

Pressmeddelande den 27 augusti 2010

1 000 svenska kvinnor tillfrågade

Rätt butiker, fräscht, säker miljö och gott om toaletter viktigast för kvinnor som shoppar

Skapa miljöer som tilltalar de kvinnliga konsumenterna, då kommer männen på köpet! Det menar Paco Underhill, en av världens ledande experter på konsumentbeteenden när han idag presenterade sin nya bok "What Women Want" i Stockholm på Steen & Ströms branschträff. Inspirerade av Underhills bok har Steen & Ström frågat drygt 1 000 svenska kvinnor om vad de söker och saknar i de svenska shoppingmiljöerna. Rätt butiksutbud, rena och fräscha miljöer, säkerhet, inspiration, mötesplatser och bra parkeringar kommer högt på önskelistan.

Steen & Ström genomförde sin enkätundersökning 5-15:e augusti 2010. **Städning och rena miljöer** upplevs som viktigast, 95 procent av de tillfrågade anser det som viktigt och 73 procent är nöjda med dagens städning och renhet. På andra plats kommer **säkerhet och upplevd trygghet**, 92 procent tycker det är viktigt och drygt åtta av tio känner sig trygga.

- Undersökningen ger svar på många viktiga frågor vi som bransch behöver arbeta vidare med, menar Charles Larsson, marknadsdirektör Steen & Ström. Många kvinnor shoppar tillsammans med väninnor vilket förklarar att det, förutom att vi erbjuder rätt urval av butiker, också är viktigt med sociala mötesplatser som kaféer och restauranger. Personliga shoppingvårdar och stylister efterfrågas av många som menar att det skulle vara en värdefull service. Tillräckligt många och lättillgängliga toaletter, rätt placerade och med speglar och krokar, värderas också högt.

Utbud på första plats

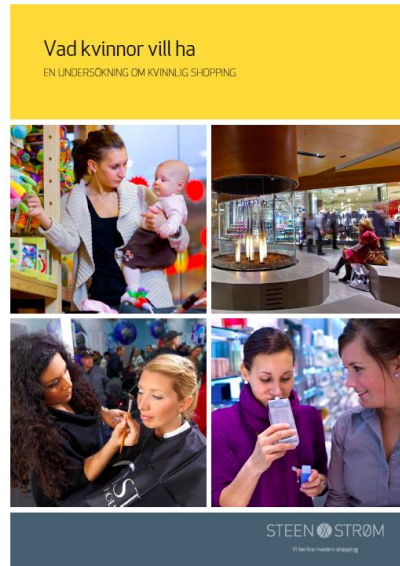
Fyra av tio svenska kvinnor saknar någon specifik butik i sitt köpcentrum. De menar att det antingen fattas en kedjebutik som Indiska, Cubus, Esprit, KappAhl eller liknande, ett relativt nytt butikskoncept som Monki, Weekday, Odd Molly eller liknande, ett kedjekoncept de stött på utomlands som Zara, Topshop och Cosplay eller små, nischade specialbutiker.

- En ofta debatterad och samtidigt politisk fråga är frågan om antalet köpcentrum, berättar Charles Larsson. Här visar undersökningen att två tredjedelar av de tillfrågade tycker att det finns tillräckligt många köpcentrum medan en tredjedel inte är nöjda och tio procent är direkt missnöjda.

Vad vill amerikanska kvinnorna ha?

Paco Underhill är en av världens ledande experter på konsumentbeteenden. Hans första bok "Why we buy: The science of Shopping" har getts ut på 27 språk och uppföljaren "Call of the Mall: The Geography of Shopping" har tillsammans med krönikor och seminarier bidragit till att öka branschens kunskap om konsumentbeteenden.

Idag presenterar Paco Underhill sin helt nya bok: "What Women Want" där han beskriver och exemplifierar hur den globala marknaden har anpassat sig – eller inte anpassat sig – till dagens kvinnors livsstil, värderingar, behov och önskemål. Boken visar bland annat att rena



och fräscha miljöer, säkerhet, kontroll och omtanke prioriteras högt, något som kan ta sig uttryck i välstädade provrum, smarta musikanläggningar för bilen och hotell som gör incheckningen mer diskret genom att inte högljutt deklarerar vilket rum man tilldelats.



Paco Underhill tror inte att kvinnor och män tilltalar av väsenskillt olika saker, däremot menar han att kvinnor generellt är mer krävande som kunder. Samtidigt poängterar han att slutsatserna handlar om generaliseringar.

Resonemanget leder fram till rekommendationen: Ta den kvinnliga vägen – om du förbättrar för kvinnorna kommer männen också att bli nöjdare. Ett exempel handlar om städning. Kvinnor visar sig generellt vara mer känsliga för ostädade miljöer än män. Ett stökigt, ostädadt kontor stör kvinnor i högre utsträckning än män. Genom att höja sig till kvinnors standard kommer man sannolikt att tilltala båda könen. Om du skapar miljöer, produkter, tjänster och erbjudande som möter kvinnornas behov kommer du samtidigt vinna männen.

Tidigare rapporter från Steen & Ström:

TrendLab 09

Presenterade fyra trender som kommer påverka framtidens bemötande av kunder och hur vi som konsument påverkas till köp med hjälp av sinnesmarknadsföring.

TrendLab 08

TrendLab 08 fokuserade på framtiden för köpcentrum och de stora omvälvande trender som kommer påverka utformningen av framtiden köpcentrum över de närmaste 10 åren

TrendLab 07

Avhandlade hur framtidens konsumenters preferenser och beteende kommer att se ut över de närmaste tio åren. Rapporten identifierade trender gällande konsumentens köpbeteende.

För frågor kontakta:

Charles Larsson, Marketing Director, Steen & Ström, 08-508 99 913
charles.larsson@steenstrom.com

Steen & Ström Sverige AB är en del av Steen & Ström AS, Skandinavien ledande köpcentrumföretag. Vi driver idag 52 köpcentrum i Norge, Sverige och Danmark med en sammanlagd årsomsättning på mer än 58 miljarder SEK. I Sverige äger vi nio centrum och har flera pågående utvecklingsprojekt. Mer information hittar du på www.steenstrom.com