

Sektornytt

NYHETSREV FRA SEKTOR EIENDOMSUTVIKLING AS • SEKTOR.NO

2012

UTGAVE NR. 3



15 GODE ÅR FOR SEKTOR

LES MER PÅ S. 2-3

UNIKE KREASJONER FRA ESMOD-ELEVER

LES MER PÅ S.3

NETTHANDEL

TRUSSEL ELLER MULIGHET?

LES MER PÅ S. 8-9

POSITIV FORBRUKSUTVIKLING

LES MER PÅ S. 6-7



SEKTOR
EIENDOMSUTVIKLING



EIRIK THRYGG

Adm. dir. Sektor Eiendomsutvikling

FEST FOR FRAMTIDEN

Jubileer er verdt å markere. Det gir en sjanse til å stoppe litt opp, ta fram igjen sin egen historie og gjøre opp status for hvor du står. Selvfølgelig med litt mimring, fest og moro. Men fremfor alt er jubileer en anledning til å bruke de erfaringene du har gjort deg til å peke ut en kurs for veien videre.

Vi i Sektor Eiendomsutvikling fyller i år 15 år. På side 2 og 3 kan du se noen glimt fra jubileumsfesten vi avholdt sammen med våre leietakere i Oslo. Viktigere for oss er det imidlertid at du også blar om til side 4 og 5 der vi forteller hvordan vi ser for oss årene som kommer. Akkurat som konfirmanter, mangler det ikke på ambisjoner – derimot har vi også ballasten til å vite hvordan vi skal nå dem.

Vår optimisme for fremtiden deles av SSB og DnB. I dette nummeret av Sektornytt kan du lese om deres vurderinger av norsk økonomi og hvordan de tror forbruket vil utvikle seg. Vi har også hentet inn eksterne tanker på hvordan den fysiske butikken bør spille på lag med de digitale kanalene som hele tiden utvikler seg.

Og apropos butikker: På side 11 har vi innført en fast spalte der vi lister opp alle nye leietakere siden sist på de 26 Sektor-sentrene. Det er fordi det er dere som hver dag står på for å gi kundene våre gode handleopplevelser. Sammen skal vi jobbe for at de neste 15 årene gir enda mer å feire.

Kolofon

Ansvarlig redaktør: Marianne Mazarino Håkonsen
Tekst: PR-operatørene
Foto: Jonny Syversen, Per Oscar Skjellnan
Design: CENTERTEAM Frank Heggernes
Prod/Trykk: 07 Gruppen

15 GODE ÅR FOR SEKTOR

30. august feiret Sektor Eiendomsutvikling sine første 15 år med stor festivitas i ærverdige Gamle Logen i Oslo. Sammen med eiere, leietakere og ansatte ble jubileet markert med underholdning, taler og god mat og drikke – og store vyer for framtiden!



Historisk fortelling

Administrerende direktør Eirik Thrygg holdt tale for jubelanten, og tok gjestene med på Sektor Eiendomsutviklings reise fra å være et selskap som ble stiftet "uten en veldig klar plan" til dagens suksess.





Fra plast og presenning til mote

Moteshow med klær designet fra moteskolen ESMOD. Elevene Ingrid Flesjø og James Lazar Braathen tok utfordringen fra Sektor Eiendomsutvikling om å designe 6 unike kreasjoner basert på varer de fant i Sektor-sentre. Vel og merke ikke klær eller vanlige stoffer. Det resulterte i kjoler laget av blant annet strips fra Clas Ohlsson og muffinsformer fra Nille.



Dropout

Dropout er en musikal som setter fokus på hvorfor så mange skoleungdommer slutter på videregående skole, og bruker musikk og dans for å informere og hjelpe til med problemer knyttet til mental helse. Dette arbeidet er noe Sektor Eiendomsutvikling ønsker å støtte, og på jubileumsfesten fikk gjestene en smakebit fra den imponerende musikalen. I tillegg skal ungdomsgruppen på turné til flere Sektor-sentre samme med lokale lag for mental helse denne høsten.

Erik Stolpe

Etableringsdirektør, Gresvik group.



—Samarbeidet med Sektor fungerer meget bra på alle plan. Dialogen preges av åpenhet, tillit og respekt. Sektor Eiendomsutvikling med sine dyktige og løsningsorienterte ansatte ser ofte muligheter der andre ser utfordringer, og vi har skapt mange suksesshistorier sammen opp igjennom årene. Sektor er en av våre viktigste samarbeidspartnere og kommer helt sikkert også til å være det i fremtiden. Jeg gratulerer jubilarnten med de første 15 årene og ser med stor iver frem til de neste!

Bjørn Reidar Mæland

Kjedeleder Kitch'n



—Vi har et veldig godt og tett samarbeid med Sektor Eiendomsutvikling. Det er viktig for oss at eiendomssjefene er nære og interesserte i oss som kjede, og våre mål fremover. Det er tett og jevnlig dialog begge veier som ender med de beste løsningene. Fremover ser vi i Kitch'n bare muligheter og ingen begrensninger i vårt samarbeid med Sektor.

Tina Nyeman

Kjededirektør i Brilleland



— 85 prosent av våre butikker er i kjøpesentre, og Sektor Eiendomsutvikling er en stor og dyktig aktør som er flinke til å drive besøkende til sentrene. Sektor forstår detaljhandel, og er innovative og støtter nye konsepter. De har skjønnet at miksen i sentrene er viktig, og vi ser veldig positivt på fremtiden sammen med Sektor.

Rolf Erik Bugge

Etableringssjef, Norgesgruppen



— Vi opplever Sektor Eiendomsutvikling som en pålitelig og langsiktig samarbeidspartner med spennende og gode lokasjoner for dagligvare. Vi har stor tro på at vi sammen med Sektor skal utvikle oss i fellesskap for å tilby gode handleopplevelser og den beste dagligvareopplevelsen i årene fremover!

Marianne Bjarstad

Adm.Dir/CEO i BIK BOK og WOW



— Samarbeidet med Sektor er og har vært konstruktivt, effektivt og kreativt. Vi finner muligheter og gode løsninger sammen. I fremtiden ser vi frem til flere, og muligens større, butikker på Sektor sine mange kjøpesentre.

- VI HAR BARE SÅ VIDT STARTET

Det er ikke mange konfirmanter som kan skryte av å ha 26 kjøpesentre, 110 medarbeidere og 15 milliarder kroner i omsetning, men det kan 15-åringen Sektor Eiendomsutvikling. Administrerende direktør Eirik Thrygg mener alt ligger til rette for at Sektor har 15 nye gode år foran seg – minst.



KVINNENES NYE KLÆR PÅ KOLBOTN



Kundene på Kolbotn torg får oppfylt ønsket om Lindex som sammen med flere nye leietakere skal bidra til at senteret får tidenes julehandel.

I årets kundetilfredshetsundersøkelse troner dameklær soleklart øverst på listen over hvilke typer butikker kundene gjerne vil ha til Kolbotn torg. Nå gir Sektor Eiendomsutvikling kundene det de vil ha. I midten av november åpner Lindex, mens Gunilla som er en etablert butikk for dameklær på Kolbotn, også flytter inn på senteret.

- Lindex var faktisk én av kjedene kundene helt spesifikt ba om å få på senteret. Så at vi nå kan presentere dette er veldig gøy. Gunilla er også en leietaker vi lenge har ønsket oss, sier eiendomsdirektør Kathrine Knudsen Tilrem i Sektor Eiendomsutvikling.

For å få plass til Lindex vil man bygge seg litt ut i fellesarealet og endre noe av dagens logistikk. Målet er at dette både skal gi litt mer fart og bedre kundeflyt i senteret. PM og Hamborg flyttes til nye større lokaler, mens Match etablerer Mango som "shop in shop".

Dermed står Kolbotn torg godt rustet for en sterk avslutning på året.

- Vi hadde en omsetningsvekst per august på hele 4,6 prosent. Med de nye butikkene og reåpning av eksisterende butikker ligger alt til rette for at senteret skal få tidenes julehandel, sier Kathrine Knudsen Tilrem.

Sektor Eiendomsutvikling har fra sin spede start i 1997 bygget seg opp til å bli ledende innen forvaltning, utvikling og markedsføring av kjøpesentre i Norge.

—Det er bra at vi har kommet så langt, men vi ønsker oss videre opp og frem. Det er viktig å ha mål som er noe å strekke seg etter. Og målene kan vi nå sammen, som et team og med solide eiere i ryggen, sier Thyrgg.

Thyrgg mener at oppskriften for suksessen er fokuset Sektor Eiendomsutvikling har hatt på mennesker – enten det er ansatte, leietakere eller kunder.

—Får du mennesker til å trives sammen og lar dem utfolde seg, så er mye gjort, mener Thyrgg.

Fra utleier til aktiv medspiller

En av de viktigste endringene Sektor har vært igjennom de senere årene er at de nå tar et langt større ansvar for hele den markedsplassen et kjøpesenter er for å skape gode vekstvilkår for leietakerne sine.

—Det var for ti år siden vi forstod at vi driver med mye mer enn bare å leie ut lokaler i et bygg, og det var da det ble ordentlig fart på sakene. Vi skjønte at det er vår oppgave å hjelpe våre leietakere til vekst ved å skape de gode handleopplevelsene for kundene våre. Vi stilte nye krav til oss selv gjennom vårt strategiske verktøy "Sjekkpunkt Sektor", og det ble mer komplisert å drive kjøpesenter, men også mer moro fordi vi ser at det gir resultater, forteller Thyrgg.

Frykter ikke netthandel

En konkurrent som trolig kommer til å spille en viktig rolle for hvordan kjøpesentre og butikkene vil utvikle seg i fremtiden, er netthandel. Thyrgg er sikker på at nett og butikk kan utfylle hverandre.

—Vi må være på nett for det er kundene, og nett og sosiale medier er blitt en naturlig del av hverdagen. Det skal kjøpesenteret også være, og jeg er stolt over at alle våre kjøpesentre har mobiltilpasset nettside, de er på Facebook og at vi har en felles digital plattform. Alle våre kampanjer går både i tradisjonelle print medier og i digitale medier. Jeg tror at så lenge vi bruker nettet til å markedsføre oss og butikkene, så vil digitalisering og netthandel slå positivt ut for kundene våre i form av økt tilgjengelighet.

En sosial møteplass

I fremtiden mener Thyrgg at sentrene vil spille en enda viktigere rolle som sosial møteplass for nærområdet.

— Folk vil møte folk, og kjøpesentrene er godt etablerte møteplasser. Vi ser på våre kjøpesentre som en livsløpsarena hvor vår jobb er å sørge for at møteplassen til en hver tid inneholder det våre kunder ønsker gjennom alle faser av døgnet, uken og livet. Jeg tror at så lenge vi er åpne for å lære, åpne for å ta i bruk ny teknologi, og ikke glemmer at menneskene fortsatt er det viktigste, kommer vi til å ha minst 15 nye gode år foran oss. ●

STATUSRAPPORT: NORSK ØKONOMI OG FORBRUKSUTVIKLING

Kjersti Haugland (analytiker i DNB Markets) og
Silje Sandmæl (forbrukerøkonom) Foto: Stig B. Fiksdal

Omsetningen i varehandelen har økt jevnt og trutt de siste tiårene. Vil den økonomiske krisen i EU-landene sette en stopper for det? Nei, mener økonomiske eksperter.



Torbjørn Eika,
Forskningsleder Statistisk sentralbyrå.
Foto: Studio Vest

Mediene er fulle av nyheter om økonomisk problemer. EU-land som Hellas og Spania går fra krise til krise, og også kinesisk og amerikansk økonomi sliter. På tross av dette tror økonomieksperter at forbruket vil fortsette å øke her i landet.

- Lønnsveksten i år blir høy og samtidig stiger prisene lite. I tillegg er både arbeidsledigheten og renten lav. Norge er derfor i en veldig annerledes situasjon enn mange av de landene vi vanligvis sammenligner oss med, sier forskningsleder Torbjørn Eika i Statistisk sentralbyrå (SSB).

Vekst til 2015

SSB sine prognoser tyder på at den positive situasjonen vil fortsette i flere år.

- Frem mot 2015 tror vi lønnsveksten vil bli litt mindre og prisstigningen noe høyere enn i dag, men fortsatt vil de fleste av oss få mer penger mellom hendene, sier Eika.

Så langt i år har vi brukt mer penger på bil, utenlandsferier og andre varige goder som møbler og elektriske artikler. Kjøpene av matvarer, tobakk, elektrisitet og fyringsolje, bensin og andre transporttjenester øker langt mindre, viser SSB sine tall.

Oljesmurt

Det er flere grunner til at Norge skiller seg ut positivt. Den aller viktigste finner vi på norsk sokkel.

- Den høye oljeprisen fører til rekordstore investeringer på norsk sokkel. Utbygging av olje- og gassprosjekt er noe mange norske bedrifter og arbeidstakere nyter godt av, sier seniorøkonom Kjersti Haugland i DNB.

SSB mener i tillegg at norske myndigheter har ført en politikk som har bidratt til lav ledighet og solide offentlige finanser.

- En stat med penger på bok og et godt utbygd velferdssystem har bidratt til at husholdningenes



VIL BRUKE MER PENGER



Det er ikke bare økonomiske eksperter som ser lyst på fremtiden. Nordmenn flest er minst like optimistiske, og hele 35 prosent av oss regner med å bruke mer penger det neste året.

En undersøkelse som DNB har gjort, viser at nordmenn har høye tanker om vår økonomiske fremtid. 32 prosent av de spurte tror at de får bedre økonomi utover året, mot bare 28 prosent for et halvt år siden. Kun 8 prosent tror de får dårligere økonomi.

- Optimisme er bra for økonomien. For da bruker vi penger, noe som holder det økonomiske hjulet i gang. Men det gjelder å finne balansen mellom sparing og forbruk. Ikke bruk penger du ikke har, da kan du fort havne i luksusfellen, sier forbruksøkonom Silje Sandmæl i DNB.



En stat med penger på bok og et godt utbygd velferdssystem har bidratt til at husholdningenes etterspørsel har holdt seg bedre oppe enn i andre land.

Torbjørn Eika

etterspørsel har holdt seg bedre oppe enn i andre land, sier forskningsleder Torbjørn Eika.

Detaljhandelen viktig

En del av det økte forbruket som ekspertene venter, vil helt sikkert finne veien til butikker og kjøpesentre. Hvis det går dårlig for varehandelen, får det negative ringvirkninger også for andre næringer. Økt handel kan i visse situasjoner faktisk være med å snu en negativ økonomisk tendens.

- I etterkant av finanskrisen i 2008 hadde det for eksempel vært gunstig for økonomien om folks frykt for fremtiden hadde vært litt mindre og at forbruket hadde vært større. Samtidig er det ikke bra hvis forbruksveksten ikke står i forhold til inntekt og formue. Det vil før eller siden lede til en kraftigere økonomisk nedgang enn det man ellers ville ha hatt, sier Eika.

Tror ikke på boligkrakk

En del er bekymret over at prisveksten på boliger her i landet har økt for mye for raskt, og at det

vil føre til et kraftig prisfall. Norges største bank er ikke enig.

- Vi tror det finnes gode grunner til prisøkningen. Boligbyggingen har over flere år vært altfor lav til å dekke etterspørselen som har økt kraftig. En grunn til det er høy arbeidsinnvandring. En boble kjennetegnes av at prisveksten er drevet hovedsakelig av forventninger om videre prisvekst. Det tror vi ikke er tilfellet nå, sier Haugland

Endrer seg raskt

Økonomer hadde ikke vært økonomer hvis de ikke også kom med en liten advarsel. Både SSB og DNB er enige om at gjeldsnivået blant norske husholdninger kan bli et problem på sikt hvis økonomien stopper opp.

—Norske husholdninger har et høyt gjeldsnivå sammenlignet med andre land. Om renten må økes raskt, eller om økonomien skulle falle brått, for eksempel på grunn av en ny finanskrisen eller et bratt og langvarig fall i oljeprisene, er vi med så høy gjeld mer sårbare enn tidligere, sier Haugland. ●

Flinkere til å spare

Urolige tider og lave renter har gjort at vi også er blitt flinkere til å spare de siste fem årene. De yngre sparer for å kjøpe bolig, mens de litt eldre sparer for å ha penger i bakhånd. Hele åtte av ti mener at de har en økonomisk buffer på nærmere 300.000 kroner, og seks av ti oppgir at en renteøkning på to prosentpoeng ikke vil få konsekvenser for privatøkonomien i det hele tatt. Så godt som ingen tror at arbeidssituasjonen vil påvirke privatøkonomien nevneverdig.

Mer på ferie og reiser

Ferie og reiser er vinneren når det kommer til hva vi ønsker å bruke mer penger på. Hele 29 prosent av de spurte valgte ferie som sitt førstevalg. Vi får tydeligvis aldri nok av å reise, og det er flest kvinner som prioriterer dette høyest. På de neste plassene er det generelt forbruk, bolig, oppussing og bil som vi ønsker å bruke mer penger på. Menn er mest opptatt av bolig og bil, mens kvinnene ønsker å bruke mer på generelt forbruk. Andelen som vil bruke mer penger på bolig er størst blant de unge.



Arne Krokan
Professor ved NTNU



Peder Inge Furseth
Forfatter

NETTHANDEL - TRUSSEL ELLER MULIGHET FOR KJØPESENTRE?

8 av 10 nordmenn har handlet varer eller tjenester på nettet så langt i år, og veksten i netthandel vil øke ytterligere. Hva vil det bety for handelen i kjøpesentre?

Internett har gjort at vi kan kjøpe varer fra hele verden med kun noen tastetrykk. Redselen mot å levere fra oss kredittkortnummer og bankopplysninger på nettet har i stor grad forsvunnet.

— Kundene handler der hvor de ser mest verdi, og de ser mer og mer verdi ved å handle på nettet; det er bekvemt, har ofte lavere priser, og har bedre returordninger enn tradisjonelle forretninger, sier forfatter av boken Integrasjon av salgskanaler og innovasjonsforsker på Handelshøyskolen BI, Peder I. Furseth.

Hvordan konkurrere med nettet?

En av fordelene til kjøpesentre og butikker sammenlignet med netthandel er at de kan gi kundene god service ansikt til ansikt. Pris derimot, kan det være vanskelig å konkurrere med.

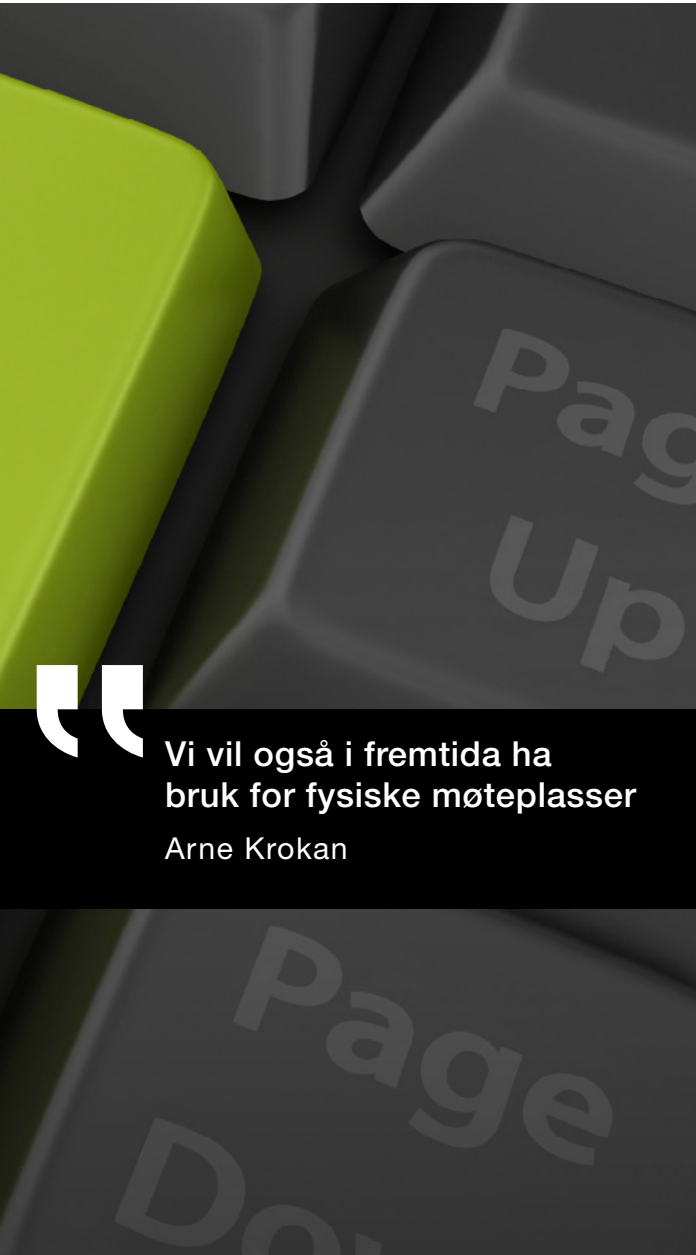
—Særlig på produkter som bøker, parfyme og elektronikk vil trolig mer av handelen skje på nettet. Hos for eksempel Komplett.no og Amazon.com skjer bestilling, henting av produkter fra lager, pakking og sending automatisk og ved bruk av roboter. Det gir lavere priser, og butikkene må derfor finne

andre områder å konkurrere på, sier professor Arne Krokan ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU).

Krokan har også skrevet boken Sosiale medier i all offentlighet - Lytte Dele Delta.

Opplevelser leder til kjøp

Han mener at kjøpesentre bør fokusere enda mer på å være et samlingspunkt som tilbyr opplevelser i tillegg til varer og tjenester. Det kan for eksempel



Vi vil også i fremtida ha bruk for fysiske møteplasser

Arne Krokan

gjøres ved at miksen på kjøpesentrene utvides til å inneholde treningssenter, kino, bibliotek og andre former for kulturopplevelser.

—Vi vil også i fremtiden ha bruk for fysiske møteplasser, og her kan kjøpesentre spille en viktigere rolle enn i dag, sier Krokan.

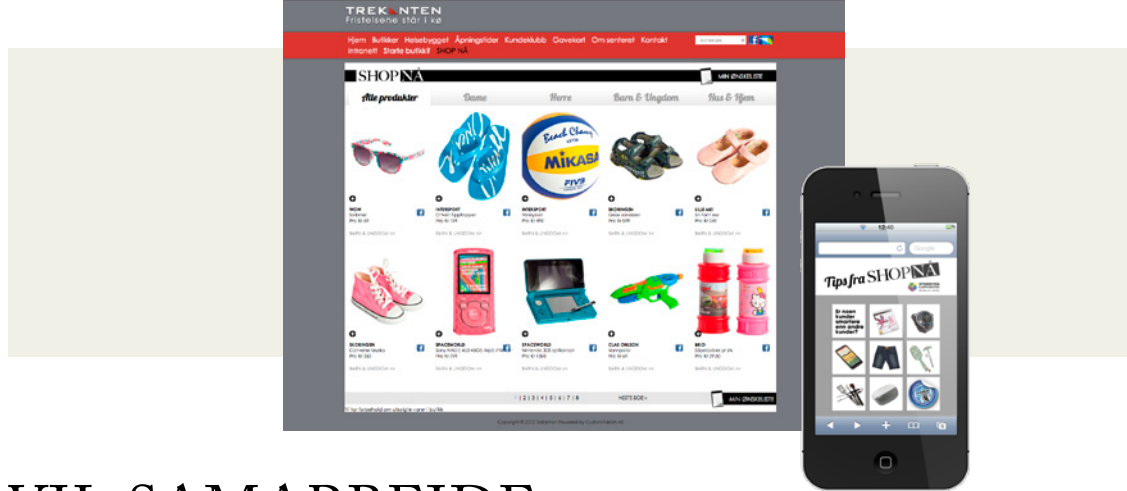
BI-forsker Furseth mener butikker må bli mer innovative.

— De fysiske forretningene må tilby mer enn bare å selge produkter; de må skape tilleggstenester som gir verdi for kundene. En forretning som selger sykler selger også mulighet til store opplevelser – forretningen bør slå seg sammen med organisasjoner som kan organisere aktiviteter og turer, og ta dette med som en del av det forretningen selger, sier Furseth.

Vær der kundene er

Furseth mener alle butikker også bør være på nett, og forsøke seg i sosiale medier.

—De aller fleste kunder bruker Internett enten som en måte å samle informasjon på, eller som en



VIL SAMARBEIDE

—Vi tror at nett og butikk kan utfylle hverandre og ser positivt på fremtida, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen i Sektor Eiendomsutvikling.

Tilgjengelighet er et nøkkelord både fysisk og på nett. Alle Sektor-sentre har mobile nettsider, og det sikrer at både sentre og butikker er enkle å finne.

—Vi ønsker å lære av de beste, og for å sitere Paal Fure har vi tro på at mobilen blir vår venn og verktøy for mer salg av varer fra våre kjøpesentre. For å lykkes med det er det viktig for oss i Sektor å samarbeide enda tettere med butikkjedene for å finne gode måter å utnytte nett og sosiale medier til beste for oss alle, sier Håkonsen.

Sektor jobber allerede nå med å videreutvikle Shop Nå-prosjekt på nett for å ta det til det neste nivået.

—Vi som driver kjøpesentre eier jo ikke varelinjen, det gjør butikkene, men vi kan presentere sammensetninger både på nett og i butikkene som gir mening for kunden tilpasset den sesongen, situasjon eller modus kunden befinner seg i, sier Håkonsen.



NYE BUTIKKER TIL SEKTOR



I løpet av høsten vil mange av Sektor sine sentre kunne tilby nye og spennende butikker.

—Vi er i den heldige situasjon at leietakerne kommer til oss og at det er stor pågang både fra etablerte kjeder og nye konsepter. Generelt sett er det lite ledig tilgjengelig kapasitet i sentrene. Vi jobber hele tiden med å finne så gode løsninger for leietakerne våre, og samtidig sette sammen en spennende butikkmix, sier Forvaltnings- og utviklingsdirektør Andreas Folkvord i Sektor Eiendomsutvikling.

GODE VERKTØY SKAPER RESULTATER



PÅ JAKT ETTER LOKALE GRÜNDERE



Gründerkit til Sektor Eiendomsutvikling er så bra at det ble nominert til verdens ledende retail-marketing-pris i klassen for B2B-kommunikasjon. Nå utvikles det videre for å nå ut til potensielle gründere i nærområdene til kjøpesentrene.

Finaleplassen i Solal Awards var en fjær i hatten for Sektor Eiendomsutvikling som har brukt mye ressurser på å utvikle sitt gründerkit. Ideen var at man ved å gi nye etablerere tilbud om en helt særegen oppfølging før, under og etter åpning, kunne lokke til seg aktører som ellers ville valgt en annen lokasjon – og dermed styrke butikkmixen på sentrene.

Neste skritt på veien er en presentasjon av konseptet som også skal presenteres lokalt på hvert senter ved senterleder og eiendomsansvarlig. Senterledere kommer i kontakt med lokale gründere og målet er å vise de på lokalt plan at vi kan bistå. Hvis det viser seg at gründerne har ideer som kan passe inn i et kjøpesenter, vil Sektor Eiendomsutvikling kunne hjelpe lovende prosjekter videre.



STORBYEN NOMINERT SOM ÅRETS DRIFTSTEAM



Storbyen er blant tre kjøpesentre nominert til prisen som årets driftsteam under kjøpesenterkonferansen 27. oktober.

– Det er et stort kompliment og kjempemoro at vi er valgt ut som en av de tre beste i kåringen av årets driftsteam. Nå håper vi at vi går hele veien til topps.

Det fortjener alle som gjør en kanonjobb her på senteret, sier senterleder Annette Kay ved Storbyen.

I konkurransen vil juryen legge vekt på følgende kriterier:

- Driftsteamet har vært med på å utvikle og markere driftsfunksjonen som en bidragsyter til kjøpesenterets totale verdiskapning, trivsel og reduksjon av senterets miljøbelastning. Resultater må dokumenteres.
- Driftsteamet viser god forståelse for kjøpesenterets verdidrivere.
- Driftsteamet er fremtidsrettet og har arbeidet for nytenkning i driftsfunksjonen.
- Driftsteamet utmerker seg med sitt gode arbeids-miljø og faglige kvalifikasjoner. De øvrige nominerte er Amfi Alta og Trondheim Torg.



KLART FOR CUBUS I HUSET SOM MEDIE

HUSET SOM MEDIE

I uke 38 og 39 vil Cubus kommunisere utvalgte produkter over 1 604 kvadratmeter fordelt på 14 Sektor-sentre. Erfaringsmessig kan de forvente en kjempevekst.

Huset som Medie tar i bruk senteret som markedsføringskanal, ved å bruke de mange store flatene som finnes på sentrene. Sektor Eiendomsutvikling tilbyr annonsører å kjøre kampanjer på flere av sentrene samtidig, og det er denne muligheten Cubus nå benytter seg av.

– Kort oppsummert. Dette funker, sier markedssjef Jens Erik Frugård i Cubus.

Kleskjeden begynner å bli en veteran i Huset som Medie, og har ved tidligere kampanjer oppnådd tall som lang overgår både bransjen og Cubus-butikker utenfor sentrene. Den samme erfaringen har kjeder som Lindex, Tilbords og Bik Bok.

Interessert i å annonsere? Send en e-post til helle.rambo@sektor.no. Produksjonstiden er fire uker.



3-DAGERS SHOPPINGVARSEL I UKE 42

3 DAGERS SHOPPING VARSEL

Benytt sjansen til å bli med på en kampanje som gjennom synlighet på senteret, digitale kanaler og senteravis kan vise til en dokumentert salgsutløsende effekt.

– Salgskampanjen har vært en suksess år etter år. Hensikten er å tømme leietakernes varelagre og gjøre rom for sesongens nyheter, og omsetningsøkningen vi registrerer under kampanjedagene bekrefter at den har en salgsutløsende effekt, sier markedssjef Elisabeth Hjelle i Sektor Eiendomsutvikling.

Målinger blant butikkledere og kunder viser at i tillegg at kampanjen er godt likt, skaper oppmerksomhet og har stoppeffekt. Det er også gjennom disse tilbakemeldingene at Sektor Eiendomsutvikling la høstens kampanje til uke 42.

– Vi ønsker å legge til rette for at våre leietakere deltar aktivt i 3-dagerskampanjen. Vi tilbyr en mediepakke med ett format på senteravisene, sammen med Facebook, senterets nettside, kundeklubb og ikke minst reklameflater på senteret, sier Hjelle.

Interessert i å være med? Send en e-post til marked@sektor.no

NYE BUTIKKER HØSTEN 2012

1. Norli åpner på Buskerud i oktober
2. Tika Tika åpner på Buskerud i september
3. Feel åpner på Buskerud i september
4. Ultimo åpner på Buskerud i september
5. Name It åpner på Storbyen i september
6. Kremmerhuset åpner på Kilden i september
7. H&M åpner ny stor butikk på 2500 kvm på Storbyen i november
8. SATS åpner på Storbyen i november
9. Utvidelse av Bikbok og Carlings på Storbyen i november
10. H&M utvider (bygger ny butikk) på Bryn i løpet av høsten
11. BikBok og Volt utvider med dobbel størrelse på Magasinet Drammen i fjerde kvartal
12. Netcom åpner ny butikk i løpet av fjerde kvartal på Magasinet Drammen
13. Hjem&Interiør butikk åpner på Liertoppen i september
14. Møbelbutikk åpner på Liertoppen i oktober
15. Stormberg åpner på Liertoppen i oktober
16. Black Design åpner på Liertoppen i løpet av september
18. Match bygger om og åpner Mango som "shop in shop" på Kolbotn torg i november
19. Gunilla (dame nisje) åpner på Kolbotn torg i september
20. Hamborg åpner egen dameavdeling på Kolbotn torg i september
21. Lindex åpner på Kolbotn torg i november.



KILDEN UTVIDES



Rammesøknaden til utbyggingen av Kilden i Stavanger er godkjent. Det betyr at byggestarten på utvidelsen med hele 8000 kvadratmeter etter planen vil starte opp våren 2013.

6000 av kvadratmeterne er satt av til detaljhandel mens det resterende er satt av til service, kontor og treningssenter. Med dette rustet Kilden i Stavanger seg opp til å betjene bydelen Hillevåg som i følge kommuneplanen skal vokse fra 20 000 til 50 000 innbyggere.

– Dette er det nok mange butikker i Stavanger som har fått med seg. For vi har stor pågang av interessenter som vil etablere seg på senteret, både kjeder og butikker som lenge har drevet i sentrum og ser Kilden som et godt tillegg, sier eiendomsdirektør Tor Nickelsen i Sektor Eiendomsutvikling.

SATS PÅ STORBYEN

SATS

En av de nye, spennende leietakerne er treningsskjeden SATS som etter planen åpner på Storbyen i november.

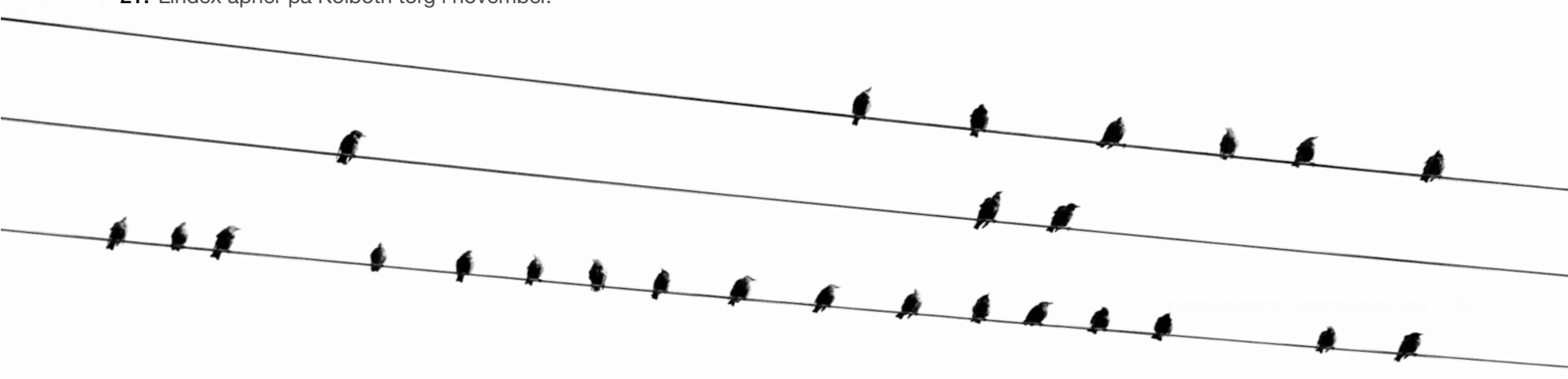
– Folk stiller stadig større krav til kvaliteten på treningssentrene og ett av kriteriene er tilgjengelighet. På Storbyen kjøpesenter får medlemmene tilgang på parkering og det bidrar til at det er enda enklere for mange å komme seg på trening. Når vi i tillegg tar med oss den fantastiske gjengen med resepsjonister, instruktører og personlige trenere til byens flotteste treningssenter, så er vi sikre på at vi skal overbevise flere om at det er SATS Sarpsborg som gjelder, sier senterleder på SATS, Anita Meldalen.

TWITRET:



PR-operatørene @properator

Facebook er en sosial plattform, ikke en business-plattform. Går man glipp av mye om man kun fokuserer på Facebook.



KONTAKTPERSONER



Andreas Folkvord
Forvaltnings- og utleiedirektør
Tlf: 23 28 27 27
Mob: 97 05 55 88
andreas.folkvord@sektor.no



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

Kremmertorget, Strandtorget og 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 og Holmen senter



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

*Herkules, Liertoppen, Solsiden og
PP-Senteret*



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

*Magasinet Drammen, CC Varehus,
Torget Vest og Heiane*



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

*Kongssenteret, Lade, Stopp
og Linderud senter*



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

Bryn senter, Liertorvet og Trekanten



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

*NAF-Huset, Glasshuspassasjen,
Kuben og Stadionparken*



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

Storbyen



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



Elisabeth Selvik Hjelle
Markedsjef
Tlf.: 23 28 27 46
Mob: 92 09 48 22
elisabeth.hjelle@sektor.no



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



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

SEKTOR KJØPESENTEROVERSIKT

Bryn Senter
Senterleder:
Kenneth Olsen
Tlf: 95 02 92 30
www.brynsenter.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.linderudsektor.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

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

Magasinet Drammen
Senterleder:
Lennarth Georg Nilsen Gryting
Tlf.: 32 21 39 92
www.magasinetdrammen.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

CC Varehus
Senterleder:
Sissel Haug
Tlf: 32 89 21 15
www.ccvarehus.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

PP senteret
Senterleder:
Thomas Aasland
Tlf: 91 14 28 13
www.ppsenteret.no

Storbyen
Senterleder:
Annette Kay
Tlf: 97 06 50 40
www.storbyen.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

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

Stortorvet Senter
Senterleder:
Truls Klippen
Tlf: 99 15 49 09
www.stortorvetsenter.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

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

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