

Drøbak Rotary 10. april 2019

Kumlegården

Tilstede: Jan U, Eva B., Paul Bj., Tov, Per Oskar, Øystein, Svein Q, Astrid, Ragnar, Halvard, , Eva N. Erling (muligvis ikke 100% korrekt eller komplett...)

3 min.

Foredrag: Drøbak City ved senterleder Ragnar Sørli

Drøbak City har ca. 40 butikker på 20000 m².

Årlig omsetning nærmer seg 500 mill kroner og 25000 besøkere senteret hver uke.

Positiv omsetningsutvikling men litt stagnering hittil i år.

Portalen en del av Drøbak City.

Bygningene er eid av Schou familien, mens Thon gruppen er driver og står bak Amfi konseptet.

Utfordringer:

- Drøbak klart seg bra til nå, flere tomme lokaler i sentrene på Ski og Vinterbro. (i Aust-Agder er -18% av butikkene borte på 8 år).
- Netthandel (amazon.com på vei inn i Europa, åpner kanskje butikk)
Vokser 15% pr år, kjøpsentrene «bare» 3-4%
(Netthandel kun 5% av detaljhandelen, men store på reiser etc.)
- Helautomatiske butikker uten betjening (døgnåpent?)

Miljøbevissthet påvirker kjøpemønsteret (mindre kjøring), økt støtte til nærbutikker

Nye begrep: «flyskam» (reiser) og «returskam» (netthandel)

Ending i forbrukeratferd, vi har i en periode kjøpt for mye (ikke bærekraftig)

Tenker mer på hva vi virkelig trenger.

Dårligere lønnsomhet på netthandel (plukking, pakking, frakt og returer)

Relasjoner til Kina kan påvirke handelen også i Norge (Trump etc.)

For mange kjøpesentre medfører kannibalisme, ikke økning i markedet.

Koster 3-4 mill å innrede og åpne en butikk, trend at gård/sentereier må ta deler av etableringskostnaden. Noen forsøker også å føre eiendomsskatt over til leietakere (konkurransesvridende i forhold til kommuner uten eiendomsskatt)

Drøbak City må bygge merkevare:

- Gøy å handle
- Miljø og atmosfære
- Møteplass
- Tilgjengelig, lett å parkere

80% av kundene kommer fra Frogn (Deretter Ås og Vestby)

Tror personlig kontakt også blir verdsatt i fremtiden

Har klart konkurransen godt i forhold til senter som har utvidet (Ski, Vinterbro) og nye sentere (Vestby og Tangen).

Suksessfaktorer:

- Godt kremmerskap – erfarne butikkdrivere som har vært der lenge
- Kjennskap, tillit, fagkunnskap
- Meny en av de største i N (utenom storbyer), Jernia blant de største i sin kjede, Sporten en av de største lokale sportsbutikkene i Norge
- God butikkmix (men kunne vært bedre)

Økende behov for utvikling, modernisering og vedlikehold. utfordring at eier av bygningen ikke vil investere (behov 30 mill)

Schau familien vurderer kanskje å selge, dialog pågår men ulik oppfatning/forventning om pris. En oppussing vil også inspirere butikkene til å investere mer enn i dag.

Markedsføring.

- Avisannonser er ute
- Nett og sosiale medier er det som gjelder (ny kommunikasjonsform blant de unge)
- Kundeklubb, når via telefon og SMS. (5000 medlemmer)
- Facebook gruppe (7000 medlemmer)

Drøbak City er et senter for «godt voksne», 66% av kundene er >40 år.

Frogn er blant landets 10 mest kjøpesterke kommuner, gj.snitts inntekt ca. 400 tusen

Polet blir i sentrum, men kanskje blir det er pol til.

(Har dårlig utvikling i forhold til pol andre steder i Norge).

Annet:

Paul Bj. Kunne fortelle at Sparebank1 har reagert meget positivt på relansering av Tiltaksprisen, penger allerede overført til klubben.

Målsetning å kunne dele den ut i forbindelse med InterCity møtet.

Erling

(sekretær in spe, som kom sent p.g.a. ulykke og kø-kaos på Vinterbro)