

Utforsk mulighetsrommet

– mer lokal handel og mindre handelslekasje



Hva kan man samarbeide om til glede for alle?

- Andreas Fjeld. tangentoppen.landhandel@gmail.com
- Micaela Strålman. Micaela.Ida.Stralman@vinmonopolet.no
- Jeanett Hagadokken. jhagadokkenh@hotmail.com
- Stina Røysland. stinaklaffmoroisland@gmail.com
- June Berntsen. june.berntsen@hotmail.com
- Marie Lønnum Ndoye. post@kumba.no
- ~~Truls Falkenberg. truls@tangentrelast.no~~
- Stein Hodnungseth. stein@hodnungseth.no
- Jorunn Rød. Jorunn Røed jorunn@tangensenter.no
- Bjørn-Erik Godlien post@dekkcenteret.com



Hva kan man samarbeide om til glede for alle?

Se til Halden?

I Forum for opplevelse og handel har vi utviklet en holdningskampanje for å oppmuntre til, og gi en vennlig påminnelse om, å støtte lokale bedrifter.

Budskapet er: **Spis lokalt. Handle lokalt. Opplev lokalt. Nyt lokalt.** Et levende Halden består av deg og meg.

Initiativet minner oss om at et levende Halden er avhengig av fellesskap og felles engasjement. Målet med kampanjen er å øke omsetningen og styrke næringsgrunnet for bransjen, og vil sparkes i gang 15. november 2024.

Forum for opplevelser og handel

Forumet samler medlemsbedrifter innen opplevelses-, handel og besøksnæring. Formålet er å samarbeide om saker som er viktige for bransjen, tilrettelegge for utvikling og forbedre synligheten av gode prosjekter.

Spis Lokalt.

Handle Lokalt.

Opplev Lokalt.

Nyt Lokalt.

Et levende Halden består av deg og meg



Ønsker kamp for lokalhandel på Nesodden: - Dere skaper enorme synergier



FJELLSTRANDBORDET: Jeanett og Iris fra Lille Have, Torgeir fra Hagespesialisten og Nesodden Næringsforening, Thanu fra Joker Fjellstrand og Stina fra Annas Hybel, hentet informasjon og kunnskap under Nesodden kommunes frokostmøte der handelslekkasje sto på timeplanen. Foto: Trond Folkersahm

Av [Trond Folkersahm](#)

Publisert: 25.10.24 19:34

Del

Lekkasje til netthandel og omkringliggende sentre er en stor utfordring for handelsnæringen på Nesodden. Nå tar de tak.

🇳🇴 For abonnenter

Handel og handelslekkasje sto på agendaen til ukens frokostmøte i Tangenten.

Det var det andre møtet i rekken av tre, der ledelsen i Nesodden kommune møter de næringsdrivende til dialog.

Møtet var fullbooket. 30 deltakere var på plass for å diskutere tiltak og

Særlig sårbare

De lokale butikkene på Nesodden er spesielt sårbare for handelslekkasje. Sett i forhold til mange andre kommuner, er Nesoddens geografiske beliggenhet en hemsko.

Svært få reiser ut av egen kommune og til Nesodden for å handle. Dette gjør den lokale handelsstanden svært avhengige av de lokale kundene.

Ser vi på lekkasjen ut av halvøya, har både Vinterbro, Drøbak og Ski sentre og butikker mange nesoddinger benytter seg av. Dette til tross for at de fleste produkter både kan kjøpes og bestilles på Nesodden.

Legger vi til at en stor del av nesoddingen har arbeidsplassen sin i Oslo, og daglig pendler ut og inn, samtidig som SoMe flommer over av fargerike tilbud, bidrar ikke det til å gjøre situasjonen bedre.



FULLT HUS: Møtet var fylt opp med 30 informasjonssultne nesoddinger. Foto: Trond Folkersahm

Søke samarbeid

Til tross for utfordringer, var Fylling klar på at det også finnes et **mulighetsrom for handel** i kommunen som kan fylles.

Her er både logistikk- og miljøfordeler et stort pluss og det samme er **lokalbutikkens funksjon som uformelle møteplasser** både mellom handel og innbyggere, men **også mellom næringsdrivende**.

- Her snakker vi «**Business to business**». De lokale benytter hverandre og bruker hverandres tjenester. Klarer vi i tillegg å **bygge opp under lokal markedsføring, kampanjer, lojalitetsprogram og i tillegg skape shoppingopplevelser** vil det være positivt. Her må lokale aktører ut i lokalmiljøet for å finne **samarbeidspartnere**. Slik bygger vi lokalt fellesskap, mener Fylling.

Temaet med næringsarealer kom også opp som en del av diskusjonen.

Der kunne kommunalsjef Anne Dybevoll fortelle at de er i ferd med å ferdigstille områdeplanen for næringsarealene på Fagerstrand, og har et håp om at et politisk vedtak vil være på plass før jul.



Morsomme konsepter

Blant de næringsdrivende var **Stina Klaffmo Røisland**. Hun er eier av Annas Hybel på Fjellstrand. En bedrift som har møtt både motbakke og unnabakke i de nær ti årene spisestedet har eksistert.

- Hva synes du om at kommunen inviterer til et slikt møte?
- Det synes jeg er veldig bra. Ellers har vi også et **godt samarbeid i serveringsbransjen** der vi utvikler oss og finner ideer. Det bidrar til at vi bygger oss bedre, mener hun.

Hun er også tilhenger av å **finne morsomme konsepter** som bidrar til at nesoddingen bruker de lokale utestedene.

- Har vi **mangfold her ute**, så blir folk på Nesodden. Nå er vi også så mange serveringsbedrifter at gjestene har en del å velge mellom og derfor **ikke har det samme behovet for å dra til Oslo. I stedet for å konkurrere direkte mot hverandre**, bidrar vi på den måten til å **stoppe lekkasjen** og samtidig holde liv i hverandre.

Felles tanker

Møtet ble avsluttet med **innspill fra salen**.

- **Felles gavekort** for de **ansatte i kommunen** som de kan benytte lokalt kan **være et tiltak**, mente **Marius Pedersen** i Energihuset.

- Der kan vi legge opp til at det **blir så enkelt som mulig å kjøpe gavekort**, skjøt senterleder **Jorunn Røed** i **Tangen Senter** inn.

Tangen Senter ble også pekt på som en **naturlig møteplass** og et sted der det kunne **skapes liv og røre**. Og det ble oppfordret til å komme med innspill til senterledelsen.

- Men det er **viktig at ikke alle selger det samme**, men at det **fordeles litt**, sa **Jeanett H. Lenoci** i **Lille Have** på **Fjellstrand**.
- Vi må **skape aktiviteter og muligheter** som er **felles for alle** som driver handel på Nesodden, sa **Andreas Fjeld** i **Tangentoppen Landhandel** avslutningsvis.



Målet med samarbeidet er å øke omsetningen for bransjen, sikre og skape arbeidsplasser i bransjen og hos samarbeidsparter/synergineringer.

1. Man tar initiativ til at **bransjen samles**, og man **finner tiltak og aktiviteter** som fører til målet på kort og lang sikt.
2. Man ønsker å viser frem **mangfoldet og bredden** i bransjen for «Nesoddingen», og la de bli bedre kjent med tilbudene på en god måte.
3. Man ønsker å **tiltrekke seg besøkene** fra andre kommuner, og spesielt besøkende innen natur, kultur og matopplevelser fra Oslo området.
4. Man **etablerer ulike arrangement** for «Nesoddingen», som f.eks. «**Spis ute uken**» som arrangeres over nyttår.
5. Man skaper i **felleskap arrangement** som tiltrekker seg besøkende fra andre kommuner.
6. Man **kan** arbeide med å «**pakkete**» opplevelser og turer som inneholder **elementer av natur, kultur og mat**.
7. Man undersøker mulighet for **ekstern finansiering/støtte** av ulike tiltak.

Man bruker blant annet **synlighetsportalen for Nesodden**, www.OpplevNesodden.No som en plattform for å synliggjøre aktiviteter og samarbeid.



OPPLEVNESODDEN.NO

SIGNALEN SJØBAD • HELLVIKTANGEN KUNSTCAFÉ • ANNA'S HYBEL

NESODDEN VERTSHUS • RESTAURANT TASTE • VIEW BY TASTE

Sjekk SoMe/nettsider til det stedet du ønsker å besøke for mer info.

**SPIS
UTE
UKA** NESODDEN

10 - 16 MARS

100-200 kr
BARN HALV PRIS

www.illuminaesign.no

FRUA SPISERI • HELLVIKTANGEN KUNSTKAFE • ANNA'S HYBEL • VIEW BY TASTE
FLASKEN KJØKKEN & BAR • NESODDEN VERTSHUS • SAGA • TASTE RESTAURANT

**SPIS
UTE
UKA** NESODDEN

Menyen er klar
10-16 MARS



www.illuminaesign.no

HOS FRUA • HELLVIKTANGEN KUNSTKAFE • ANNA'S HYBEL • VIEW BY TASTE
FLASKEN KJØKKEN & BAR • NESODDEN VERTSHUS • SAGA • TASTE RESTAURANT



Markeder og messer: Regelmessige **markeder**, bondens marked, eller **temamesser** kan tiltrekke seg både lokale innbyggere og turister. Dette gir lokale produsenter og håndverkere en plattform for å selge sine varer

Pop-up butikker: **Midlertidige butikker** eller **kiosker** kan gi små bedrifter og **startups** en mulighet til å **teste markedet** uten store investeringer

Kulturelle arrangementer: **Konsserter, teaterforestillinger**, og **kunstutstillinger** kan trekke folk til torget, noe som igjen kan øke trafikken til nærliggende butikker og restauranter

Matboder og food trucks: Disse kan tilby et variert utvalg av mat og drikke, og **skape en livlig atmosfære** på torget.

Samarbeid med lokale bedrifter: **Kommunen kan samarbeide med lokale bedrifter for å arrangere spesielle kampanjer eller arrangementer** som kan dra nytte av torgets sentrale beliggenhet

Fleksible arbeidsområder: Opprette **midlertidige arbeidsområder** eller **coworking-spaces** kan tiltrekke seg frilansere og små bedrifter som ønsker å jobbe i et dynamisk miljø

Ved å bruke torget på disse måtene, kan kommunen skape et levende og attraktivt sentrum som støtter lokal næringsutvikling og styrker fellesskapet.



Arrangement som samler folk

1. **Musikkonsserter:** Live musikkopptredener, som Torgkonserten i Halden, kan skape en fantastisk atmosfære og trekke store folkemengder¹.
2. **Matfestivaler:** Arrangementer som samler lokale matleverandører og food trucks kan være svært populære. Folk elsker å prøve nye retter og nyte god mat i en sosial setting².
3. **Kunst- og håndverksmesser:** Disse messene gir lokale kunstnere og håndverkere en plattform for å vise frem og selge sine verk. Det kan også inkludere live demonstrasjoner og workshops³.
4. **Bondens marked:** Regelmessige markeder hvor lokale bønder selger ferske råvarer og produkter direkte til forbrukerne er alltid en hit².
5. **Kulturelle festivaler:** Festivaler som feirer ulike kulturer med musikk, dans, mat og kunst kan tiltrekke seg et bredt publikum og skape en livlig atmosfære³.
6. **Sportsarrangementer:** Offentlige visninger av store sportsbegivenheter, som VM eller OL, kan samle sportsentusiaster til felles opplevelser².
7. **Familiedager:** Arrangementer med aktiviteter for barn, som ansiktsmaling, leker og underholdning, kan være svært populære blant familier³.



Mulige samarbeidsprosjekt

- fra Serveringsbransjen?

1. Spis ute uken
2. Vin og tapas festival, en dag hvert sted
3. Matfestival – helg eller uke
4. Kunst og mat festival
5. Grilluken
6. Smaksreisen, dag, buss fra sted til sted
7. ??



Butikker og økt handel

1. Handle lokalt-kampanjen:

- **Merkur-programmet** gjennomfører årlig en nasjonal kampanje under slagordet “Handle lokalt”. Kampanjen fokuserer på viktigheten av lokale butikker som møteplasser og servicesentre. [Butikker deltar ved å tilby spesielle tilbud, servere kaffe og kaker, og arrangere aktiviteter som quiz og konkurranser¹.](#)

2. “Elleville Dager”:

- En kampanje som ofte brukes av kjøpesentre og lokale butikker for å tiltrekke kunder med store rabatter og spesialtilbud. [Denne typen kampanje skaper mye oppmerksomhet og trekker folk til butikkene².](#)

- Merkur-programmet for utvikling av distriktsbutikker ble etablert i 1995, som en videreføring av tidligere statlige støtteordninger for dagligvarehandel i Distrikts-Norge.

3. “Shop Small” av American Express:

- Selv om dette er en internasjonal kampanje, har den hatt stor suksess i Norge også. [Kampanjen oppfordrer folk til å handle i små, lokale butikker ved å tilby insentiver som cashback eller spesielle rabatter for bruk av American Express-kort².](#)

4. Lokale markeder og festivaler:

Mange kommuner arrangerer markeder og festivaler som fremmer lokale produkter og tjenester. [Disse arrangementene gir lokale bedrifter en plattform for å vise frem produktene sine og tiltrekke seg nye kunder](#)

