

Sektornytt

NYHETSREVY FRA SEKTOR EIENDOMSUTVIKLING AS • SEKTOR.NO

2013

UTGAVE NR. 2

SEKTOR SHOPPER VIDERE

LES MER PÅ S. 2-3

DOWN TOWN

KONKURRENTER PÅ SAMME LAG

LES MER PÅ S. 4-5

SUKSESSEN KILDEN FÅR MER Plass

LES MER PÅ S. 6



GULLKAMPANJE I SOLAL
LES MER PÅ S. 9



SEKTOR
EIENDOMSUTVIKLING



EIRIK THRYGG

Adm. dir. Sektor Eiendomsutvikling

JO DA, STØRRELSEN TELLER...

Nok en gang kan vi ønske nye sentre velkommen til Sektor-familien. Denne gangen er det de fire kjøpesentrene Buskerud Storsenter, Krokstad Senter, Magasinet Drammen og Down Town i Porsgrunn, som ble kjøpt. De tre første kjenner vi allerede meget godt gjennom forvaltningsansvaret vi har hatt for dem, mens Down Town er et nytt senter på laget. I tillegg overtar vi i september forvaltningsansvaret for City Syd, Tiller Torget og Ivar Lykkes vei 5 i Trondheim. Dermed styrker vi vår tilstedeværelse i markedene i Buskerud, Trønderlag og Telemark.

I denne utgaven av Sektornytt kan du lese om hvorfor vi ønsker å vokse og hvorfor størrelsen teller i vår bransje. Med flere sentre i samme område er det ikke unaturlig at noen vil oppleve å være konkurrenter selv om de tilhører samme lag. Du kan lese mer om hvordan kjøpesentrene våre i Drammensregionen både konkurrerer og samarbeider ved å utnytte de stordriftsfordelene sentrene har gjennom å være en del av Sektorfamilien.

Vårt reklamebyrå Centerteam har sammen med Magasinet Drammen og Strandtorget på Lillehammer, vært i London og hentet hjem to gull under den prestisjetunge Solal Marketing Awards. Prisen fikk de for arbeidene med Magasinet Drammen sin Rosa sløyfe-kampanje og Strandtorget sin kundetilfredshets-kampanje. Vi gratulerer!

Det er sommer, og mange av våre sentre har lagt planer for hvordan de skal vinne sommeren. Vi har snakket med tre senterledere og hørt hvilke planer de har for å trekke til seg kunder.

Jeg vil ønske alle en riktig god sommer og godt salg.

Kolofon

Ansvarlig redaktør: Marianne Mazarino Håkonsen

Tekst: PR-operatørene

Foto: Atle Richter Schie, Jon Skille Amundsen, Haakon Brox, Lasse Berre og Mari Vold

Design: Centerteam / Frank Heggernes

Trykk: 07 Gruppen



SEKTOR SHOPPER VIDERE

Eierne bak Sektor Eiendomsutvikling har handlet kjøpesentre for 11 milliarder kroner de siste fem månedene. –Det viser at vi har store ambisjoner, sier styreleder Petter A. Stordalen i Sektor Holding AS.

Sektor Holding AS kjøpte Sektor Eiendomsutvikling for om lag sju milliarder i november 2012, og har i ettertid kjøpt kjøpesentre for nærmere fire milliarder kroner.

Sist ut er kjøpene av de fire kjøpesentrene Buskerud Storsenter, Krogstad senter, Magasinet Drammen og Down Town i Porsgrunn. Den samlede prisen er på 1,75 milliarder kroner, og selger er Storebrand Livsforsikring.

– Med Sektors forvaltnings- og utviklingskompetanse vil sentrene som nå er kjøpt utvikles til det beste for både kundene, leietakerne, og investorene, sier styreleder Stordalen.

I tillegg til kjøpet av de fire sentrene, skal Sektor Eiendomsutvikling f.o.m. september i år forvalte kjøpesentrene City Syd, Tiller Torget og Ivar Lykkes vei 5 for Storebrand.

Øker omsetningen kraftig

Som en følge av kjøpene og de nye forvaltningskontraktene vil Sektor øke sin omsetning med fem milliarder fra i fjor til i år, og vil dermed befeste sin posisjon om Norges nest største kjøpesenteraktør.

– Kjøpesenterbransjen er inne i en spennende utvikling og vi ser lyst på fremtiden med en stor og attraktiv senterportefølje og et erfarent lag med ansatte med inngående kunnskap om markedet. Vi vil med dette kjøpet og en ny forvaltningsavtale runde 20 milliarder i årlig senteromsetning, få attraktive utviklingsprosjekter og flere spennende muligheter for våre leietakere. Vi får nå en solid posisjon med hele 32 av Norges største kjøpesentre, sier Eirik Thrygg som er administrerende direktør i Sektor Eiendomsutvikling AS.

– Da vi gikk inn på eiersiden i Sektor i november sa jeg at det på mange måter var som å komme hjem. Med disse oppkjøpene er det nesten blitt bokstavelig. Jeg startet min karriere som senterleder på City Syd i Trondheim og jeg glemmer aldri måten jeg ble tatt i mot på da jeg kom til byen i 1987. Når vi i tillegg nå kjøper Down Town i fødebyen min Porsgrunn er jo hjemkomsten komplett, sier Stordalen.

Kjøpesentre med utviklingsmuligheter

Down Town ligger i hjerte av Grenland, nær Porsgrunn sentrum, og hadde med sine 90 butikker en omsetning i 2012 på 867 millioner kroner. Det samlede butikkarealet er på nær 30 000 kvadratmeter, og senteret har over 1 200 parkeringsplasser. Senteret feirer i år 25-årsjubileum, og har siden åpningen blitt utvidet og oppgradert en rekke ganger, og fremstår i dag som et moderne og innbydende shoppingssenter.

Buskerud Storsenter og Krogstad Senter har til sammen et samlet butikkareal på 35 600 kvm og markedsføres i dag som et senter. Sentrene har til sammen nær 90 butikker og er Buskeruds ledende kjøpesentre med en omsetning på nesten 1,2 milliarder kroner. Et planlagt prosjekt gir senteret spennende utviklingsmuligheter i konkurranse med andre sentre i Buskerud. De to sentrene forvaltes allerede av Sektor Eiendomsutvikling.

Magasinet Drammen har en unik beliggenhet midt i hjertet av Drammen sentrum og omsatte i 2012 for 419 millioner kroner. Senteret har 62 butikker og er møteplassen for de som er opptatt av moter og trender. Med et butikkareal på 12.000 kvm og 190 parkeringsplasser tiltrekker senteret seg kunder fra Drammen og omegn. Sektor Eiendomsutvikling har forvaltet senteret i lengre tid og kjenner derfor senteret godt.

Tar over forvaltning i Trondheim

City syd er Midt-Norges største kjøpesenter med 70 butikker. Senteret hadde en omsetning på i overkant av to milliarder kroner i 2012.

Tiller Torget kjøpesenter ligger i Trondheim og har 19 butikker fordelt over 36 600 kvadratmeter med hovedvekt på hjem og fritid. Senteret ligger i Ivar Lykkes vei 3, og har 500 parkeringsplasser.

Ivar Lykkes vei 5 er en eiendom som er nært tilknyttet Tiller Torg og er på nesten 12 000 kvadratmeter. Senteret har fem store leietakere i Expert, Europris, XXL, Kiwi og et solarium.



De tre nye sentrene i Trondheim har til sammen 94 leietakere og en omsetning på godt over 2 milliarder.



ROSA, ROSA, ROSA: NÅ ER DET 3-DAGERS SHOPPINGVÆRSEL PÅ 3 SENTER!

**VINN SHOPPING
FOR 3 X 3000 KRONER:**

3 sentre, 3 konkurranser,
OG ekstrajansje for de som deltar i alle 3!

Se våre Facebooksider for mer informasjon.



**TORS DAG FREDAG LØRDAG
18.-20. OKTOBER**

SISTE INNSPURT I DAG!



Se etter våre senteraviser som kom ut på onsdag: Underholdning, konkurranser og ikke minst LAVE PRISER OG STORE TILBUD. Du kan også lese dem på våre hjemmesider.

BUSKERUD
STORSENTER

KROKSTAD
SENTER

magasinet

LIERTOPPEN
KJØPSENTER

Buskerud Storsenter og Krokstad senter,
Magasinet Drammen og Liertoppen sto
sammen om 3-dagers kampanjen i Drammen

Kilden og Stadionparken gikk sammen om en
kampanje i Stavanger under 3-dagers i uke 12.



stadion
parken

**3 DAGER
SHOPPING
VÆRSEL**

Velkommen til
lave priser og
store tilbud!

stadion parken kildøn



**TORS DAG FREDAG LØRDAG
14.-16. MARS**

KONKURRENTER PÅ SAMME LAG

Sektor vokser, og det gjør at en del sentre vil oppleve at de konkurrer mer med hverandre. I Drammensregionen har samarbeidet allerede gitt resultater.



Marianne Håkonsen
Markedsdirektør
Sektor Eiendomsutvikling

– Marit Bjørgen og Therese Johaug gjør hverandre bedre selv om de også er konkurrenter. Det skal vi også gjøre, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen.

– De beste resultatene oppnås ved å jobbe godt sammen med andre, og slik er det også for oss.

Alle liker å være en del av et lag som vokser og lykkes, og vi mener at et større Sektor gir oss alle større muligheter, sier Mazarino Håkonsen.

Ikke et nullsumspill

Det er lett å tenke at i en konkurransesituasjon så vil en vinne og en tape. Slik er det ikke nødvendigvis, mener førsteamanuensis Jan Ketil Arnulf ved Institutt for ledelse og organisasjon ved Handelshøyskolen BI. Han er en av Norges fremste eksperter på team, samarbeid og utvikling.

– Det er ikke bare i idrettens verden at vi ser at konkurrenter kan samarbeide godt og gjøre hverandre bedre selv om de konkurrerer hardt mot hverandre. Også innen næringslivet ser vi at konkurrerende bedrifter som etablerer seg i nærheten av hverandre kan oppleve en positiv effekt, sier Arnulf.

– Når våre eiere bruker så store summer på kjøpesentre så gjør de det basert på grundige vurderinger. Vi i Sektor skal sørge for at alle muligheter blir utnyttet og godt ivaretatt selv om sentrene konkurrerer i samme marked. Dette har vi bevist før at vi klarer, og vi vil lykkes videre med dette gjennom godt samarbeid, sier Mazarino Håkonsen.

Suksessoppskrifter

Starbucks er et eksempel på hvordan konkurranse ikke trenger å skape en vinner og taper-situasjon.

– De har over 17 500 kafeer, og mange av dem ligger på hvert sitt hjørne av den samme gaten. De har klart å etablere seg gjennom sitt eget nærvær, og det finnes mange kommersielle eksempler på at det å nå ut til større kundegrupper kan slå positivt ut for alle, sier Arnulf.

For et større fellesskap gir fordeler som de som er færre eller står alene ikke har.

– En utfordring er at siden du ikke har så mange å sammenligne deg med, er faren stor for at du ikke driver så optimalt som du kanskje tror. Det å være flere sammen gir økt tilgang til data, flere detaljer, det er enklere å se hvor bra eller dårlig man er og det gjør det mulig å isolere suksessfaktorer slik at de beste kan dele kunnskapen om hvorfor de lykkes, sier Arnulf. >>>

STØRRE KJØPESENTERPORTEFØLJE GIR FORDELER SOM;



Skal dele – men ikke alt

– Vi har vært og er opptatt av å dele erfaringer, men vi er også klar over hvert enkelt senter ikke skal måtte dele all taktikken med nabosenteret. Det er som når et sykkellag vinner et løp – det er ofte taktikken og styrken på slutten som avgjør hvem fra laget som vinner, men frem dit har hele laget jobbet sammen. På samme måte skal vi dele erfaringer og gjøre hverandre gode, men taktikken foran den siste avgjørende spurten skal hvert senter fortsatt ha for seg selv, sier Mazarino Håkonsen.

Og for at laget Sektor skal fortsette sin vellykkete ferd er det viktig at tilliten mellom sentrene og ledelsen er stor.

– For å lykkes må det bygges team-spirit, og der er tillit et nøkkelord. Det må være et tillitsforhold både mellom sentrene og sentrene og ledelsen. Tillit bygges langsomt, men brytes ned raskt. Det er et kinesisk ordtak som heter at det er lett å gjøre et akvarium til fiskesuppe, men det er vanskelig å gjøre det motsatte. Så lenge det er tillit mellom de ulike sentrene og ledelsen bør dette gå bra, mener Arnulf.

– Vi er veldig klar over at enkelte vil havne i en litt ny situasjon og vil fremover jobbe ekstra for å sikre at alle nye og «gamle» sentre skal bli en naturlig del av samarbeidet. Samtidig er det også slik at når vi vokser som vi gjør vil det både for Sektor og for senterledelsen være stadig viktigere å tenke strategisk og være opptatt av de regionale sammenhengene, sier Mazarino Håkonsen.

Lager felleskap

I Drammensregionen har det allerede vært konkurranse mellom en rekke Sektorsentre, og erfaringen til senterleder Lennarth Georg Nilsen Gryting ved Magasinet Drammen er at det har sine fordeler.

– Vi har blant annet samarbeidet om annonsering rundt 3-dagers kampanjen og i tillegg har vi hatt felles kick off for alle ansatte. Jeg mener det er langt bedre og enklere å samarbeide når vi har den samme eieren. Når vi samarbeider og på den måten drar flere besøkende til sentrum så er det positivt for alle. Så får vi heller «krige» internt når det gjelder det som skjer i butikkene, sier senterleder Nilsen Gryting.

DELER PÅ GRENLAND

Med oppkjøpet av Down Town i Porsgrunn eier Sektor tre kjøpesentre i Grenlandsområdet. Det vil ikke bli et problem mener senterlederene ved de to største.

Selv om Herkules er store i Skien og Down Town er store i Porsgrunn så konkurrer de til en viss grad om kundegruppen som ligger midt i mellom sentrene.

– Det har alltid vært en hyggelig tone oss i mellom, og jeg tror bare at dette kommer til å skape en sunn intern konkurranse – vi kommer jo fortsatt til å være selvstendige kjøpesentre, sier senterleder Ronny Sundvall på Herkules.

Det er Down Town sin senterleder Bent Rosenberg helt enig i.

– For oss er det at vi nå har samme eier helt uproblematisk. Kundene våre er nok i liten grad klar over eller opptatt av hvem det er som eier oss – det er merkevaren til hvert senter som betyr mest, sier Rosenberg.

Det å ha samme eier kan også gi et lavere kostnadsnivå på sikt.

– Fordelen er at vi sammen kan få enda bedre avtaler med media når det gjelder kjøp av annonser og det er også noe som kommer leietakerne til gode. I tillegg vil vi jo dele mer av erfaringene slik at vi har mulighet til å lære av hverandre, sier Sundvall.

Senterleder ved det tredje Sektor-senteret i området, Thomas Aasland på Lietorvet, ser spesielt positivt på mulighetene som ligger i å kjøre større kampanjer sammen slik det allerede gjøres i Drammensregionen og i Stavanger.

– Det gir oss større slagkraft når vi er tre sentre som kan samarbeide om gjennomføringen og annonseringen, det vil skape mer synlighet i hele regionen, sier Aasland.

Den tidligere eieren av Down Town har i flere år jobbet med spennende utbyggingsplaner, og Sektor-ledelsen etter oppkjøpet allerede hatt møte med kommunen for å ta prosessen videre.

– Sektor har gjort en helt suveren jobb i Skien med å bygge opp Herkules, og vi gleder oss til å se nærmere hva slags planer de har for oss. Sektor sin styreformann Petter A. Stordalen er jo viden kjent for å ha startet sin karriere som jordbærseiger her i Porsgrunn og han elsker hjembyen sin – det er jo ingen ulempe for oss, sier en optimistisk Rosenberg som gleder seg til fortsettelsen.

SUKSESSEN KILDEN FÅR MER Plass



Tor Nickelsen
Eiendomsdirektør
Sektor Eiendomsutvikling

Stavanger og Hillevåg bydel vokser, og det gjør at Kilden kjøpesenter skal igjennom en omfattende utvidelse og oppgradering for å tilfredsstille kjøpelystne rogalendinger.

Stavanger by med nære omland består av om lag 100 000 innbyggere, og av disse er 20 000 nærkunder til Kilden i Hillevåg bydel. Bydelen skal i tillegg etter kommunens planer vokse med ytterligere 10 000 boliger i fremtiden. Kilden er markedsleder og har sin naturlige kundegravitasjon fra lokalområdet, og for å opprettholde denne posisjonen er det helt avgjørende å videreutvikle senteret.

– Kilden har hatt en svært positiv utvikling i både omsetning og leieinntekter over lengre tid. Positive tendenser i næringslivet og gode vekstvilkår for befolkningen gjør Stavanger til et spennende område for satsning på handel. Når markedet dobles så tar vi selvfølgelig den muligheten, sier eiendomsdirektør Tor Nickelsen i Sektor Eiendomsutvikling.

Styrke posisjonen som bydelssenter

Det nye prosjektet betyr en utvidelse på 8 200 kvadratmeter fordelt på fem etasjer. De nye etasjene vil korrespondere med eksisterende handels- og fellesareal, og vil være en naturlig utvidelse av dagens handlemønster. I tillegg skal 5 000 kvadratmeter av eksisterende Kilden igjennom en oppgradering av gulv i fellesareal og butikkfronter for å fornye senterets uttrykk og atmosfære.

– Vi ønsker også å styrke senterets posisjon som bydelssenter. Det skal inneholde funksjoner som kan tilfredsstille hverdagslige behov og gjøremål. Utvidelsen av Kilden vil styrke bransjemiksen, og tilføre senteret et større utvalg av butikker innen både tekstil, sko og faghandel. Det vil også bli rom for å øke andelen innen mat- og serveringstilbud, samt tilføre noe helt nytt på Kilden – nemlig trening og helse, sier Nickelsen.

Miljø i sentrum

Prosjektet er planlagt gjennomført med høy miljøprofil, og skal sertifiseres etter BREEAM NOR med mål om karakteren «Very Good».

– Lavenergiløsninger for lys og tekniske anlegg har fått høy prioritet, og videre er det planlagt utstrakt bruk av miljøvennlige materialer. Vi stiller

også strenge organisatoriske krav til entreprenøren for gjennomføring av prosjektet på en mest mulig miljøvennlig måte, forteller eiendomsdirektøren.

Stor interesse

Kilden har gjennom sin sterke vekst de siste 15 årene markert seg som et meget interessant senter for både kjedebutikker og enkeltstående nisjebutikker. Sektor mottar mange henvendelser fra lokale og nasjonale interessenter som ønsker å etablere på senteret i tillegg til at flere av de eksisterende nettverkene ønsker å utvide sine virksomheter.

– Tall viser at en større andel av handelen i Hillevåg foregår på kjøpesenter enn ellers i landet. Samtidig er antall salgsareal per innbygger i bydelen under snittet i regionen. Dette underbygger Kilden sin posisjon, og potensialet som ligger i en videreutvikling, sier Nickelsen.

Kilden har i løpet av perioden fra 1998 og frem til i dag hatt en omsetningsvekst fra 280 millioner til 742 millioner kroner. Prognosene til Sektor viser at senteret vil øke omsetningen ytterligere med den planlagte utvidelsen. Hvis alt går som planlagt vil grunnarbeidet til nye Kilden starte i september og overtakelse vil skje våren 2015.



Når markedet dobles så tar vi selvfølgelig den muligheten



GJØR CC VAREHUS NYTT

CC Varehus skal få en velfortjent oppgradering for å sikre seg en større del av handelen i Drammen.

CC er et av Norges eldste kjøpesenter, og da nye eiere kjøpte senteret i 2012 var det klart at det var behov for en større renovering. Nå er planene godkjent både av kommunen og fylkesmannen, og arbeidet med å gjennomføre prosjektet kan starte.

– CC er et godt drevet og sterkt lokalsenter, men mens Drammen har utviklet seg voldsomt har kjøpesenteret utviklingsmessig stått ganske så stille. Senteret har en svært god beliggenhet og dette er en del av satsingen på å gjøre storsentrum av Drammen til et viktigere handelssted, sier eiendomsdirektør Ketil Wold i Sektor Eiendomsutvikling.

Potensialet til senteret er stort, ikke minst fordi nærmere 80 000 biler i døgnet passerer på E18 og tilstøtende veier som ligger like ved. Prosjektet som nå er godkjent vil gjøre at senteret vil fremstå som nytt når arbeidet er ferdig. Det skal også utvides noe, men det viktigste er å få utnyttet arealet på en langt bedre måte. Målet er å gjøre senteret mer attraktivt for både kunder og leietakere, og trekke til seg flere kunder i det som er en av Norges raskest voksende byer.

– I plan 1 skal vi ivareta de senterfunksjonene som vi har i dag. I plan 2 skal vi legge til rette for butikker som typisk etablerer seg i «Bigbox» eiendommer – det vil si kjeder som vanligvis bygger store butikker utenfor sentrum. Det er ikke klart hvem som flytter inn, men vi arbeider med flere spennende aktører og interessen er god for prosjektet. Det er sjelden at denne type butikker har anledning til sentrumsnære etableringer, men det får vi altså til på nye CC Varehus, sier Wold.



Dette er en del av satsingen på å gjøre storsentrum av Drammen til et viktigere handelssted.

Han regner med at oppgraderingen og utbyggingen vil starte i andre kvartal 2014, og når prosjektet er gjennomført vil CC Varehus ha et utleieareal på om lag 21 500 kvadratmeter.

SLIK VINNER VI SOMMEREN!

DJ, tivoli, skateshow og aktiviteter for barnefamilier er noe av det våre senterledere planlegger for å trekke til seg ekstra mange sommergjester. Vi har bedt tre senterledere dele sine tips og erfaringer med sommersalget.



Heidi Steen
Senterleder Solsiden

Senterleder ved Solsiden Kjøpesenter i Trondheim, Heidi Steen

SOMMERGUIDE TIL SOLSIDEN

Sommer og Solsiden hører sammen. Både tilreisende og lokale trekker hit når varmen kommer, og enten du skal shoppe, spise, drikke eller sove så er dette stedet å være i Trondheim. Vi har alle tilbud – og det gir liv og røre hele døgnet.

Solsiden og Sektor har satt i gang en større relansering av profilen for Solsiden Kjøpesenter – hvor også restauranter og omgivelsene er inkludert. Målsettingen er helt klar – flere kunder og flere gjester. En del av den satsingen er at vi har laget en sommerguide på over 90 sider som skal ut i hele Trondheimsområdet. Vi som kjøpesenter er

hovedavsender, men hele bydelen Solsiden har gått sammen om guiden. Den viser mangfoldet på Solsiden, og hva området i sin helhet har å by på – alt fra butikker, SPA, restauranter, hotell, museum, konsertscener, klinikk, uteliv og servicebedrifter. Her går solen aldri ned – vi er Trondheims Aker brygge, men med et skikkelig shoppingtilbud.

I tillegg har vi det årlige sommermarked i juni. Da flytter butikkene ut, det er salgsstander og aktiviteter for både små og store. Det er en viktig tid for oss – da har folk fått både ferie- og skattepenger, sier senterleder Heidi Steen.



Mette Kiilerich
Senterleder Trekanten

Senterleder ved Trekanten i Asker, Mette Kiilerich

AKTIVITETER I JUNI REDDER SOMMEREN

Trekanten er et typisk nærsenter og vi merker at omsetningen faller i juli. Da reiser rett og slett folk på hytta og hele kommunen går litt på tomgang. Det gjør juni til en ekstra viktig måned for oss, og da stiger også omsetningen. Folk får feriepengene og skatteoppgjør, og derfor kjører vi på med markedsføring på nett, mobil og i avisen for å sikre at noen av de ekstra pengene brukes her.

I juni skjer det mye – vi har Superbazar lørdag 15 med DJ som spiller smektende sommerhits, konsert med vinnerne fra talentiaden, barneshow og selvfølgelig fyrer vi opp grillen. Butikkene trekker ut

på torget med sine mange fristelser og uteservering med noe for enhver smak. I tillegg skjer det mye i sentrum i juni – det er sandvolleyballturneringen som vi er med å sponse, bondens marked, fairtrade-dag, miljø-dag og matfestival. Det trekker folk til torget hvor vi ligger sentralt plassert.

Været er veldig viktig, spesielt når det skjer mye i sentrum. Begynner det å regne da blir det nærmest julestemning her inne med folk overalt, men det er nå likevel mest gøy når sola skinner og butikkene våre kan trekke ut. Det skaper mer av en opplevelse hos kundene som vi får betalt også senere, sier Kiilerich.



Kamilla Tarvang Aagaard
Senterleder Stopp Tune

Senterleder ved Stopp Tune i Sarpsborg, Kamilla Tarvang Aagaard

SATSER PÅ DE TILREISENDE

Vi er et senter som ligger rett ved E6 og det er mange hytteturister i Fredrikstad og Hvaler-området som besøker oss i sommermånedene. Det gjør at vi retter oss inn mot denne gruppen ved at blant annet Meny har et ekstra stort utvalg av grillmat og sportsbutikkene prioriterer å vise frem det de ferierende trenger enten det er fiskeutstyr eller baderinger. Vi reklamerer også i hyttemagasiner og turistguiden for Sarpsborg.

I tillegg samarbeider med attraksjoner vi har rundt oss – et stort badeland og det populærvitenskapelige

opplevelsessenteret INSPIRIA trekker til seg tusenvis av barnefamilier som det er viktig for oss å nå ut til.

Været påvirker kundestrømmen, men erfaringen viser at det beste er å ha litt variasjon. Hytteturister og båtfolket trekker ofte til kjøpesenteret hvis det regner og kjedsomheten på hytta setter inn, men vi trenger også sol og sommer for å få solgt unna sommerkolleksjonene. Uansett vær – vi er klare til å ta imot kundene og yte den gode servicen vi har blitt kjent for, sier Tarvang Aagaard.

KAMPANJER SOM STO TIL GULL

- Det er første gangen Sektor deltar i en internasjonal konkurranse som denne. Når vi da i tillegg vinner to gull er det dobbelt så moro og man er dobbelt så stolt over det arbeidet som er lagt ned med disse kampanjene, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen.



Fra venstre: Prosjektleder sosiale medier Jørgen Nesklev, adm. direktør Christoffer Kvarberg og art director Jon Antonsen i Centerteam Reklamebyrå.



Terje Gulbrandsen og Marianne Håkonsen

RETAIL - SØLV TIL SEKTOR EIENDOMS- UTVIKLING

Sektor Eiendomsutvikling vant sølv under Retailprisen for arbeidet med å gjenskape kjøpesenterlivet på Facebook.

- Vi ønsket å finne frem til en løsning der vi kunne legge til rette for å skape en direkte kanal til alle ansatte hos leietakerne på de respektive kjøpesentrene våre. Butikkmedarbeiderne er ikke ansatt i Sektor Eiendomsutvikling, men derimot de ulike leietakerne og det kan derfor være en utfordring å nå alle på en effektiv måte, sier Marianne Mazarino Håkonsen som er markedsdirektør i Sektor Eiendomsutvikling.

En ny kommunikasjonskanal for ansatte på kjøpesentre, der flertallet ikke har tilgang til PC med internett-tilkobling i arbeidstiden og heller ikke ville hatt tid til å sette seg foran maskinen, måtte løses via mobiltelefonen. Det å introdusere en helt ny kanal ville vært lite gunstig, derfor ble løsningen å se etter noe målgruppen allerede bruker. Samtidig måtte løsningen være engasjerende, slik at de ansatte selv ville være med å fylle den med innhold, og dermed bli en attraktiv kanal å bruke også utenom arbeidstiden.

- Vi valgte å ta i bruk en kanal flertallet av de ansatte allerede brukte aktivt. Samtidig ble det tidlig bestemt at Sektor Eiendomsutvikling burde profilere av mennesker som allerede var kjent for de ansatte, og som uansett har nok styringsstruktur å forholde seg til på et senter. Gjennom senterledelsen skulle Sektor møte menneskene der de allerede var, både fysisk og digitalt: Gjennom å gjenskape det helt særegne senterlivet i egne lukkede grupper på Facebook, sier Håkonsen, som har samarbeidet med PR-operatørene på dette prosjektet.

Kunden har alltid rett

- At kunden alltid har rett er et godt motto, og det har vist seg at det å også lytte til hva kundene sier faktisk leder til gull. Vi visste vi stod overfor en viktig kommunikasjonsjobb etter at vi reåpnet senteret, og ideen om å tydelig vise kundene at vi lytter til de har vært en suksess ikke bare hos jurymedlemmer for reklamepriser, men også hos våre kunder, sier Erik Skjellerud som er senterleder ved Strandtorget i Lillehammer. Senteret har økt omsetningen med ca. 120 millioner siden reåpningen, og har også økt kundetilfredshet.

Pupper i Drammen

Hos Magasinet Drammen var det de kvinnelige ansatte ved senteret som fikk hovedrollen i kampanjen som markerte støtte til Rosa sløyfeaksjonen. Der kastet 40 kvinner overdelen og lot seg fotografere i kampen mot brystkreft. Kampanjen hadde stor eksponering på senteret og vakte også oppsikt langt utover kjøpesenteret.

- Vi ville gjøre noe for å vekke oppmerksomhet rundt Rosa sløyfeaksjonen, og der Magasinet Drammen tydelig viste solidaritet både med de som rammes av brystkreft og i kampen mot sykdommen. Majoriteten av de ansatte ved kjøpesenteret er kvinner og oppslutningen om kampanjen var stor. At kampanjen nå har blitt hedret internasjonalt med gull viser at vi har fått til det vi ønsket, nemlig det å øke oppmerksomheten rundt et viktig tema, sier Lennarth Gryting, senterleder Magasinet Drammen.

CUSTOMER SATISFACTION SURVEY CAMPAIGN STRANDTORGET

Lillehammer, Norway

Owner: Niam Fund V
Management Company:
Sektor Eiendomsutvikling

Strandtorget's unusual and sometimes humorous campaign incorporated the results of their customer satisfaction survey into a marketing campaign. A series of full page newspaper ads communicated both positive and negative feedback, reinforcing the centre's desire to build on the trust and loyalty they already enjoyed.

- Dette er to kampanjer som har blitt lagt merke til og hedret i norsk bransjesammenheng tidligere, og når vi nå har hevdet oss internasjonalt er det på mange måter prikken over i en. Vi vet at innovasjon og effekt vektlegges i betydelig grad for å nå hele veien i Solal Marketing Awards. Det er noe vi også strekker oss etter i vårt arbeid, fordi kampanje vi utvikler skal utløse handling, bokstavelig talt, sier Christoffer Kvarberg adm. dir. i Centerteam Reklamebyrå.

Tidligere i våres fikk de samme kampanjene sølv i konkurransen Sterk Reklame.

PINK RIBBON CAMPAIGN MAGASINET DRAMMEN AS

Drammen, Norway

Owner: Storebrand
Management Company: Sektor Eiendomsutvikling

As part of Magasinet Drammen's unique Pink Ribbon Campaign, photographs of their female staff's breasts were on display with the caption: Today we show you the breasts of 40 of our employees. We want to keep every single one of them. The campaign generated widespread press coverage, as well as support from partners and enthusiastic customers.



SITT HVOR DU VIL, SPIS HVA DU VIL



Med hele 220 sitteplasser kan nå Herkules friste sine kunder med ny Foodcourt for alle som trenger en matbit.

I en Foodcourt samles restaurantene om et felles spiseområde. Det er utbredt i Europa, og blir trolig mer og mer vanlig i Norge også.

– Fordelen med en Foodcourt er at du kan sitte sammen med venner og kjente uten at dere trenger å spise mat fra samme serveringssted. Velg akkurat det du ønsker deg og sitt hvor og med hvem du vil, sier senterleder Ronny Sundvall.

Det er serveringsstedene Fattigmann, Mr.Wok, Burgy og Kremen Smoothie- og kaffebar som er en del av den nye Foodcourten som skal være helt ferdig i løpet av mai.

– I tillegg har vi serveringsstedene Herkules Kafe, Klosterstua Kafe, La Baguette, Mc Donald's og Peppes Pizza. Gode og hyggelige serveringssteder er viktig for å lykkes som kjøpesenter, og med den nye Foodcourten har vi nok en grunn til at folk bør velge Herkules, sier Sundvall.



RORBUSTEMNING PÅ LIETORVET



Stemningen var stor da Lietorvet serverte gratis bacalao til kundene sine.

– Vi har gjort dette i flere år og det blir stadig mer populært. Med levende musikk, konferansier som forteller rorbuhistorier og kulisser som skaper et ordentlig rorbumiljø er dette vår måte å vise at vi setter ekstra pris på kundene, sier senterleder Thomas Aasland.

Bacalao-festen er i utgangspunktet ikke en salgsaktivitet, men butikkene drar nytte av at det trekkes ekstra mange mennesker inn på kjøpesenteret. Mange butikker annonserer og har andre aktiviteter både i egne butikker og på torget i tilknytning til festen. – Tilbakemeldingene fra både kunder og leietakere er veldig positive, så til neste år kan skiensfolket igjen glede seg til gratis bacalao, sier Aasland.

SEKTORS VERKTØYKASSE:



Sektor Eiendomsutvikling ønsker nye butikker med lokale gründere som bidrar til et større mangfold i våre kjøpesentre. Derfor har vi laget et Gründerkit som vi gir til de vi har tro på. Les mer på sektor.no



Dette er en kjøpsutløsende kanal sett av over 53 millioner kunder årlig! Huset som Medie gir en unik mulighet til å eksponere produkter og kampanjer i markedsflater og markeds plasser på mer enn 26 Sektor-sentre.



Vi gjennomfører 2 kampanjer i 2013 og satser alt på at kampanjen gir positiv omsetningseffekt. I uke 42 skal nå alle Sektor-sentre gjennomføre den rosa kampanjevarianten, det blir garantert mye bra tilbud og aktiviteter.



Nå kan du kjøpe annonseplass i et magasin som gis ut av 17 Sektor-sentre samtidig! Hver utgivelse kommer i et opplag på ca 400.000 og støttes av en stor kampanje på hvert senter.

PLANLAGTE BUTIKKÅPNINGER

Trekanten:

- Anton Sport åpnet ny butikk i slutten av mai

Herkules:

- New Yorker åpner i løpet av høsten
- Kremmerhuset åpner i løpet av september

Solsiden:

- Blue Diamond åpner i juni

Stadionparken:

- Høyer åpner i september
- SABI Sushi åpner i juni

Storbyen:

- Apotek 1 åpnet i mai 2013

Kuben:

- Søstre Grene åpner i oktober
- Nille utvider og åpner ny, stor butikk på 350 kvm i september

Linderud:

- BikBok åpner i oktober 2013

Stop:

- Change åpner i løpet av våren 2013

Kolbotn:

- Høyer åpnet ny butikk i april
- Ocean Home åpnet i mai

Magasinet Drammen:

- Feel åpnet i mai

Torget Vest:

- Michelle Cool Beauty åpner i juni

Heiane:

- Clas Ohlson åpner i juni

Holmen:

- Yes! vi leker med Panduro åpner i slutten av mai

TWITRET:

tough barton@Tuftebarten

Fikk lyst til å kjøpe meg nye adidassko. Så gikk jeg forbi et skilt som sa "Just do it." Så da gjorde jeg det.



NY BUTIKK

APOTEK 1
Vår kunnskap - din trygghet



Apoteker er ikke hva de var – de har blitt bedre og større. På Storbyen åpnet nylig Apotek 1 Bjørnen i nye lokaler.

– Tidligere var et apotek bare et sted man reise for å hente resepten sin. Nå er moderne apotek noe mer – utvalget er langt større og kundene får mer personlig rådgivning, sier Torodd Nymo, etablerings- og prosjektsjef i Apotek 1.

Det moderne apoteket på Storbyen er på hele 400 kvadratmeter og er ikledd en helt

ny drakt, med ytterligere fokus på helse- og velværeprodukter. Det nye storkonseptet omfatter en egen og tydeligere hudpleieavdeling, men også et bredere utvalg innen reise og mer tradisjonelle reseptfrie legemidler.

– Kapasiteten i våre gamle lokaler var sprengt, og tilbakemeldingene etter nyåpningen har vært veldig gode. Storbyen har vært og er et viktig senter for oss, og vi er glade over at vi nå kan tilby et nytt og bedre tilbud til kundene, sier Nymo.

KUNDENE ØNSKER

høyer®

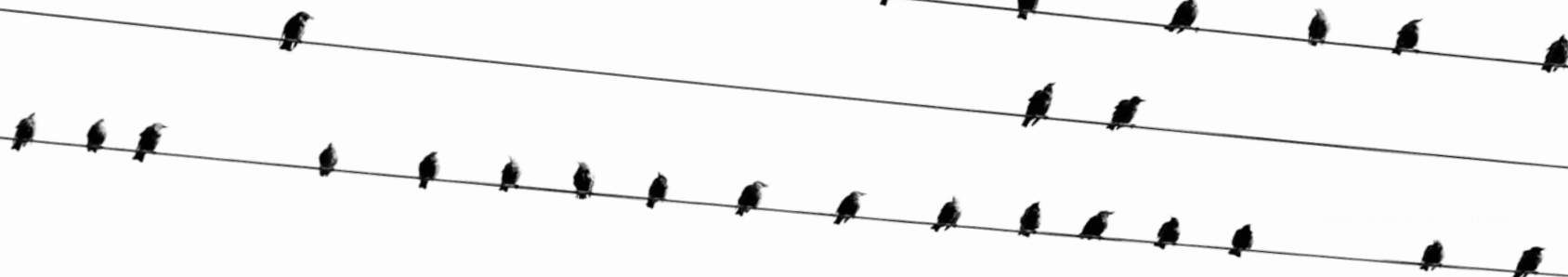
Den eksklusive kleskjeden Høyer tilbyr kundene et stort utvalg av kvalitetsklær. Stadig flere av Sektor-sentrene ønsker seg et high end-tilbud, og Kolbotn Torg og Stadionparken er glade over å kunne ønske Høyer velkommen som leietaker.

På Kolbotn Torg kan kundene allerede velge blant kjedens kvalitetsklær.

– Butikken har vært åpen i en drøy måned nå og har blitt svært godt tatt i mot av kundene. Lokalene er flotte og en slik leietaker hever senteret ytterligere, sier senterleder Therese Myhre Holth.

Huset Høyer 2005 åpnet sin første Høyer-butikk på Sjølyst i Oslo, og består nå av 21 butikker. I løpet av høsten 2013 blir ytterligere fem åpnet, og en av dem får kunder i Stavanger-området nyte godt av.

– Senteret vårt ligger i en bydel som er preget av høye inntekter og høy levestandard. Det gjør at en større del av vårt kundegrunnlag har etterspurt klesbutikker med en høyere profil. Derfor er vi svært fornøyd med å få Høyer til Stadionparken – det gir et spennende tilskudd til butikkmixen vår, sier senterleder Inger Ognedal Egeland.



KONTAKTPERSONER



Eirik Thrygg
Adm. dir
Mob: 91 39 30 98
eirik.thrygg@sektor.no



Rolf Harald Holand
Eiendomsdirektør
Mob: 97 07 70 03
rholand@sektor.no

Stortorvet



Tor Nickelsen
Eiendomsdirektør
Mob: 91 31 41 51
tor.nickelsen@sektor.no

Buskerud Storsenter & Krokstad
Senter og Kilden



Kathrine Knudsen Tilrem
Eiendomsdirektør
Mob: 95 08 95 75
kathrine.tilrem@sektor.no

Kolbotn Torg, Holmen og Oasen



Lars Henrik Wold
Eiendomsdirektør
Mob: 97 54 84 87
lars.wold@sektor.no

Herkules, Liertoppen og Solsiden



Ketil Wold
Eiendomsdirektør
Mob: 91 32 48 28
ketil.wold@sektor.no

CC Drammen, Heiane, Magasinet
Drammen og Torget Vest



Fredrik S. Myhre
Eiendomssjef
Mob: 99 58 53 85
fredrik.myhre@sektor.no

Kongssenteret, Lade, Linderud
senter og Stopp



Tarjei Sandnes
Eiendomssjef
Mob: 97 18 09 97
tarjei.sandnes@sektor.no

Bryn senter, Lietorvet
og Trekanten



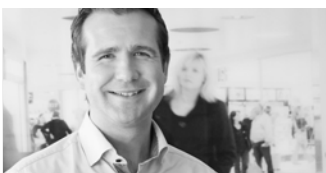
Oddbjørn Oland
Eiendomssjef
Mob: 47 64 08 90
oddbjorn.oland@sektor.no

NAF-Huset, Glasshuspassasjen,
Kuben og Stadionparken



Cecilie Landgraff Bruusgaard
Eiendomssjef
Mob: 92 80 55 05
cecilie.bruusgaard@sektor.no

Storbyen, Sjosiden og Holmen



André Gaden
Eiendomssjef
Tlf.: 23 28 27 00
Mob: 93 03 73 22
andre.gaden@sektor.no

Kremmertorget og Strandtorget



Cato Dehli Lauritzen
Utviklingsdirektør
Tlf.: 23 28 27 35
Mob: 47 88 80 94
cato.lauritzen@sektor.no



Marianne Mazarino Håkonsen
Markedsdirektør
Tlf.: 23 28 27 29
Mob: 95 14 30 05
marianne.haakonsen@sektor.no



Helle Rambo
Salgskonsulent
Tlf: 23 28 27 08
Mob: 97 06 45 56
helle.rambo@sektor.no



Therese Bull-Engelstad
Markedskonsulent
Tlf: 23 28 27 09
Mob: 99 02 22 78
therese.bull-engelstad@sektor.no

SEKTOR KJØPESENTEROVERSIKT

Bryn Senter
Senterleder:
Kenneth Olsen
Tlf: 95 02 92 30
www.brynsenter.no

Glasshuspassasjen
Senterleder:
Mona Ridder-Nielsen
Tlf: 90 14 08 22
www.glasshuspassasjen.no

Kolbotn torg
Senterleder:
Therese Myhre Holth
Tlf: 92 43 31 67
www.kolbotntorg.no

Lade
Senterleder:
Magne Eriksen
Tlf: 41 67 83 01

Oasen
Senterleder:
Eva Nielsen
Tlf: 920 97 581
www.oasen-senter.no

Storbyen
Senterleder:
Annette Kay
Tlf: 97 06 50 40
www.storbyen.no

Tillertorget fra 1.9.2013
Senterleder:
Ann Kristin Oldervik
Tlf: 72 89 88 00
www.amfi.no/kjopesentre/
tillertorget/

**Buskerud Storsenter
& Krokstad Senter**
Senterleder: Trond Anke
Tlf. 40 03 88 02
www.buskerudstorsenter.no

Heiane Storsenter
Senterleder:
Terje Børtveit
Tlf: 41 14 79 82
www.heianestorsenter.no

Kongssenteret/Brusenteret
Senterleder:
Lasse Ellingsen
Tlf: 90 17 80 28
www.kongssenteret.no

Lietorvet
Senterleder:
Thomas Aasland
Tlf: 91 14 28 13
www.lietorvetsenter.no

Sjosiden
Senterleder:
Ingrid M. Gran
Tlf: 48029710
www.sjosidenhorten.no

Stortorvet Senter
Senterleder:
Truls Klippen
Tlf: 99 15 49 09
www.stortorvetsenter.no

CC Drammen
Senterleder:
Sissel Haug
Tlf: 32 89 21 15
www.ccvarehus.no

Herkules
Senterleder:
Ronny Sundvall
Tlf: 98 25 86 25
www.herkulessektor.no

Kremmertorget
Senterleder:
Martin Haugen
Tlf: 91 72 27 89
www.kremmertorget.no

Linderud Senter
Senterleder:
Irene B. Karstad
Tlf: 94 80 53 39
www.linderudsenter.no

Solsiden
Senterleder:
Heidi Steen
Tlf: 92 42 21 73
www.solsidensenter.no

Strandtorget
Senterleder:
Erik C. Skjellerud
Tlf: 91 69 97 10
www.strandtorget.no

City Syd fra 1.9.2013
Senterleder:
Finn Dybdalen
Tlf: 91 51 51 14
www.citysyd.no

Holmen Senter
Senterleder:
Tanja Venheim Østensen
Tlf. 92 21 10 07
www.holmensenter.no

Kuben
Senterleder:
Anne Trine Høibakk
Tlf: 93 45 28 77
www.kubensenter.no

Magasinet Drammen
Senterleder:
Lennarth Georg Nilsen Gryting
Tlf.: 32 21 39 92
www.magasinetdrammen.no

Stadionparken
Senterleder:
Inger O. Egeland
Tlf: 46 41 74 57
www.stadionparken.no

Torget Vest
Senterleder:
Sissel Haug
Tlf: 32 21 30 00
www.torgetvest.no

Downtown
Senterleder:
Bernt Rosenberg
Tlf: 35 54 81 05
www.www.downtownsenter.no

Kilden
Senterleder:
Marianne Lerfall
Tlf: 90 75 17 03
www.kilden.no

Liertoppen
Senterleder:
Ingunn Brekke
Tlf: 91 10 68 52
www.liertoppen.no

NAF-Huset
Senterleder:
Calle Evenrud
Tlf: 94 84 01 51
www.naf-huset.no

Stopp Tune
Senterleder:
Kamilla Aagaard
Tlf: 99 44 53 67
www.stopp.no

Trekanten
Senterleder:
Mette Kiilerich-Hansen
Tlf: 97 74 06 51
www.trekanten.no