



KONGSBERG
KOMMUNE

Handelsstrategi med tiltak for Kongsberg kommune



Kapittel 1: Innledning

Dette er en strategi og tiltaksplan for handelsnæringen i hele Kongsberg kommune. Den skal være et verktøy og en rolleavklaring for samarbeidet på tvers av hele bransjen, kommunen og andre samarbeidsaktører. Strategien skal gi et bilde av de utfordringer og muligheter bransjen står i lokalt, nasjonalt og globalt.

Samtidig skal den slå fast noen av de viktigste prinsippene for hvordan vi i fellesskap jobber for en god utvikling og tilrettelegging av våre to sentrum (Kongsberg og Hvitvingfoss) som gode arenaer for handel og opplevelser. Dette er IKKE en handelsarealstrategi. Den er behandlet i kommuneplanens arealdel. Vi legger denne og de gjeldende definisjoner for handelsarealer til grunn i denne planen.

I kommuneplanens samfunnsdel står følgende mål i kap 3.1:

I 2030 har tjenester som handel, reiseliv og konferanseaktivitet vokst. Næringene forsterker Kongsbergs nasjonale og internasjonale attraktivitet for etableringer og investeringer.

En god utvikling av handelssentrene våre er også en tilrettelegging av sentrum som arena for opplevelser, som igjen bygger attraktivitet for reisende og beboere. Denne attraktiviteten henger sammen med all omdømmebygging og utvikling av alle bransjer. Strategien og tiltakene i denne planen skal gjennomføres gjennom tett samarbeid mellom bransjen, gårdeiere og kommunen. Strategien bygger på Kongsberg kommunes kommuneplan og næringsstrategi.

Som for alle andre næringer i Kongsberg er også handelsnæringen utsatt for nasjonal og internasjonal konkurranse gjennom digitale løsninger. Hele verdensmarkedet er til stede hos innbyggerne og kundene til enhver tid gjennom netthandel. Strategien skal bidra til at lokal handelsnæring offensivt møter denne konkurransen og tar i bruk teknologi for å øke lokal omsetning i handelen.

Omsetning i varehandel kan ikke sammenlignes direkte mellom kommuner fordi det er flere lokale forhold som har betydning for potensialet i omsetningen, blant annet:

- Innbyggere i nedslagsfeltet eller handelsområdet
- Omsetning fra besøkende/fritidsbeboere og eksterne markeder
- Mobilitet hos innbyggere jobb og fritid
- Kjøpekraft
- Handelstilbudet

En viktig faktor for regionsentrenes potensial for omsetning innen varehandel er det naturlige handelsomlandets befolkningstetthet og folketallet i regionen forhold til kommunens folketall. Rundt Kongsberg er Eiker/Drammen og Notodden egne handelsregioner med regionsenterfunksjoner innen handel. Kongsbergs «ledige» omland er Kongsbergs egne innbyggere og Numedal, og potensielt Sigdal/Modum. Kongsberg med ca. 27.500 og Numedal med ca. 6.700 gir et skeivt styrkeforhold som gjør at andelen omsetning fra Kongsbergs omland er liten i forhold til omsetning fra egne innbygger. Det betyr at det er krevende å øke handelsomsetning for Kongsberg fordi man da må konkurrere med godt etablerte handelsregioner omkring Kongsberg.

Kongsberg har kjøpesterke innbyggere, men samtidig mange innbyggere som reiser mye. Det er grunn til å anta et Kongsberg har potensial til å øke omsetningen i varehandel. For å kunne øke omsetningen må det legges en strategi for hvor denne økningen skal komme fra. Gitt Kongsbergs dominerende størrelse i regionen, kan det ikke legges til grunn tilsvarende bidrag til omsetningen fra befolkningen i handelsområdet i regionen som fra regionsentre med befolkningsrike omlandkommuner. Kongsbergs omlandkommuner har begrenset størrelse i forhold til Kongsberg. Befolkningsvekst i omlandet til Kongsberg vil styrke Kongsberg som regionsenter.

På den andre siden har Kongsberg en etablert småbyurbanitet som kan gi handelsbedriftene et økt totaltilbud til sine kunder, med opplevelser utover butikkenes åpningstider og rammer for en hyggelig handleturn.

Dette gir et utviklingspotensial som bransjen vil utvikle og utnytte sammen med øvrige aktører i sentrum av Kongsberg og Hvitvingfoss.

Kongsberg og Numedal representerer store hytteområder med en betydelig trafikk. Denne trafikken representerer også et potensiale som handelsnæringen i hele kommunen kan utnytte, i tillegg til utnyttelse av E134 som ferdssveie mellom øst og vest av Norge.

Oppsummert bygger vi strategien på følgende:

Kvalitet, nytenkning, tilgjengelighet og gode kundeopplevelser		
<p>Hvordan kan vi fortsette å produsere varer uten å gå på bekostning av miljøet? Hvordan oppfylle behovene som gjelder i dag, uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov?</p>		
1 - Næringen selv	2 - Byrom og estetikk	3 - Marked

Målgrupper:

- Innbyggere i Kongsberg kommune
- Innbyggere i regionen rundt Kongsberg (Numedal, Notodden, Øvre Eiker)
- Gjennomfartstrafikk/fritidsreise (fra Vestfold, Oslo/Drammen, Telemark)

En analyse av de ulike segmentene innenfor målgruppene gir oss følgende preferansefordeling:

Målgruppe	Viktig med arrangement og kampanjer	Viktig med grønn profil	Viktig med pris	Viktig med lokal/kortreiste varer	Viktig med service/kvalitet	Viktig med teknologi-netthandel
Godt voksne	Yellow	Green	Green	Green	Green	Red
Unge voksne	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green
Aktive voksne	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Aktive unge	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green
Studenter	Yellow	Green	Green	Red	Green	Green
Besøkende	Red	Green	Yellow	Green	Green	Yellow

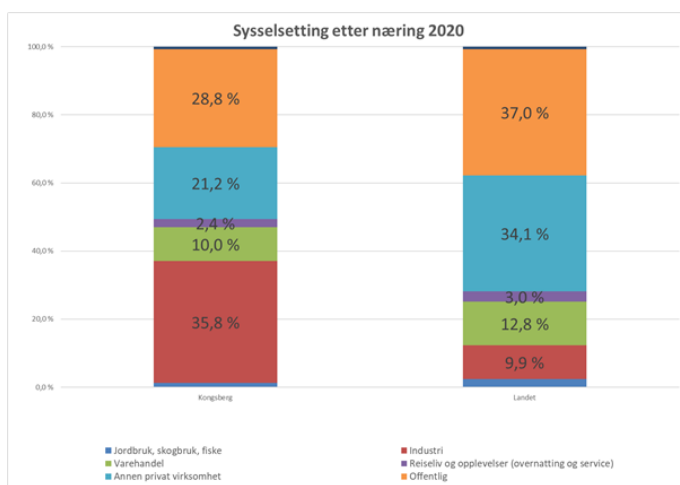
Modellen bruker «trafikklysrangering der grønt er områder der preferansene treffer målgruppen, mens rødt er motsatt ende av skalaen.

Metode for gjennomføring: Strategien skal gjennomføres ved tett samarbeid mellom bransjen, gårdeiere og kommunen. Vi koordinerer arbeidet gjennom den etablerte bransjeorganisasjonen i Hvitvingfoss og Kongsberg. Tiltakene viser ansvarsfordeling og milepeler for gjennomføring.

2.1: Næringen selv

Handelen er, og har alltid vært, i stor endring. Handelsbedriftene skal møte kundenes behov for kjøp av varer. Varehandelen består av en rekke bransjer, lokalt og nasjonalt, og det er stor ulikhet i hvordan disse bransjene har utviklet seg de siste årene, både av vareutvalg og lønnsomhet. Men felles for hele bransjen er en betydelig utvikling i konkurransen mellom kanalene. Netthandel øker stort, og varekonkurransen på tvers av handelsbransjene øker.

Varehandelen utgjør 10% av den samlede sysselsettingen i Kongsberg (per 2020). Dette utgjør et betydelig antall arbeidsplasser i kommunen, og næringen sikrer tilgang til varer og tjenester, samt aktivitet og trivsel i og rundt handelssentrene våre.



Kilde: SSB 2020 Sysselsatte per 4. kvartal, etter region, næring (SN2007), alder, statistikkvariabel og tid.

Selv om brorparten av pengene vi handler for legges igjen i fysiske butikker, er det netthandel og handelen i utlandet som vokser mest. Når handelen blir mer kanaluavhengig, teknologien byr på helt nye muligheter og forbrukerne stiller nye krav, endres også premissene og rammeverket for detaljhandelen. Det gir mange nye og spennende muligheter, men stiller også nye krav for å lykkes.

All omstilling krever tilførsel av ny kunnskap, nødvendig redskap og implementering av nye arbeidsformer. Dette gjelder også handelen. Sentralt i omstillingen er kundens behov for varer og tilgjengelighet og bærekraft. Handelsnæringen i Kongsberg kommune har omstilt seg mange ganger før. Hver gang har man måtte finne nye måter å jobbe på, til beste for å dekke kundens behov for varer og tilgjengelighet.

Et felles kompetanseprogram blir sentralt i denne omstillingen, og bransjen selv vil sette opp nødvendige kompetansetilbud for bedriftene. Alt dette i tett dialog med de nasjonale bransjeorganisasjonene.

Det er potensial for nye forretningsmodeller og næringsutvikling lokalt med digitalisering. Det kan skje ved å koble bærekraftambisjoner med lokale handels- og tjenesteleverandører. Nye markeder kan gjøres tilgjengelig i samspill mellom nasjonale teknologi leverandører og lokale næringsaktører.

Erfaringen er så langt positiv med en kobling mellom nasjonalt teknologimiljø i Kongsberg og lokalt næringsliv rundt Norefjell, også små nisjebedrifter. Dette er erfaringer som tas med inn i tiltakene med mål om at vår lokale handelsnæring i større grad kan ta i bruk det digitale potensialet og på den måten konkurrere aktivt mot netthandelen på flere arenaer.

De som gjør det bra kjennetegnes gjerne av å ha en tydelig strategi og et konsept som kundene skjønner.

Kundene i Kongsberg skal vite at handelsbedriftene i Kongsberg er tilgjengelige, med det vareutvalget som etterspørres, og med en vilje til alltid å hjelpe kunden til en god handel. Man skal kunne få tak i alt man vil ha i Kongsberg. Dette krever godt og tillitsfullt samarbeid på tvers av bedriftene i næringen, og hjelp til den enkelte aktør for å lykkes med nødvendig omstilling.

2.2: Handelssentra, byrom og estetikk

I Hvittingfoss er handelssenteret definert langs Sentrumsveien fra Fosshaugveien til rundkjøring Fv40. I Kongsberg danner Aksen Storgata – Myntgata motoren for sentrumsutviklingen, og er med på å sette premisser også for de øvrige sentrumsområdene i Kongsberg.

Det er viktig med aktive sentrumsgrupper der kommune og næringen jobber sammen planmessig for en forskjønning og utvikling av sentrumsområdene, basert på kvalitativt og kvantitativt faktagrunnlag.

Handel er alltid en motor for aktiviteten i sentrum. Samtidig må et besøk til sentrum gi publikum en positiv opplevelse av besøket utover selve handelen. Dette stiller krav til kommunen, den enkelt butikkdriver og gårdeier for hvordan man holder det pent og ryddig i handlegatene, og at man samarbeider om å selge hverandre. Utforming og bruk av gater, torg og fellesarealer må innby til å bli attraktive møtesteder hvor mennesker trives. Det er etablert en sentrumsgruppe som har mandat til å koordinere arbeidet med dette.

Det gir en gjennomgående positiv helhetsopplevelsen for kunden. Etablering av et tett og forpliktende samarbeid mellom gårdeierne blir også et viktig tiltak i denne planen.

Som beskrevet i innledningen er ikke dette en handelsarealstrategi. Den er beskrevet i kommuneplanens arealdel. Denne strategien legger til grunn den gjeldende arealstrategien og de gjeldende definisjoner og søker å maksimere bransjepotensialet i de eksisterende rammebetingelser.

2.3: Marked

Bransjen må kjenne sitt eget marked, og i en tid der endringene skjer fort i bransjen er det desto viktigere med jevnlig markedsundersøkelser også for årene som kommer. Et samarbeid om gjennomføring av dette for bransjen vil bli prioritert.

Markedet og målgruppene for handelsnæringen i Kongsberg omfatter Kongsberg og Numedal, samt Notodden og Øvre Eiker. Sistnevnte kommune har et stort potensial som langt fra er utnyttet til nå.

Det bør også vurderes å øke markedet ved fokusere på målgrupper som:

- besøkende/turister

- besøkende til industrien
- dagsbesøk fra Osloregionen og Vestfold/Telemark

Dette kan være gode supplerende markeder utover innbyggerne, og vil også gi positiv synergi til besøksnæringer og spisesteder.

En økt synlighet og attraktivitet for disse målgruppene avhenger av et tydelig og samlet budskap fra en samlet handelsnæring og en forutsigbarhet for kundene hva gjelder åpningstider og brukeropplevelse.

3.1: Tiltaksplan - Næringen selv

Mål	Tiltak kort sikt	Kommunens ansvar	Aktører	Målparameter	Milepæl
Økt kompetanse for bransjen under ett med fokus på digitalisering og kundereisen.	Kompetanseplan for bransjen med spesifiserte kompetansemål med fokus på digitalisering og kundereisen Avdekke behov, sette opp plan for gjennomføring	Deltaker	Ansvarlig: KNF med forum for handel	Plan foreligger	Q4 2022
Enhetlig handelsnæring som drar i samme retning.	Ha et effektivt og offensivt forum for handel med formalisert struktur, mandat og organisering Samarbeid med andre aktuelle bransjer som servering og reiseliv	Deltaker	Ansvarlig; Forum for handel (KNF)	Vedtatt struktur og mandat foreligger	Årlig
Bedre kundeopplevelser enn forventet (det lille ekstra)	Økt kompetanse Økt fokus på service og kundebehandling Kjennskap og tillit til kollegaer i og utenfor butikken	Følger arbeidet	Ansvarlig; KNF med forum for handel	Jevnlige kundeundersøkelser med gode resultater Årshjul foreligger	Kontinuerlig

	Oppdatert, aktuelle produkter, god vareeksponering i lokalene. Aktiviteter som demoer, synliggjøring osv			Forbedringspunkt fra kundetilbakemeldinger er fulgt opp og kvittert ut som avlevert	
	Utdeling av serviceprisen		KNF, USN og LP		
Enighet og felles forståelse for detaljhandelens rammevilkår	Kontinuerlig dialog med beslutningstakere, innbyggere og næringsliv om status, utviklingstrekk og muligheter.	Fasilitere	Ansvarlig; Forum for handel (KNF)	Årlige dialogmøter mellom bransje og formannskap.	Årlig
Konkret utprøving av nye forretningsmodeller ved å ta bruk tilgjengelig teknologi	Økt lokal omsetning ved å samhandle på samhandling mellom handel/ teknologi/ distribusjon	Ta initiativ og tilgjengeliggjøre erfaringer fra Testarena Kongsberg By&Lab og Testarena Norefjell	Ansvarlig: kommunen , supplert med nasjonale aktører	Forstudie gjennom-ført Pilot-prosjekt gjennomført Videreføring i drift	Q2 2022 Q4 2022 Q2 2023

3.2: Tiltaksplan – Handelssentra, byrom og estetikk

Mål	Tiltak kort sikt	Kommunens ansvar	Aktører	Målparameter	Milepæl
Aksen Storgata-Myntgata som motor i sentrumsutviklingen i Kongsberg	Plan for oppgradering og førskjønning Aktiv "sentrumsgruppe" Fakta grunnlag (kvalitativt og kvantitativt) på bruk av strekningen	Plan-myndighet og grunneier. Fasilitator og deltaker Innhente data	Kommune og KNF med forum for handel	Planen er gjennomført	Q4 2023

	(varelevering, syklende, handlende, gjennomferdselsåre, aktiviteter)				
Attraktive lokaler og byrom	Etablere et eget forum for gårdeiere. Aktiviteter og opplevelser i sentrum – eget årshjul	Deltaker	KNF med forum for handel	Forum etablert	Q 4 2022 årlig
Ingen tomme lokaler	Utstrakt bruk av pop up og midlertidige installasjoner	Plan-myndighet	Forum for gårdeiere	Ingen tomme vinduer uten aktivitet eller utstilling	Q 4 2022
God tilgjengelighet på alle årstider	Fortsette med vedlikeholdsavtalen		KNF med forum for handel		
Estetisk fint utenfor butikker og lokaler	Avklare handlingsrom og mulig bruk av fortau og fellesområder Vareeksponering, blomster, bord/stoler, skilt, vindusfasader, solskjerming osv	Plan-myndighet Rådgiver Sentrumsgruppa	Gårdeiere og butikk-innehavere	Det er vitale gater med vareeksponering, gode opplevelser og møteplasser i gatene; status hver vår	Årlig Q2
Vinterbelysning i mørketid i hele sentrum.	Lage en helhetlig plan over eksisterende og ønsket belysning inkl julegatelys.	Deltaker	KNF med forum for handel	Årlig tiltaksplan	Q 3 2022
Forutsigbar og hensiktsmessig bruk av byrom og fellesområder	Gjennomgang av, og ev justere bestemmelser om bruk av offentlig rom.	Plan-myndighet og ansvar for gjennomføring	KNF med forum for handel	Årlig evaluering og vedta tiltaksliste for oppfølging og forbedringer	Årlig Q3
Mer samordnet P-betalingsløsning	Kartlegge hvilke ordninger som finnes, se på mulige samordninger / løsninger	Gjennomfører Gjennomfører	KNF deltaker	Årlig evaluering og vedta tiltaksliste for oppfølging og forbedringer	Årlig Q3 Årlig Q3

Tilgjengelig parkering for brukere/besøkende av sentrum.	Synliggjøring av mulighetene som faktisk finnes			Løpende vurdering	
Differensierte P-muligheter	Oversiktskart over P-plasser	Gjennomfører	KNF med forum for handel	Ferdig oversikt	Q3 2022

3.3: Tiltaksplan - Marked

Mål	Tiltak kort sikt	Kommunens ansvar	Aktører	Målparameter	Milepæl
Kunnskap om eget marked, potensial og bruker-opplevelser	Gjennomføre markedsundersøkelser Oppdatert på trender og utviklingstrekk (NSU)		Forum for handel og opplevelser (KNF) ansvarlig for gjennomføringen	Undersøkelse(r) gjennomføres og analyseres. Deltakelse på sentrumskonferansen og NSU nettverk	Q4 2022 Kontinuerlig
“Sømløs handel” Integrasjon mellom digital og fysisk handel	Deltakelse i (nasjonal) kartlegging av forbrukerens behov og ønsker. Etablere en digitaliseringsplan for lokal handel. Se på mulige vareleveransemodeller. Ha en helhetlig infrastruktur	Prosjektansvarlig. Fasilitere og koble aktører sammen.	Kongsberg kommune med regionale samarbeidspartnere. KNF med forum for handel	Plan foreligger Iverksetting av tiltak	Q4 2021 Q2 2022
Forutsigbare og enhetlige åpningstider for sentrumshandel	Kartlegge eksisterende og ønskede åpningstider	Følger gjennom KNF	Forum for handel og opplevelser (KNF)	Kartlegging gjennomført	Q4 2022 Q4 2022

	(bransjen og kundene)		ansvarlig for gjennomføringen	Enhetlige og forutsigbare åpningstider kommunisert	
Være synlig som attraktivt handel og opplevelses sentrum	Felles overordnet markeds og kommunikasjonsplan	Følger gjennom KNF	Forum for handel, servering og opplevelser Forum for kommunikasjon	Markeds- og kommunikasjon splan etablert Årlig revidering	Q3 2022