



Lavere salg – men lys forude

Shoppingcentre kan konstatere en tilbagegang i omsætningen i 1. kvartal 2009. Det viser nye tal fra Steen & Strøms kvartalsvise Centerbarometer, der bygger på månedlige analyser af omsætningstal og besøgstal fra centrene.

Travlheden i butikkerne i de 17 shoppingcentre, som administreres af Steen & Strøm, blev i årets første tre måneder mere behersket end sidste år. I forhold til samme periode sidste år blev der samlet set solgt for fem procent mindre. Men det faktiske salg er dog på niveau med salget i første kvartal af rekordåret 2007.

”Det kommer ikke uventet for os, at omsætningen i centrene som helhed er faldet. Specielt ikke, når vi skal sammenligne med et meget flot første kvartal sidste år, hvor salget steg ikke mindre end 6 %. På den baggrund er det svært at løfte omsætningen i en tid med økonomisk afmatning i hele samfundet”, siger Claus Tüchsen, Marketing Director i Steen & Strøm.

Af det nye Centerbarometer fremgår, at forbrugerne især har sparet på indkøb af tøj, sko og lignende. I hvert fald er faldet i denne varegruppe på syv procent, mens det for udvalgsvarerhandlen som helhed kun er på fem procent. Afmatningen i forbrugernes økonomi har dog ramt alle centrene butikker nogenlunde jævnt over hele linjen. Således er salget af dagligvarer også faldet med fem procent.

Trods udviklingen i 1. kvartal 2009 er Steen & Strøm alligevel forsigtigt optimistiske i forhold til dette års samlede resultat.

”Det er et faktum, at forbrugerne har fået flere penge til rådighed i kraft af bl.a. skattelettelser, lavere renteniveau og en faldende inflation. Tilsyneladende har de her først på året brugt dem til at bl.a. afbetale på gæld eller til at spare op. Men vi håber på, at de senere på året er klar til at sætte dem i et øget forbrug og dermed være med til at få vendt den faldende udvikling i salget i vores centre”, siger Claus Tüchsen.

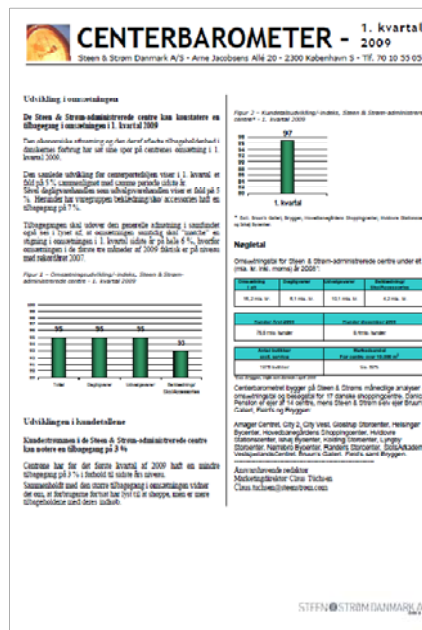
Han forventer derfor, at omsætningen i Steen & Strøms 17 centre i andet halvår af 2009 vil stige og i bedste fald få årets samlede resultat til at nærme sig resultatet for hele sidste år, hvor det omvendt gjaldt, at første halvår var fint, mens salget i andet halvår faldt markant som følge af finanskrisen.

Steen & Strøm Danmark udvikler og driver 17 butikcentre i Danmark og er en del af norskejede Steen og Strøm, der er Skandinaviens største centerudvikler og -manager med mere end 55 centre i Skandinavien. Centrene, hvoraf de 14 drives for Danica Pension, har et samlet salgsareal på ca. 300.000 kvadratmeter og rummer i alt næsten 1.000 butikker. Du kan på hjemmesiden www.steenstrom.dk finde yderligere oplysninger om os, herunder hvilke centre, vi driver og udvikler.

Kundetallene i årets første tre måneder ser bedre ud, om end der gik tre procent færre kunder gennem dørene til centrene end i tilsvarende periode sidste år.

Marketingdirektøren pointerer dog, at kundetallet på 97 procent også skal ses i lyset af, at Steen & Strøm i flere centre er i gang med større ombygningsprojekter, som ikke kan undgå at influere negativt på kundetilstrømningen.

”En række af vores centre har til gengæld en kundestrøm, der ligger på niveau eller over sidste år, så alt i alt må vi konstatere, at forbrugernes lyst til at shoppe stadig er til stede, men at de her i starten af året har været mere tilbageholdende med deres indkøb”, siger Claus Tüchsen.



Centerbarometer 1. Kvartal 2009

Yderligere kommentarer fås hos Marketing Director Claus Tüchsen, Steen & Strøm Danmark på tlf. 70 10 55 05/ 41 90 02 40

Milepæl for Friis – Nordjyllands nye shoppingcenter

I marts 2010 åbner Ålborg's nye citycenter, Friis. Første milepæl i det nye centers historie rundes netop i disse dage, hvor der er rejsegilde på byggeriet, der skyder hastigt op i midten af byen og gør klar til, at ca. 55 nye butikker kan rykke ind.

Friis vil give et markant boost til detailhandelen i Aalborg og skabe en ny dynamik. Med sin ideelle beliggenhed på den gamle Magasin-grund bliver Friis på samme tid en del af det attraktive og dynamiske område ved havnefronten med Musikkens Hus, de kreative miljøer og Utzon Centeret - og samtidig med en tæt tilknytning til byens gågademiljø.

Rent arkitektonisk bliver Friis ikke et traditionelt byggeri, men et flot vartegn for området, der kommer til at udgøre den ideelle ramme for både butikskoncepter og events.

Nogle af de butikker, der allerede har skrevet under på en lejekontrakt i Friis er H&M, Bahne og Sportmaster samt en lang række af dansk detailhandels førende kæder. Til den brochure, som Steen & Strøm netop har fået udgivet om det nye citycenter, fortæller Anders Dinnsen fra H&M, hvorfor de har valgt at være til stede i Friis:

"Hos H&M går vi altid efter en dominerende position i byen, når det gælder modetøj til stærke priser. Vi ser Friis som et landmærke for handelen i Aalborg, og derfor skal vi selvfølgelig være markant til stede. Med 2.500 kvadratmeter i to plan kan vi folde vores koncept helt ud og virkelig vise, hvad vi kan. Og så etablerer vi tilmed en spændende Monki butik ved samme lejlighed".

Bag det nye, spændende center står Danica, som igen har valgt at lade Steen & Strøm stå for den daglige ledelse af centret, når det åbner. Byggeriet opføres og udvikles af den lokale entreprenør Enggaard i samarbejde med Braaten + Pedersen. Alle-rede nu er sidstnævnte i fuld gang med at udleje de mange nye kvadratmeter – hvilket går så godt, at der med et år til åbningen kun er 14 lejemaal tilbage. Steen & Strøm har særligt fokus på sammensætningen af butikker i Friis og bistår Braaten+Pedersen med dette. Aalborg har i forvejen et spændende butiksmiljø at byde på, hvorfor det er særlig vigtigt, at butikkerne i Friis får det helt rigtige mix, så kombination af Friis og området omkring Friis bliver Nordjyllands absolutte stærkeste, hvad angår shopping og oplevelser.

Hos Steen & Strøm siger udviklingsdirektør Karen Nielsen, at 'vi gør alt, hvad vi kan for at få det helt rigtige mix af butikker, samtidig med at vi forsøger at skabe en god kommunikation med de kommende

lejere og gør vores til, at det nye center bliver indrettet på en måde og med et design, som vi af erfaring ved trækker kunderne til'.

Fakta

Friis var Aalborgs navnkundige købmand, der trak både handel og købekraft til byen ved Limfjorden. Og nu gør han det igen... Friis åbner marts 2010.

60.000 m² i 3 plan - Mere end 50 butikker, caféer og restauranter, 2-3 store ankerbutikker, Fitness, 850 nye parkeringspladser, Hotel CABINN og kontorer

Forventninger år 3-4:

Årlig omsætning (incl. moms): 600-700 mill. kr.

Antal gæster: 3½-4 mill. om året

Yderligere kommentarer fås hos Development Director Karen Nielsen, Steen & Strøm Danmark på tlf. 70 10 55 05/ 41 90 02 72

Om- og udbygning i Glostrup godt i gang

Efter sidste forår at have fået startskud til en storstilet ombygning og udbygning af Glostrup Storcenter er håndværkerne nu godt i gang. Og første etape vil formentlig være klar til åbning i løbet af efteråret, da alt – i hvert fald foreløbig – går helt efter tidsplanen.

Indtil videre er man godt i gang med udskiftningen af det gamle ventilationssystem og køle/varmeanlæg med nyt, der vil give hele centret en mere grøn profil. Og de mest synlige ændringer for kunderne lige nu er den udbygning af centret på 800 kvadratmeter, som skal rumme udbygningen af Føtex og flytningen af hovedindgangen nogle få meter. I næste omgang – men også til færdiggørelse inden jul – kommer etableringen af ovenlys i centret og et nyt gulv herunder.

Udvidelsen af Glostrup Storcenter bliver på 5.000 kvadratmeter, således at det i alt kommer op på 30.000. Det vil give plads til 8-12 nye butikker til supplement af de nuværende 50. Det mest synlige ved moderniseringen bliver nye udvendige facader med nye indgangspartier. Men indvendig vil der også blive tale om en generel renovering og modernisering, der blandt andet inkluderer ny belysning og nye farver på væggene.

Udlejningen af de nye butikker er endnu ikke begyndt. Men ifølge Development Manager Knud Svenning vil man lede efter konceptbutikker især inden for mode til børn og unge samt fodtøj. Blandt nyhederne vil også være flere nye cafeer og spisesteder.

Det nye moderniserede og forstørrede Glostrup Storcenter åbner i fuld skala i oktober næste år.

Yderligere kommentarer fås hos Development Manager Knud Svenning, Steen & Strøm Danmark, på tlf. 7010 5505/4190 0270



Ny H&M trækker tusinder til Nørrebro

Begejstringen vil næsten ingen ende tage i Nørrebro Bycenter. Både den daglige ledelse, kunderne, de øvrige butikker og ikke mindst H&M selv er ovenud tilfredse med åbningen af den butik, kæden foretog 1. november sidste år.

”Jeg vil driste mig til at sige, at den har medvirket til, at vi her i Nørrebro Bycenter ikke er så hårdt ramt af krisen som mange andre steder”, siger Annett Beckert, Center Manager i Steen & Strøm Danmark.

Hun tøver heller ikke med at fortælle, at man gennem mange år har forsøgt at lokke H&M til det relativt lille center. Men den svenske modekæde har holdt igen, da den plads man kunne få i centret ikke var så stor, som kæden kunne ønske sig. Alligevel endte man med at sige ja tak til de 850 kvadratmeter. Og det har vist sig at være en rigtig god beslutning.

”Kunderne har taget utrolig godt imod H&M. Det kan vi se på kundetællerne i centret, ligesom vi kan høre det blandt de øvrige 23 butikker herude, som er vældig fornøjede med de mange nye mennesker, der har fundet herind”, fortæller Annett Beckert og mener, at succesen blandt andet skyldes, at H&M har været dygtige til at skabe den helt rigtige butik: ”Det er klart, at de ikke har kunnet få plads til alle deres mærker og linjer, på den plads vi kunne tilbyde. Derfor valgte de at satse på børnetøj, undertøj og deres basismærke. Og noget tyder på, at det har været det helt rigtige”.

Med åbningen af H&M har Nørrebro Bycenter, ifølge Center Manageren, fået skabt et optimalt mix af butikker, som gør, at man bedre kan trække områdets kunder til – også de mange familier med børn og de unge studerende. Og når hun er ekstra glad for at have fået netop en stor kendt, kæde som H&M ind, skyldes det den omstændighed, at centret ikke som alle andre centre, har en eller flere store dagligvarebutikker at trække kunderne til med.

Nørrebro Bycenter er på i alt godt 8.000 kvadratmeter, rummer 24 butikker og har årligt to millioner besøgende.

Yderligere oplysninger hos Annett Beckert, Center Manager Steen & Strøm Danmark, på tlf. 41 90 02 13

Træerne rykker ind i centrene – næsten

Steen & Strøms centre er i fuld gang med at praktisere miljø- og samfundsansvar. I Kolding har det udmøntet sig i et usædvanligt samarbejde mellem shoppingcentret og byens to kendte museer, Trapsholt og Koldinghus. Indtil 5. maj kan centrets kunder fx få et eksklusivt smugkik på museernes udstillinger. Bl.a. kan de se en fræk lilla kjole lavet af flettet slikpapir, en kjole lavet af en militæruniform, tasker af genbrugsmaterialer og smykker af gamle reklamer.

Begge museers udstillinger er skabt under temaet bæredygtighed, da det er overskriften for dette års kunst-Biennale. Og den chance der derved bød sig lod Kolding Storcenters Center Marketing Manager, Bente Nissen, ikke gå fra sig, da centret netop var i gang med initiativer i samme retning som led i implementeringen af Steen & Strøms Godt Valg-program – et program, der blev iværksat sidste år for at praktisere miljø- og samfundsansvar, og som er det mest omfattende af sin slags i hele den skandinaviske shoppingcenter-branche.

For få dage siden blev der derfor i Kolding Storcenter – ligesom i alle de øvrige danske Steen & Strøm centre – opstillet bænke formet i træstammer. De skal fungere som blikfang over for kunderne, så de bliver opmærksomme på de bæredygtige intentioner og initiativer. Samtidig kommer en folder på gaden i centrene, hvor kunderne kan læse om Godt Valg-programmet.

I Kolding Storcenter har det alt sammen givet anledning til en kampagne under temaet bæredygtighed, som løber af stablen fra 20. april til 5. maj. Og herom siger Bente Nissen:

”Vi fylder i Kolding Storcenter meget i bybilledet, og derfor føler vi en stor forpligtelse til at vise vores kunder, at vi her i centret tænker på miljøet. Det er ikke en indsats, vi er begyndt på i går. Og den er ikke afsluttet i morgen, men er en løbende proces, som skal holdes i gang hver dag, året rundt”.

Som eksempler på, hvad centrene gør, nævner hun reduktion af strømforbruget, fokus på miljøvenlige varer i indkøbene og kildesortering af affaldet for at sikre at mest muligt kan genbruges. Desuden gælder det for alle centrene, at for hver træstamme, der bruges til kampagnerne, vil der blive plantet et nyt træ i Sclerosehospitalets sansehøve på Sydsjælland.

Yderligere kommentarer fås Center Marketing Manager Bente Nissen, Kolding storcenter, på tlf. 7010 5505/41 90 02 55



Kunst, shopping og oplevelser i Hillerød 1.-3. maj

For fjerde år i træk løber Nordsjællands største og mest alsidige kulturbegivenhed, Hillerød Kunstdage, af stablen. Kunstdagene har i år tiltrukket endnu flere kunstnere og gallerier og SlotsArkaderne er ét af de steder, hvor man kan møde nogle af kunstens forskellige udtryk i dagene 1.-3. maj.

SlotsArkaderne deltager i Hillerød Kunstdage igen i år fordi man gerne vil tilbyde sine gæster nogle oplevelser der måske ikke lige umiddelbart er til at forstå, men som alligevel trænger sig på og efterlader et spor af nysgerrighed, glæde eller overraskelse. Derfor byder man i år bl.a. på den franske performancegruppe Les Big Brozeurs, på ArtBattle, og på et kunstværksted for børn, der introducerer børnene for farvelære og malerteknikker.

Les Big Brozeurs er den franske teatertrup La Compagnie Albedos seneste opfindelse. La Compagnie Albedo har specialiseret sig i spektakulære og interaktive optrædener i det offentlige rum, gadeteater der har til hensigt at sætte et spejl op for os selv og virkeligheden. Forestillingen "Les Big Brozeurs" handler om fire kæmpestore, nærmere betegnet lidt over 2 meter høje, firlinger, alle forklædt som detektiver i cottoncoats, blød hat og hornbriller, der bevæger sig rundt i gadebilledet og stikker deres næse i alt og alle,

Artbattle er et helt nyt kunstfænomen i Danmark, en slags visuel rockkoncert, der gør det muligt at komme helt tæt på billedkunstnerne og se hvordan kunsten bliver til. To kunstnere stiller op mod hinanden med hver deres hvide lærred. Publikum vælger emnet, og herefter har kunstnerne 10 minutter til at vise deres færdigheder. Til sidst falder dommen: Publikum vælger deres favorit og i samspil med dommerne kåres en vinder.

"Vi vil gerne tilbyde vores gæster nogle oplevelser, der måske ikke lige umiddelbart er til at forstå, men som alligevel trænger sig på og efterlader et spor af nysgerrighed, glæde eller overraskelse", forklarer Center Marketing Manager Sofie Lützen, SlotsArkaderne, om centrets deltagelse i Kunstdagene. Det er fjerde år i træk, at Hillerød sætter fokus på kunsten. Og SlotsArkaderne er blot et af de steder, hvor publikum kan møde kunstens forskellige udtryk.



Yderligere oplysninger fås hos Sofie Lützen, Center Marketing Manager i SlotsArkaderne, på tlf. 21 46 27 66



Modelkonkurrence for børn i City Vest

Nuttede babyer og vilde krudtugler kan søndag den 3. maj få modeldrømmene afprøvet, når City Vest i samarbejde med Casablanca Models afholder børne-casting. To fotografer står klar til at forevige de små poders frække og søde smil. Og tre vindere løber af med modeljob i en reklamekampagne for City Vest.

Det er anden gang det århusianske center gennemfører sådan et arrangement for børn med glimt i øjet og i alderen 0-13 år. Og efter sidste års succes, hvor mere end 500 børn mødte op, har City Vest og Casablanca Models rustet sig til at byde måske endnu flere unge modelspirer velkommen. "Vi glæder os rigtig meget til at gentage sidste års brag af en casting. I år har vi forsøgt at gribe dagen lidt anderledes an, så vi undgår, at de fremmødte skal vente for længe på at komme foran linsen. Vi har blandt andet to fotografer med, ligesom vi har valgt at lave en kvalifikationsrunde, hvor Casablanca Models på forhånd udvælger de børn, der har de bedste muligheder for at gå videre", siger Peter Elbæk Lauenborg, Center Marketing Manager i City Vest.

Børnene bliver inddelt i tre kategorier efter alder, og Casablanca Models står for den svære opgave at udpege en vinder i hver alderskategori.

"Der er garanteret flere skønne børn i hver kategori, så ved udvælgelsen af vinderne ser vi blandt andet på kvaliteten af billederne og børnenes udstråling. Selvom man måske ikke vinder, betyder det ikke, at vi ikke har set et potentiale i barnet. Faktisk ender det ofte med, at vi finder 30-40 børn, som vi tager ind i bureauet efter sådan en event", siger Heidi Bergholdt, direktør for Casablanca Models. Hovedpræmien er et modeljob i en reklamekampagne for City Vest, men de heldige vindere kommer også i stald hos Casablanca Models.



Yderligere oplysninger fås hos Center Marketing Manager Peter Elbæk Lauenborg, City Vest, på tlf. 86 25 36 88 eller 20 86 60 50

Steen & Strøm vinder internationale marketingpriser – igen

Endnu engang har Steen & Strøm Danmark vundet flotte priser ved den anerkendte og prestigefyldte ICSC Marketing konkurrence, der hvert år uddeles i USA.

Konkurrencen blev i år holdt i Florida i USA, og resultatet blev to priser til danskerne.

Den ene gik til Bryggen i Vejle, som vandt den fineste pris for centrets åbningskampagne fra 2008. Prisen hedder MAXI Gold og faldt i kategorien "Grand Opening, Expansion and Renovation". Det betyder, at Bryggen-kampagnen nu kan titulere sig med titlen "The Best Shopping Center Marketing Campaign of the Year".

Også Bruun's Galleri i Århus fik meget flot hæder med hjem, da centrets marketingkampagne "Design Weeks" vandt en MAXI Silver i kategorien "Advertising". Det er anden gang, at Bruun's Galleri vinder en MAXI pris, da centrets åbningskampagne vandt en MAXI Gold i 2004.

Både Bryggens og Bruun's kampagner er udviklet i samarbejde med reklamebureauet Yellow, der har en stor andel i de flotte priser.

ICSC står for The International Council of Shopping Centres og er branchens internationale sammenlutning af shoppingcentre, der tæller mere end 60.000 medlemmer fra hele verden. I MAXI-konkurrencen deltog mere end 400 marketingkampagner fra alle verdensdele.

Yderligere kommentarer fås hos Marketing Director Claus Tüchsen, Steen & Strøm Danmark, på tlf. 7010 5505/4190 0240

Ny visuel profil til SlotsArkaderne

Kreativiteten blomstrer fortsat i centrene. Og efter nogle år med det samme 'billede' af SlotsArkaderne i Hillerød har centret nu fået udviklet en ny visuel profil og en ny kommunikationsplatform.

Nyskabelsen er blevet til i samarbejde med reklamebureauet Bocca og markerer en stil og tone, der er langt mere kunstnerisk og oplevelsesmættet end traditionel shoppingcenter-kommunikation.

"Vi har valgt en stil, der signalerer overskud, eksklusivitet, nærvær, raffinement og sanselighed – og alt det andet der kendetegner SlotsArkaderne som en integreret del af Hillerød by og et unikt univers for shopping, med højt til loftet i alle ordets betydninger", siger Center Marketing Manager Sofie Lützen, SlotsArkaderne.



Yderligere oplysninger fås hos Sofie Lützen, Center Marketing Manager i SlotsArkaderne, på tlf. 21 46 27 66

Nye butikker i City Vest

Kim X – ny butik i City Vest

Party eller fitness... Ligegyldig hvad man er til, er der nu endnu flere muligheder for at få fingre i lækkert tilbehør i City Vest. Her er nemlig åbnet en ny butik ved navn Kim X, hvor man kan finde både sko, tasker, bæltter, smykker og meget andet.

Butikken er den første forhandler af Guess smykker og tasker i Århus. Derudover kan man finde mærkerne Maani by Adax, SoNize, Barton, Francini, David Jones, Lill F m.fl.

Bag butikken står Kim X Le, som har mere end ti års erfaring i detailbranchen og glæder sig til at stå bag egen disk.



Og mere mode til voksne piger

Butikken Zizzi har længe ønsket at styrke sin position i Århus. Og da det rette lokale med den gode strøgplacering blev ledig i City Vest, var der ikke langt fra tanke til handling.

Tøjstilen i den nye butik har et touch af feminine detaljer kombineret med et rå og casual look. For de århusianske kvinder betyder det, at de nu har fået en butik, hvor de kan finde tøj i str. 42-56 med super pasform, i gode materialer til meget fornuftige priser.

Da City 2's hus-musiker blev landskendt

Når den nu landskendte sanger og sangskriver Niels Brinck kunne stå på scenen i City 2 allerede en uge efter at have vundet det danske Melodi Grand Prix har det en ganske sjov forhistorie, som ikke mindst skyldes en forudseende Center Marketing Manager i centret, Bente Enert. Måneder forinden havde hun nemlig fået et samarbejde i gang med den unge kunstner og fortæller her historien om, hvordan det gik til, at City 2 valgte at sponsere en knap så kendt musiker, der siden blev verdensberømt i Danmark: "Jeg blev sidste efterår fanget af titelmelodien til tv-serien Anna Pihl. Og da vi her i City 2 har et godt samarbejde med vores pladebutik, GUF, gik jeg derned og spurgte, hvem der stod bag den. Svaret var, at det gjorde en ung komponist og sanger ved navn Niels Brinck. GUF og jeg blev så enige om, at det ville være interessant at få ham ud og optræde i centret, og jeg får derefter fat i ham. Da vi sidder og snakker, foreslår han selv, om vi ikke skulle lave en fast aftale, hvor vi betaler for at han optræder hos os et bestemt antal gange og samtidig leverer en sang til City 2, som vi kunne bruge som "lydlogo". Og det bliver så starten på samarbejdet. Kort efter

fortæller han, at han for resten skal medvirke i Melodi Grand Prix med en sang af Ronan Keating, og derfor lægger vi så en af hans optrædere en uge efter Grand Prix'et. Det ville jo være interessant, uanset hvad nummer han ville blive, eftersom han jo nu var en slags hus-musiker for os. Men så sker der det, at han går hen og vinder, hvilket jo er helt fantastisk. For os i City 2 er det et rent lykketræf, som vi i dag er rigtig stolte over og som giver os en uventet og ekstra god PR. Det var rigtig pænt af ham at vinde!"

Og sådan lyder altså forklaringen på, at Niels Brinck igen kommer og synger for kunderne i City 2 en uge efter det internationale Melodi Grand Prix den 15. maj. Det vil sige, at det er 22. maj, man kan opleve ham og hans band på scenen i det store center vest for København. Og har man ikke muligheden på dette tidspunkt, får man chancen igen til efteråret, da der endnu resterer nogle optrædere ifølge aftalen mellem Brinck og City 2...

Yderligere oplysninger fås hos Center Marketing Manager Bente Enert, City 2, på tlf. 41 90 02 54



Randers deler smiley's ud til medarbejderne

Kunderne i Randers Storcenter fortjener landets bedste betjening. Og den kan de kun få, hvis centrets butikker har landets bedste medarbejdere. Med dette formål iværksatte centret i midten af februar en kampagne med titlen 'Årets Smiley Medarbejder'. Den skal sætte fokus på de gode medarbejdere ved at lade kunderne stemme på dem, som de mener yder en fortræffelig service.

I alle butikkerne står der smiley-kundekort, der fungerer som stemmesedler. Synes kunden, at hun har fået en fin service, udfylder hun kortet og afleverer det til den pågældende ekspedient. På kortet sidder et smiley-klistermærke, som medarbejderen derefter tager af og klistrer ind i sit personalehæfte. Her er der plads til 12 smiley-mærker. Og når det er fyldt afleveres det til centrets administration.

Blandt de indleverede hæfter trækker centret hver 14. dag et enkelt ud, hvor medarbejderen så får et gavekort på 1.000 kroner til brug i centrets butikker. Og kunderne kan også vinde. Hver uge trækkes én ud, som får et gavekort på 500 kroner.

Når kampagnen slutter i begyndelsen af maj, vil en jury udvælge den medarbejder, der har fået flest velbegrundede smiley-stemmer og overrække vedkommende et rejsegavekort på kr. 10.000,- som gevinst.

Kampagnen kører i 12 uger, og allerede efter ni uger havde centret modtaget 2.500 stemmer og 150 indleverede personalekort.

Ifølge marketingkoordinator Frans Andersson har de i alt cirka 450 medarbejdere i Randers Storcenter taget rigtig godt imod udfordringen. Og mange har været gode til at yde en ekstra service over for kunderne. For eksempel nævner han den lille pige med ondt i hovedet, som blev inviteret ind bag disken på Apoteket og fik både vand, en pille og passende omsorg.



Yderligere oplysninger fås hos marketingkoordinator Frans Andersson, Randers Storcenter, på tlf. 86 44 85 71 eller centerchef Mogens Juel på tlf. 40 81 53 24



Kapløb på stiletter i City Vest

Er du lige så sikker på fødderne, som Carrie Bradshaw fra Sex and the City, eller er du vant til at løbe efter bussen i høje hæle, spørger City Vest lige nu sine kvindelige kunder. Og det gør de, fordi det ultimative kvindeløb, Stiletto Run, er på vej til Århus for at indtage det store center den 7. maj.

"Stiletter er indbegrebet af kvinde-shopping, og vi håber at samle en masse kvinder til en feminin dyst fuld af humor", siger Center Marketing Manager Peter Elbæk Lauenborg fra City Vest og opfordrer dermed kvinderne til at trodse finanskrisen..

Banen, der skal løbes på, er 70 meter lang. Og hælene skal være smalle og mindst seks centimeter høje. Hvert heat består af seks deltagere, og vinderne går videre til først kvart- og semifinaler og siden finalen. Vinderen kan derefter løbe hjem med særdeles kvindelige præmier, blandt andet en luksuriøs ansigtsbehandling, lån af en Ford Ka i tre uger og selvfølgelig gavekort på 5.000 kroner til sko med eller uden stiletter eller andre varer fra butikkerne i City Vest. Løbets konferencier er radiostationen Voice, som aftenen igennem uddeler ekstrapræmier for blandt andet bedste løbestil, vildeste hår, mest ekstravagante make-up og lækreste outfit.

Stiletto Run er en international event, som holdt sit indtog i Danmark i 2007, da shoppingcentret Field's i København lagde gulv til og fik en stor succes i hus. Og med løbet i City Vest er der nu jysk premiere på begivenheden, der desuden har været et til-løbsstykke i årevis i storbyer som Amsterdam, Berlin, Moskva og New York.

"Det er lidt af en udfordring, vi kaster kvinderne ud i. Men hvis de kan i resten af verden, kan vi i hvert fald også i Århus. City Vest har for nylig fået to nye skobutikker, så vi synes, det er oplagt for os at arrangere et stiletløb og samtidig give gode tilbud på sko," forklarer Peter Elbæk Lauenborg.

Stiletløb er, som man kan forestille sig, ikke en helt ufarlig sport. Men City Vest lægger en rød løber ud til sprinterne og holder banen på de 70 meter, hvor nogle byer har haft baner på helt op til 350 meter. Langs 'ruten' posterer centret vagter, som er rede til at yde førstehjælp til ømme ankler. Og knækker hælene, står alle fire skobutikker i City Vest klar med reservedele.

Fra Skoringen glæder butikschef Susanne Bjerregaard sig til arrangementet:

"Det bliver spændende med sådan et stort arrangement, og det tiltrækker måske et lidt andet publikum, end vi er vant til i familiecentret City Vest. Jeg kan ikke selv deltage, da jeg står bag disken, men jeg er sikker på, at det bliver underholdende at se på," siger hun.



Foruden Stiletto Run byder City Vest den 7. maj – som er dagen før Store Bededag – på koncert med århusianske Asian Sensation fra X-factor og med sidste års vinder Martin. Alle butikkerne i shoppingcentret har denne dag åbent til kl. 22.

Yderligere oplysninger fås hos Peter Elbæk Lauenborg, Center Marketing Manager i City Vest, på tlf. 86 25 36 88 eller 20 86 60 50



Udvikling i omsætningen

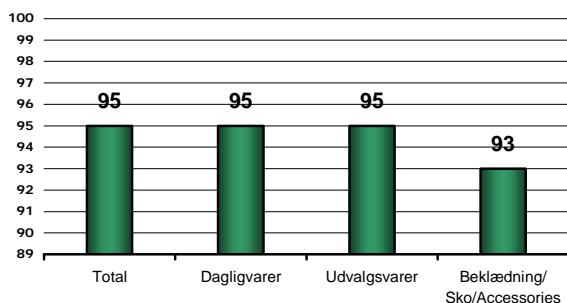
De Steen & Strøm-administrerede centre kan konstatere en tilbagegang i omsætningen i 1. kvartal 2009

Den økonomiske afmatning og den deraf afledte tilbageholdenhed i danskernes forbrug har sat sine spor på centrenes omsætning i 1. kvartal 2009.

Den samlede udvikling for centerporteføljen viser i 1. kvartal et fald på 5 % sammenlignet med samme periode sidste år. Såvel dagligvarehandlen som udvalgsvarerhandlen viser et fald på 5 %. Herunder har varegruppen beklædning/sko/ accessories haft en tilbagegang på 7 %.

Tilbagegangen skal udover den generelle afmatning i samfundet også ses i lyset af, at omsætningen samtidig skal "matche" en stigning i omsætningen i 1. kvartal sidste år på hele 6 %, hvorfor omsætningen i de første tre måneder af 2009 faktisk er på niveau med rekordåret 2007.

Figur 1 – Omsætningsudvikling/-indeks, Steen & Strøm-administrerede centre - 1. kvartal 2009



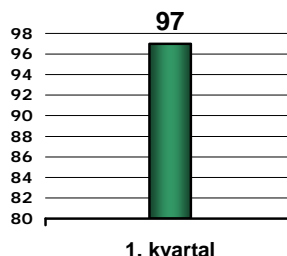
Udviklingen i kundetallene

Kundestrømmen i de Steen & Strøm-administrerede centre kan notere en tilbagegang på 3 %

Centrene har for det første kvartal af 2009 haft en mindre tilbagegang på 3 % i forhold til sidste års niveau.

Sammenholdt med den større tilbagegang i omsætningen vidner det om, at forbrugerne fortsat har lyst til at shoppe, men er mere tilbageholdene med deres indkøb.

Figur 2 – Kundetsudvikling/-indeks, Steen & Strøm-administrerede centre* - 1. kvartal 2009



* Excl. Bruun's Galleri, Bryggen, Hovedbanegårdens Shoppingcenter, Hvidovre Stationscenter og Ishøj Bycenter.

Nøgletal

Omsætningstal for Steen & Strøm-administrerede centre under ét (mia. kr. inkl. moms) år 2008*:

| Omsætning i alt | Dagligvarer | Udvalgsvarer | Beklædning/Sko/Accessories |
|-----------------|--------------|---------------|----------------------------|
| 16,2 mia. kr. | 6,1 mia. kr. | 10,1 mia. kr. | 4,2 mia. kr. |

| Kunder Året 2008 | Kunder december 2008 |
|------------------|----------------------|
| 76,5 mio. kunder | 8,4mio. kunder |

| Antal butikker excl. service | Markedsandel For centre over 10.000 m ² |
|------------------------------|--|
| 1075 butikker | Ca. 50% |

*Excl. Bryggen, Vejle som åbnede i april 2008

Centerbarometeret bygger på Steen & Strøms månedlige analyser af omsætningstal og besøgstal for 17 danske shoppingcentre. Danica Pension er ejer af 14 centre, mens Steen & Strøm selv ejer Bruun's Galleri, Field's og Bryggen:

Amager Centret, City 2, City Vest, Glostrup Storcenter, Helsingør Bycenter, Hovedbanegårdens Shoppingcenter, Hvidovre Stationscenter, Ishøj Bycenter, Kolding Storcenter, Lyngby Storcenter, Nørrebro Bycenter, Randers Storcenter, SlotsArkaderne, VestsjællandsCentret, Bruun's Galleri, Field's samt Bryggen.

Ansvarshavende redaktør
Marketingdirektør Claus Tüchsen
Claus.tuchsen@steenstrom.com