

Øpesentre



Øft og er blitt et moderne senter, sier markeds koordinatør Sasha Valdez og eiendomssjef Randi Haeselich i House of Oslo. (Foto: vån Kverme)

— Den uken er det hamstring for alle pengene, sier Helberg.

I tillegg fikk Alna inn en Clas Ohlson-butikk i fjor høst som har gitt svært god effekt for hele senteret.

Også regionsjef Finn Dybendal i Steen & Strøm, er fornøyd. Steen & Strøm-senteret Kvadrat omsatte for 501 millioner kroner, en vekst på 12,6 prosent, mens budsjettet lå på rundt 5,5 prosent.

— Dette er langt i overkant av hva vi hadde budsjettet. Vi har ingen nye arealer og ingen vesentlige endringer i butikkmiksen, så dette er pur vekst, sier han.

«Sinnssyk vekst»

— Hamar er i ferd med å gjenvinne hegemoniet som handelsby, sier senterdirektør Pål Jan

Stokke på Maxi Hamar Storsenter.

Med 66,3 prosent omsetningsvekst, er Storsenteret på Hamar kvartalets vekstvinner.

— Hamar het Kaupang før, og det betyr jo handelssentrum. Historisk har vi vært en handelsby, nå er vi i ferd med å etablere oss som det igjen, tror Stokke.

— Tar ikke dere omsetning fra de øvrige butikkene i Hamar sentrum?

— Nei, jeg tror ikke det. Vi tar omsetning fra de andre kjøpesentrene, og ikke så mye fra den øvrige handelsstanden.

Selv om antall butikker har økt med 50 prosent til 65 butikker, mener Stokke at den organiske veksten ligger på rundt 20 prosent.

— Mange av enkeltbutikkene våre har en sinnssyk omsetningsvekst. Vi har

vært igjennom både modernisering og påbygging, senteret er snart komplett, sier senterdirektør Pål Jan Stokke på Maxi Hamar Storsenter.

Vekst over hele linjen

Det ser ikke ut som om resten av detaljhandelen avviker kraftig fra tendensen i kjøpesentrene. Kvarud Analyses kjøpesenterindeks som baserer seg på tall fra 180 kjøpesentre viser at disse kjøpesentrene hadde en omsetningsvekst på 7,9 prosent i januar, 8,8 prosent i februar og 12 prosent i mars. Detaljomsetningsindeksen til Statistisk sentralbyrå viser at detaljhandelen i alt økte med 7,8 prosent i januar og med 8,1 prosent i februar.

— Veksten utenfor kjøpesentrene var nesten på linje med veksten i kjøpesentrene. Det er ingen grunn til å tro at veksten i handelen utenfor sentrene har vært betydelig lavere enn i kjøpesentrene i mars, sier Kvarud.



FULL AV LOVORD: Synne Aunaas er full av lovord om interiørkonseptet til House of Oslo. Hun har dratt med seg venninnen Frøydis Johanness. — Jeg er her for aller første gang og vet ingenting, det er hun som er ekspert, sier Johanness. (Foto: Ivån Kverme)

House of suksess

På House of Oslo finnes både stoler laget av melkekartonger og Illums Bolighus. Det har økt omsetningen med nesten 40 prosent.

Etter at House of Oslo åpnet dørene i november i fjor, ble det fart på sakene for kjøpesenteret som tidligere het Vikatorvet.

Med den danske interiørbutikken Illums Bolighus som flaggskip og 19 andre interiørbutikker økte omsetningen i første kvartal med 38,3 prosent for Vika Handelsområde midt i Oslo sentrum.

— Du må bare se på denne butikken her, den er bare så rå, sier markeds koordinatør Sasha Valdez.

Hun strener av gårde til den Sør-Afrikanske butikken Springbok, som blant annet byr på stoler laget av melkekartonger og vesker heklet av gamle t-skjorter.

Interiørjunkies

— Vi fikk en kanonåpning. I løpet av november og desember omsatte vi for nesten 50 prosent mer enn vi hadde regnet med, sier senterdirektør Gunnar Molander.

Mandag ettermiddag er det forholdsvis stille. Synne Aunaas har tatt turen helt fra Halden. Ikke i ens ærend, men når hun først er i Tigerstaden, står House of Oslo på besøkslisten.

— Det er et fantastisk senter, som har stort utvalg i alle prisklasser. For

såne interiørjunkies som meg er dette mye bedre enn Oslo City, humrer Aunaas.

Det er hennes tredje besøk siden åpningen i november. Aunaas er full av lovord og har i dag dratt med seg venninnen Frøydis Johanness.

— Her er alt på ett sted, og jeg slipper å løpe opp og ned Bogstadveien, sier hun og høres nesten ut som senterdirektøren.

Spisset konsept

— Vi lå langt bak målsettingene i 2005 og måtte gjøre noe. Inne i sentrum av de store byene nå kjøpesentrene skulle seg ut. Vi bestemte oss for å rendyrke interiørkonseptet, sier senterdirektør Molander.

Sammen med Vika Terrasse utgjør House of Oslo Vika Handelsområde. I forhold til det «gamle» kjøpesenteret er arealene utvidet med 1.000 kvadratmeter til 20.000 tolt.

— Det er en liten økning i kjøpesentersammenheng. For oss er det morsomt at veksten i stor grad er organisk, sier Molander.

Aberdeen Property Investors forvalter kjøpesenteret som eies av Storebrand Livsforsikring.

” For såne interiørjunkies som meg er dette mye bedre enn Oslo City.

Synne Aunaas, kunde på House of Oslo