

Hvorfor satse i Kongsberg og hvordan sikre en bra sentrumsutvikling?

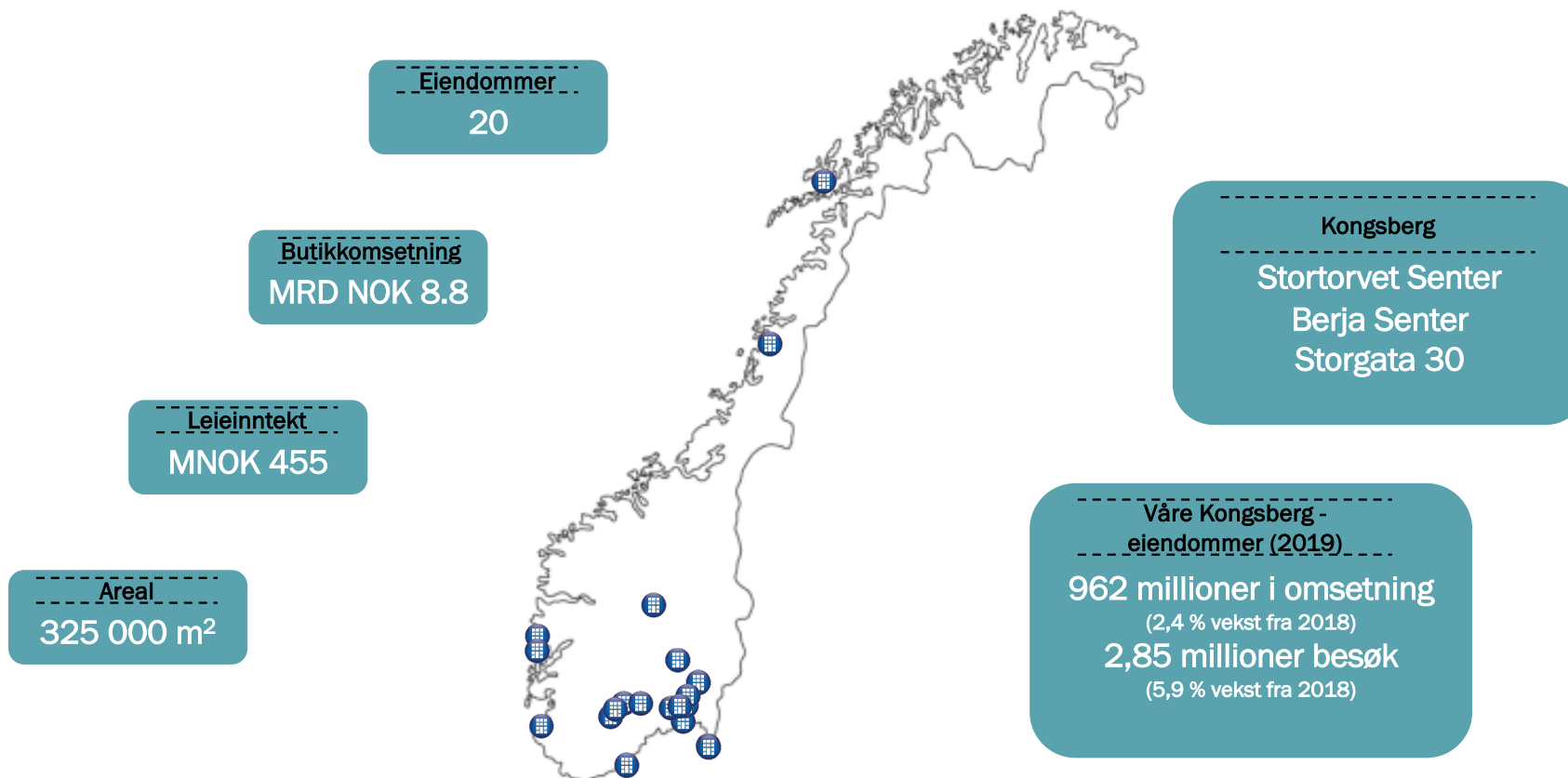
Hans Jørgen Mørland
Administrerende direktør

Kongsberg 28.01.2020





Scala Eiendom



Scala Eiendom

- Scala Eiendom har 100 % eierskap i sine eiendommer i Kongsberg, med norske eiere i ryggen
- Felles for alle sentrene til Scala er nærhet til kundene, convenience/enkelhet og modernitet i service, design og tilbudsmiks
- Scala satser på norske byer og 19 av våre 20 eiendommer har sentrumsbeliggenhet





Strategiske drivere i norsk handel



Den typiske nordmann:

1. Lever livet sitt “desentralisert” i sin by, bydel eller bygd med sterke bånd til sitt nabolag/nærmarked
2. Handler etter innfallsmetoden: 3-4 ganger i uken
3. Vil i mindre grad enn for «shopping» flytte sine hverdagsbehov til netthandel – tror vi
4. Elsker lettvinthet og å få løst flere ærender samtidig
5. Ønsker å fremstå “moderne”



LACT OM: Startsvet i Fredrikstad var tidligere en parkeringsplass, nå er det gjort om til et byrom. Det har vært med på å trekke folk til byen. **FOTO: TRINE SINNES / NTB**

Færre butikker i hele landet

Øversikten viser nedgangen i antall fysiske butikker i perioden 2008-2017:

Akershus:	- 0,9
Vest-Agder:	- 5,9
Hordaland:	- 6,3
Rogaland:	- 7,7
Oslo:	- 8,6
Sør-Trøndelag:	- 9,9
Nordland:	- 12,2
Møre og Romsdal:	- 12,0
Hedmark:	- 12,7
Trøndelag:	- 12,8
Buskenuk:	- 12,9
Telemark:	- 13,1
Døflid:	- 15,2
Sogn og Fjordane:	- 16,3
Nord-Trøndelag:	- 16,4
Vestfold:	- 16,6
Oppland:	- 17,1
Aust-Agder:	- 18
Finnmark:	- 18,3
Tall i prosent	



BRANSJEGJELDNING: Mange spesialbutikker har gått inn de senere årene. Ofte på grunn av det som kalles bransjegjeldning - at én butikk selger varer som tradisjonelt har tilhørt ulike nicher. **FOTO: GORM KALLESTAD / NTB SCANPIX**



MILJØ: - Byen må kompensere med miljø, at det er hyggeligere der enn på et kjøpesenter, mener Erling Dokk Holm. **FOTO: GORM KALLESTAD / NTB SCANPIX**

Vinnere og tapere i norsk handel

Vinnere
Vinnerne har ofte et eller flere av disse kjennetegnene:

- Drar nytte av bransjegjeldning
- Kontorere varer og tjenester
- Har kontroll på egen verdikjede og fører egne merkevarer
- Drar nytte av tjenester knyttet til turisme, mote og oppussing

Tapere
Taperne er ofte utsatt for en eller flere av disse faktorene:

- Bransjegjeldning fra vinnerbransjene
- Digitalisering
- Sterk konkurranse fra netthandel (utenlandsk og innenlandsk)
- Konkurranse fra fysisk handel i utlandet

(Kilde: Vekiv)



NYE FORVENTNINGER: I Virke sier dagens butikkindere leverer noe mer enn en vare. De ønsker også at handelen skal være en opplevelse. **FOTO: VIKKE**



FORANDRING: Forretninger som de klassiske slakter- eller fiskebutikkene er så å si rådet ut. **FOTO: HARRY RASMOUSSEN / NTB SCANPIX**



GRÅTT: Forsvinner butikkerne fra gateplan, gjør det noe med byene og tettstedene våre. **FOTO: OLLI SCARFF / NTB SCANPIX**

Når førsteetasjene mørkner

Fra 2008 til 2017 forsvant over 12 prosent av de fysiske butikkene i Norge. Gateplanet er blitt mørkere, med gråpappir i flere vinduer. Finneres det håp for framtidens byliv?

Norge er et land preget av handel på gateplan. Butikkene setter farger på omgivelsene og skaper liv i gatene. Men nå rammer østtettstedene over hele landet - fra Finnmark i nord til Agder i sør. Både store kjeder og enkeltstående små butikker har de siste årene fremsvunnet fra gatebildet. Landets tre vestrammede fylker - Oppland, Aust-Agder og Finnmark - har en nedgang i antall

butikker på henholdsvis 17,1 prosent, 18 prosent og 18,3 prosent. Tomme, mørke lokaler med gråpappir i vinduene skaper en øde stemning mange steder. Kan utviklingen føre til at trivselen og folkelivet forsvinner fra byer og tettsteder? - Handelen er i kraftig omstilling. Den må konkurrere globalt gjennom den sterke økende digitale handelen. Det er hovedtrenden, og den påvirker brutalt. I tillegg bruker folk i dag mer penger på tjenester enn handel, sier Ivar Horneland Kristensen, administrerende direktor i Virke, som representerer arbeidsgiverne og tjenesteytterne i Norge. Varehandelen i Norge har 370.000 sysselsatte, så endringene berører også mange menneskers arbeidssituasjon. I 2014 brukte vi for første gang mer av vår disponible inntekt på tjenester enn varer, ifølge tall fra Virke, og denne utviklingen fortsetter. Erling Dokk Holm, førstemanuensis

ved fakultet for landskap og samfunn ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, trekker også inn andre faktorer som gjør at tradisjonell butikkdrift har det tøft. - Det er veldig lett å sammenligne pris, noe som gir prisikonkurranse. Oppå dette kommer det vi kaller bransjegjeldning. Man trenger ikke lengre å gå i en spesialbutikk for å få seg en hudkrem. Store all-mulig-kjeder selger slike produkter billigere. Disse to faktorene, prisikonkurranse og bransjegjeldning, har ført til en marginnsvinn for mange butikker som gjør det lite lønnsomt, og i mange tilfeller ulønnsomt, å drive butikk. **Upplevelser** Kristensen i Virke sier butikkene nå må tenke nytt og annerledes. - Kundeforventningen til opplevelsesdelene av kjøpsøyeblikket øker. Da vi snakker med ham, er han på en



LJV: Byens handlegate er avhengig av det er bolger i nærheten. Det er vanskelig å få folk til å dra særlig langt for å gå på handle. Her fra Markens gate i Kristiansund. **FOTO: TINA BRIS SCHNØRER / NTB SCANPIX**

løsninger vi vil helt sikkert se mer av i tiden framover. Ikke satser mer på konseptbutikker, der selv varevolumet er kraftig redusert. Handelen flyttes over på nettet, mens det som tradisjonelt sett har vært butikker, blir mer som showroom å betrakte. - Han påpeker at denne utviklingen krever mer av de ansatte. Rundene forventer at de skal være spesialister, ikke bare noen som kan slå inn på kassa. **Kreativt bysentrum** Med konkurranse fra kjøpesenter og netthandel må byen bruke det som er bolger i nærheten. Det er vanskelig å få folk til å dra særlig langt for å gå på handle. Her fra Markens gate i Kristiansund. - Byen må kompensere på miljø, at det er hyggeligere der enn på et kjøpesenter. Et bysentrum er den kreative kraften, det er her de nye ideene prøves ut. Kjøpesentret kommer gjerne etter og kopierer det som fungerer. I tillegg kan et byrom kan være et slags utendørs kjøpesenter, med et gjennomtenkt utvalg av

butikker, spisesteder og skjenkesteder. Her har eiendomsutviklere svart mye seg opp i ideer. - Dokk Holm trekker fram Fredrikstad. - De bestemte seg for å få biler bort fra gater og torg. I tillegg innførte de gratis byferge. De har en egen sentrumskoordinator som gir bedre samarbeid mellom butikkene, sier han. Sentrumskoordinatoren heter Line Jeppesen og er ansatt i Fredrikstad Næringsforening. - Det feriate togblet ble innført i 2014, og så ble arbeidet mer formalisert året etter. Nøkkelen for å utvikle sentrum er et godt samarbeid mellom kommune og gårdeiere, sier Jeppesen. De fikk byttet bilene fra gata og inn i et parkeringshus i nærheten. - Før hadde bilene den beste utsikten. Når det ble færre av dem i gatene, ble det mye hyggeligere å handle der. Hun sier det også er viktig å få fylt opp tomt lokale hvis en butikk har gått

inn, men at dette er gårdeiers ansvar og ikke er noe Næringsforeningen legger seg opp i ideer. - Nå jobber vi med å legge til rette for at enda flere kan bruke sentrum. Trenden er folk vil ha opplevelser, de vil ha noe åttå. I tillegg ser vi for oss en fortetting fordi flere vil bo i sentrum. Det måltrede arbeidet for å skape et levende og hyggelig sentrum har ifølge Jeppesen gitt gode resultater. Målinger viser at veksten av folk som passerer byens mest fotgjengertrafikkerte punkt, har vært på mer enn 60 prosent siden 2015. - For å få en attraktiv by må vi sørge for at den er tilgjengelig, ved å gjøre om torgene fra parkeringsplasser til byrom for alle, sier Jeppesen. **Tettsteder sliter** Kristensen i Virke forteller at mindre steder sliter med den samme utviklingen som byene. Bakeren og slakteren er

borte fra hovedgata, og hvem skal inn i stedet? - Her må man være bevisst på å skape gode nærmiljøer. Man må samle ting, slik at det ikke blir fem tomme vinduer på rad. Dokk Holm er på samme spor. - Bolighyggging i sentrum er viktig, særlig på de mindre stedene. Man må samtidig få folk en lokal tilknytning. Det gjør man blant annet ved å aktivere førsteetasjene, slik at folk handler der. Derfor er det viktig å passe på at førsteetasjene i sentrum er regulert for utadvendt virksomhet. Kristensen tror gatene i årene som kommer vil forandre seg. - Jeg tror ikke vi kan si at handelen kommer tilbake slik vi kjente den. Den tar en helt ny form. **FORBRUKER/LIVSSTIL** Tekst: Morten Abrahamssen / NTB



Hva vil vi ha?





Mange steder har ikke politikerne gitt sentrumsutvikling en sjanse... men:

- **Bærum:** Flere «næringsparker» stanses / reguleringen følges opp og ulovligheter oppdages og stanses
- **Fredrikstad:** Sentrum har tapt omsetningskampen siste 15 år til handelsparken utenfor sentrum, men nå satses det aktivt på sentrumssamarbeid og flere prosjekter kan bli etablert inne i byen som kan ta markedsandeler tilbake
- **Moss:** Kjøpesenter og stor handelspark fjernt fra sentrum. Nå er Moss i Sentrum/Moss gårdeierforening etablert for å snu trenden og satse på sentrum
- **Hønefoss:** Hvervenmoen handelspark etablert ved motorveien utenfor sentrum med stadig flere detaljvarer til tross for at reguleringen kun åpner for storvarer. Men nå har Fylkesmannen begynt å kikke på saken...
- **Kongsberg:** Har vært trofaste mot sentrum, og har en kortere vei å gå mot et mer attraktivt sentrum enn mange andre som har solgt muligheten til bilbaserte handelsparker...



Handelslekkasje og konkurranse

- Handel pr. innbygger i Kongsberg ligger 4 % under landsgjennomsnittet. Som regionscenter burde det ligget over !
- Andel handel i eget fylke (tidl. Buskerud) har gått fra 10,2 % til 9,5 % de siste 10 årene.
- Hva skjer når ny E134 åpner?
- Sølvparken gir nye tilbud inne i sentrum – bra!

Hvordan spille kortene våre?

Her ligger det et potensial!



Hva får et sentrum til å fungere?

Ikke smør brødiskiva for tynt !

- Strekningen Kongsberg stasjon til Rådhusgata er omtrent like lang som Karl Johans gate i Oslo.
- Tettere samling av handel → økt tilgjengelighet → øker sannsynligheten for bruk
- Sentrum må oppfylle et bredt sett med funksjoner:
 - Handel, hotell, servering, kontor, helse, offentlige tjenester, aktiviteter, boliger, mm.





Samarbeid

- Handelsstanden bør få til et tettere samarbeid for å gi innbyggere og besøkende en ekstra grunn til å oppsøke og bruke sentrum
- Gårdeiere som vil noe - må snakke sammen!
- Og på tvers av «bransjer»: kultur og handel skape flere arenaer der folk kan få opplevelser i kombinasjon med servering



**Bondens
marked**
//////////////////// NORGE

KRONA – sentrum for kunnskap
og opplevelser

**KONGSBERG
SKISENTER**

 **KONGSBERG
næringsforum**

 **NORSK
BERGVERKSMUSEUM**



**STOR
torvet**



Tilgjengelighet

- Redusert bilbruk i sentrum krever parkeringsløsninger i eller i nærheten av sentrum
- Kollektivsatsning og tilrettelegging for sykkel er viktige tiltak
- Men været, tidsklemma og avstander vil fremdeles gjøre bilen viktig
- Handelsparker og sentrumsfjerne destinasjoner har vunnet frem siste 30 år – mye takket være enkel parkering – ikke la «bilfrykten» i sentrum gi disse aktørene nye fordeler!





Der Kongsberg vinner

- Kongsberg har og har hatt en tydelig sentrumspolitikk
- Kjøpesenter og storhandel i sentrum som byens «handelsmotor»
- Lang historie og mer «identitet» enn andre norske steder?
- Visuelt vakker med eldre bebyggelse, naturområder tett på og Numedalslågen som renner gjennom byen
- Global/nasjonal trend = mer sentrumsbruk

Men skal vi få til en mer levende by så krever det:

1. Fortsatt tøffe og prinsipielle folkevalgte som setter seg inn i handelstandens levevilkår
2. Ikke tviholde på et for stort sentrum men samle og bygge sterke «klynger»
3. Gårdeiere som tør tenke nytt og samarbeide

