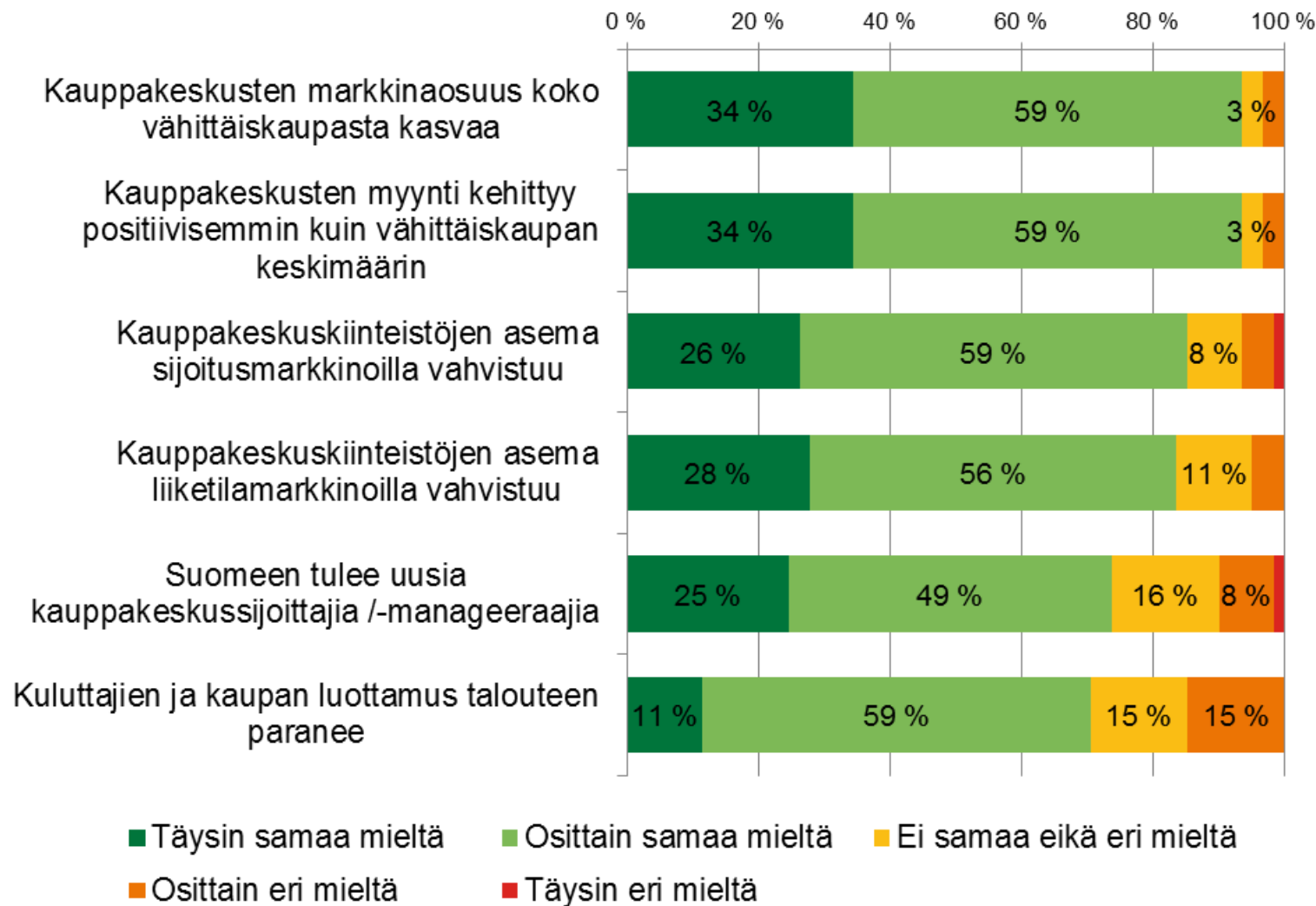
Miten **liiketilavuokrat** ja **liiketilojen käyttöasteet** kehittyvät kauppakeskuksissa seuraavan kolmen vuoden aikana?

Pienempien keskusten vuokrissa ja käyttöasteissa haasteita



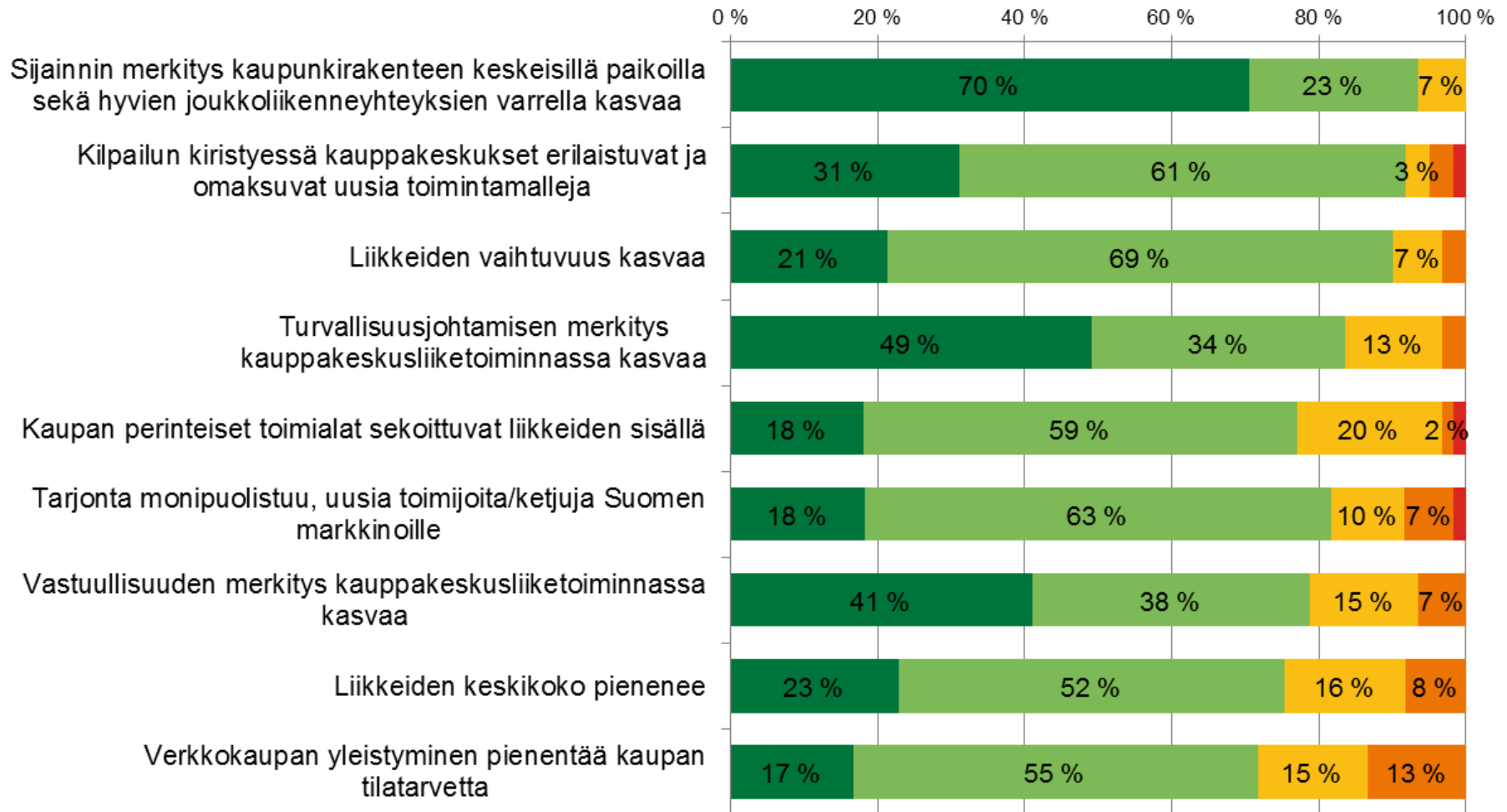
Ota kantaa seuraaviin väittämiin. Muutos / kehityssuunta seuraavan kolmen vuoden aikana

Kauppakeskusten asema vahva sekä vähittäiskaupassa että kiinteistömarkkinoilla



Ota kantaa seuraaviin väittämiin. Muutos / kehityssuunta seuraavan kolmen vuoden aikana

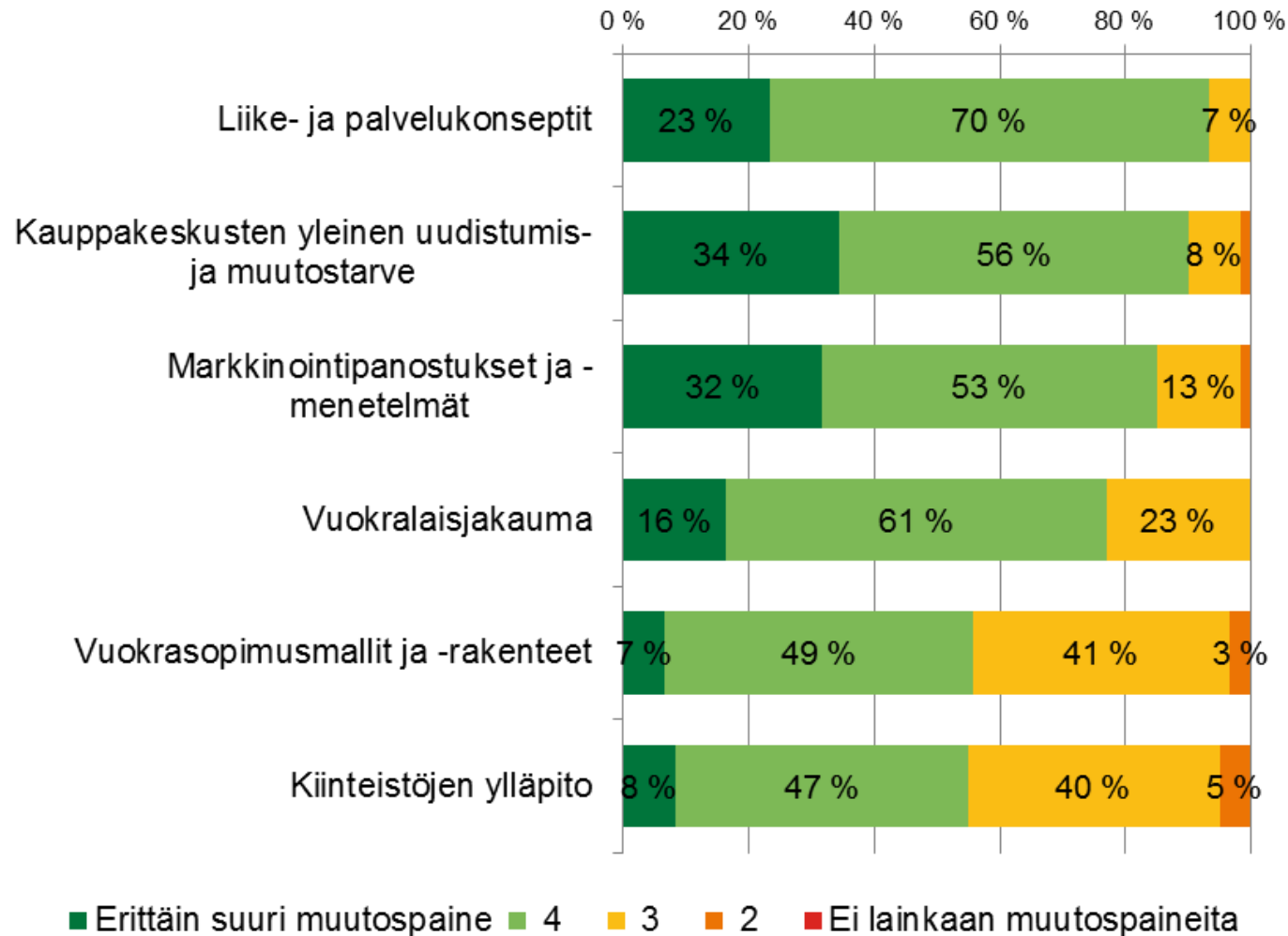
Kilpailutekijöinä sijainti, erilaistuminen, turvallisuus, monipuolisuus, joustavuus, vastuullisuus



■ Täysin samaa mieltä ■ Osittain samaa mieltä ■ Ei samaa eikä eri mieltä ■ Osittain eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

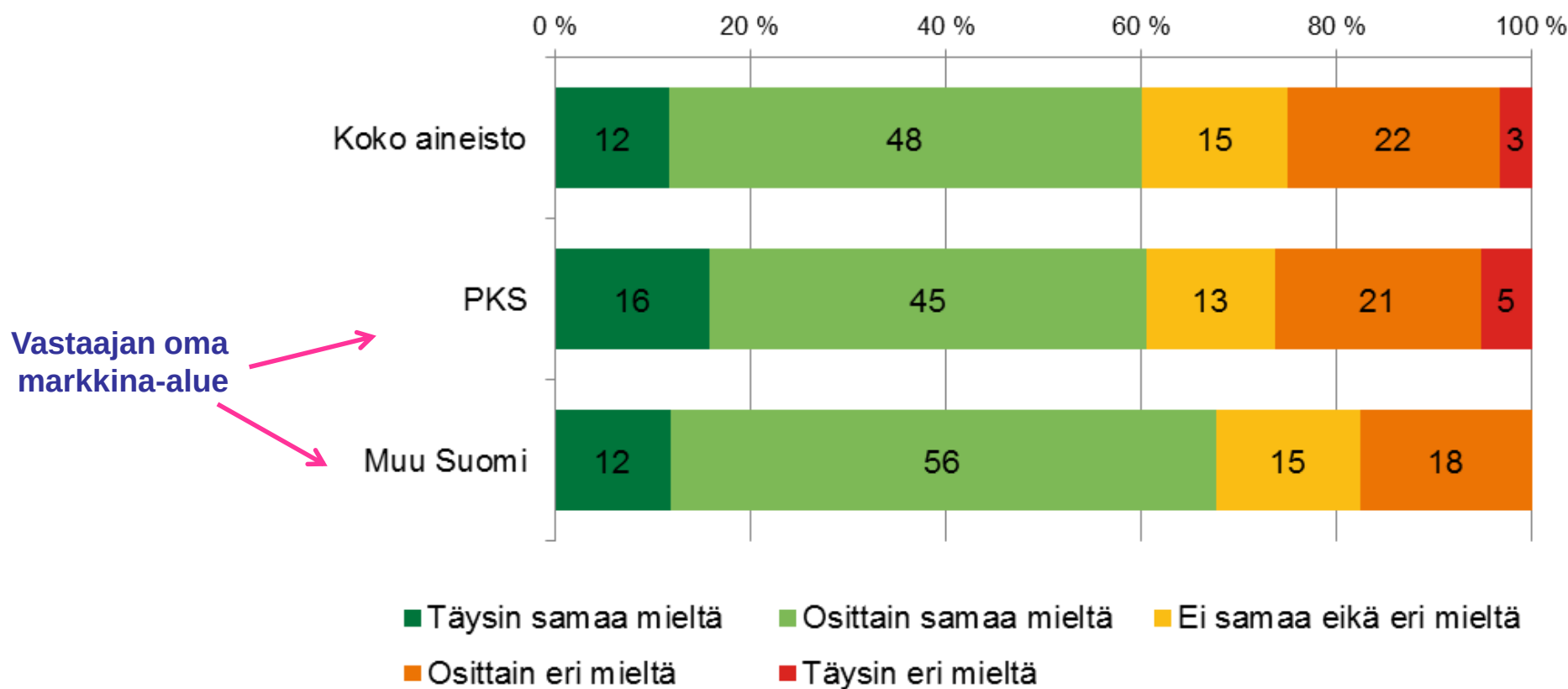
Kuinka merkittäviä muutos- ja kehityspaineita seuraaviin kauppakeskusliiketoiminnan osa-alueisiin kohdistuu seuraavan kolmen vuoden aikana?

Kauppakeskusliiketoiminta vaatii jatkuvaa kehittämistä – muutos- ja kehityspaineita kaikilla osa-alueilla



Ota kantaa seuraaviin väittämiin. Muutos / kehityssuunta seuraavan kolmen vuoden aikana

PKS:n kulutuskysynnän kasvunäkymien uskotaan turvaavan kasvavan kauppakeskustarjonnan menestyksen



Miten uudet kauppakeskusavaukset vaikuttavat pk-seudun kauppakeskusmarkkinaan ja kuluttajien ostokäyttäytymiseen?

- Kauppakeskusten asema vähittäiskaupassa ja kuluttajan ajankäytössä vahvistuu entisestään
- Kilpailu kiristyy ja piristää toimialaa
- Uudet kauppakeskukset kiinnostavat sekä kuluttajia että vuokralaisia – mikä on tilanne pidemmällä tähtäimellä? Tuovatko aidosti jotain uutta?
- Sijainti, tarjonta, aukioloajat – mikä ratkaisee?
- Sijainti ja hyvät julkiset liikenneyhteydet korostuvat
- Kauppakeskukset uudistuvat ja erilaistuvat
- Uusiin keskuksiin rakennetaan sekä asuinkiinteistöjä että kaupallisia palvelua – lähialueen kysyntä valmistuu samalla kuin itse kauppakeskus
- Kuluttajien ostovoima ei kasva – raha jakaantuu yhä useamman keskuksen välillä
- Pienet ja vanhat paikalliskeskukset menettävät myyntiä, elleivät uudistu
- Pystyvätkö pienet kauppakeskukset vastaamaan isojen keskusten laajaan tarjontaan ja aukioloaikoihin?
- Keskukset ovat kuluttajien kannalta liian samankaltaisia – vaivattomuus ja helppous ratkaisee ostopaikan, vai ratkaiseeko?
- Markkina sirpaloituu ja alueellistuu
- Pieni ja täysi kauppakeskus on houkuttelevampi kuin iso ja puolityhjä
- Paine reagoida entistä nopeammin trendien ja kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin Paine erikoistua ja houkutella asiakkaita myös oman lähivaikutusalueen ulkopuolelta

Lisätietoja:

Lars Eklundh, hallituksen
puheenjohtaja, Suomen
Kauppakeskusyhdistys,
puh. 0500 458 694

Johanna Aho,
toiminnanjohtaja,
Suomen
Kauppakeskusyhdistys,
puh. 040 485 7596

Hanna Kaleva, johtaja,
KTI Kiinteistötieto Oy, puh.
040 555 5269



Suomen Kauppakeskusyhdistys ry

