

A person wearing a light blue denim jacket is holding a silver laptop. The person's hands are visible, and they are sitting at a wooden desk. In the background, there is a brick wall. A semi-transparent dark grey banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

# Varehandelsrapporten 2019

- Litt opp i 2018 (mer på nett/tjenester og økt strømpris), varehandelen venter vekst det kommende året

# Hva bruker vi pengene på?



**2018**

1450 mrd kroner  
271,000 kr per innbygger



**2000**

614 mrd kroner  
136,000 kr per innbygger

# Hva bruker vi pengene på?



	2018	2000	*inngår i varehandels-rapporten
Mat og drikke*	11 kr ↓	14 kr	
Alkoh. & tobakk	4 kr	5 kr	
Klær og sko*	4 kr ↓	6 kr	
Bolig og brensel	22 kr ↑	19 kr	
Møbler og hush. Art.*	6 kr	6 kr	
Helse, utd, post mm	5 kr	6 kr	
Transport	14 kr	15 kr	
Kultur og fritid* (inkl sport mm)	11 kr ↓	13 kr	
Overnatting/servering & mm*	17 kr ↑	15 kr	
Nordmenns konsum utland	8 kr ↑	5 kr	
(Utlendingers konsum* Norge)	3 kr	3 kr	



1. Økonomisk  
oppsving  
&  
befolkningen  
øker

3. Teknologi  
&  
netthandel  
(og bilparken  
endres)

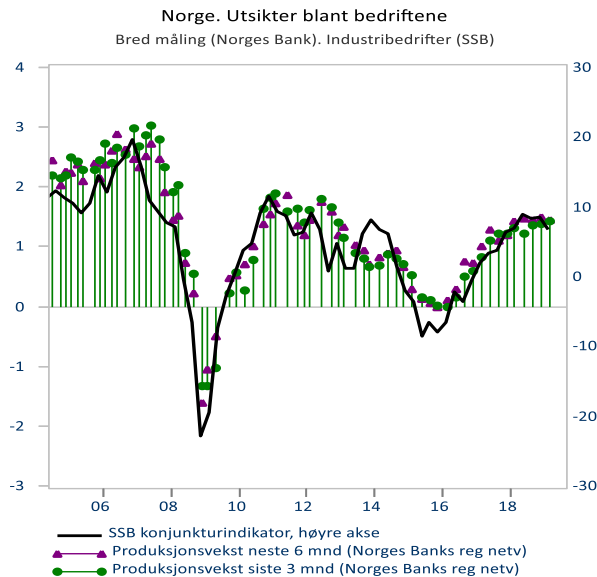
# Forbruk & varehandel

*4 viktige drivkrefter*

2. Tjenester  
størst/øker mest  
- bærekraft øker

4. Handel  
hjemme vs  
utland  
&  
Sentrum vs  
kjøpesenter

# Økonomisk oppsving (men økt strømpris i 2018)

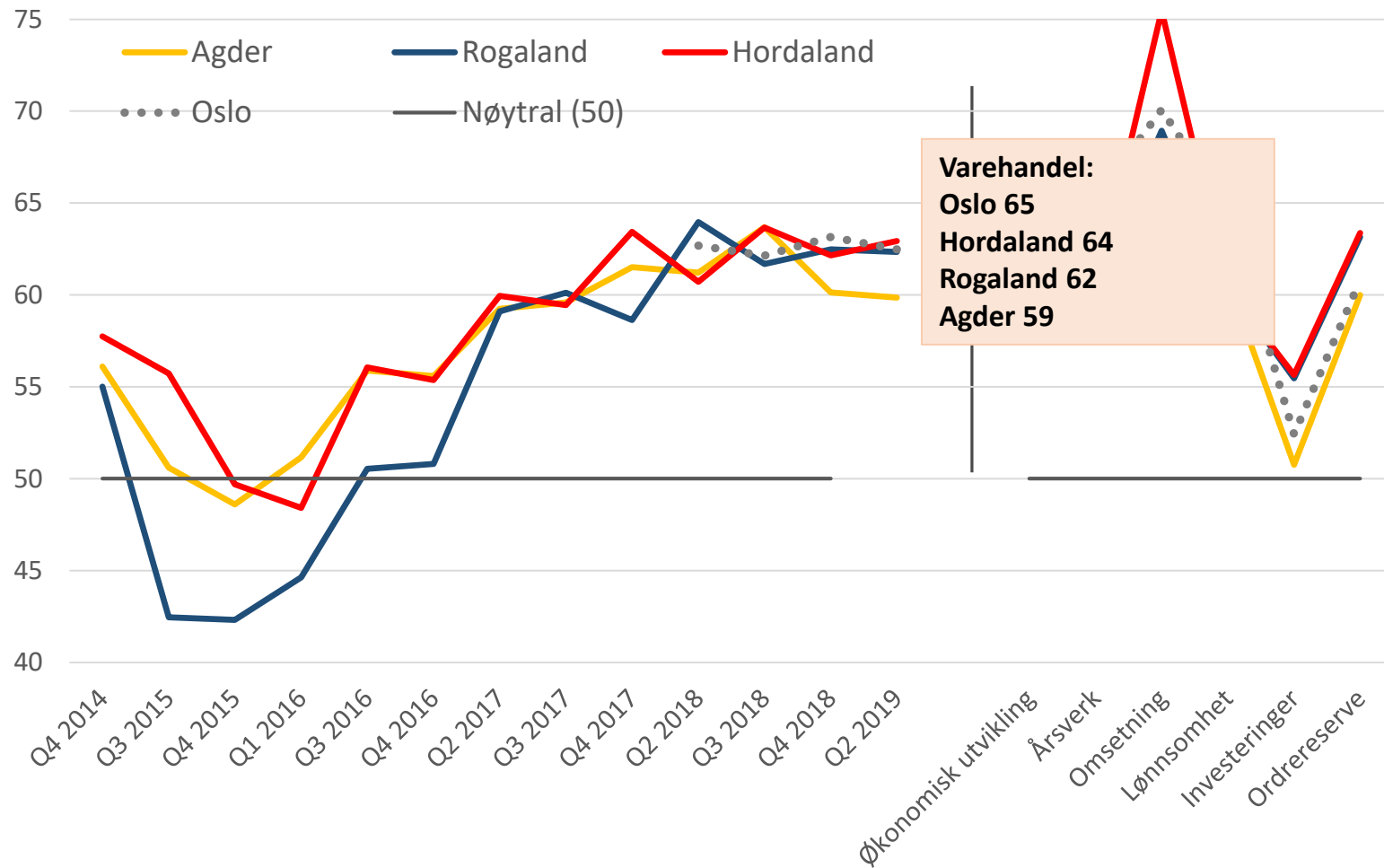


Kilde: Thomson Reuters Datastream, SpareBank 1 SR-Bank

Oppturen fortsetter – økt aktivitet og flere ansatte  
Bred oppgang (olje/industri/eksport/større bedrifter) – økt press i arbeidsmarkedet

**K** KONJUNKTURBAROMETER  
for Sør- og Vestlandet  
MAI 2019

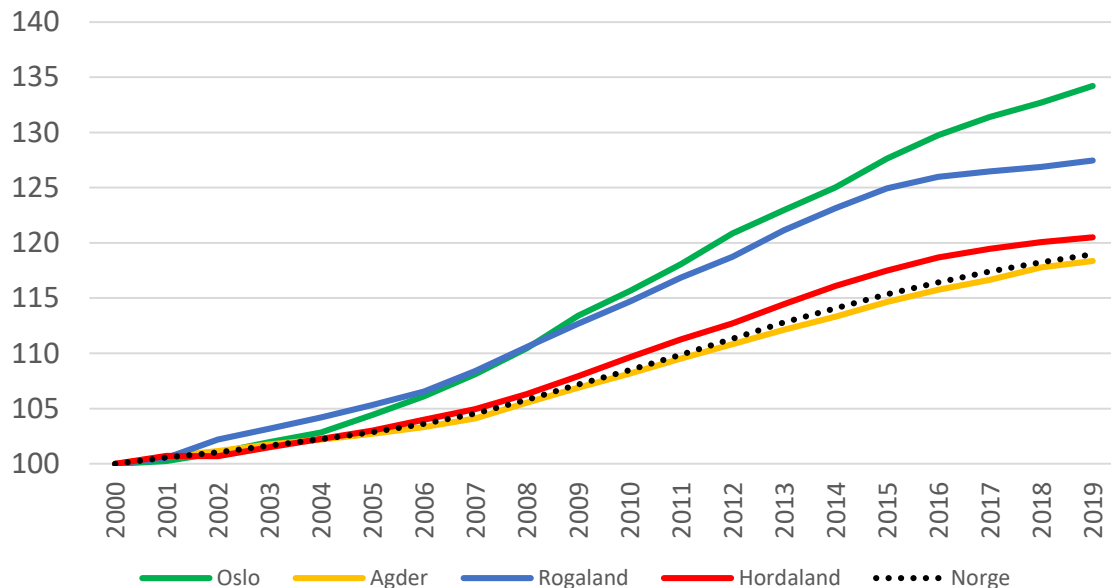
SR-Bank konjunkturbarometer. Hovedindeks og delindekser per siste måling



# Norges befolkning øker – mest i Oslo og Rogaland siden 2000

Befolkning 1. jan 2019, vekst siden 2000 og (vekst i 2018)

Befolkningsutvikling fra år 2000 (som er indekstert til 100)



Hordaland  
524 000  
20% (0,4%)

Agder  
305 000  
18% (0,5%)

Oslo  
681 000  
34% (1,1%)

Rogaland  
477 000  
27% (0,4%)

Norge  
5 328 000  
19% (0,6%)



# Svartmaling av varehandelen?

Handel

## Butikkdøden herjer i USA

Antallet butikknedleggelser i USA bare øker. Nå har rørleggere og hundefrisører overtatt butikklokalene i fallerte kjøpesentre.

DN+ 2 min Publisert: 26.05.19 – 18.56 Oppdatert: 8 dager siden

## Her driver matgigantene teknologikappløp

I Amazon og Walmarts fremtidsbutikker registreres den minste bevegelse i hyllene. Ekspertene strides om hvor viktig rolle teknologi vil spille i morgendagens butikker.

Innlegg

## Hvem har skylden for butikkdøden?

Butikkene må ta seg av spesialproduktene og rådgivningen. Enkel ekspedering av standardprodukter kan netthandelen ta seg av.

DN+ 1 min Publisert: 19.12.18 – 16.11 Oppdatert: 5 måneder siden

## Har gjort verktøy til milliardbutikk

Jula har valgt å gjøre det motsatt av mange andre. Nå to milliarder uten ett eneste varehus i Oslo.

1 min Publisert: 25.03.18 – 2014 Oppdatert: ett år siden



## Krisetall for butikkjedene: Tre av ti taper penger



SKAPER. URO. Tall fra detaljhandelen viser at bare halvparten av selsagene i Norge skaper i norske butikker.

Arjan Redem, Nettavisen

30 prosent av de norske butikk-kjedene går med underskudd, og utviklingen går feil vei.

27. mars 2019, kl. 11:54



## Clas Ohlson bygger videre på sitt omnikanalkonsept

## - Vi har bygget kjøpesentre og butikker på hver eneste melkerampe over hele landet

Investor Ola Mæle mener eiendomsutviklere som ham selv må ta sin del av ansvaret for konkursbølgen som herjer klesbransjen.

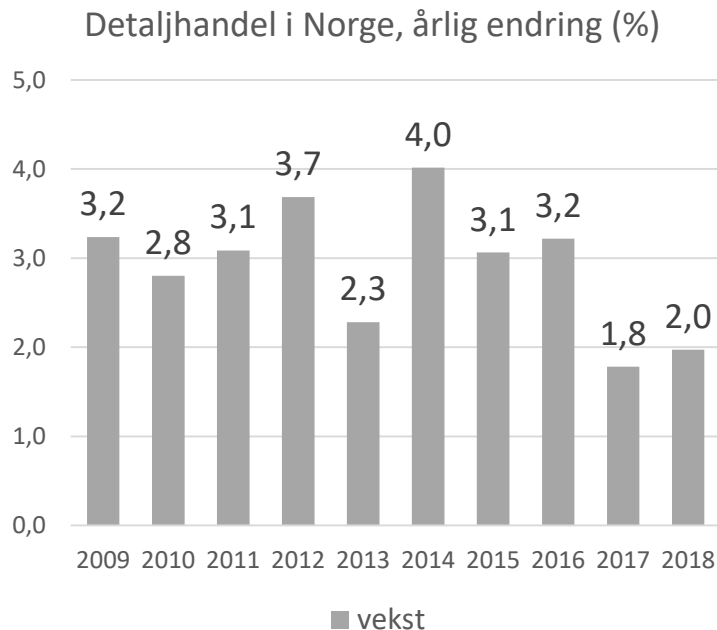
DN+ 2 min Publisert: 05.06.19 – 06.28 Oppdatert: 2 dager siden



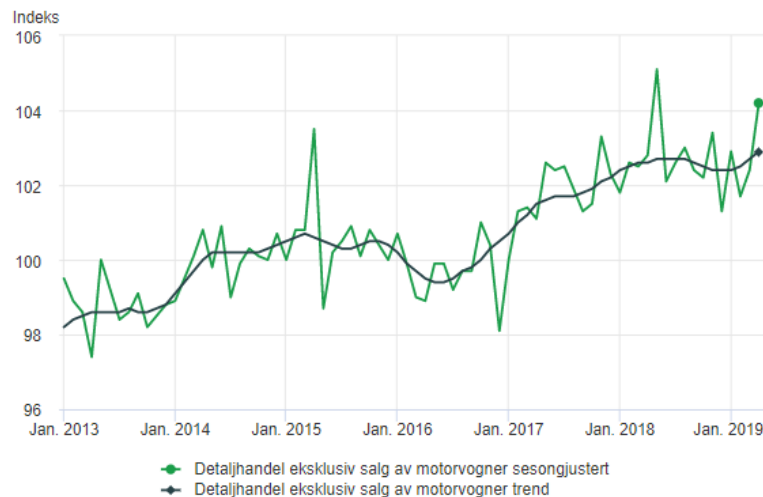
Ola Mæle får gode råd til kjøp av spekket av selger Claus Eking hos Follestad hvor han selv er medeier. Mæle tror konkursbølgen i deler av detaljhandelsbransjen vil fortsette en god stund til. Det er kun kjøpmennene som har fulgt med i tiden som vil overleve, sier han. (Foto: Per Ståle Buggerød)



# Norge – dempet vekst i varehandelen i 2018 (2%) og SSB anslår ca 0,5% økning i volum

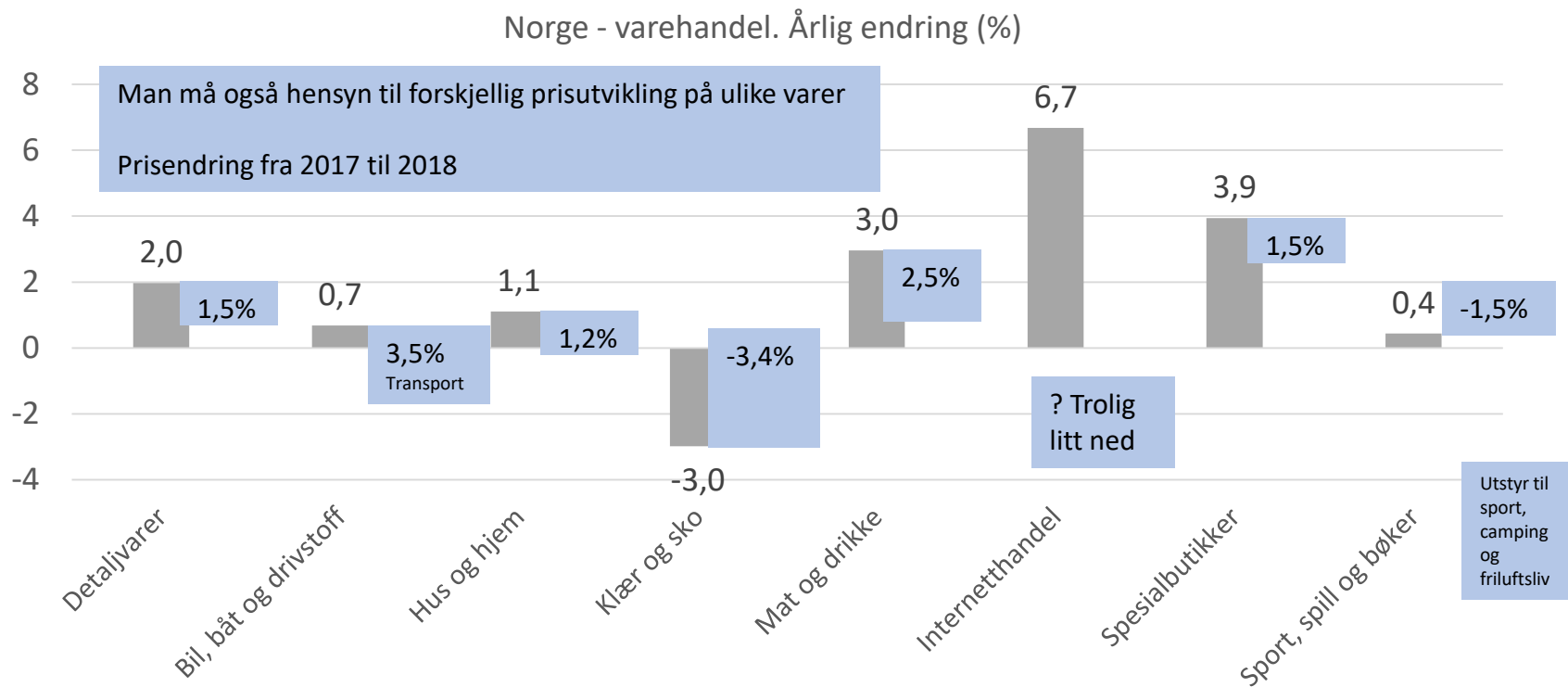


Figur 1. Detaljomsetningen i volum, sesongjustert og trend. 2015=100



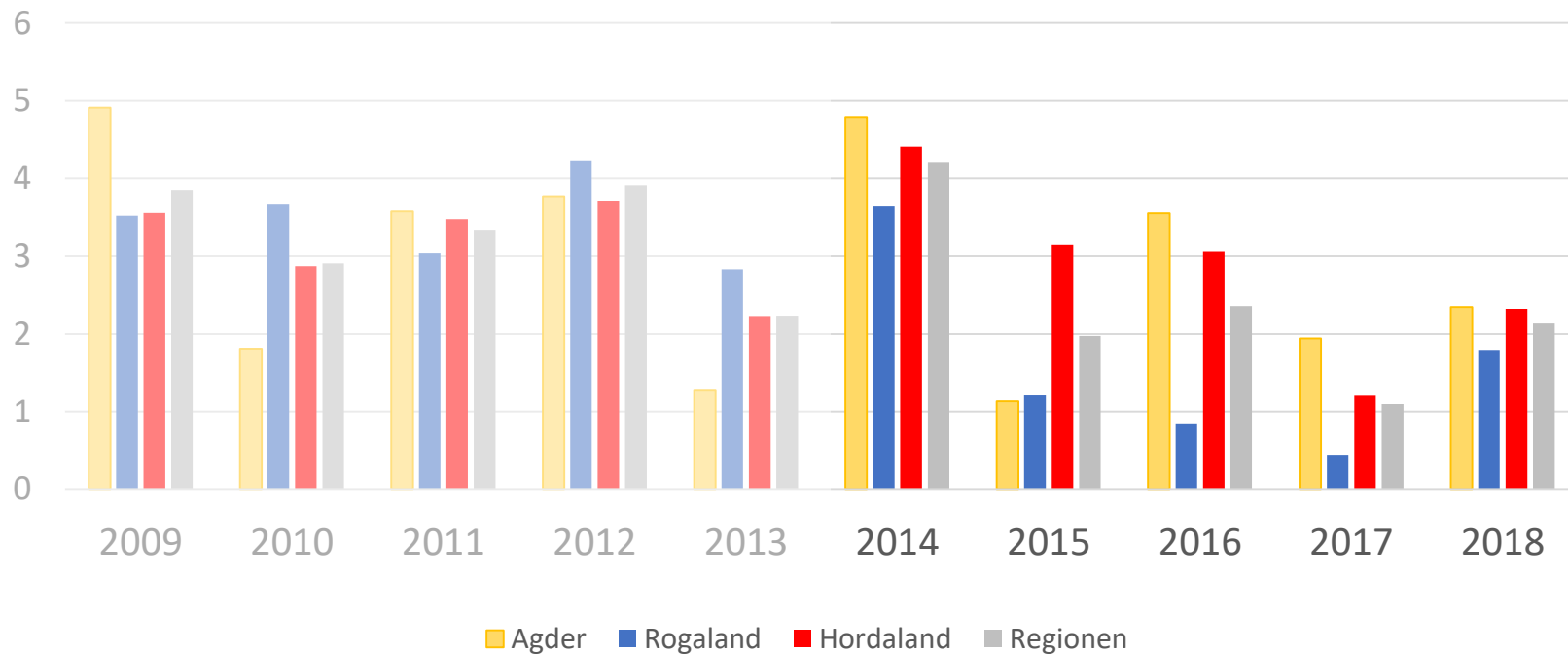
Kilde: Detaljomsetningsindeksen, Statistisk sentralbyrå.

# Norge – høyest vekst i netthandel, spesial (også i volum) og mat/drikke – nedgang for klær og sko (men prisnedgang)



# Høyere vekst i både Hordaland, Rogaland og Agder i 2018

Vekst i detaljhandel i regionen og fylkene



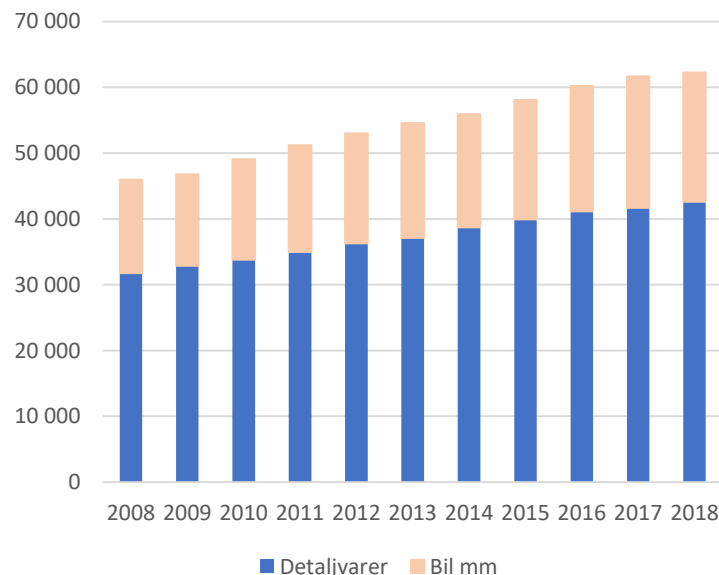
# Noen refleksjoner

- Det går bedre – kjøpekraften øker, men hva blir den brukt til?
- Tjenester øker mer enn varer
- Hva skal sentrum være (vs andre handelssteder/kjøpesenter)
- Hva med regulering , inkl parkering, infrastruktur/bom, netthandel...
- Hva med bærekraft?

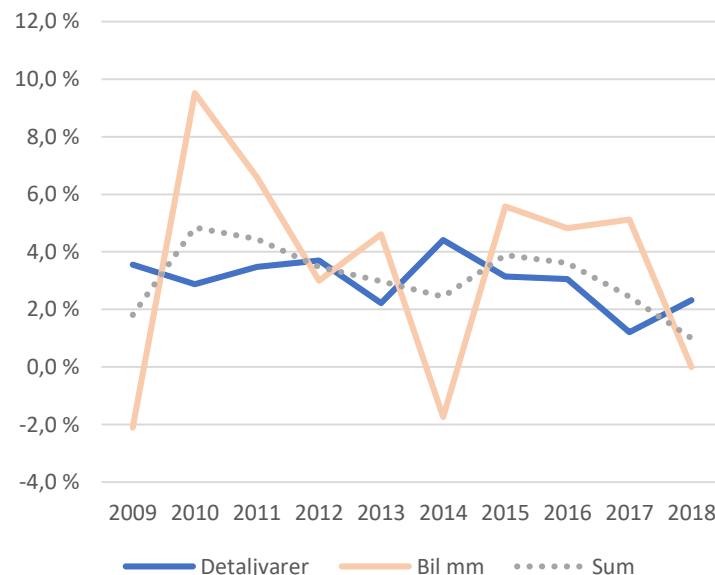


# Hordaland – 43 mrd kroner på varehandel og 20 mrd kroner på bil mm i 2018 – detaljvarer opp, bil stabilt

Handel i Hordaland i mill kroner



Handel i Hordaland, årlig endring (%)



Kilde: SSB. \*Bil mm inneholder: handel med og reparasjon av motorvogner, fritidsbåter og drivstoff. Drivstoff utgjør ca 3,5-4 mrd kroner dvs 25% av dette

# Tesla øker overskuddet kraftig i Norge

**Tross misfornøyde kunder og sprengt kapasitet på verkstedene, pekte lønnsomheten oppover i Teslas norske regnskaper i fjor.**

INGRID  
EKEBERG  
Oslo

● Lille Norge er et av Teslas viktigste markeder. Ifølge årsregnskapene gikk det norske folk i anskaffelse av 8584 flere elbiler av det populære amerikanske merket i 2018. Det er 274 biler mer enn året før.

Tall for fjoråret viser at Teslas norske avdeling hadde et godt år – selv om inntektene var noe ned, fra 6,8 til 6,6 milliarder norske kroner.

– Vi har hatt et godt fjorår på

tross av at noen satt på gjerdet og ventet på Model 3, som vi først begynte å levere i inneværende år, sier Teslas kommunikasjonssjef Even Sanvold Roland.

I 2017 lå driftsresultatet for Tesla i Norge på 52 millioner – året etter var det nesten doblet, til 98,5 millioner. Etter at selskapet betalte sine 24,6 millioner i skatt, landet årsresultatet på 50 millioner.

## 100 dagers ventetid

2018 var derimot langt fra knirkefritt for Tesla.

Et underskudd på servicearbeidere i Norge har ført til at bilelere som har fått elbilen på verksted har måttet tåle å vente lenge på bilen sin. I fjor juli var kapasiteten på verksteder så sprengt at Teslaer sto på rekke og rad på en nød-

parkeringsplass på Karihaugen, rett utenfor Oslo.

Og lite vitner om at kapasitetsproblemene opphørte ved årsskifte – så langt i år har Forbrukerrådet mottatt 91 tvistesaker mot Tesla knyttet til feil og mangler, som er en økning på 86 saker fra året før. Tidligere denne uken skrev DN om Tesla-eier Magnus Rambraut, som har hatt sin bil på verksted i 100 dager og ønsker å heve kjøpet.

– *Hvordan skal Tesla gjenvinne tilliten i det norske markedet?*

– Tillit er noe vi jobber med hver eneste dag, fordi vi, i motsetning til andre, lever ene og alene av fornøyde kunder. Vi bruker ikke reklame eller betalt synlighet overhodet, så vi har en veldig sterk interesse av å tilby den beste kundeopplevelsen, sier Teslas

## Tesla Motors Norway AS

### Årsresultat

Millioner kroner	2018	2017	Endring
Omsetning	6572,86	618,3	-3,6%
Driftsresultat (ebit)	98,5	52,5	87,6%
Resultat før skatt	75	47,7	57,2%

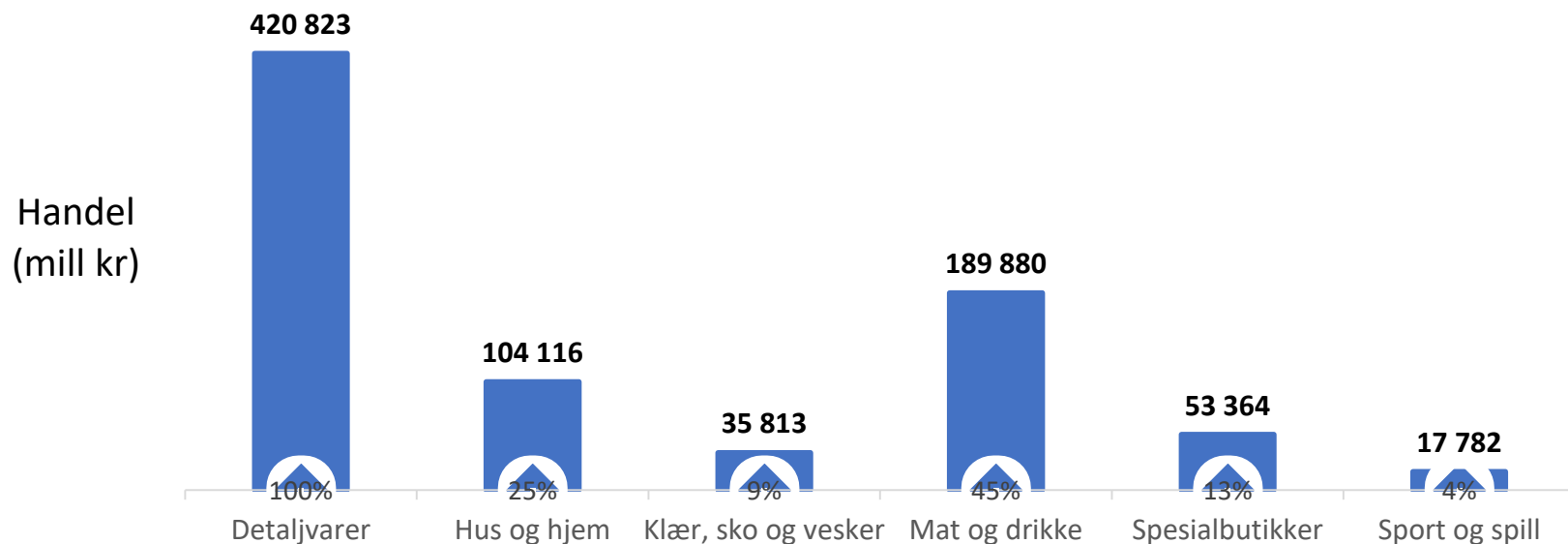
kommunikasjonssjef Even Sandvold Roland til DN.

Han viser til at elbilprodusenten har klart å kutte forventet ventetid på verksted fra tre til fire måneder, og ned til under to uker.

– Så vi jobber med kundeopplevelsen i alle ledd.

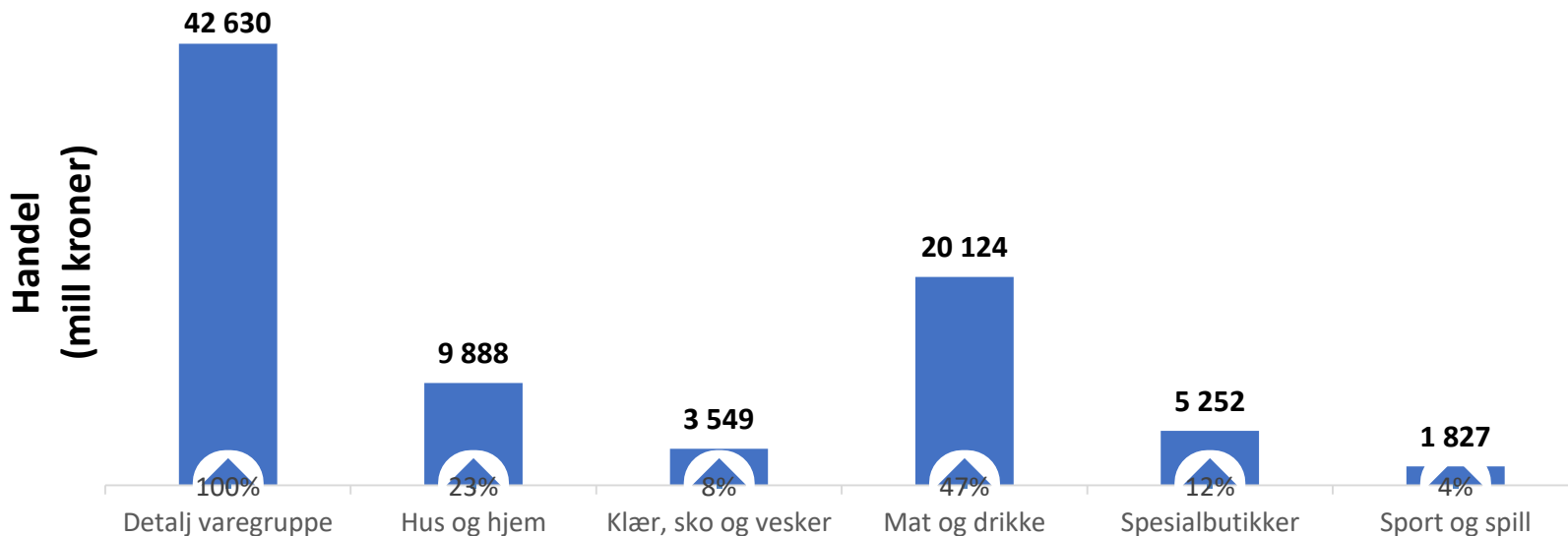
ingrid.ekeberg@dn.no

# Norge – moderat vekst i varehandelen i 2018



2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %
2017	1,8 %	2,3 %	-1,3 %	1,9 %	2,9 %	1,0 %
2016	3,2 %	3,0 %	1,1 %	3,7 %	3,5 %	3,5 %

# Hordaland – litt høyere vekst enn resten av landet (særlig spesialbutikker)



2018	2,3 %	0,8 %	-2,0 %	2,8 %	7,1 %	0,7 %
2017	1,2 %	1,6 %	-4,1 %	2,5 %	0,0 %	0,4 %
2016	3,1 %	3,2 %	0,1 %	3,9 %	1,8 %	3,5 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %





– I Oslo sentrum er det bare noen hundre meter mellom hver Vita-butikk som her på Oslo City. Foto: Marte Christensen

## – Det handler om å overleve

Etter et tiår med fantastisk vekst, ble det bråbrems for Vita-kjeden. Nå har konsernet etablert en ny kjede for å treffe en yngre kundesgruppe.

**JØRNUM SØRDE R. AARSTUN OG LARS KRISTIAN SØLBERG** Oslo

Etter flere lederjobber i Bora, er Kristina Johansson pekt ut som redningskvinnen som skal pusle nytt liv i Vita. Landets største skjønnhetskjede innen skjønnhet og velvære har de siste årene opplevd at salget har stoppet opp.

– Det handler om å overleve. I dagens marked er det ikke mulig å

fortsette som før. Konseptet vårt har vært utydelig. Kunderne har ikke forstått hva vi står for, sier Johansson.

Det er snart ett år siden hun tok over som sjef for Cosmetics Group, som driver Vita og den nyoppstartede lavpriskjeden Loco. På eiersiden er private equity-fondet PSN Capital og Norgesgruppen.

**Digitalisering**  
På få år er kosmetikkbransjen blitt radikalt forandret, med stagnert omsetning og en rekke nye konkurranter. DN fortalte nylig hvordan den nye danske lavpriskjeden Normal har nådd en omsetning på 1,2 milliarder kroner i løpet av to år.

Vita, med nærmere 1000 ansatte og 200 butikker over hele landet, har ikke sluppet omme nedturen som herjer store deler av norsk detaljhandel. I Oslo sentrum ligger Vita-butikkene med få hundre meters mellomrom. Selskapet hadde i fjor en flat salgsutvikling på 1,2 milliarder kroner sammenlignet med 2017, mens driftsresultatet ble halvert fra 304 millioner kroner til 54 millioner kroner i samme periode.

– Vi jobber langsomt for å ta en ny posisjon på markedet og satser konvallhardt på digitalisering, sier Kristina Johansson.

**Sansoperasjon**  
Det første Johansson gjorde som ny toppsjef, var å sette i gang en



– Vi jobber langsomt for å ta en ny posisjon på markedet og satser konvallhardt på digitalisering, sier Vita-sjef Kristina Johansson. Foto: Vita

storslått sansoperasjon i selskapet. I Cosmetics Group er det satt sammen et nytt lederteam og det satte tungt på å bygge kjedens digitale kompetanse. De to kjedene Vita og Vita Exclusive er slått sammen, og ny logo er på plass.

### Ruller ut lavpriskjede

I tillegg til å få Vita på rett kjel, har Johansson fått ansvaret for å rulle ut den nye lavpriskjeden Loco.

– Med Loco henvender vi oss til en litt yngre målgruppe og vil selge produkter med et gjennomsnitt på 50 kroner, sier Johansson.

I løpet av de to siste årene er det etablert 25 fysiske butikker og en stor nettbutikk.

Det er snakk om to konsepter som komplementerer hverandre. Med Loco vil vi ta andelen fra andre lavpriskjeder ved å tilby

markedets billigste produkter, sier Johansson.

Konseptet nådde i 2018 en omsetning på nærmere 125 millioner kroner. Store driftskostnader i oppstartfasen ga et negativt driftsresultat på nærmere 14 millioner kroner i fjor.

Vita-sjefen Johansson legger ikke skjul på at markedet er tørt. – Endringene skjer så raskt at det er krevende å henge med. I en sånn markedssituasjon er viktigere enn noen gang og følge å tenke nytt. Man kan ikke være redd for å mislykkes, selv om utfordringene er store.

### Urettsnetjert

Hus vil se Vita skal vinne markedsandelen ved å ta et tydelig standpunkt mot skandepress på sosiale medier og har satset på rettetjerte reklamekampanjer.

– Er det ikke et paradoks at en kjede som selger skjønnhetsprodukter skal ta et standpunkt mot skjønnhetspress?

– Vi vet hvilken branje vi opererer i, men vårt budskap er at det er en million måter å definere skjønnhet på. Det kan handle om å ta vare på seg selv med gode produkter – uten at målet er å tilfredsstille en standard eller et uttrykk.

jorun.aarstun@dn.no  
lars.solberg@vita.no

### Handel

#### Hindre fest og glømrer i kosmetikkbransjen

- Cosmetics Group har i en årrekke vært en stor aktør innen norsk kosmetikkbransje. Her i dag kjeder Vita og nyoppstartede Loco.
- Selskapet er nå eid av private equity-fondet FSN (50 prosent) og fengingsgruppen (40 prosent).
- Vita var på et tidspunkt eid av Italian-familien, som fikk hånet om kjedens Vita og Estheticus gjennom oppkjøpet av Nausteen. Senere ble kjedene solgt til Norgesgruppen og Terje Stykket som dannet Cosmetics Group. Selskapet solgte seg ut til fondet for FSN i 2013 med en gevinst på 600 millioner kroner.
- Resultatutvikling for Vita og Loco (millioner kroner)

	Vita			Loco/CG Trading		
Millioner kroner	2018	2017	Endring	2018	2017	Endring
Driftsinntekt	125,7	125,0	-0,6 %	124,7	124,3	0,3 %
Driftsresultat	34,2	103,0	-66,8 %	15,7	7,2	54,8 %
Res. før skatt	62,2	98,3	-36,8 %	25,3	7,8	68,2 %

2018: DagensNæringsmiddel / COOP Norge AS

# Clas Ohlson trosser butikkdøden, fikk nytt rekordår

Nå drar sjefene hjem til kundene for å snappe opp ideer og skal fikse alle kundenes problemer.

JONAS SOLGÅRD  
(51)

● **Altmodighetikkjeden** Clas Ohlson i Norge har gått klar av butikkdøden, og fortsetter å vokse. Den ferske årsrapporten gir Norge-sjef Stine Trygg-Hauger all grunn til å jubile.

– I et marked der nesten all vekst skjer på nett, er det tilfredsstillende at vi øker salg i butikk. Samtidig sier det noe om posisjonen vi har i Norge, sier Trygg-Hauger.

Selskapet har såkalt avvikende regnskapsår, og i året som går frem til 30. april rapporterte den svenskledende kjeden inntøker på 3,3 milliarder kroner. Det er ny omsetningsrekord.

Clas Ohlson Norge er et datterselskap av svenske Clas Ohlson, som er børsnotert i Sverige.

**Selger 90 prosent over disk**  
Ifølge Trygg-Hauger står de fysiske butikkene for over 90 prosent av salget.

– Det styrker min oppfatning om at fysiske butikker vil spille en viktig, men annerledes, rolle i handelsmarkedet som stadig sliter, sier Trygg-Hauger.

**Stine Trygg-Hauger (36)**

→ **Sjefing:** Administrerende direktør i Clas Ohlson  
→ **Familie:** Gift, to barn  
→ **Utdannelse:** Markedskommunikasjon fra BI – ett fag ulla ferdig bachelor.

Clas Ohlson har 90 butikker i Norge og rundt 1700 ansatte.

«**Fiksedisk**»  
I tillegg til omsetningsrekorden, øker også overskuddet med knappe fem millioner.

2018/2019-regnskapsåret markerer det 25. året på rad med overskudd for kjeden, som ble etablert i Norge på 1990-tallet.

– Vi hadde 100-årsjubileum i 2018, så det har vært et begivenhetsrikt år. Vi har stått karnen for de neste 100 årene igjen, sier Trygg-Hauger.

På spørsmål om hvordan Clas Ohlson klarer å vokse i et detaljhandelsmarked som stadig sliter, svarer Norge-sjefen:

«**Insidererfaring:** Begynne å jobbe i parfymen som 18-åring, jobbet i Valico som produktlignende senere markeds- og kommunikasjonssjef i Clas Ohlson og ble høsten 2017 administrerende direktør.

– Vi lytter til kunden og har butikksjefer som reiser på hjemmebesøk. Nå har vi også introdusert såkalte «fiksedisker» i et par butikker i Norge, hvor folk kan komme og få hjelp med nesten alt det skulle være. I tillegg tilbyr vi gratis utlån av verktøy.

Hjemmebesøkene – forklarer Trygg-Hauger at et av viktigste deler av kartleggingen av kunder for Clas Ohlson.

Ifølge henne er det nemlig forskjell på hva folk svarer i fokusgrupper og hva de faktisk trenger eller gjør hjemme.

– Oppsøkt folk i konsumentrådene og ledergruppen er mer på disse hjemmebesøkene. De ser hvordan folk faktisk har det hjemme, er

**Clas Ohlson**

Årsresultat	2018	2017	Endring
Salgsinntekter	3205,7	2993,8	3,8 %
Driftsinntekt	130,3	126,1	3,3 %
Resultat før skatt	140,1	135,3	3,5 %

mer gjennsjø og spør hva kundene ønsker seg og vil ha fikset, sier hun og legger til:

**Snakker direkte med kunden**  
– Hjemmebesøk er den beste formen for research for der ser og snakker man direkte med kunden.

Selv om merkesystemet av salget i dag skjer i butikker, har kjeden ambisjoner om å doble salget på nett ansværet år fremover.

– I 2018 lanserte vi «klikk og hent» i fullskala, og cirka 30 prosent av våre onlinekunder velger dette. Dette er en kostnads effektiv leveringsmetode, som vi opplever at norske kunder liker å benytte seg av. Dessuten genererer det også trafikk til butikken, sier hun.

jonas.solgard@dn.no



«**Stine Trygg-Hauger** leder Clas Ohlson-kjeden i Norge. Foto: Jørdet Parsa

# Kjøpesenterandelen høyest i Hordaland på nær 40%, men svakt synkende trend de siste årene



Omsetning på kjøpesenter som andel (%) av samlet varehandel

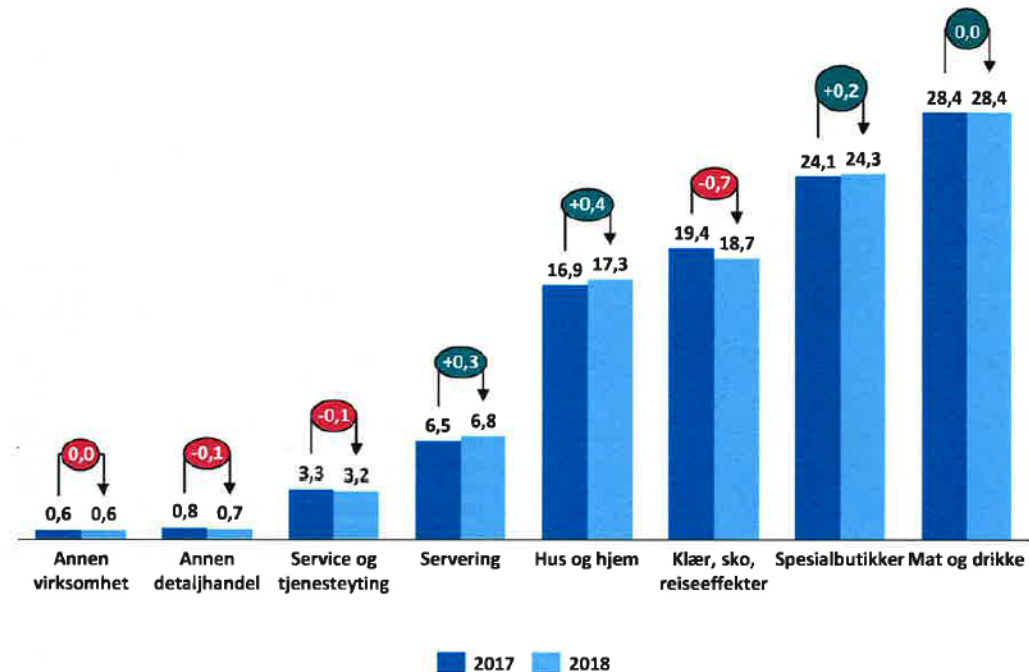
# Omsetningen på kjøpesentre er i endring og motebutikker faller

## Vekst per kategori og omsetningsfordeling

Vekst per desember 2018 etter varekategori



Omsetningsfordeling kjøpesentre 2018 vs 2017





# Rekordunderskudd for Joe & The Juice – har tapt nær 50 mill. de siste tre årene

Morselskapet må for andre år på rad garantere for fremtidig drift.

JONAS SOLGÅRD  
Oslo

● – Dette er bare marginalt mer sjarmerende enn å gå inn i helvete forgård, også kjent som Abercrombie & Fitch, skrev Lunsjguidens Salt & Pepper da de var på besøk på en Joe & The Juice i Oslo i 2017.

Tross DN-duoen knusende dom over stemningen i lokalet, er det ingen tvil om at den danske

## Joe & The Juice

Årsresultat	2018	2017	Endring
Millioner kroner			
Omsetning	125,6	122	3%
Driftsresultat (ebit)	-12,8	-8,2	-
Resultat før skatt	-19,4	-17,5	-

juice-, kaffe- og sandwich-kjeden er blitt populær i Norge. I 2018 dro kjeden inn 125,6 millioner kroner i inntekter, en oppgang fra 122 millioner i 2017.

Men til tross for ny omset-

ningsrekord siden oppstart i Norge i 2013, sliter «Joe» på bunnlinjen. Aldri før har kjeden levert et større underskudd, og i 2018 endte tallet på nesten 20 millioner i minus.

Søndag ettermiddag har det ikke lyktes DN å få svar på spørsmål sendt til den norske ledelsen i Joe & The Juice.

## Garanti fra morselskapet

Siden 2015 har Joe & The Juice Norge gått med et samlet underskudd før skatt på 49 millioner.

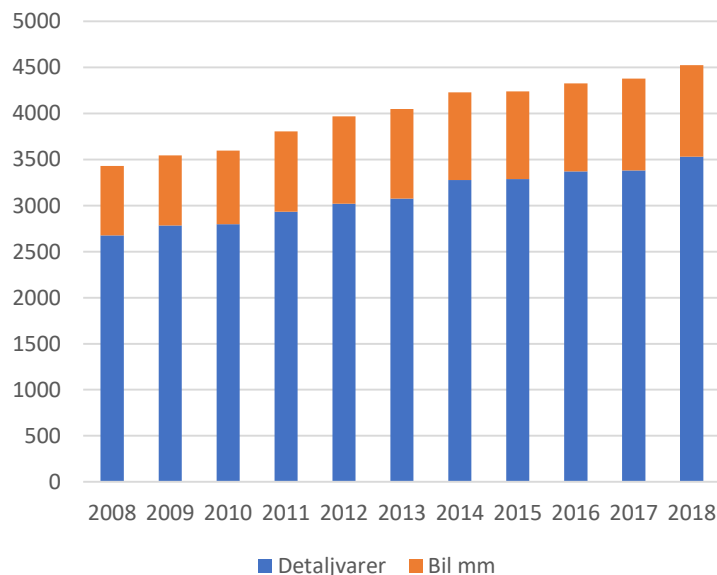
Kun i 2014 og 2015 gikk kjeden med mindre overskudd i Norge.

Av årsberetningen fremkommer det at kjedens morselskap,

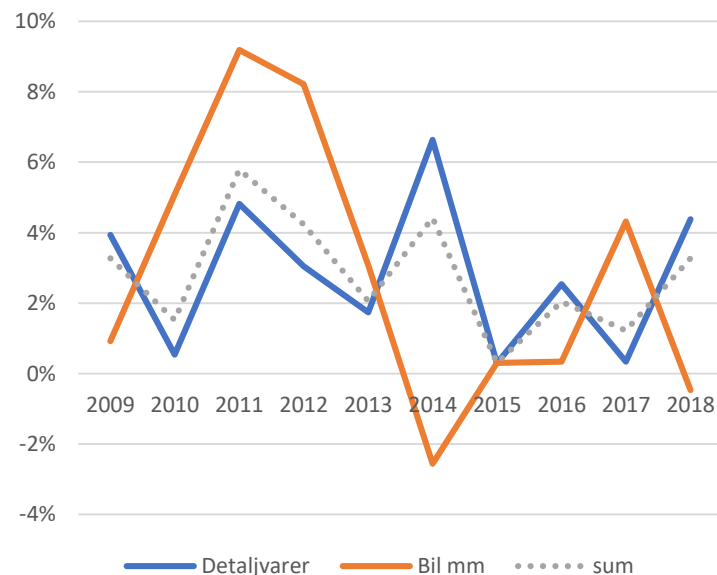


# Handel Sunnhordland

## Handel mill kroner

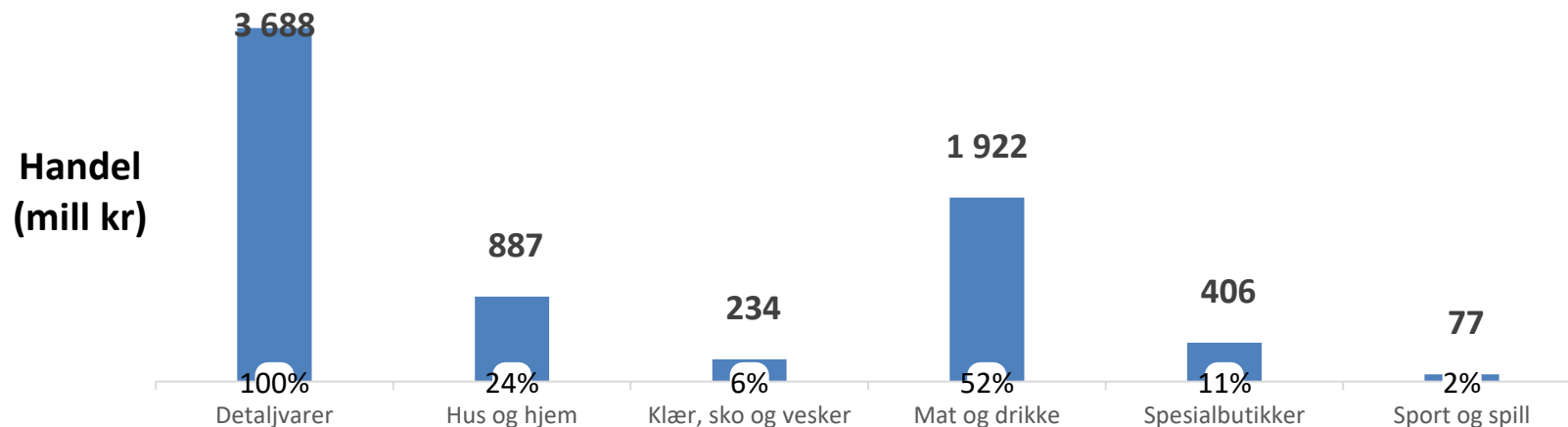


## Handel årlig endring (%)



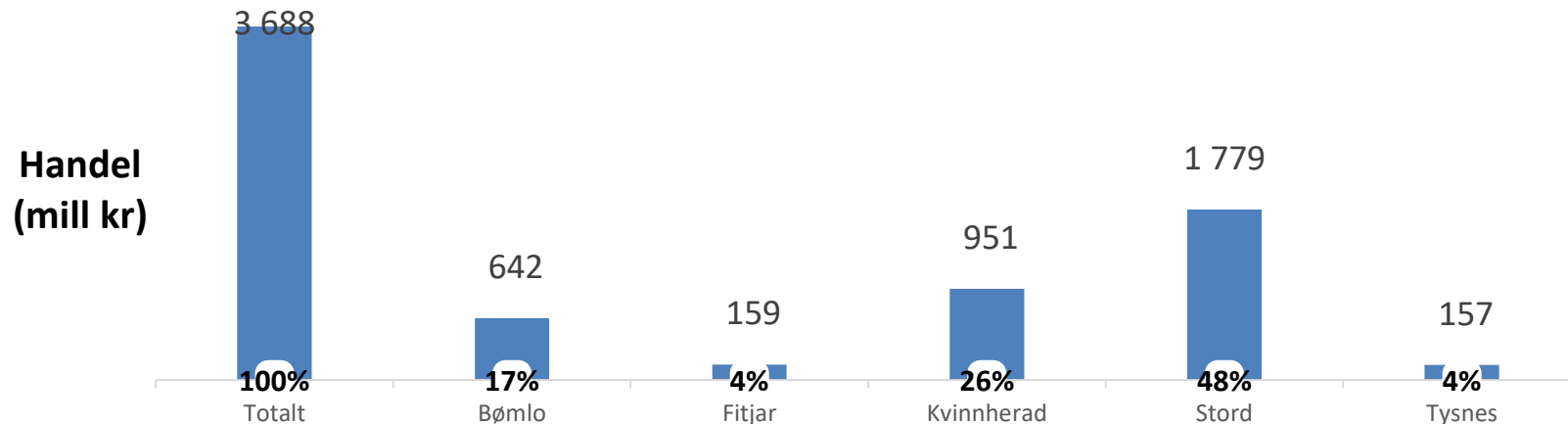
Kilde: SSB. \*Bil mm inneholder: handel med og reparasjon av motorvogner, fritidsbåter og drivstoff. Drivstoff utgjør omtrent 25% av denne posten

# Sunnhordland



2018	4,3 %	9,7 %	-2,9 %	3,0 %	6,2 %	-21,5 %
2017	0,3 %	1,2 %	-2,2 %	2,0 %	-4,8 %	-11,1 %
2016	2,4 %	-2,3 %	2,1 %	4,6 %	1,8 %	4,0 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

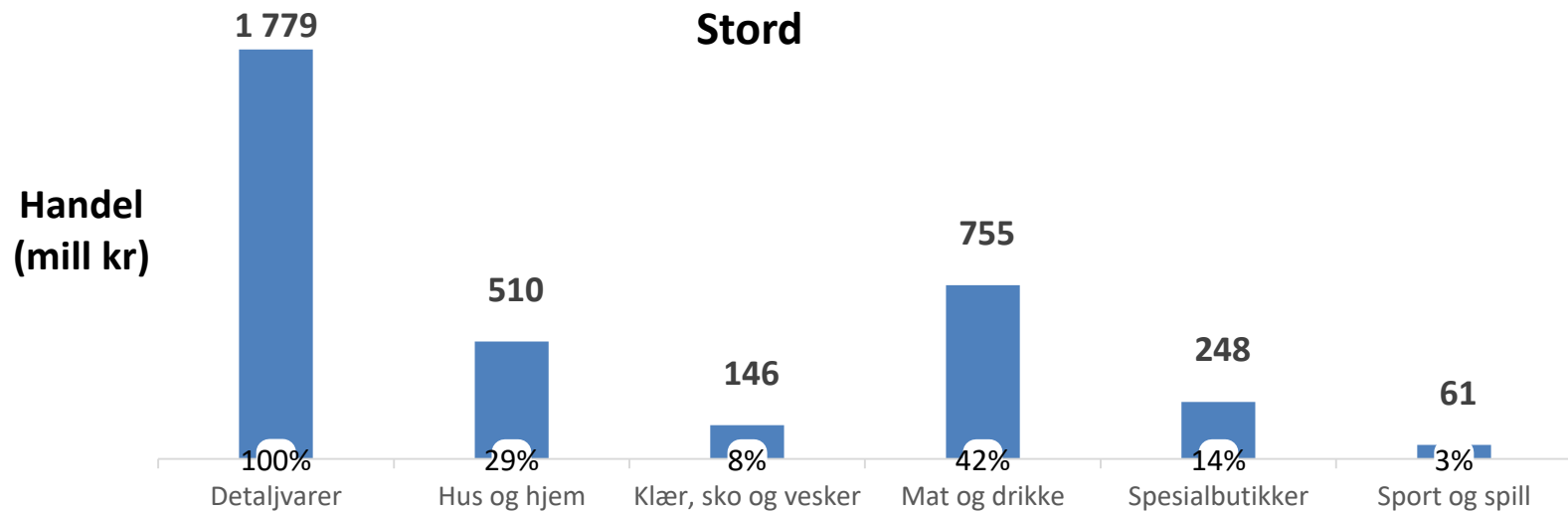
# Sunnhordland – kommuner



2018	4,3 %	5,1 %	1,6 %	4,8 %	4,2%	2,0%
2017	0,3%	-3,8 %	-0,7 %	3,1 %	0,6%	0,0%
2016	2,4 %	2,4 %	4,8 %	1,7 %	2,8%	-1,2%

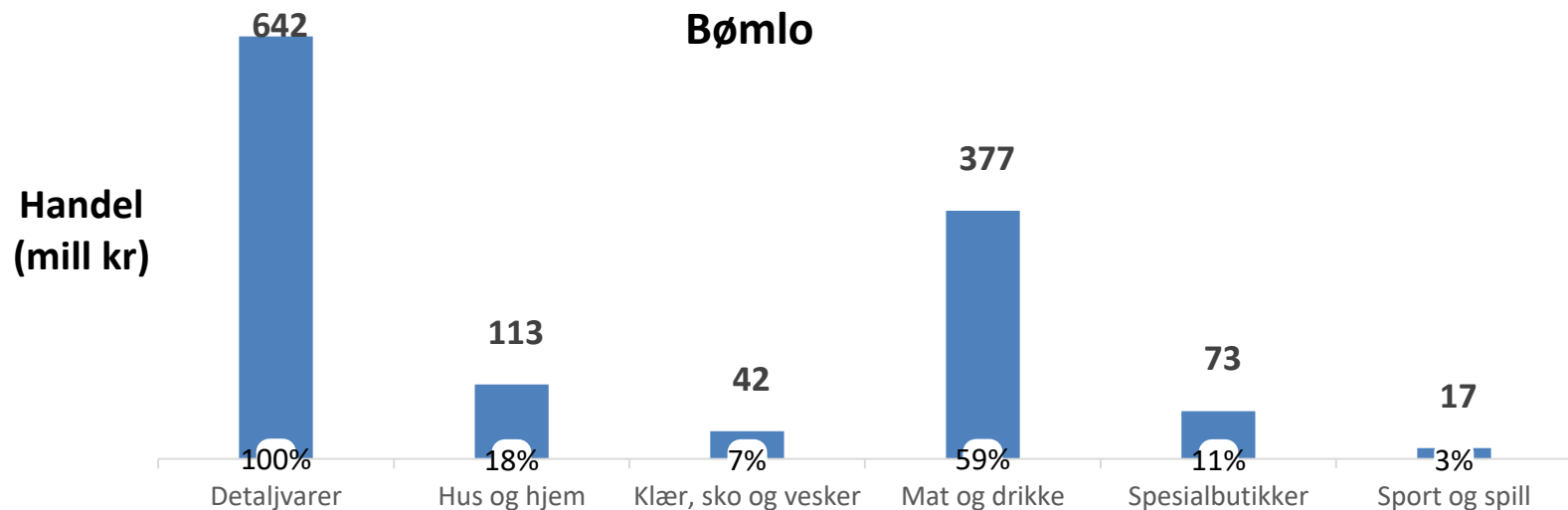


# Stord



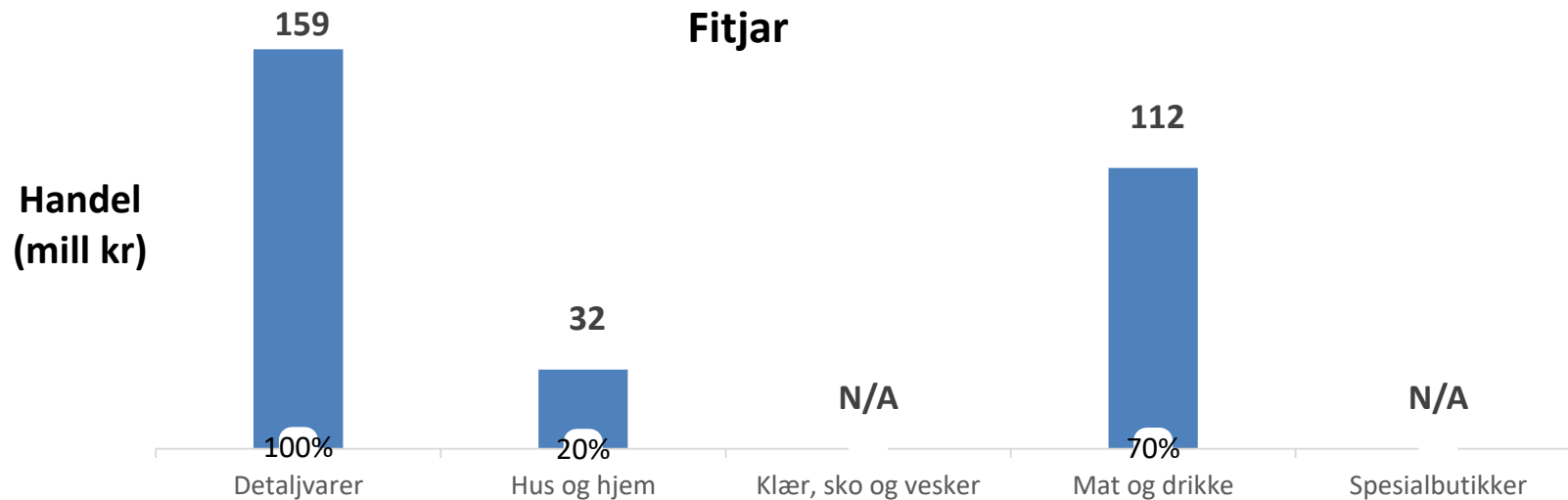
2018	4,2 %	7,9 %	-2,8 %	3,1 %	5,0 %	4,2 %
2017	0,6 %	-2,1 %	-2,6 %	3,7 %	4,1 %	-15,8 %
2016	2,8 %	2,1 %	5,3 %	3,4 %	2,5 %	0,5 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Bømlo -



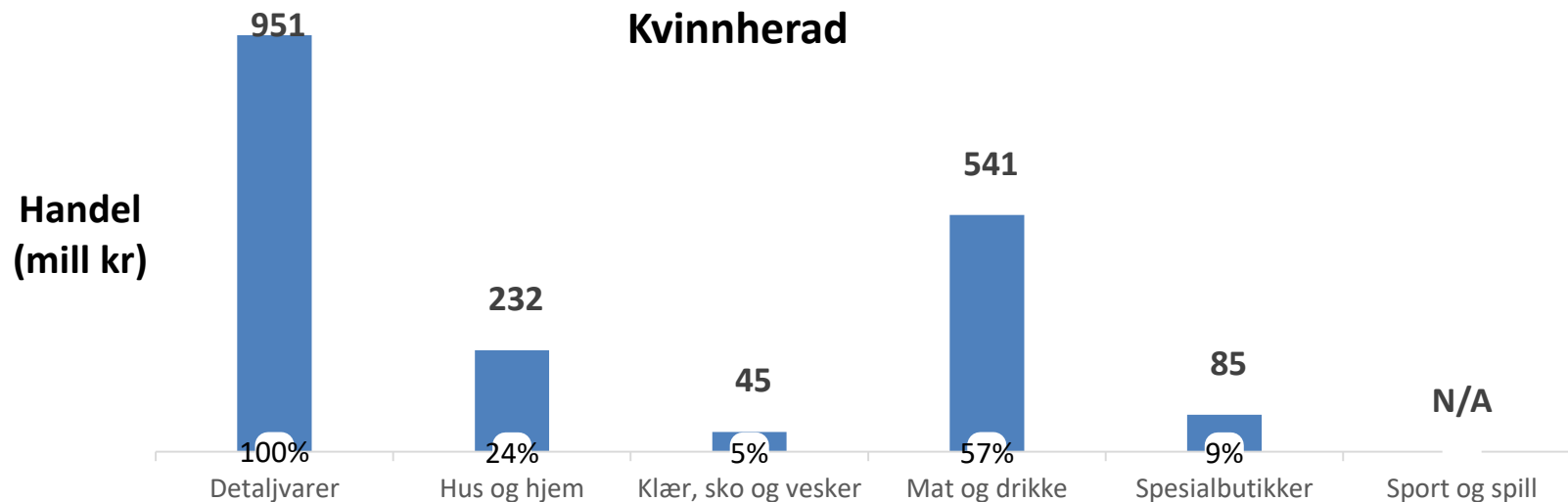
2018	5,1 %	8,1 %	-4,9 %	3,5 %	23,2 %	-11,3 %
2017	-3,8 %	-3,5 %	-2,2 %	1,9 %	-30,5 %	1,5 %
2016	2,4 %	-3,1 %	-1,1 %	4,6 %	-0,2 %	25,3 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Fitjar -



2018	1,6 %	2,2 %	N/A	1,0 %	N/A
2017	-0,7 %	-4,6 %	N/A	0,7 %	N/A
2016	4,8 %	0,8 %	N/A	6,5 %	N/A
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %

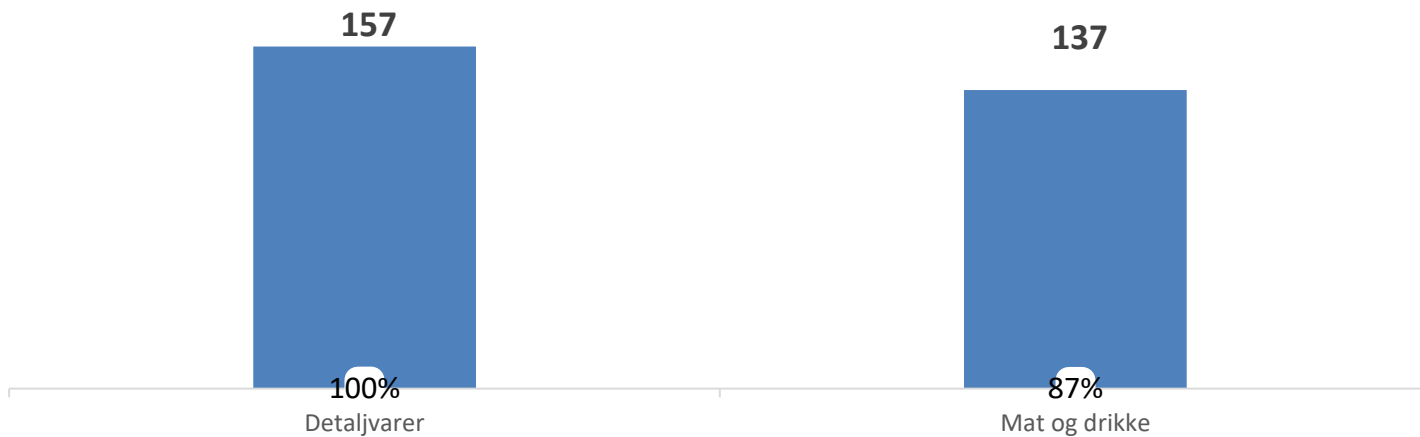
# Kvinnherad –



2018	4,8 %	15,9 %	-1,2 %	2,6 %	-2,2 %	N/A
2017	3,1 %	14,0 %	-0,8 %	1,5 %	-2,7 %	-7,3 %
2016	1,7 %	-3,7 %	-4,5 %	4,4 %	1,7 %	0,7 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Tysnes

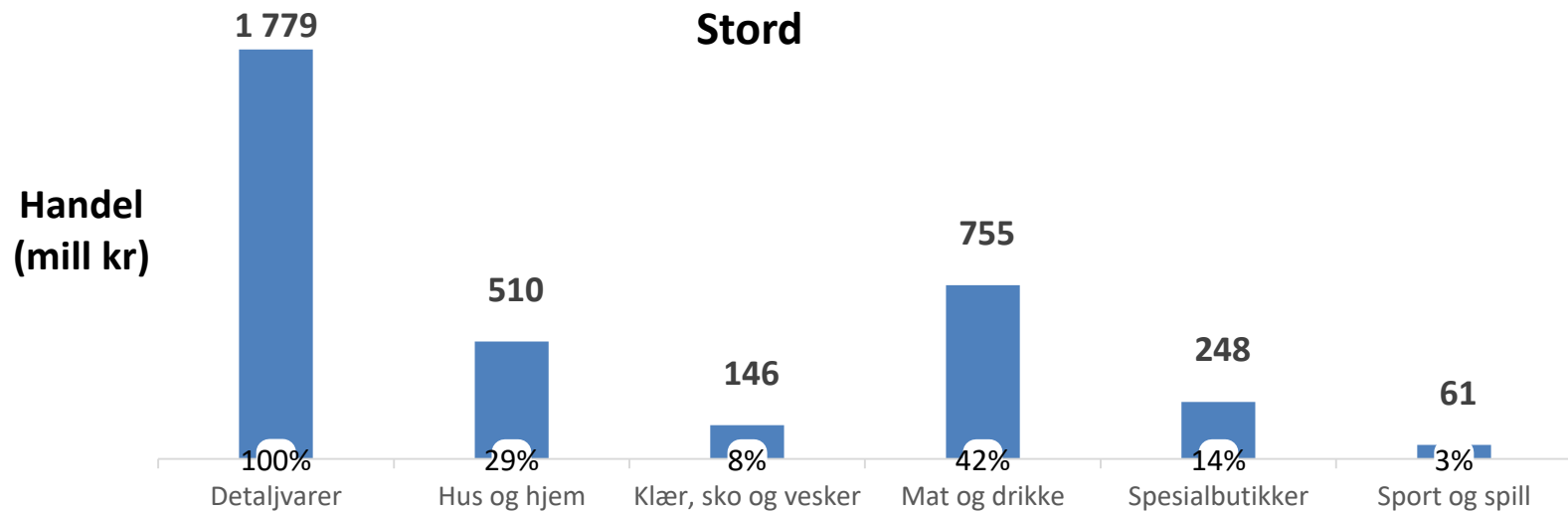
Handel  
(mill kr)



2018	2,0 %	4,0 %
2017	0,0 %	-3,7 %
2016	-1,2 %	10,7 %
Norge 2018	2,0%	3,0%

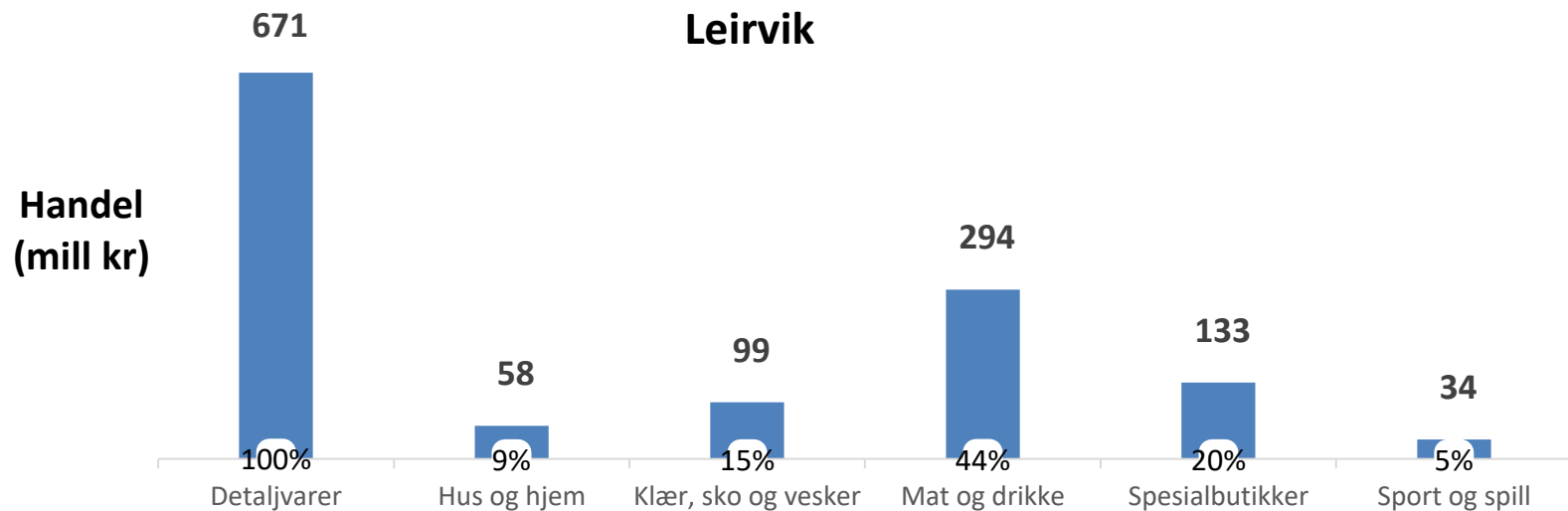


# Stord



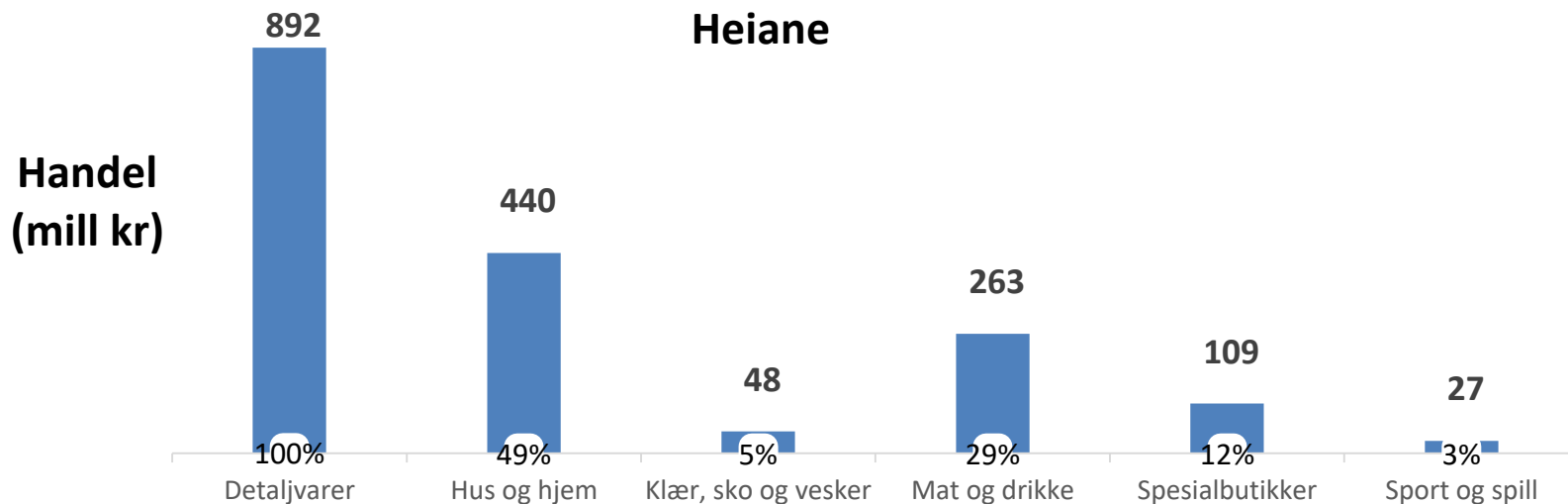
<b>2018</b>	<b>4,2 %</b>	<b>7,9 %</b>	<b>-2,8 %</b>	<b>3,1 %</b>	<b>5,0 %</b>	<b>4,2 %</b>
2017	0,6 %	-2,1 %	-2,6 %	3,7 %	4,1 %	-15,8 %
2016	2,8 %	2,1 %	5,3 %	3,4 %	2,5 %	0,5 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Leirvik



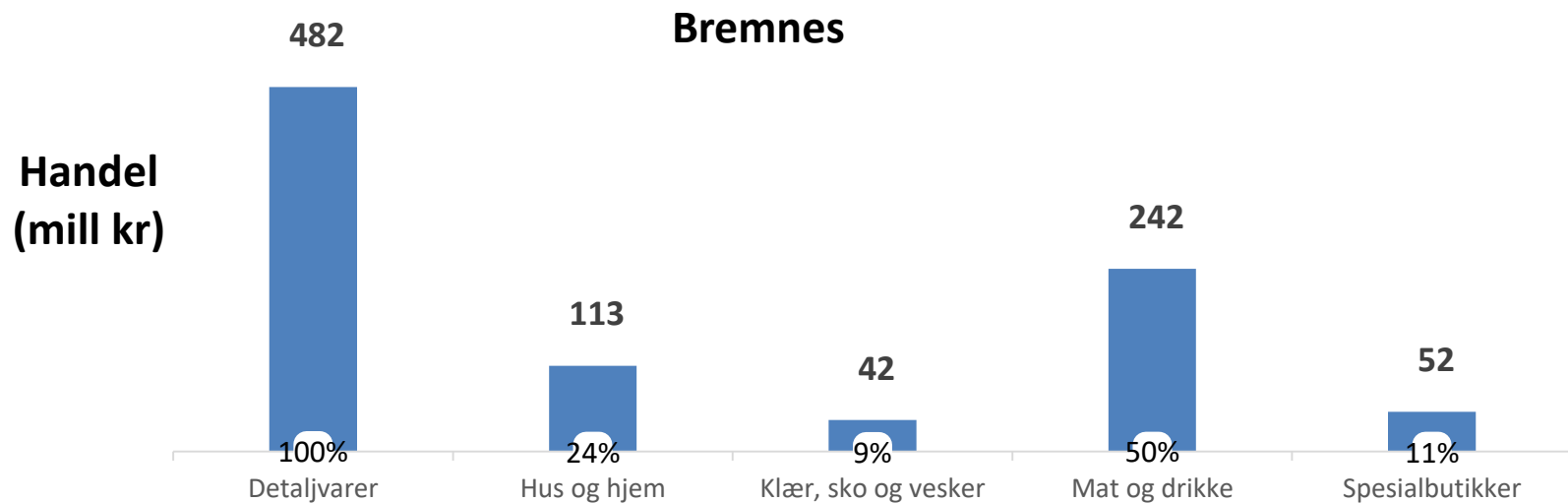
2018	-0,8 %	-28,1 %	-3,7 %	5,5 %	6,1 %	-7,0 %
2017	1,7 %	-3,4 %	-8,3 %	11,5 %	1,1 %	-13,9 %
2016	2,9 %	2,7 %	3,5 %	5,1 %	-1,0 %	4,0 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Heiane



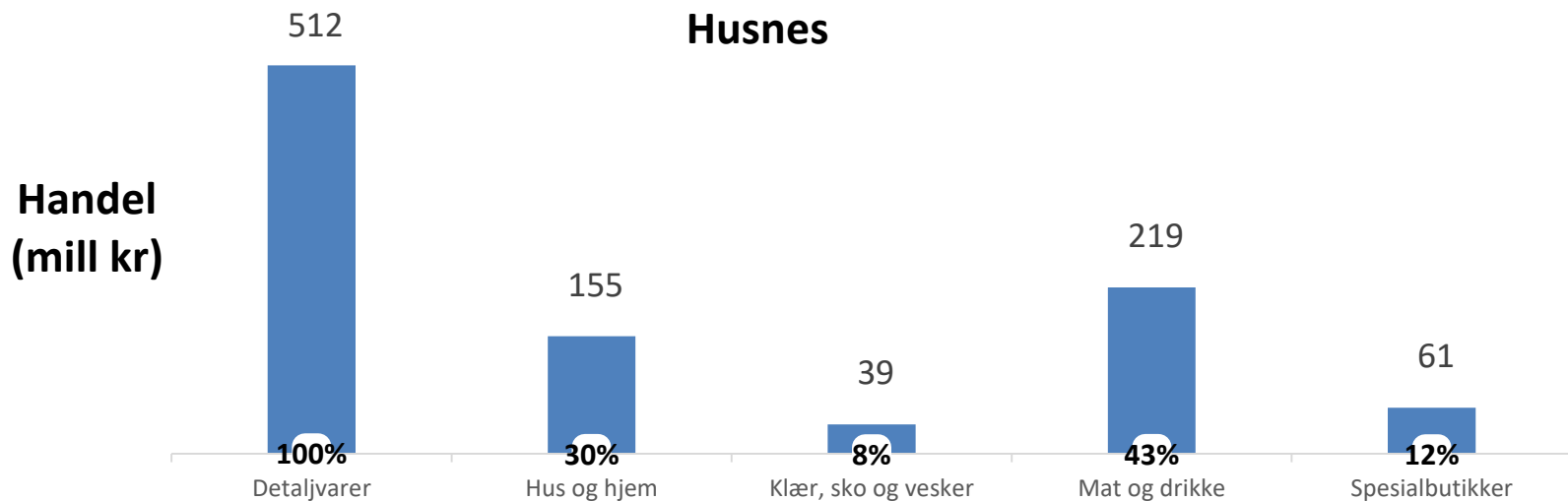
2018	4,7 %	13,4 %	-0,8 %	-7,0 %	2,8 %	22,6 %
2017	-1,0 %	-1,5 %	12,0 %	-3,2 %	6,7 %	-18,7 %
2016	3,3 %	2,2 %	11,2 %	3,5 %	6,7 %	-4,5 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %	0,4 %

# Bremnes



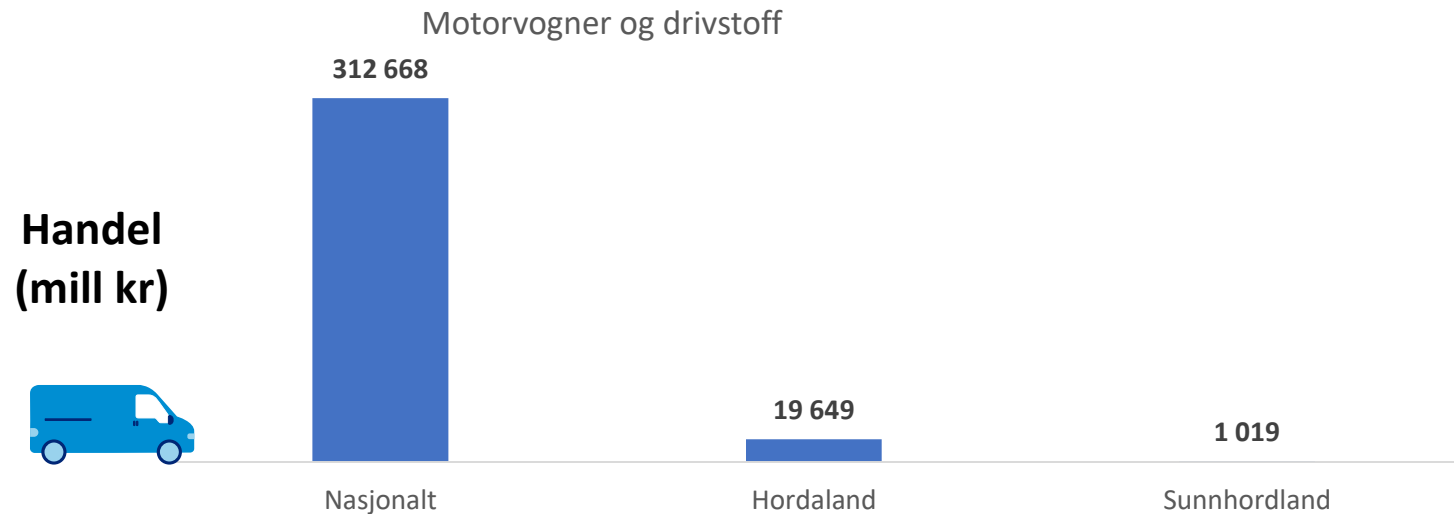
2018	3,5 %	8,1 %	-5,0 %	4,6 %	0,5 %
2017	-5,2 %	-3,5 %	-2,3 %	2,6 %	-33,2 %
2016	1,8 %	-3,1 %	-1,4 %	6,1 %	-3,4 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %

# Husnes



2018	9,1 %	33,4 %	-4,2 %	2,0 %	3,7 %
2017	1,7 %	2,3 %	-0,2 %	3,1 %	2,8 %
2016	-1,4 %	-6,9 %	-4,1 %	1,3 %	3,1 %
Norge 2018	2,0 %	1,1 %	-3,0 %	3,0 %	3,9 %





2018	0,7 %	-1,7 %	-0,4 %
2017	4,9 %	5,1 %	4,2 %
2016	7,3 %	4,8 %	0,3 %

# Dreining mot tjenester – både servering og andre opplevelser



Økning i  
tjenester  
siden 2000  
**+163%**

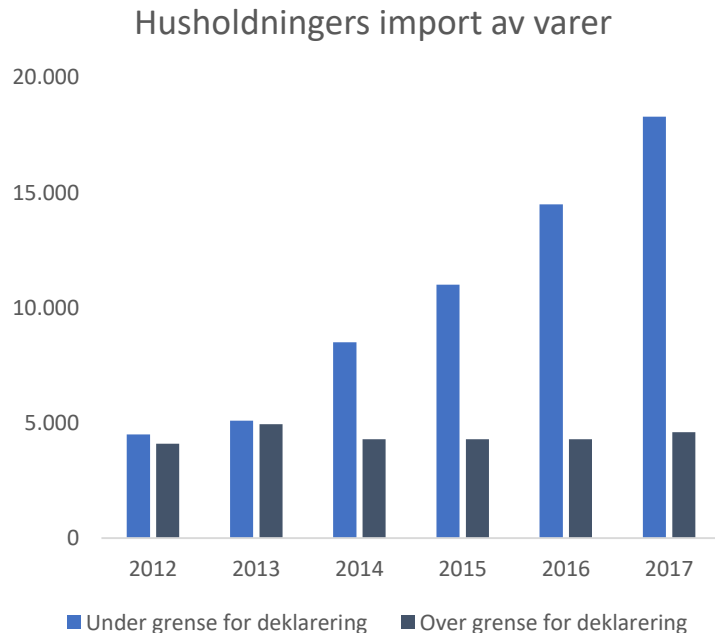
## Kinogigant skal åpne ni kinosaler på Lagunen



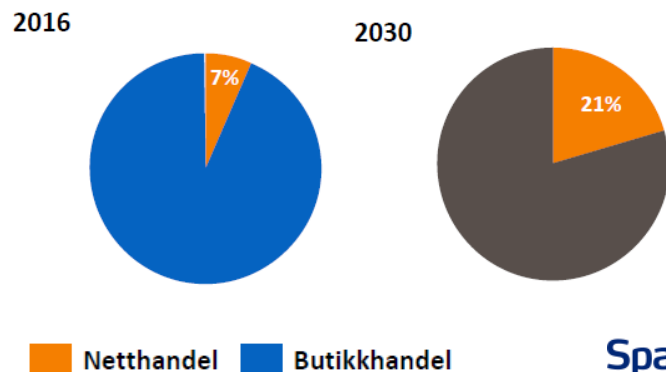
Norges største kinovirksomhet, Nordisk Film Kino, skal drive de ni nye kinosaler på Lagunen Storsenter. Åpning blir høsten 2019.

Økning i  
varer siden  
2000  
**+97%**

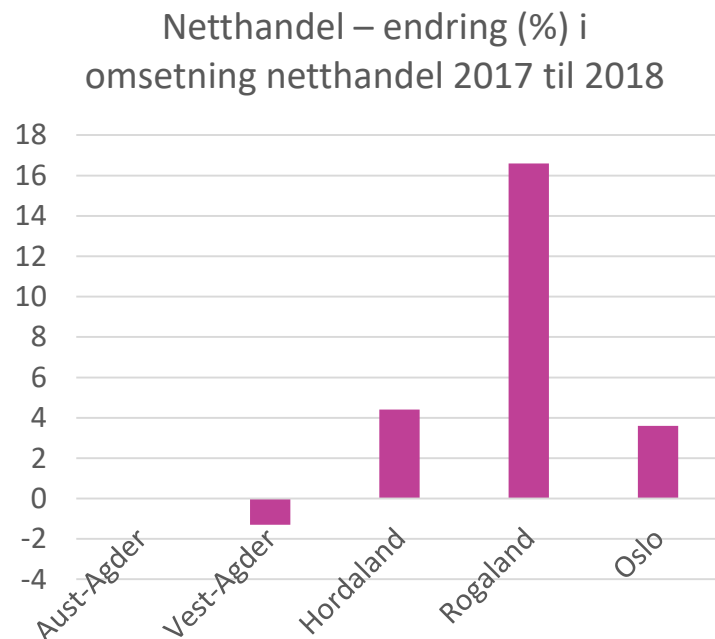
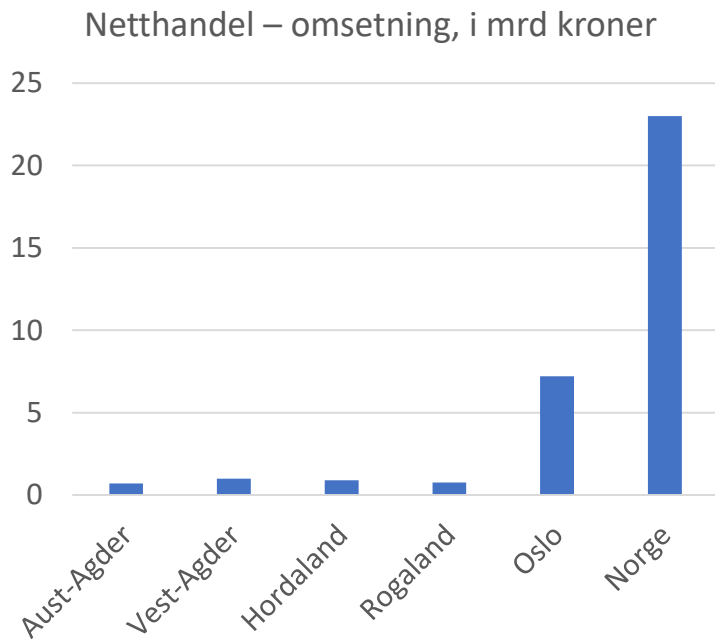
# Netthandel under tollgrensen har økt 300%



- Kraftig økning for varer under tollgrensen
- Stadig flere kampanjedager
- Bærekraftig – hva med transport inkl retur?
- 350-kronersgrensen fjernes fra 2020
  - Posten: småpakker utland -90%
- Uansett: veksten i netthandel vil trolig fortsette



Omsetning netthandel i Norge er på ca 23 mrd kroner (vs 18 mrd i småpakker fra utland) – hva med neste år og tollgrense?



# – Det er en markert økning i konkurstallene for netthandel

Etter rekordtallene fra januar har konkurstallene for varehandelen holdt seg høye denne våren. – Det er en markert økning i konkurstallene for netthandel, sier kredittøkonom i Bisnode, Per Einar Ruud.

Petter Winther  
Oslo

● **Antall konkurser** har stått på stedet hvil så langt i år, men innen varehandel fortsetter antall konkurser å øke.

Etter konkursbølgen i januar har antall konkurser i den hardt pressede bransjen holdt seg høye i vår. I årets fem første måneder har antall konkurser økt med drøye fem prosent sammenlignet med i fjor, ifølge kredittøkonom i Bisnode, Per Einar Ruud.

## Størst økning innen netthandel

– Det er ikke noen dramatisk utvikling så langt i år. I fjor på denne tiden var økningen i antall konkurser ganske sterk, så at man

holder seg på samme nivå, gjør at tallene fortsatt er høye, sier Ruud. Blant de største bransjene er

det varehandel som opplever den største økningen i antall konkurser så langt i år, selv om også bygg og anlegg har begynt å røre på seg med en økning på 3,6 prosent.

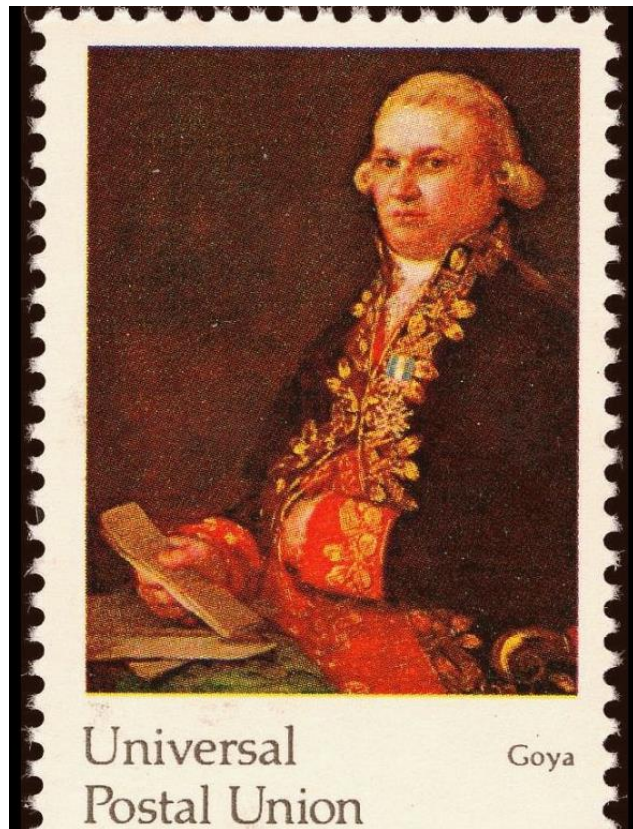
– Hvis vi ser nærmere på tallene

† Omsetningsveksten innen netthandel har falt tilbake så langt i år. Her fra lageret til Jollyroom, som for tiden opplever sterk vekst. Foto: Per Ståle Bugjerde





Mulig endring av lite kjent og interessant lov fra 1874 kan også påvirke netthandelen...



### THE INTERNATIONAL POSTAL SYSTEM IS PROFOUNDLY BROKEN—AND NOBODY IS PAYING ATTENTION

An obscure United Nations body is making mail from developing nations unnaturally cheap—and hurting e-commerce, manufacturing, and postal systems in industrialized countries. The Universal Postal Union is a secretive backroom club, but its missteps were born from the highest of ideals.

# DN

Dagens  
Næringsliv

Tirsdag 18. desember 2018

LIKE 51 NR. 293 - Årg. 129

Løssalg kr. 40

www.dn.no

Avslører  
demens  
med Levy-  
legemer

## Sikret milliard- avtale i Japan

Daglig leder Claes Watndal og  
Mentis Cura kan stå foran et  
heftig gjennombrudd. Side 12-13



«Alle ser på  
rentene, men  
de burde se  
på gjelden»  
Terje Erikstad  
Side 26-27

## Fredriksens Seadrill halvert

På to måneder forsvant verdier for ti milliarder for  
John Fredriksen og Seadrill-aksjonærene. Side 10-11



**Danske Bank advarer:**

# Vi har bare sett starten på butikk- døden

Kjøper  
færre varer,  
handler mer  
på nett

Stadig flere gjør som venninnene Marie Iversen og Vaselina Ivanova, ifølge Danske Bank. De bruker heller pengene på opplevelser, mat og vin enn varer i butikken. Side 4, 5 og 6

Foto: Børre Rognmo

Nøkkel tall	Dollar	Euro	Pund	100 SEK	Oslo Børs	Nordjoolje	Pengemarkedsrente
Vandring 7. desember kl. 9.30	8,65	9,80	10,90	95,38	819,83	59,83	1,28
	2,4%	7,4%	7,4%	35,4%	-1,32%	-0,82 USD	-1 basispunkt

# Kjøpesentrene: Laveste vekst på 20 år

Shoppingkundene  
svikter Oslo City,  
Sandvika Storsenter  
og Lagunen i Bergen.

## Handelen tok seg opp igjen

N

Detallomsættningen steg med 1,4 prosent i januar, ifølge den sesongjusterte volumindeksen som Statistisk sentralbyrå la frem torsdag. Oppgangen var dermed akkurat like sterk som ventet, ifølge analytikerestimer som Bloomberg News har hentet inn. Sjeføkonom Kari Due-Andresen i Handelsbanken Capital Markets minner om at oppgangen kom etter en nedgang på 2,4 prosent i desember.

Det private forbruket står for rundt halvparten av verdiskapingen i norsk fastlandsøkonomi og berikr av både vare- og tjenestekonsum.

Norges Bank ventet en vekst i samlet privat forbruk på to prosent i år, noe Handelsbanken mener er litt høytt utviklingen så langt.

DNB Markets ventet en vekst i privat forbruk på 1,9 prosent i år, altså nær Norges Banks anslag.

Trenden i vareforbruket er fortsatt svak og har vært svak gjennom fjordet, noe som kan henge sammen med svak innvekst i husholdningene, skriver analytiker Jeanette Strøm-Fjære i en oppdatering fra DNB.



Torsdag 28. februar 2019

UKE 9 NR. 50 - Årg. 130

Løssalg kr. 45

www.dn.no

## SAS tar nytt veddemål på oljeprisen

Side 8-9

Sjefen for Nasjonalmuseet får det glatte lag av arkitekten.



«For meg ser det ut til at Karin Hindsbo ikke har noen visjon for museet bortsett fra at de besøkende skal drikke mye kaffe»

Side 36-37

## Så mye tjente oljetoppene

Oljefondet minket med 232 milliarder i fjor, men det la ingen demper på lønns- og bonusfesten for sjefene. Side 10-11



Jernia-sjefen  
nektet å skyldes på  
nettbutikkene

# Vi har mishandlet kundene

**Dårlig service:** - Vi er selv skyld i våre problemer, sier Jernia-sjef Espen Karlsen. Han tror sviktende butikk salg skyldes dårlig kundeservice over mange år. - Og det betaler vi regningen for nå, sier han. Side 4, 5 og 6

# Tror butikk- død skyldes «elendig service»

Jernia-sjef Espen Karlsen mener butikkene har «mishandlet» kundene i altfor mange år med elendig service. - Og det betaler vi regningen for nå, sier han.

### HANDEL

Harald Berglihn  
Kristiansand

**T**ilbuds, klaffes, Enklere Lm, Soundgarden, Toys R Us, MX Sport og kleskjedene PM, Days Låse This og CM&L. Liten over kjedene som har gått konkurs eller blitt avviklet i Norge det siste året er lang. Vikten i netthandelen oppgis gjerne som hovedårsaken til at mange fysiske butikker tvinges til å gi opp. Det mener administrerende direktør Espen Karlsen (49) i Jernia-kjeden er helt feil.

«Vi har mishandlet kundene»  
Karlsen, som leder den Stein Erik Hagen-ide kjeden med over 140 butikker i Norge og Sverige, mener det er helt andre årsaker til at kundene velger bort butikken.

Vi er selv skyld i våre problemer. Detaljhandelen har i altfor mange år kunnet tjene godt med penger uten å yte service. Vi har tatt inn ungdom rett fra skolebenken og uten opplæring til å sitte i kassen. Vi har mislihandlet kundene i altfor mange år, og det betaler vi regningen for nå, sier han.

For Jernia var regningen i årene 2014 til 2017 et underskudd i første

### Jernia

- Jernia er en handelskjede med 144 butikker i Norge og Sverige og 1400 ansatte.
- Grunnlagt i 1991 av Ole Brath under navnet A.L. Jernvarekjøp, etter fusjonen med K.E. Larssen i 1994 tok firmaet dette navnet frem til 1966, da navnet Jernia ble dannet.
- Jernia innfusjonerte firmaet Samkoll i 1994 og startet utstrakt distribusjon av maling til medlemmer.
- Stein Erik Hagen og hans investeringselskap Carica kjøpte 100 prosent av Jernia i 2005.
- Jernia har de siste årene slått med høy konkurranse og store underskudd.

skant på til sammen 100 millioner kroner. I 2013 omsatte kjeden for 1,7 milliarder kroner. I 2017 var inntektene mer enn halvert.

- Hvorfor handler færre folk i butikkene? Det er bare å lytte til hva kundene sier. Det er for besværlig. Det er gjerne dårlig og service er dårlig. Da handler folk heller på nett der de får både handlekundene slik, sier Karlsen.

Han har blant annet bakgrunn som direktør ved spahotellet Par



Det er slående hvor dårlig servicen er i detaljhandelen  
Espen Karlsen, administrerende direktør i Jernia-kjeden

ris Rad i Larvik og luksushotellet The Thief i Oslo.

- Et hotell lykkes best når gjestene elsker det. Det har detaljhandelen mye å lære, mener Karlsen.

### Billig drift fra Kina

Det er snart to år siden Espen Karlsen tok over roret i Jernia. Hovedoppgaven har vært å snu den negative utviklingen og levere sorte tall.

Vi er ikke helt i mål med snuoperasjonen, men når 2018-tallene er klare vil de vise betydelig resultatforbedring. Og jeg ser ikke så mørkt på fremtiden for Jernia, sier han.

Karlsen sier kjeden utdanner alt fra fagkonsulenter til knipslere for å ha kompetansen som skal til for på best mulig måte å møte kundenes behov for råd og vink i uthegging av om de trenger grill, gressklipper, maling eller kjøkkenmaskin.

- Dessuten tar vi inn over oss at vi beveger oss bort fra bruk-og-

kast-sammenfunnet til et gjenbruks-sammenfunn. Vi kan ikke leve av å frakte billig drift fra Kina som ender på søppelbilkongen etter en uke. Vi må satse på kvalitetsvarer som sikrer at kundene kan handle med god samvittighet. Dette brenner jeg virkelig for, sier Karlsen.

### Må omstille

Harald J. Andersen, direktør for handel i hovedorganisasjonen Virke, er langt på vei enig med Espen Karlsen hos Jernia.



- Ja, det blir for enkelt bare å skyldes på økt netthandel. Veldig mye handler om service og det å engasjere og inspirere kundene i de fysiske butikkene. For det er jo ikke snakk om å gå i en butikk for å få tak i varer, du må ha lyst til





**Clas Ohlson bygger vidare på sitt omnikanalkonsept**

## Noen får det til.....

De opererer med både fysiske butikker og bortimot komplett tilstedeværelse online samt god kanalintegrasjon.

Her kan du sjekke lagerstatus online, hente i fysisk butikk ved online-bestilling, bruke mobilapp i butikk for kontakt med kundeservice samt sjekke produkter og tilbud på sosiale medier.

Kilde: Magma.no



LOTTA LYBÄCK OCH SYNNDVE SKARBO FRAMFÖR BUTIKEN

**Clas Ohlson öppnar en helt ny typ av butik**

Handelens bedrifter må kommunisere med og selge til sine kunder gjennom et samspill mellom tradisjonelle og nye digitale kommunikasjonskanaler.

I et omnikanalkonsept skal dette samspillet oppleves som sømløst av kunden. Både handelens ledere og fagmiljøer trenger kunnskap om implementering av løsninger for omnikanal.

Kilde: Magma.no

# Delingsøkonomi og bærekraft blir viktigere...



**FJONG:** CEO Sigrun Syverud, bærekraftsjef Hanne Elisabeth Heiesen og markedsføringsjef Kochell Vavik leier ut klær til kvinner over hele Norge gjennom selskapet Fjong. Foto: Malin Gaden

Fjong:

Her er jentene som vil leie ut klærne dine

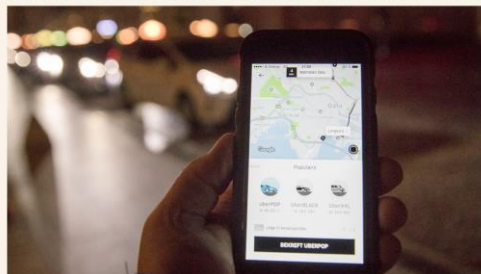
*Nå kan du tjene tusenvis av kroner på kjolen som bare henger i klesskapet.*

To Good To Go



## Uber håper på comeback etter ny drosjelov

Forslaget til endring i yrkestransportloven ble vedtatt i Stortinget tirsdag. Det får Uber til å gløtte i bakspeilet og skimte det norske markedet igjen.



**NY LOV:** Uber Papp tok en pause fra Norge i oktober 2017. Nå åpner en lovendring for mulig retur.

**FOTO:** TERJE PEDERSEN NTB SCANPIX



## Airbnb: Lite å frykte, mye å tjene

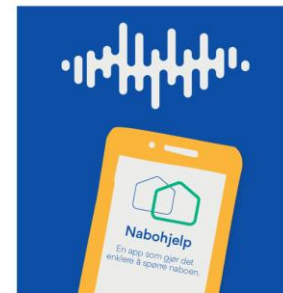
**UTLEIE:** Konseptet Airbnb har for alvor satt seg, og vi kan med sikkerhet si at det fungerer. Tar du sjansen på å slippe fremmede inn, kan du tjene gode penger på boligen din.

## Solgte drømmebilen til fordel for bilkollektiv

Alexander Nilsen (25) er hektet på bil. Likevel valgte han å selge sin nye Tesla, og melle seg inn i et bilkollektiv.



Nabohjelp



En app som gjør det enkelt å spør nabolaget om hjelp, og hjelpe naboene dine. Appen er riktignok utviklet av vår konkurrent, OBO5, men vi kan vel gi dem skyld for å ha utviklet en kul app.

Spør for eksempel naboene dine om hjelp til å lufte hunden eller bære en sofa. Plutselig blir du bedre kjent med naboene i tillegg.



A close-up photograph of a person wearing a light blue denim jacket, sitting at a wooden table and using a laptop. The person's hands are visible, typing on the keyboard. A red folder or bag is partially visible on the left side of the frame. The background is a blurred brick wall. A semi-transparent dark grey banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

Varehandel i endring påvirker også  
næringseiendom

Næringseiendom – fortsatt lav yield (og ledighet) på kontor i Oslo. Nokså lav ledighet i handel jevnt over men...

**Oslo**

Prime yield

3.75%

Prime Rent

4600

Kontorledighet

5,5%

**Stavanger**

Prime Yield

4.50% - 4,75%

Prime rent

3000

Kontorledighet

10.9%

**Bergen**

Prime yield

4.5 % - 4,75 %

Prime rent

2.900

Kontorledighet

8.5%

Kilde Akershus Eiendom og EM1 Næringseiendom



# Større usikkerhet i markedet for handelseiendom (58% tror på høyere yield i Norden)

WITH REGARDS TO THE DEVELOPMENT OF RETAIL MARKET YIELDS, THEY WILL:

Decline

On the other have seen a s number of Inv an increase in the Nordic re of investors e to rise over th This is dram commented u section, we se investors in te micro location



35 %

- “The Norwegian retail market is currently seen as uncertain, with many unit shops seeing reduced revenue.”

Akershus Eiendom Q1 2019

«Verdien av konsernets kjøpesentereieendom ble nedjustert som følge av lavere etterspørsel etter handelseiendommer som investeringsobjekt, mens verdien på sentrale næringseiendommer ble oppjustert som følge av økt etterspørsel etter denne type eiendommer.»

Olaf Thon Eiendomsselskap, 1. kv 2019

# Vedlegg