

Kiinteistömarkkinakatsaukset

Kauppakeskukset 25Q3: Olosuhteisiin nähden pirteä vire jatkui – kasvubaanaa edelleen



Anton Takkavuori

Kiinteistöanalytikko

anton.takkavuori@rettamanagement.fi

0400 853 528

rettamanagement.fi/markkinakatsaukset

Suomen kauppakeskusmarkkina jatkaa vahvaa suoritustaan muuhun vähittäiskauppaan verrattuna, erityisesti pääkaupunkiseudulla. Kauppakeskusten kävijämäärät kasvoivat heinä–syyskuussa koko maassa 2,7 prosenttia edellisvuoteen nähden, ja pääkaupunkiseudulla sekä myynti että kävijämäärät nousivat yli kolmen prosentin Suomen Kauppakeskushdistyksen tilastojen mukaan. Korona pohjistaan myynti- ja kävijäindeksit ovat kehittyneet vakaasti, ja myönteinen kehitys näkyy myös kauppakeskusten vuokralaisten käyttöasteessa.

Kauppakeskukset ovat keskimäärin lähes täyteen vuokrattuja, mikä esimerkiksi kertoo vuokralaisten kiinnostuksesta ja keskusten vetovoimasta kaupallisina sijainteina. Ne vetävät puoleensa myyntiä ja asiakasvirtoja perinteisestä kivijalkakaupasta. Viime vuosikymmenten aikana Suomeen onkin rakennettu huomattava määrä suuria kauppakeskuksia ja hypermarketteja, mikä on muovannut vähittäiskaupan rakenteita. Kuluttajat suosivat yhä useammin helppoja ja keskitettyjä asiointikokemuksia, joissa monipuoliset palvelut löytyvät yhdestä paikasta. Tämä on osaltaan vahvistanut kauppakeskusten asemaa.

Kauppakeskukset ovat keskimäärin lähes täyteen vuokrattuja, mikä kertoo vuokralaisten kiinnostuksesta ja kauppakeskusten vetovoimasta. Kuluttajat suosivat yhä useammin helppoja ja keskitettyjä asiointikokemuksia, joissa monipuoliset palvelut löytyvät saman katon alta.

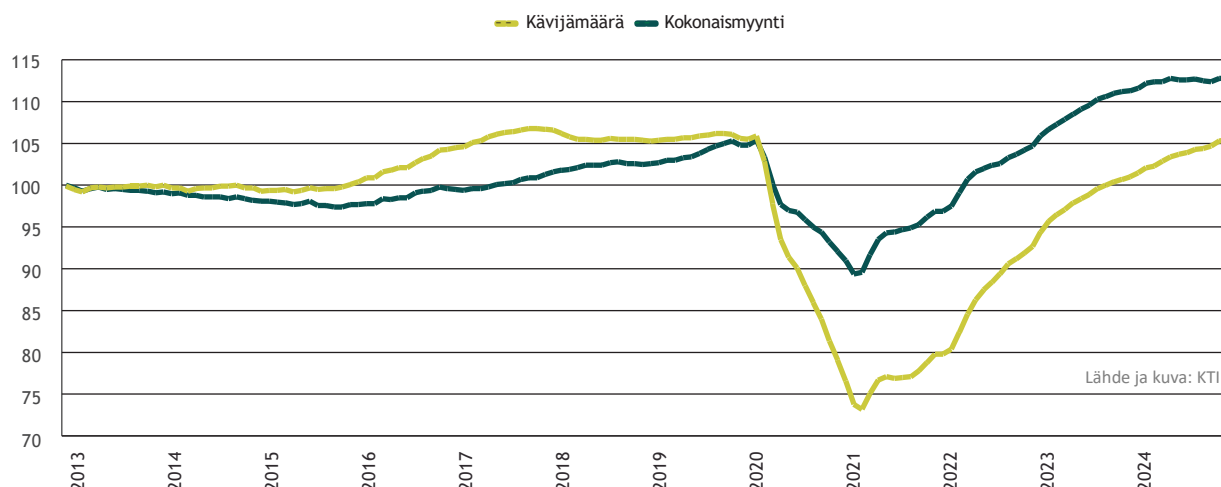
Kävijämäärien ja kokonaismyynnin kasvuista huolimatta keskiosat ovat laskeneet vuodesta 2021 lähtien. Ensi vuodelle ennustetut ostovoiman kasvu ja työttömyyden lasku tuovat toiveikkuutta trendin kääntymisestä.

Keskiososten laskuun vastaamiseksi kauppakeskukset pyrkivät lisäämään asiakasvirtoja ja pidentämään viipymää monipuolistamalla palvelutarjontansa. Tämän odotetaan tukevan myynnin kasvua. Paraneva myynti ja korkea käyttöaste vahvistavat myös edellytyksiä transaktiomarkkinan piristymisen jatkumiselle.

”Kauppakeskukset ovat osoittaneet toimivuutensa kaupan konseptina, vaikka taloustilanne rajoittaakin niiden täyttä kasvupotentiaalia. Cityconin Q2 2025 arviointilausunnon mukaan vuoden 2021 jälkeen alkanut myynnin per kävijä -lukeman lasku on jatkunut myös vuoden 2025 aikana, mikä osoittaa, että vaikka kävijämäärät kasvavat, myynti ei seuraa samaa tahtia. Kauppakeskukset vastaavat tilanteeseen panostamalla asiakasvirtojen kasvattamiseen ja viipymän pidentämiseen, minkä ennakoidaan tukevan myynnin kehitystä talousnäkymien parantuessa. Taloustilanteen vahvistuminen kasvattaisi kauppakeskusten myyntipotentiaalia”, summaa **Retta Managementin** kiinteistöanalytikko **Anton Takkavuori**.

KAUPPAKESKUSTEN MYynti- JA KÄVIJÄINDEKSIT

INDEKSI 2012=100, 12 KK LIUKUVA KESKIARVO, KOKO SUOMI

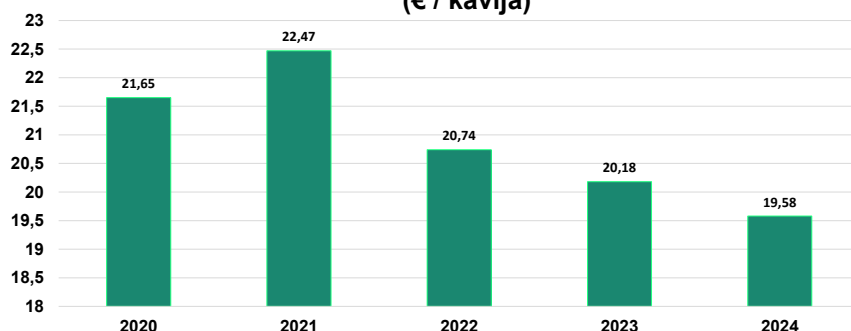


Talouden myötätuulta odotellessa

Kotitalouksien säästämisaste on edelleen korkea, ja kuluttajien näkymät työllisyystilanteen kehityksestä ovat yhä pessimistiset. Positiivista kuitenkin on, että ostovoiman kuoppa alkaa vihdoin täyttyä: keskituloisen palkansaajan ostovoiman ennustetaan palaavan vuoden 2020 tasolle vuonna 2026 reaali-palkkojen nousun ja palkkaverotuksen kevenemisen myötä.

Työ- ja elinkeinoministeriö ennustaa työttömyyden kääntyvän laskuun ensi vuonna, mikä toteutuessaan vähentäisi kuluttajien pessimismia. Ennusteisiin on kuitenkin syytä suhtautua varauksella. Työttömyyden lasku olisi silti merkittävä tekijä kuluttajaluottamuksen elpymisessä ja tukisi samalla vähittäiskauppaa. Tämä yhtälö olisi positiivinen kauppakeskusten myynnin ja keskioston kasvussa. Vaikka kauppakeskusten kokonaismyynti on kasvanut, keskiostot ovat olleet laskussa jo usean vuoden ajan. Ilmiö voi kertoa siitä, että asiakkaat käyvät keskuksissa useammin, mutta tekevät yksittäisillä kerroilla pienempiä ostoksia. Korona-aikana, erityisesti vuonna 2021, tilanne oli päinvastainen: käyntejä tehtiin harvemmin, mutta keskiostokset olivat selvästi suurempia.

**Kauppakeskusten myynti / kävijä
(€ / kävijä)**



Lähde Suomen Kauppakeskusyhdistys

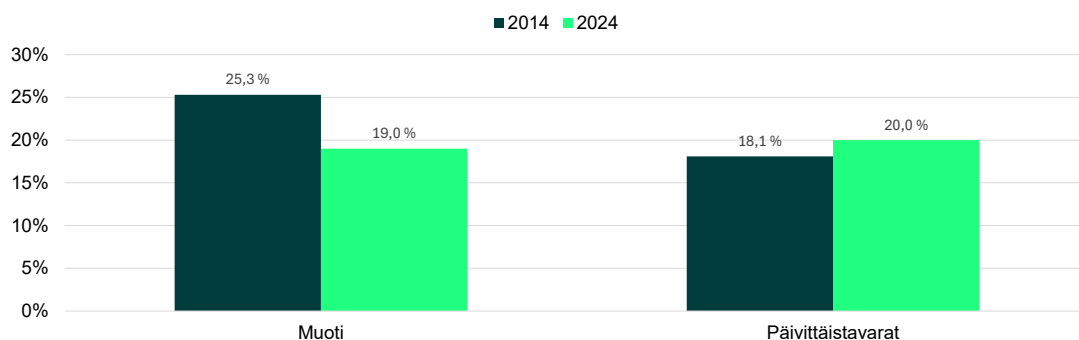
Haastavinakin aikoina löytyy menestyjiä

Kauppakeskuksissa myynnin kasvu on ollut erityisen vahvaa päivittäistavara- ja tavaratalokaupassa sekä kauneuden ja terveyden tuotteissa. Päivittäistavara- ja tavaratalot muodostavat edelleen suurimman osan kauppakeskusten myyntivolyymista, ja ankkurivuokralaisina ne vetävät asiakasvirtoja sekä luovat perustan keskusten elinvoimaisuudelle. Päivittäistavara- ja tavaratalokaupan myynnin kasvu kiihtyi 2025 Q3:lla ja ylsi 3,6 prosenttiin edellisvuoteen verrattuna.

Terveys-, kauneus- ja hyvinvointisektori on ollut kauppakeskusten vahvimpia suorittajia lyhyellä aikavälillä. Kasvu heijastaa kuluttajien lisääntynyttä panostusta henkilökohtaiseen hyvinvointiin ja valmiutta käyttää rahaa siihen liittyviin tuotteisiin ja palveluihin – arjen luksuksesta ei aina tingitä edes haastavina aikoina. Q3:lla kauneuden ja terveyden tuotteiden myynti kasvoi peräti 6,6 % viime vuodesta.

Sen sijaan esimerkiksi muodin, asusteiden ja vapaa-ajantuotteiden myynnissä on havaittu haasteita: heinä–syyskuussa myynti jäi yli kolme prosenttia viime vuotta pienemmäksi. Muoti, joka aiemmin toimi kauppakeskusten keskeisenä ankkurina, on menettänyt asemiaan. Vuosien 2014 ja 2024 välillä muodin osuus kauppakeskusten vuokratusta pinta-alasta on pudonnut useita prosenttiyksiköitä. Muotikaupalle on kuitenkin edelleen vuokrattu merkittävä osa kauppakeskusten vuokrattavasta pinta-alasta, ja fyysisillä myymälöillä on keskeinen rooli asiakaskokemuksen luomisessa, erityisesti muodissa. Nykyisin päivittäistavara- ja tavarataloilla on niukasti suurin osuus vuokrattavasta pinta-alasta.

Toimialajakauma kauppakeskuksissa vuokratun pinta-alan mukaan



Lähde: Suomen Kauppakeskusyhdistys ry

Erikoiskaupan tilanne on tänä vuonna ollut haastava Erikoiskaupan liiton mukaan. Yksi selkeä poikkeus erikoiskaupan alakuloon on viime vuosina ollut optinen ala, jossa kysyntä on säilynyt vahvana – näkemisestä ei olla tingitty. Esimerkiksi Kaupan Tilan mukaan Silmääsena on onnistunut vuodesta 2017 lähtien kaksinkertaistamaan liikevaihtonsa ja kymmenkertaistamaan liikutuloksensa. Optisen alan kasvua vauhdittavat väestön ikääntyminen ja uusien optikkoliikkeiden avautuminen eri puolilla maata, mikä näkyy myös kauppakeskuksissa.

Lähde: Tilastokeskus ja Erikoiskaupan liitto ETU

Askel kerrallaan oikeaan suuntaan

Pahimpina koronaikoina päivittäistavaravetoisten lähipalvelukeskusten kävijämäärien lasku oli huomattavasti pienempi kuin erikoiskauppavetoisissa keskuksissa. Erikoiskaupan liiton mukaan alan markkinoilla on jo havaittavissa merkkejä elpymisestä, mikä on hyvä uutinen myös erikoiskauppavetoisille kauppakeskuksille. Myynnin ja asiakasvirran vahvistuminen tukisi näiden keskusten elinvoimaisuutta sekä toisi lisäpotentiaalia transaktiemarkkinoilla. Yleisesti ottaen vapaan liiketilan määrä kauppakeskuksissa on pysynyt maltillisena, mikä vähentää sijoittajille kohdistuvaa riskiä ja vahvistaa kassavirtoja.

Kauppakeskusten transaktiemarkkinassa on havaittu elpymisen merkkejä kuluneen vuoden aikana, ja pitkän hiljaisen jakson jälkeen on toteutunut merkittäviä kauppakeskuskauppoja. Kuluneen vuoden transaktioita ovat olleet esimerkiksi kauppakeskus Skanssi ja kauppakeskus Mylly. Tämän vuoden aikana myös Mercada Oy:n omistus pohja on muuttunut. Sen portfolio koostuu pääosin Keskolle vuokratuista päivittäistavarakaupoista, mutta siihen kuuluu myös muutama merkittävä kauppakeskus.

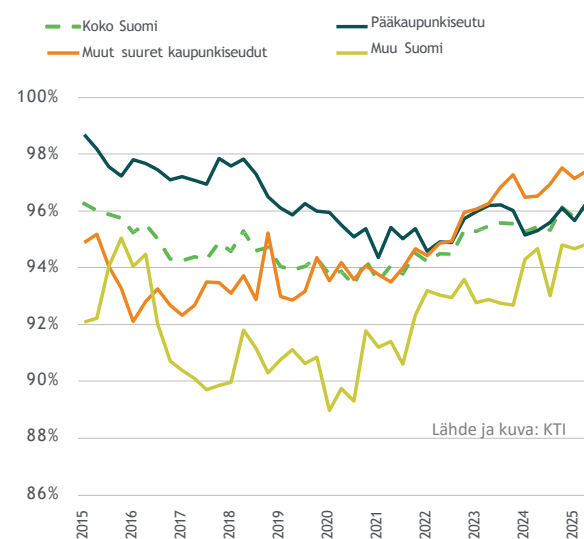
"Vaikka keskiostos on laskenut, sen taso vaihtelee merkittävästi kauppakeskuksittain. Keskiostoksen suuruus, kävijämäärä ja liiketilojen käyttöaste määrittävät yhdessä kauppakeskuksen menestyksen, minkä vuoksi kauppakeskukset monipuolistavat markkinatilanteessa palvelutarjontaan toimijoilla, jotka tuovat tasaisesti jakautuvaa ja ennustettavaa asiakasvirtaa. Pop up -myymälät, verkkokauppojen noutopisteet, terveystalvelut ja julkiset palvelut – kuten kirjastot – voivat lisätä kävijämääriä yllättävän tehokkaasti ja vahvistaa kauppakeskuksen kokonaisvetovoimaa", summaa **Takkavuori**

Artikkelin tekstissä käytetyt lähteet ja materiaalit: Citycon, Suomen Kauppakeskushdistys ry, Kaupan tila ja KTI

Lisätietoja:

Anton Takkavuori
 Kiinteistöanalyttikko
 Retta Management
anton.takkavuori@rettamanagement.fi
 Puh. 0400 853 528

KESKIMÄÄRÄISET KÄYTTÖASTEET, KAUPPAKESKUSTEN LIIKETILAT



Voit tilata myös räätälöityjä markkinakatsauksia!

www.rettamanagement.fi/markkinakatsaukset



Anton Takkavuori

Kiinteistöanalyttikko
anton.takkavuori@rettamanagement.fi
 0400 853 528