

JEUDAN FORSTÆRKER FOKUS PÅ KØBENHAVN

"Der vil komme en større værditilvækst i den indre by"

Per Hallgren, adm. direktør i Jeudan

Side 2

STRATEGI

Freja Ejendomme udvider ledelsen for at blive smidigere

Bagsiden

Kontor
802 - 2.229 m²
Borupvang 5C,
2750 Ballerup.
Nyindrettet, visuel &
futuristisk ejendom.



Pop op-butikker vrimler frem i byerne

Hos webbureauet Shopivers, der udlejer lokaler til pop op-butikker, oplever adm. direktør Andreas Jensen kraftigt stigende efterspørgsel efter de ultrakorte lejemål, hvor vidt forskellige forretninger næsten fra måned til måned kan leje sig ind.

• Erhvervsmægler: "Vi ser flere og flere af de her lejeaftaler"

Side 4-6

Foto: Jonas Pryner Andersen

623, 1.060 ELLER 1.683 M² KONTOR PÅ FREDERIKSBERG
Lyse kvalitetslejemål i Nimbusparken - tæt på Metro og S-tog



TIL LEJE: NIMBUSPARKEN 24, 2000 FREDERIKSBERG - SAGSNR. 10300



7023 6330 | LINOR.DK

LINTRUP
& NORGART
ERHVERVSMÆGLERE

Vi formidler hver 4. erhvervsejendom

Se dem på
nyboligerhverv.dk



An International
Associate of Savills



Kongens Nytorv 8, 4. sal, 1050 København K



570 m² kontorlejemål med fantastisk
udsigt over Kongens Nytorv

NEWSEC EGESKOV & LINDQUIST A/S
Tlf.: 33 14 50 70 | www.newsec.dk

NEWSEC



Andreas Jensen, adm. direktør for Shopivers, der har gjort det til en del af sin forretning at udleje butikslokaler til andre forretninger i en kortere periode. Foto: Jonas Prymer Andersen

A/Christ

Åbn e
lukke
seks må
lyde bo



i Køb
til en d
udleje k
forretni
riode.
op-but
"Efte
kraftigt
halve å
hoppet
omkrin
Det vir
gå op
butikke
siger A
adm. d
og tilf
ugentl
hvervs
at leje
Hele
butikk

Pop op-butikker pibler frem

Midlertidige butikker i korte lejemål popper op i landets største byer. Alt fra modebranchen til caféer anvender konceptet. Mægler oplever stigende tendens

Af Christopher Due Karlsson

Åbn en fysisk butik for at lukke den ned igen tre til seks måneder senere. Det kan lyde bøvlet, men det kan også vise sig at være en smart forretningsmodel.



Webbureauet Shopivers, der ligger i Nyhavn i København, har gjort det til en del af sin forretning at udleje butikslokaler til andre forretninger i en kortere periode. Også kendt som pop op-butikker.

"Efterspørgslen har været kraftigt stigende. Det sidste halve år er der flere, som er hoppet med på konceptet omkring pop op-butikker. Det virker til, at det er ved at gå op for folk, hvad pop op-butikker er for en størrelse," siger Andreas Jensen, der er adm. direktør hos Shopivers og tilføjer, at virksomheden ugentligt får opkald fra erhvervsdrivende, som ønsker at leje deres lokaler.

Hele idéen med pop op-butikker er, at erhvervsdrivende kan åbne butikker på en bestemt adresse i en kortere periode. Typisk to til seks måneder. Det kan bl.a. være i forbindelse med lanceringen af et nyt produkt, eller hvis virksomheden ønsker at afprøve et nyt marked i eksempelvis København eller Aarhus, inden den binder sig til permanente omkostninger, som typisk er forbundet med et længerevarende lejemål.

lige lokaler på Toldbodgade i Nyhavn i København. Det ene lokale er 30 kvadratmeter, som ligger i forlængelse af Shopivers eget kontor. Det andet lokale er placeret i samme gade og er på 110 kvm.

To lokaler i Nyhavn

Shopivers har det seneste halvandet år udlejet to forskellige lokaler på Toldbodgade i Nyhavn i København. Det ene lokale er 30 kvadratmeter, som ligger i forlængelse af Shopivers eget kontor. Det andet lokale er placeret i samme gade og er på 110 kvm.

"Vi udlejer både til events, der varer i få dage, og så udlejer vi til virksomheder, der ønsker at leje et af lokalerne i op til tre måneder," siger Andreas Jensen og forklarer, at Shopivers har sat et loft på maksimum tre måneder for lejemålene, da det ikke er meningen, at lejerne skal drive

permanent butiksdrift fra lokalerne i Nyhavn.

"Vi prøver at undgå de længere lejemål, da vi ellers ikke får den hyppige udskiftning, som er en del af konceptet," forklarer han.

Ifølge direktøren koster det 2000 kr. om dagen at leje et af de to lokaler. I sommermånederne er der et ekstra tillæg grundet det stigende antal af turister, som besøger Nyhavn i sommerperioden. Lejer man lokalerne i kortere tid, kan der også være penge at spare, forklarer direktøren.

Hyppig udskiftning

At Shopivers ønsker en hyppig udskiftning i lokalerne hænger ifølge direktøren sammen med, at det er med til at fastholde kundernes interesse for lokalerne og de butikker, som åbner op.

"Folk i nærområdet synes, det er spændende, at der hele tiden sker noget nyt, og vi prøver derfor også hele tiden at få noget forskelligt ind, så det eksempelvis ikke er seks forskellige børneforretninger, der lejer det i streg," siger han. Selvom selskabets plan er at

leje ud i korte perioder, oplever det også til tider, at nogle lejere er så tilfældige, at de gerne vil forlænge lejeaftalen, så den løber længere end de tre måneder.

"Vi har haft en forretning, som solgte babyudstyr, der startede med at leje vores lille lokale i tre dage. Lejeren fandt så ud af, at det var en rigtig god forretning, og forlængede derfor aftalen med en måned. Det

ønsker at leje vores lokaler. Vi har eksempelvis haft en fore-spørgsel fra Rittersport," siger han og påpeger, at det dog oftest er mindre virksomheder fra alle brancher, som henvender sig omkring lokalerne.

"Lige nu vælger vi sådan set bare lejerne ud fra mavefornemmelsen, og hvem vi gerne vil have ind. Der er ikke nogen specielle præferencer til brancher. Vi ønsker et kontinuerligt

"Folk i nærområdet synes, det er spændende, at der hele tiden sker noget nyt, og vi prøver derfor også hele tiden at få noget forskelligt ind"

Andreas Jensen, adm. direktør i Shopivers

gik rigtig godt, og hun spurgte derfor også, om hun måtte forlænge aftalen endnu en gang," siger han.

Ifølge Andreas Jensen er det meget forskelligt, hvilke virksomheder der lejer lokalerne i Nyhavn.

"Det er alt fra meget, meget små enkeltmandsvirksomheder til helt store selskaber, som

flow, men også en differentiering i de virksomheder, som lejer hos os," siger han.

Mægler oplever tendens

Hos ejendomsmæglerkæden EDC Erhverv Poul Erik Bech oplever man også en stigende interesse fra de erhvervsdrivende.

Fortsætter side 6



"Lige nu vælger vi sådan set bare lejerne ud fra mavefornemmelsen, og hvem vi gerne vil have ind," siger Andreas Jensen fra Shopivers. Foto: Jonas Pryner Andersen

... pop op-butikker pibler frem

vende i forhold til lokaler, som kan bruges til pop op-butikker. Tendensen er, at vi ser flere og flere af de her lejeaftaler, som strækker sig over kort

"At leje ud til pop op-butikker er ikke nødvendigvis lig med, at lejen skal sættes ned"

Frank Toft Heskjær, retailchef i EDC Erhverv

jerne stadig mangler for alvor at blive overbevist om potentialet.

"På udlejers side er man endnu ikke helt kommet til en accept i forhold til de korte lejeaftaler, da de gerne vil have sikkerhed for deres investeringer. På den måde er det rent mentalt lige noget, man skal vænne sig til," siger han.

Han mener dog, at det for udlejerne vil give god mening rent økonomisk at åbne op for de korte lejemål.

"At leje ud til pop op-butikker er ikke nødvendigvis lig med, at lejen skal sættes ned. Ofte tværtimod. Der er nogle af de erhvervsdrivende, som lejer en butik i en kortere periode, der opnår en rigtig god omsætning i lejeperioden og derfor kan betale mere i de tre måneder, hvor de har butikken, end hvis de skulle leje samme lokale hele året. Det kan derfor sagtens være en fordel for udlejeren," siger han og afslutter:

"Pop op-butikker er endnu ikke voldsomt stort, men det bliver hele tiden større og større, så der er ingen tvivl om, at det bliver stort i fremtiden."

chka@borsen.dk

Pop op-butik øger forståelsen

Af Christopher Due Karlsson

Butikken og engrosvirksomheden Det Gamle Apotek, der ligger i Tønder, er en af de virksomheder, som igennem de seneste år har gjort brug af såkaldte pop op-butikker.

Ifølge direktøren passer de korte lejemål godt i forhold til virksomhedens salg af juleudsmykning i vintermånederne.

"Pop op-butikker gør, at vi kan være det rigtige sted med den rigtige vare på det rigtige tidspunkt. Vi har derfor ikke nogle dårlige tidspunkter, som eksempelvis i foråret, hvor man ikke kan sælge julevarer," siger Henning A. Tygesen, der er adm. direktør hos Det Gamle Apotek.

Udover at de midlertidige fysiske butikker giver Det Gamle Apotek mulighed for at øge omsætningen, så er det ifølge direktøren også en god måde at komme tættere på kunderne.

"Generelt får vi en rigtig god forståelse for, hvad det er, kunderne vil have.

Vi får en utrolig god feedback ved at være der, hvor kunden er. På den måde ved vi, hvad kunden vil have, men også hvad de bestemt ikke vil have, og det lærer vi rigtig meget af," siger han.

Ifølge direktøren er der helt specifik-

"Generelt får vi en rigtig god forståelse for, hvad det er, som kunderne vil have"

Henning A. Tygesen, adm. direktør, Det Gamle Apotek

ke ting, som virksomheden kigger efter, når den skal finde sit næste lejemål.

"Det er vigtigt for os, at lejemålene ligger steder, hvor der er stor trafik. Hvis der er inventar til overs fra tidligere lejere, er det også en fordel. Derudover skal der helst være belysning, og så skal toiletforhold og lignende være på plads," siger Henning A. Tygesen.

Pop op-butikkerne som Det Gamle Apotek anvender har typisk en størrelse på 200 til 3000 kvm.

Ud over Det Gamle Apoteks egne pop op-butikker så er de i år også begyndt at hjælpe andre virksomheder med at lave midlertidige butikker.

Butikker i ekspresfart

"Vi har et hold, der rykker ud med dekoratorer og håndværkere, som kan lave butikker på ca. otte til ti dage," forklarer Henning A. Tygesen.

Ofte er det to-tre fastansatte fra butikken i Tønder, som hjælper til med pop op-forretningerne. Resten bliver hyret til hver enkel opgave.

"Vi har fuldt ud udnyttet vores kapacitet på nuværende tidspunkt. Lige nu kan vi ikke nå mere. Sidste år lavede vi 16 butikker på et år inklusive dem for andre kunder"

Det Gamle Apotek laver selv omkring otte til 12 butikker, som kører to til fire måneder. De ligger typisk i alle større byer. Det gælder bl.a. Aalborg, Vejle, Odense, København og Næstved.