



Fleksible åpningstider med ny teknologi

Sluttrapport

28.02.2021



MERKUR
FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Innhold

1.0 Sammendrag.....	3
2.0 Bakgrunn og formål.....	5
3.0 Pilotprosjekt – praktisk gjennomføring og deltakere.....	8
4.0 Trend – trussel eller mulighet	11
4.1 Butikken og bygda	11
4.2 Forbrukeradferd	11
4.2 Netthandel.....	11
4.3 Åpningstider	12
4.4 Overetablering.....	13
4.5 Ny teknologi.....	13
4.6 Generasjonsskifte	14
4.7 Kjøpmannsrollen	14
4.8 Nye møteplasser.....	15
5.0 En del erkjente problemer	17
5.1 Hvilke problemer møter nærbutikker?	17
5.2 Hvilke problemer møter små lokalsamfunn.....	17
5.3 Hvilke fordeler har små lokalsamfunn sett med innbygger øyne?	17
6.0 Stortingsmelding 27 «IKT for en enklere hverdag og økt produktivitet»	19
7.0 Dokumenterte resultater av pilot.....	21
7.1 Økonomiske resultat	21
7.2 Effekter – kundeutvikling og omsetning pr kjede	23
7.3 Lønnsomhetsvurdering med og uten tilskudd fra Merkur-programmet	25
7.4 Kundeundersøkelse	26
7.5 Regulatorisk, sikkerhet og personvern.....	28
7.6 Kjøpmannserfaring	29
7.7 Kjedenes erfaringer	34
8.0 Forslag på strategi og innføring av ny teknologi for flere butikker	38
Trinn 1: Raske tiltak 2021	40
Trinn 2: 5 års-plan.....	41
Trinn 3: KMD Ekstra bevilgning	41
9.0 Presentasjon og kjøreplan	43
10.0 Hvordan leverer pilotprosjektet på FNs bærekraftsmål ?	45
11.0 Oversikt medieoppslag	48

1.0 Sammendrag

Merkur-programmet har gjennomført et pilotprosjekt hvor åtte nærbutikker fra ulike kjeder og ulike regioner har prøvd ut ny teknologi som har gjort det mulig å tilby delvis selvbetjening og fleksible åpningstider eller døgnåpen drift. Målsettingen med prosjektet har vært å hente ut erfaring og lærdom som kan overføres til andre Merkur-butikker.

Bakgrunnen for prosjektet er utfordringsbildet for mange av de minste nærbutikkene med lav lønnsomhet, lange arbeidsdager, krevende konkurranse med større butikker i sentrale strøk som har lenger åpningstid, utfordringer med å tilpasse seg til nye handlemønstre og nye kundegrupper og utfordringer med å opprettholde butikkens funksjon som servicesenter og møteplass.

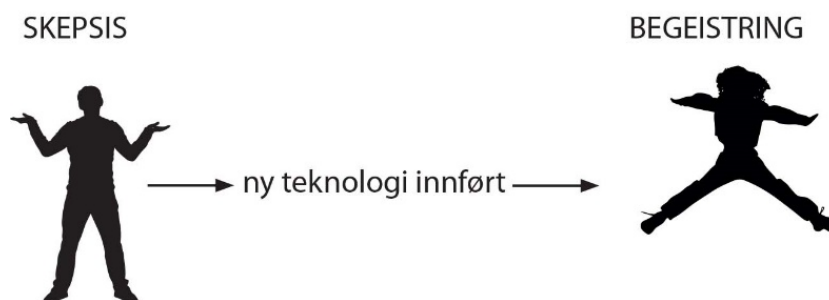
Merkur-programmet ønsket å finne ut om en kan styrke disse butikkene og ta ut potensialet for vekst ved å ta i bruk digitale løsninger som åpner for fleksible åpningstider og delvis selvbetjening. Alternativet for flere av butikkene vil over tid være nedlegging.

Pilotprosjektet har gitt svært positive resultater for butikkene som har deltatt.

Tallet på kunder har økt med 34 prosent og omsetningen har økt med 49 prosent i prosjektperioden, sammenlignet med året før.

Dersom vi trekker fra prisstigning og økt dagligvareomsetning som følge av pandemien, har pilotprosjektet gitt en netto omsetningsvekst på 33 prosent. 28 prosent av omsetningsøkningen har kommet utenom butikkens gamle åpningstider.

Skepsis har blitt snudd til begeistring og optimisme både hos kjøpmenn, ansatte, kunder og kjeder.



Kjøpmenn ser at ny teknologi gir mulighet til å snu den økonomiske utviklingen, samtidig som de kan få en bedre hverdag. I prosjektet er det to butikker som startet sent, det vil si i november/desember 2020. Disse butikkene har så langt ikke fått samme effekten som de andre butikkene, men kjøpmennene har stor tro på den nye driftsmodellen og at den positive effekten vil komme.

Den nye driftsformen gir en unik fleksibilitet. Butikken er automatisert og kan fjernstyres på en måte som gjør at du kan utvide åpningstider uten å øke kostnader, i tillegg til at det er frigjort tid fra kassabetjening. På den måten får kjøpmannen bedre og tettere dialog med kundene fordi han kan være mer tilgjengelig. Det resulterer ofte i økt rulling av varer, ikke minst på grunn av fornying og raskere tilpasning av vareutvalget.

Kundene er begeistret over tilbudet om døgnåpent eller utvidede åpningstider tilpasset kundenes behov. De opplever det som enkelt og trygt å handle i en butikk med selvbetjente kasser og anbefaler gjerne butikken til andre.

Prosjektet har bidratt til nasjonale endringer i forhold til salg av aldersbestemte varer ved hjelp av ny teknologi. Det er ikke avdekket eller rapportert hendelser eller avvik på noen områder når det gjelder salgløype, HMS-sikkerhet, IT-sikkerhet eller personvern.

Butikkjedene har etter noen avklaringer i starten av prosjektet vist stor interesse og tatt en posisjon som en sterk bidragsyter i et nasjonalt innovasjonsarbeid. Prosjektet viser at teknologisk nyvinning som resultater i økt omsetning, kan gjøre det lettere å opprettholde driften av små nærbutikker. Hver kjede har gjort sitt teknologivalg, og vi har derfor kjørt 3 parallelle piloter.

Pilotprosjektet treffer på seks av FNs bærekraftsmål; det gjelder økonomisk, sosial og miljømessig bærekraft.

Merkur-konsulentene som har deltatt i pilotprosjektet, mener at andre Merkur-butikker raskt bør ta i bruk den nye teknologien. Det er viktig å benytte den optimismen, begeistringen og det teknologiske forspranget som prosjektet har medført, og som smi mens jernet er varmt.

Merkur har gjennomført en kartlegging som viser at 25-30 butikker er interessert i å investere i å



teknologi som åpner for fleksible åpningstider i 2021.

Prosjektgruppen anbefaler at Merkur straks åpner for å kunne søke om støtte til dette formålet gjennom investeringsstøtteordningen. Det blir foreslått at Merkur øremerker midler til butikk-teknologi slik at minst 15 butikker kan komme i gang med fleksible åpningstider i løpet av året.

Videre blir det foreslått en rullerende fem-årsplan slik at 20-30 Merkur-butikker kan få investeringsstøtte til ny teknologi hvert år. Da vil 20-30 prosent av butikkene ha tilbud om fleksible åpningstider og selvbetjening utenom vanlig åpningstid. Prosjektleder foreslår at muligheten for ekstrabevilgninger fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet til dette formålet blir utredet.

Figur 1 Alle generasjoner har omfavna den nye måten å handle på.

2.0 Bakgrunn og formål

Hegna Landhandel startet opp i 2018 og viste tidlig en unik utvikling med nyutviklet driftsmodell.

NATIONEN



App til kassa i Hegna Landhandel, den første sjølvbetente og døgnopne landhandelen i Noreg.

Hegna Landhandel er døgnopen, sjølvbetent – og med service på app

Når Coop Extra opnar døgnopen og sjølvbetent butikk i Oslo, så er dei ikkje først. Det var det Hegna Landhandel som var. Der kan du kjøpe daglegvarer døgnet rundt, utan at det er folk i butikken. Hjelp tilbyr dei tilsette med ein app.

Driftsmodell med ny teknologi løser langt på vei flere av de grunnleggende problemer mange distriktsbutikker sliter med - samtidig som denne driftsmodellen åpner for nye muligheter. Erfaringene var så gode og verdifulle at Merkur-styret vedtok 24. juni 2019 et pilotprosjekt for at 8 butikker skulle ta utgangspunkt i tilsvarende teknologi og teste ut driftsmodellen som gjør det mulig å ha lange åpningstider, faktisk 24/7. Formålet var å finne ut om dette er en driftsmodell som flere Merkurbutikker bør ta i bruk.

Det ble stilt krav til at butikkene hadde sterk egenmotivasjon til å ta grep for å møte fremtiden, sunn økonomi og være villig til å satse på ny teknologi. I prosjektet skulle det legges vekt på erfaring og læring med overføring til andre. Butikkene skulle være representative og hentet fra ca. 4 regioner med ca. 4 konsulenter.

Målsetninger

Politisk hovedmål:

Sikre spredt bebyggelse i Norge ved å ta vare på de som bor her og øke tilflytting.

Merkur sitt hovedmål:

Sikre folk i distriktene tilgang av dagligvarebutikk av god kvalitet. I tillegg skal Merkur arbeide for bedre tjenester og økt trivsel i distriktene – være møteplassen.

Alle mål er betinget av at de som bor i distriktene enklest og best mulig kan få oppfylt sine basisbehov og i økende grad gjerne sine sosiale behov. Slik måloppnåelse er igjen avhengig av innbyggernes tilgang til en stabil, trofast og allsidig distriktskjøpmann. Slike kjøpmenn blir kjøpmenn så lenge det er en god sammenheng mellom innsats og inntjening.



Distriktskjøpmannen har krevende lange dager og er til dels preget av vanetenking og dels preget av nasjonale kjeders ønske om å behandle alle likt. De fleste kjøpmenn har hatt nok med å overleve som kjøpmenn framfor å henge med i den teknologiske utviklingen.

Merkur arbeider for å få distriktskjøpmenn til å løfte blikket og *tilpasse* seg nye og gamle kunders endrede atferd, vaner og valg av varer/åpningstider mm. Målet er å bidra til å opprettholde nettet av distriktsbutikker vi har i Norge.

Demografisk utfordring

Nylig ble demografiutvalgets utredning om utfordringene i distriktene i Norge publisert. Utredningen vekker oppsikt fordi den tydelig får frem problemene i distriktene og har nye innspill om mulige løsninger. I etterkant har det kommet mange kommentarer og ideer som handler om å hindre fraflytting og stimulere til tilflytting.



Utredningen stimulerer til kreativitet og nytenking. Det er svært treffende for Merkurs pilotprosjekt. Ulike former for arbeidsplasser er omtalt som vanlig i forhold til distriktsutvikling, men omtalen av mykere verdier i form av både individuell og kollektiv trivsel, er nye toner. Dette er viktige signal som bør tas med i vurderingen av om hvordan dette pilotprosjektet bør videreføres.

Oppdrag

På Merkur styremøte 2. desember 2020 ble resultat hittil og forslag til framdrift presentert. Styret gav prosjektleder følgende oppdrag i siste del av prosjektperioden:

1. Dokumentere resultat av pilotprosjektet, i form av ein rapport om økonomiske resultat (omsetning og tal på kundar), brukarerfaringar for kjøpmann og kundar mm.
2. Lage ei kjørebok for innføring av ny tilgangs- og betalings-teknologi som kan gjere det lettare for nye butikkar å ta i bruk teknologien.
3. Samarbeide med Norsk Tipping for å få på plass ei løysing for tippetenester i sjølvbetjent butikk
4. Kome med forslag til strategi for implementering av ny teknologi i fleire Merkur-butikkar, herunder forslag til kva krav som skal setjast til butikkane, kriterium for kva butikkar som skal prioriterast og korleis investeringane skal finansierast
5. Følgje opp dei åtte pilotbutikkane gjennom erfaringsutveksling slik at kjøpmennene kan bli flinkare og tryggare og kan brukast som ambassadørar i forhold til nye butikkar som vil bruke teknologien.
6. Dele erfaringane frå pilotprosjektet slik at alle Merkur-konsulentane får kompetanse på ny teknologi og kan fungere som gode rådgjevarar for butikkane i sin region. Det kan også vere aktuelt å dele kunnskap med KMD og kjedene.

Ressurser

Pilotprosjektet er finansiert gjennom bevilgninger fra Merkurs kompetanseprogram. Merkur-styret har bevilget til sammen 2,0 mill. kr til gjennomføring av dette prosjektet.

I tillegg kommer kostnader knyttet til kjøp og installering av teknologisk utstyr i butikkene, ca. 780.000 kr pr butikk. Pilotbutikkene har fått 50-75 prosent tilskudd til disse investeringene gjennom Merkurs ordinære ordning med investeringsstøtte.

3.0 Pilotprosjekt – praktisk gjennomføring og deltakere

Prosjektet har vært organisert med avdelingsleder Steinar Fredheim i Distriktssenteret som leder av styringsgruppe og Merkur-konsulent Hallvard Christenson som prosjektleder. Hans Olav Bakås i Mat-Norge AS har hatt en nøkkelrolle i prosjektet med sin spisskompetanse på flere områder.

Følgende Merkur-konsulenter og regioner har deltatt i prosjektet:

- | | |
|------------------------|---------------|
| • Vigdis Myhre Næsseth | Innlandet |
| • Per Spillum | Vestland |
| • Lars Helgeland | Rogaland |
| • Hallvard Christenson | Østlandet sør |

Piloten startet høsten 2019. Oppstarten var krevende, og prosjektet måtte endre seg fra en løsning med felles teknologi for alle kjeder til skreddersydde prosjekt for hver kjede. Denne plattformen kom skikkelig på plass i januar 2020. Med denne plattformen har vi hatt et kjempegodt samarbeide med kjedene.

Vi organiserte prosjektet ved at prosjektleder har hatt direkte kontakt med kjedene og rapportert til Steinar Fredheim. Seniorrådgiver Per Kjetil Jørgensen i Distriktssenteret har vært med på milepælmøter.

8 butikker har vært med i piloten. Butikkene ble valgt ut av kjede sammen med Merkurkonsulent basert på en samlet vurdering av vilje og evne:

- Motivasjon til å drive butikken på ny måte
- Tro og litt innsikt i ny teknologi
- Villige til å investere tid og ressurser
- Villige til å dele med andre
- Evne og vilje til å kommunisere forandringene
- Butikker som kom inn under investeringsordningen til Merkur
- Søndagsåpen eller mulighet for søndagsåpen

Planen var å samle alle aktuelle på Hegna Landhandel for å la de få se og prøve selvbetjentsystemet før de bestemte seg, dette for at de bedre skulle forstå hva de gikk til.

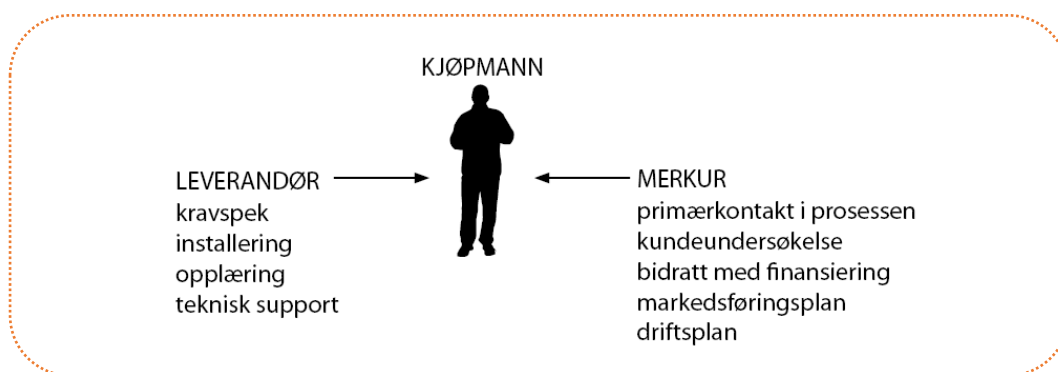
Pga. korona måtte vi legge om planen. Merkurkonsulent besøkte de aktuelle butikkene sammen med kjede-representant og utstyrsleverandør. De som ble med i prosjektet, signerte en bekreftelse/formalisering på deltakelse for å være tydelig i forventninger, rolleavklaring og skape forpliktelse.

Vi fikk avslag fra 2 butikker rett før oppstart, pga korona for den ene og sykdom i familien for den andre. Sammen med kjedene fikk vi fram nye aktuelle kandidater som vi fulgte opp med besøk og de ble med i prosjektet. Prosjektet omfatter 4 butikker fra NorgesGruppen, 2 fra Coop og 2 fra Snarkjøp.

Butikkene i pilotprosjektet er:	Åpning	Omset/res 19	Adresse
1. Snarkjøp Eksingedalen	15.05.20	2,7 mill/+ 6,4%	5727 Eidslandet
2. Nærbutikken Lyngdal	12.06.20	4,8 mill/+ 7,8 %	3624 Lyngdal
3. Nærbutikken Svatsum	03.07.20	5,8 mill/+ 0,9 %	2657 Svatsum
4. Nærbutikken Åmdals Verk	30.08.20	4,4 mill/- 2,5 %	3882 Åmdals Verk
5. Nærbutikken Tufsingdal	01.10.20	5,3 mill/- 0,2 %	2555 Tufsingdal
6. Snarkjøp Herand	16.10.20	6,5 mill/- 3,2%	5628 Herand
7. Coop Marked Folkestad	29.10.20	9,2 mill/- 0,05 %	6120 Folkestadbygd
8. Coop Prix Nedre Eggedal	02.12.20	12,6 mill/- 2,5 %	3358 Nedre Eggedal

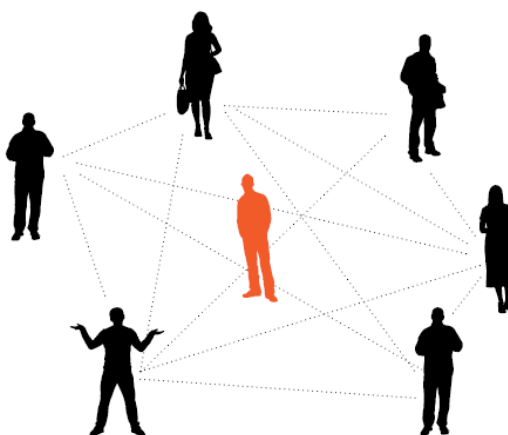
Butikkene ligger fra fjell til fjord og har en omsetning fra 3 mill til 12 mill. Kjøpmennene er unge på 25 år til godt voksne over 50 år. Flere av butikkene har hatt svært dårlig økonomi før de kom med i prosjektet.

Leverandøren styrte prosessen med kravspek, installering, opplæring og teknisk support. Merkurkonsulenten bistod kjøpmannen med kundeundersøkelse, finansiering, markedsføringsplan, driftsplan og var butikken sin primærkontakt i hele prosessen.



Det var mye som skulle læres, og for at læringskurven skulle mestres, la vi opp til erfaringsutvekslingsmøter en gang i måneden fra juni 2020. Dette var et tilbud som ble gitt til alle kjedene. To kjeder har benyttet det aktivt hele tiden, og en kjede tok dette tilbudet i bruk januar 2021.

Erfaringsmøtene har vært nyttige og gode. På møtene har vi arbeidet for å bli glade i tall og tenke forbedring/utvikling for butikken og for seg som leder med ny driftsform. Kjøpmennene har utviklet seg. De har blitt tryggere på ny driftsform og bygd et godt nettverk med de andre kjøpmennene.



Figur 2 Merkur har lagt tilrette for et nettverk mellom kjøpmennene i pilotprosjektet

Merkurkonsulentene og kjedekontakten har fulgt opp den enkelte butikk i mellomperiodene. Erfaringsmøter og individuell oppfølging sammen har gitt en god prosess for kjøpmannen.

Den 16. februar 2021 møttes alle kjøpmenn og kjederepresentanter i et felles erfaringsmøte. På møtet deltok det 17 personer - kjøpmenn og nøkkelpersoner fra kjedene. På møtet fikk de resultater fra omsetning og kundeutvikling, kundeundersøkelsen, bærekraft og erfaringsutveksling. Møtet ble avsluttet med Queen sin melodi "We are the Champions"!



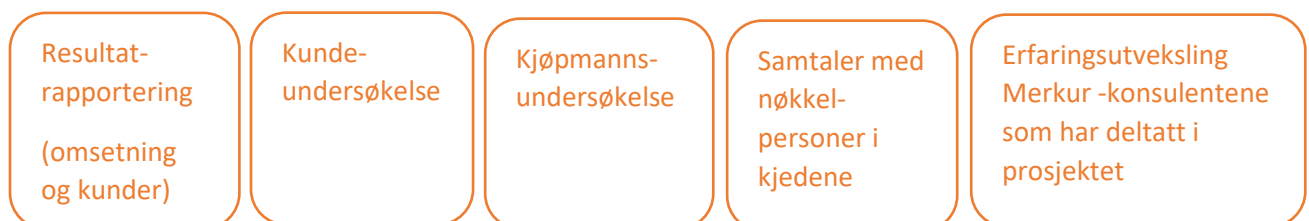
Ny driftsform krevde også samspill med kommunene i forhold til det regulatoriske (salg av aldersbestemte varer). I alle kommuner så var dette en positiv erfaring som styrket samarbeidet mellom butikk og kommune. Mange kommuner var stolte av å få være med og tok raske beslutninger, mens andre trengte å bruke noe mer tid. Piloten har gitt nyttig erfaring i forhold til det regulatoriske i ny driftsform.

Den nye driftsformen er helt nytt for kommunene og vi har vært med å bistå butikkene med søknadsarbeider samt være med i møter med kommunerepresentanter. 6 butikker har nå godkjent salg av alkohol med ny teknologi.

Samspillet og pågangsmotet til deltakerne i prosjektet har skapt et godt moment for å finne løsninger på ubesvarte spørsmål og hindringer. Koronaen har gjort hele prosjektet arbeidskrevende å lede, men sammen har vi greid det.

Merkurkonsulentene har gjort et framifrå arbeid med å utarbeide planer og gjennomføring av åpninger som har skapt god omtale i fagblad, lokalpresse, regionaviser og NRK i beste sendetid.

Vi har foretatt en serie undersøkelser og effektmålinger basert på erfaringer høstet hos kjøpmenn, kjeder, kunder og Merkurkonsulenter:

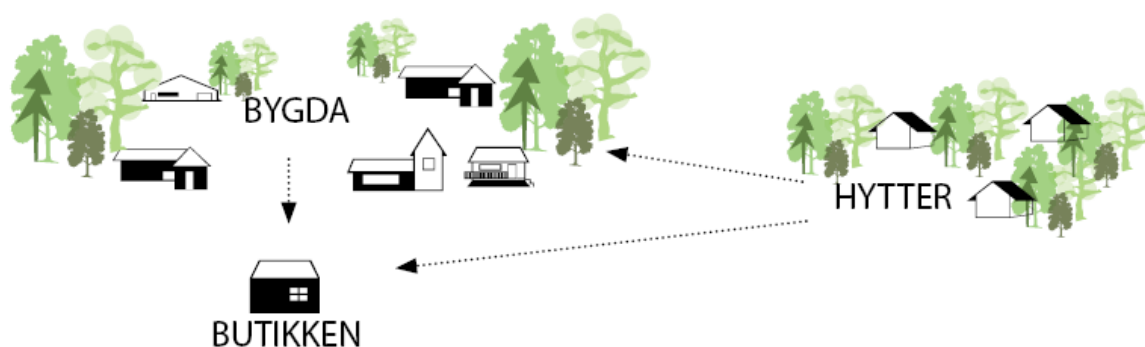


Det er moro å registrere den store interessen fra folk og medier for dette prosjektet – fantastisk. Vi i Merkur må ta vare på dette momentet. Nå er vi gjengen som er best på selvbetjente butikker i landet.

4.0 Trend – trussel eller mulighet

4.1 Butikken og bygda

Piloten har gitt oss ny og forsterket innsikt på mange områder. Når det gjelder lokal bærekraft, er det flere interessante observasjoner som er verdt å ta med i videre arbeidet med utvikling av små lokale nærbutikker og bygdesamfunn. Færre og eldre kunder i distriktene forsterker utfordringene for tradisjonelle butikker i distriktet. Mange har en drøm om å bo utenfor byen, pandemien og hjemmekontorer har vist muligheten digitaliseringen gir, noe som gir økt digital kompetanse i distriktene. Hyttene blir sekundærbolig og hytteboere blir mer integrert i lokalsamfunnet.



4.2 Forbrukeradferd

I de senere år har forbruker og kostholdsvaner endret seg mye. Vi er blitt betydelige mer internasjonale. Det har innvirkning både på vareutvalg, omløpshastighet, åpningstider både i uken og i døgnet. Måltidet Fredagskosen drar seg f.eks. i retning sushi/asiatisk. Et annet forhold er økende antall personer som er allergiske. Kjøpmann må vite om det og være på hugget for å tilpasse seg nye behov.

Informasjonskildene har endret seg drastisk og nye endringer kommer. Aviser som primærkilde utfordres av ulike sosiale medier, deling og tilgang til informasjon øker kraftig. Norge ligger langt fremme på digitale ferdigheter. Det å verve medlemmer tilegnet plattformene blir i økende grad strategisk viktig, eventuelt å være aktiv i grupper som eksisterer. Flere av disse framhever gleden og tilfredsheten ved å bo utenfor allfarvei i form av fjell, bygd og vær.

Elektrifisering av bil, etter hvert båt og redskaper er et område som det er viktig for kjøpmannen å posisjonere seg på ved å gå i allianse med de som vil sette opp ladestasjoner.

Selvbetjente kasser er snart vanlig. Hos Ikea er 50 % selvbetjente, Biltema ruller ut selvbetjeningskasser, og flere og flere installerer selvbetjente kasser i dagligvarebutikkene. Folk blir etter hvert vant med å bruke selvbetjente kasser, og det kan bli et forventet tilbud i alle butikker.

4.2 Netthandel

Pandemien har løftet netthandel og hjemlevering. Bransjen er fortsatt usikre på om det er mulighet å få lønnsomhet på dette område slik som dette er organisert i dag.

- Mange spår at fremtidens butikker vil ha en virtuell utgave av fysisk butikk, hvor kunden beveger seg og handler via digitale flater i lokale virtuelle butikker på en helt ny måte, en ny form for netthandel
- Moderne delingsøkonomier kan også bidra til at det oppstår nye lokale «økosystemer» for logistikkhåndtering som gir enkel og kostnadseffektiv varepakking/varedistribusjon som sammen med selvbetjente butikker gir helt nye muligheter
- Globale trender viser at netthandel med store digitale markeds plasser virker til å ha funnet sin posisjon. Når det gjelder «kjede og merkevare netthandel» så ser man at disse utfordres av små lokale butikker som ønsker sin egen netthandel. Mye tyder på at dette vil forsterke seg i tiden som kommer som følge av økt digital bevissthet og kompetanse hos neste generasjon butikkdrivere/eiere.

4.3 Åpningstider

Det er krevende å drive lønnsomt når åpningstiden er begrenset. Analyser og trender viser følgende:

- Døgnåpent gir større effekt enn gode åpningstider. Analyser viser at en butikk som har døgnåpent får høyere prosentvis omsetning frem til 23:00 sammenlignet med en butikk som stenger f.eks. kl 23:00
- Ekstra gode åpningstider gjør det enkelt for kunden og bygger gode kundeopplevelser og lojalitet
- Flere timer å selge varer på reduserer matsvinn
- For å konkurrere på åpningstider så må man ta i bruk ny teknologi



Figur 3 Butikken på Åmdals Verk har fått et løft etter at den fikk døgnåpen drift.

4.4 Overetablering

Mye tyder på at konkurransen er krevende og marginene er for små til at man kan få en økonomisk bærekraftig utvikling, med mindre man reduserer antall butikker eller effektiviserer.

- Ved bruk av ny teknologi så vil etableringen øke ytterligere, det vil bli flere små og selvbetjente lokasjoner, og man vil i en periode kunne oppleve ytterligere ekspansjon og konkurranse
- Mye tyder på at for å lykkes, så holder det ikke bare med teknologi, man må også leverer på vareutvalg, opplevelse, kundeservice og tilgjengelighet
- Nye driftsmodeller vil medføre at ansatte i fremtidens butikker må bygge ny kompetanse, og utføre andre oppgaver og roller, f.eks. arbeide med å skape gode kundeopplevelser analogt og digitalt
- Fremtidens butikker vil kanskje ta arbeidsoppgaver fra andre bransjer og få en mer sentral rolle i eksisterende og nye delingsøkonomier



Figur 4 Nærbutikken Svatsum i Gausdal kommune

4.5 Ny teknologi

Dagligvarebutikker står ovenfor store endringer. Små marginer og høye bemanningskostnader i tillegg til økende konkurranse og nye krav og forventninger, gjør at bransjen har startet å se på hvordan man kan ta i bruk ny teknologi for å utvikle butikkene videre. Bransjen har hatt innovasjon på andre områder av verdikjeden, men dette har ikke gitt tilstrekkelig effekt for butikken og kunder med tanke på å sikre butikkene en økonomisk bærekraft. Dette virker til å være trussel og trendbilde for dagligvarebransjen.

- Mye tyder på at bransjen er overmoden for nyskapning, om ikke bransjen endrer seg så er det stor fare for at endringen vil komme «utenfra» ved hjelp av ny teknologi og nye delingsøkonomier
- Ny teknologi vil skape nye driftsmodeller
- Teknologien organiseres mer kostnadseffektivt enn før, som gjør at man med de rette konseptene kan få lønnsomhet på butikker med liten omsetning

- Selvbetjeningskasser vil gradvis bli supplert med kunde-app hvor kunden kan skanne varer og betale, på sikt så vil dette bli erstattet «zero checkout stores» dvs selvbetjeningskassene forsvinner. Teknologien er klar, men sinkes av Global Trade Item Number sterke globale posisjon, kjent som strekkode.
- Vil det komme virtuelle utgaver av fysiske butikker, som gjør at kunden kan besøke butikken virtuell, og se hva som er av varer osv.?
- Teknologien vil åpne for at butikkene kan selge/levere andre varer og tjenester enn de gjør i dag, som gir nye inntekspotensialer og sterk lokal bærekraft.
- Større automatisering av varehåndtering.
- Ny teknologi og driftsform vil medføre større konkurranse om å eie og drive små butikker

4.6 Generasjonsskifte

Hvem blir fremtidens kjøpmenn? I dag er det mange ildsjeler med lange arbeidsdager som har godt sosialt nettverk med lokal annerkjennelse og innflytelse. Hva må til for at generasjon X-Y-Z-V skal overta? Vil noen overta tradisjonelle butikker?



«Etter at butikken ble selvbetjent og åpen alle dager fram til midnatt, har omsetningen økt og jeg kan nå ta ut normal lønn, mot tidligere ingenting»

Intervju med kjøpmann i en pilotbutikk
i Teknisk Ukeblad 24. februar 2021

- Ny generasjon ønsker god balanse mellom fritid og arbeid, det er ikke mulig i dagens driftsmodell
- Dagens driftsform kan dessverre ikke tilby lønnsnivå som samsvarer med utdanningsnivået kommende generasjoner har
- Med teknologi og ny driftsform så er det forsvarlig å gjennomføre generasjonsskifte
- Kan høyteknologiske butikker bli investeringsobjekt?
- Generasjonsskifte kan bli utfordret av kjeder og konstellasjoner som ønsker å drive høyteknologiske butikker
- Det er flere initiativer i Norge og Sverige rundt små mobile butikker (brakke/container), som vil utfordre tradisjonelle butikker med begrenset åpningstid. Nå sist www.alltimat.no som satser i Sverige og Norge

4.7 Kjøpmannsrollen

- Utover at rollen har behov for å bli mer kjønnsnøytral, så er det mye som tyder på at det er på tide å skrive om både strategi og roller i forhold til moderne butikkdrift. Sammenlignet med andre bransjer så er dagligvarebransjen en av de bransjene som har hatt minst utvikling i kundefront siden 1950. Hvordan blir rollen for fremtidens kjøpmann/kvinne?
- I dag er bransjen preget av at alle konsepter mer eller mindre bygger på tradisjonell kjøpmannsrolle. Nye konsepter hvor teknologien står sentralt, er på vei inn i bransjen og

vil skape nye driftsmodeller. Kjøpmannskonseptet vil bestå, men kjøpmannskonseptet må finne ny plass i markedet i forhold til nye konsepter og driftsmodeller som kommer.

- Kjøpmannen må bygge ny kompetanse, som er tilpasset fremtidens kunder (generasjon X-Y-Z-V)
- Fremtidens kjøpmann er moderne og ønsker frihet og fleksibilitet
- Hvor fort skjer endringene? Den forrige store endringen i dagligvarebransjen skjedde på 1950-tallet da selvbetjening overtok for landhandel over disk, det tok 20-25 år. Erfaringer viser at når kunder først adopterer nye digitale tjenester, så skjer ting raskt. Mye tyder på at bransjen skal gjennom store endringer i kommende 5-10 år.

4.8 Nye møteplasser

Tradisjonelt har distriktsbutikken også virket som møtested på dagtid for kundene, fordi butikken lå sentralt til i forhold til de ofte spredte fastboende kundene. Møteplassen er et sted for trivsel i form av utveksle store og små nyheter, og dels for å etterspørre tjenester seg imellom.

Det grunnleggende behovet for møteplass mellom kjøpmann og nye og gamle kunder forblir det samme som kilde til trivsel og meningsutveksling. Møteplassen vil kunne ha stor egenverdi ikke bare som sosialt møtested, men også som markedsføringsverktøy for kjøpmannen og for eksempel håndverkere i regionen.



Figur 5 Musikalsk innslag ved åpning av Herand landhandleri. Butikken kan bli en møteplass i hverdagen.

Fram til nå har ikke kjøpmenn i pilotprosjekt fått mindre tid i butikken, dette fordi veksten har vært så stor. Kjøpmennene ser klart at de får frigjort tid i framtiden når organisasjonen er styrket. I det følgende kommer innspill på muligheter som styrker møteplassen:

- Møteplassen endres i takt med tiden og tilpasses kundenes behov. I tillegg til å koseprate inne/utenfor bør kjøpmannen se muligheter for å følge trenden og verdien av å møtes på nettet. Møteplassen bør derfor også bli digital.

- Den fysiske møteplassen bør bevares, men bør endre karakter i retning av større programfestede møter eller arrangementer i tillegg til løst kaffeprat med kjøpmann og ansatte. Kjøpmannen bør være tilretteleggeren for disse gode opplevelsene. Gode opplevelser skaper ideer, trivsel og lojalitet.
- Flere av pilotbutikkene planlegger selvbetjent servering 24/7 noe som vil forsterke rollen som møteplass.
- Postkontorene reduserer utkjøring av post og pakker. Butikken kan styrke sin rolle som møteplass ved å bli en HUB for post/pakker og andre tjenester.
- Kjøpmannen bør se på muligheten for samhandling med kommunen og andre aktører. Kommunene har begrenset åpningstid, butikkene har 24/7. Butikken kan fungere som kundesupport og for eksempel være vakt for ulike tjenester – «Securitas light».
- Andre aktører som kan ha nytte av 24/7, er for eksempel mindre reiselivsbedrifter og andre aktører i området. De kan bruke butikken for å presentere seg og legge til rette for samhandling – i selvbetjent butikk er det alltid et menneske tilgjengelig.
- Ny teknologi og nye åpningstider bør også bety at kjøpmannen blir aktiv på og tar kontroll over egne sosiale medier.



Figur 6 Varaordfører Kjellaug Samland i Ullensvang kommune og kjøpmann Cristel Johansen Kvamme gleder seg over fleksible åpningstider ved Herand landhandleri.

5.0 En del erkjente problemer

5.1 Hvilke problemer møter nærbutikker?

Koronatiden har vært spesiell og gitt godt løft for mange butikker. Dette er svært verdifullt, men 2020 og deler av 2021 er unntaket. Problemene står i kø i forhold til fremtidige problemer:

- Mange sliter med lav lønnsomhet
- «Kjøpmenn» med lange dager
- Vanskelig å konkurrere med åpningstidene til større butikker i sentrale strøk
- «Nye» miljøkrav for kjøll og frys som vil medføre store investeringer
- Flere står ved valget om de skal legge ned
- Krevende å opprettholde servicegrad/møteplass
- Hytteutbygging øker med kunder som setter nye krav til distriktsbutikker
- Begrenset vareutvalg/lav omsetningshastighet
- Henger ikke helt med i «utviklingen»
- Butikkene er ikke dyktige nok til å kommunisere direkte med gamle og nye kunder

5.2 Hvilke problemer møter små lokalsamfunn

- Skoler, barnehage, butikker legges ned
- Fraflytting
- Mangel på møteplasser
- Dårlig offentlig kommunikasjon
- Forgubbing
- Tilflytning hindres pga mangel på boliger
- Digitalt etterslep
- Vitale samfunnsoppgaver krympes – post

5.3 Hvilke fordeler har små lokalsamfunn sett med innbygger øyne?

- Tryggere miljø, samhold i bygda
- Trivsel, glede
- Nær naturen – friske skogsturer eller selvfanger fisk
- «Tenke de store tankene uten å bli forstyrret»
- Mindre reisetid
- Bedre for miljøet – nøysommere, nytte ressursene
- Lavere boligkostnader
- Høre til et sted, kjenne stolthet over hjemsted
- Møte de samme menneskene på ulike arenaer - skole, butikk, trening og kafé
- Åpner muligheter for etablerere foretak som ikke er avhengig av fysisk kundenærhet



Figur 7 Coop Marked Folkestad i Volda kommune

6.0 Stortingsmelding 27 «IKT for en enklere hverdag og økt produktivitet»

Stortingsmelding 27 (2015–2016) «Digital agenda for Norge — IKT for en enklere hverdag og økt produktivitet» omhandler hvordan IKT kan legge til rette for innovasjon og konkurransekraft i næringslivet og presenterer en nasjonal plan for elektronisk kommunikasjon.

Her noen utdrag fra meldingen som er relevant til pilotprosjektet:

” *Formålet med denne meldingen er å presentere regjeringens overordnede politikk for*

hvordan vi i Norge kan utnytte IKT til samfunnets beste. ”

” *IKT-politikken må ta utgangspunkt i de store og reelle utfordringene næringsliv og offentlig sektor står overfor når det gjelder produktivitet, omstilling og effektivisering.* ”

Regjeringens IKT-politikk har i lys av dette følgende hovedmålsettinger:

- En brukerrettet og effektiv offentlig forvaltning.
- Effektiv bruk av IKT styrker næringslivets konkurranseevne og øker samfunnets totale produktivitet
- Verdiskaping og deltakelse for alle.

Brukerne (innbyggere, offentlige og private virksomheter, samt frivillig sektor) og deres behov, skal være det sentrale utgangspunktet. IKT er en vesentlig innsatsfaktor for innovasjon og produktivitet.

Effektiv bruk av IKT styrker næringslivets konkurranseevne og øker samfunnets totale produktivitet



Figur 8 Nærbutikken Lyngdal i Flesberg kommune

IKT er en vesentlig innsatsfaktor for innovasjon og produktivitet. Effektiv bruk av IKT styrker næringslivets konkurranseevne og øker samfunnets totale produktivitet. Dette er en forutsetning for finansieringen av fremtidens velferdstjenester. Regjeringen vil legge til rette for at næringslivet og samfunnet for øvrig skal utnytte mulighetene som digitaliseringen gir. Myndighetene skal legge til rette for økt digital innovasjon. Dette skjer gjennom et tilpasset regelverk, gode rammebetingelser, fjerne hindringer for digitalisering og tilrettelegge for en førsteklasses infrastruktur med elektroniske kommunikasjonsnett og -tjenester av høy kvalitet. Norge skal være en del av det digitale indre marked i Europa.



Pilotprosjektet er en innertier med tanke på styrking av næringsliv og samfunnsutvikling. Prosjektet kan vise til ny giv for butikker og lokalsamfunn, og kan faktisk være redningen for butikkene. Lange åpningstider eller 24/7 som de fleste har, blir godt mottatt av kundene. Det skaper forutsigbarhet for kundene – de vet at butikken «alltid» er åpen og kan stole på det. Derfor trenger de ikke reise ut av bygda eller stikke innom en annen plass. De kan stikke innom når som helst om de skulle få lyst på en Grandiosa sent om kvelden.

BRUKEREN



fastboende
hyttefolk
forbikjørende

Brukeren er i sentrum. Brukeren er de fastboende, hyttefolk og tilreisende. De setter stor pris på økt service, fleksibilitet og bedre vareutvalg – de oppfyller mange av morgendagens kunder sine behov. Butikken blir attraktiv og er med på å skape trivsel og optimisme. Løsningen bidrar til å løse tidsklemma som også finnes på landsbygda.

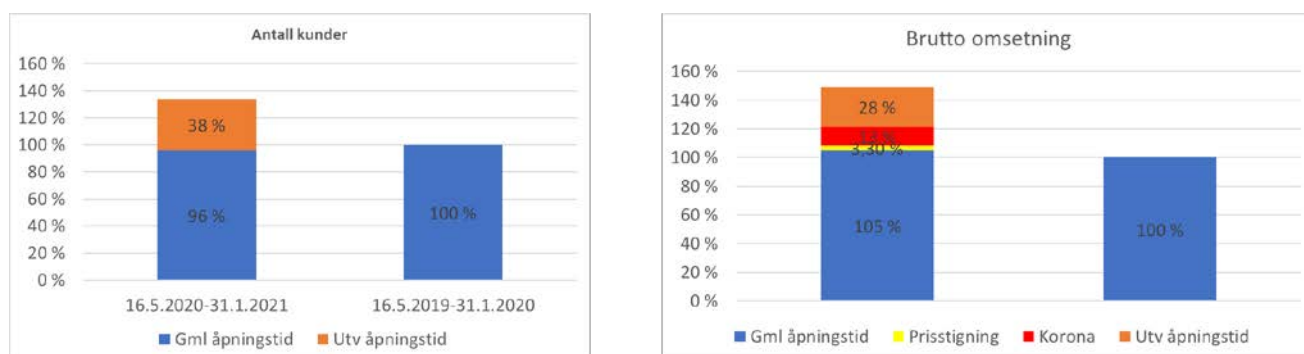
Ny teknologi vil bidra til å opprettholde nettet av distriktsbutikker i Norge. Prosjektet er et interessant eksempel på verdien med å arbeide med innovasjon.

7.0 Dokumenterte resultater av pilot

7.1 Økonomiske resultat

Siden hver kjede har valgt sin driftsmodell og teknologi, så skjer detaljrapportering på kjedenivå, hvor hver kjede har vært inne og kvalitetssikret tallgrunnlagene og kommentarer som brukes i oppsummering på kjedenivå. Som en innledning til detaljrapporteringen pr. kjede har prosjektet sammenstilt et bilde som viser samlet nettoeffekt alle butikker i piloten ut fra vektet hovedtrend. Pga av vekting som bl.a. går på pilotperiode osv., så må bilde ansees som en indikator, og de faktiske resultatene må utledes på kjedenivå.

Samlet nettoeffekt alle butikker i piloten (Vektet hovedtrend)



Den første grafen viser at utvidet åpningstid har gitt pilot-butikkene en kundevekst på 38% i prosjektperioden 16.5.2020-31.1.2021, sammenlignet med samme periode året før. Men samtidig har antallet kunder i den gamle åpningstiden blitt redusert med 4%, slik at netto kundeøkning har vært på 34%.

Den neste grafen viser at pilotbutikkene har fått en total vekst i brutto omsetning i prosjektperioden på 49,3%, sammenlignet med året før. Butikkene har fått noe vekst i omsetningen innenfor den gamle åpningstiden, men den absolutt største veksten har kommet i utvidet åpningstid. Dersom vi trekker fra prisstigning og økt dagligvareomsetning som følge av pandemien, har pilotprosjektet gitt en netto omsetningsvekst på 33%. 28% av omsetningsøkningen har skjedd i butikkens nye og utvidede åpningstid.

Rapportering

- Butikkene har rapportert på kunde og omsetning pr mnd
- Analysene er justert for korona og prisstigning for å finne reell nettoeffekt
- Nettoeffekt er kontrollert mot referansegrupper
- Første butikken åpnet i mai 2020, siste butikken åpnet i desember 2020
- Noen butikker har betjente kasser som brukes på dagtid, andre har bare selvbetjeningskasser
- Hver kjede bruker sin teknologi
- Ulike åpningstider, ikke alle har døgnåpent
- Samlet sluttrapport for alle butikkene gjør at vi har måttet vekte for ulike variasjoner som nevnt over
- Piloten har et omfattende tallgrunnlag hvor utviklingen er fulgt over tid som gir god signifikans

- Tallene er også sammenfallende med kjøpmannens opplevelse av driften
- Flere av butikkene hadde ikke en bærekraftig økonomisk utvikling før de gikk inn i piloten, noe som gjør at netto nytteeffekt for enkelte butikker er bedre enn det som kan utledes av denne analysen

Områder hvor det ikke foreligger rapporter/analyser

Område	Indikator/kommentar
a) Effektivitetsgevinst i driften →	Betydelig potensiale
b) Økt snitthandel →	Svak økning
c) Brutto fortjeneste →	Betydelig økning
d) Svinn mat →	Redusert som følge lengre salgstid
e) Svinn tyveri →	Lavere og bedre oppklaringsprosent
f) Økt vareutvalg →	Økt aktivitet og etterspørsel
g) Økt varetrykk →	Kunden handler oftere
h) Bemanning/Lønnsprosent →	Positiv utvikling, betydelig potensiale

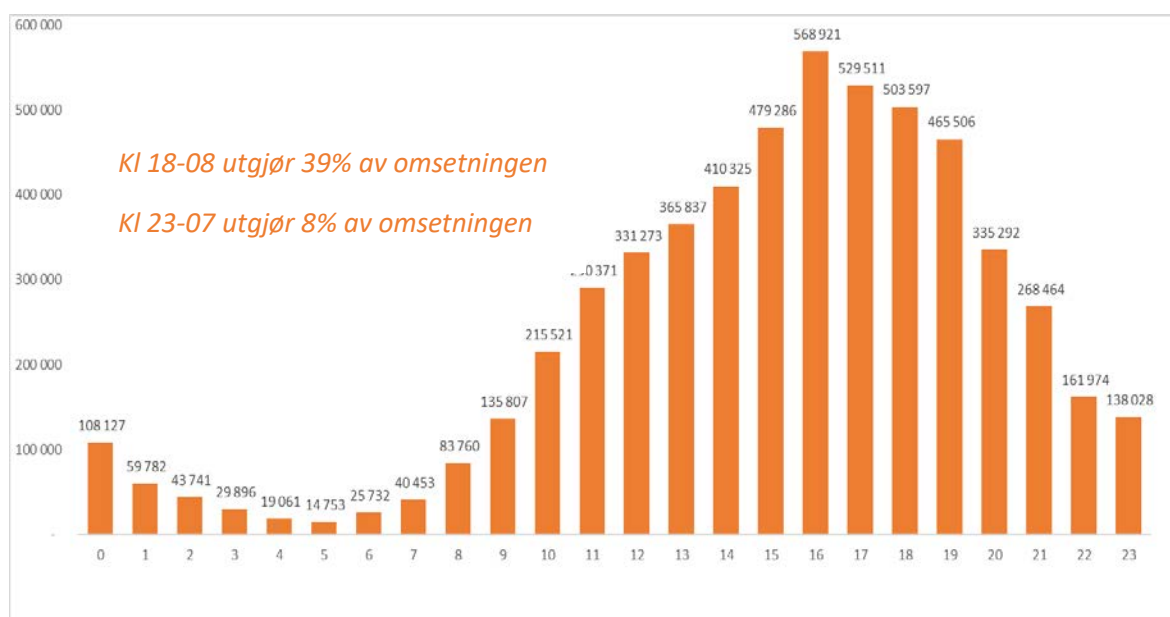
Når på døgnet skjer handelen

Hver butikk har i piloten god oversikt på hvordan kvelds- og natthandel fordeler seg for den enkelte butikk. Prosjektet har ikke hatt som mål å detaljrapportere dette utover noe overordnede samlet indikatorer og eksempel som vist under:

- Man-lør, indikator på isolert effekt i utvidet åpningstid 19-21%
- Søndag, indikator på isolert effekt av søndagsåpent 7-9% av totalen

Flere av butikkene melder tilbake at døgnåpent gir stor effekt for handel før kl 24:00. Det handler om at hyttefolkene da er trygge på at de rekker butikken som «alltid er åpen».

Som et eksempel på salgsfordeling legger vi med faktiske bilde fra Hegna Landhandel for perioden jan-sept i 2020, som viser potensialet:

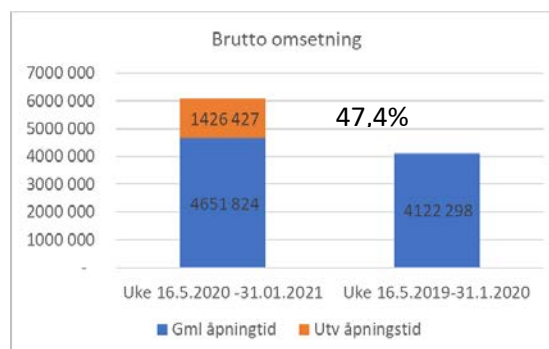
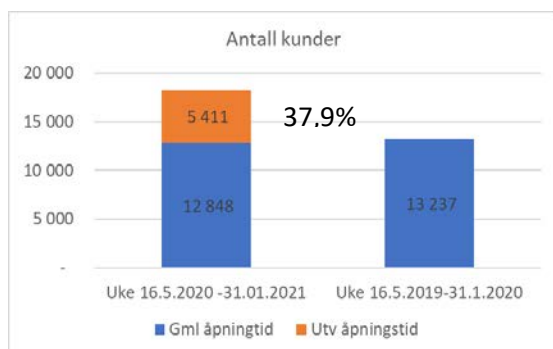


7.2 Effekter – kundeutvikling og omsetning pr kjede

Snarkjøp:

kundeutvikling +37,9%, omsetning +47,4% målt mot samme periode i fjor

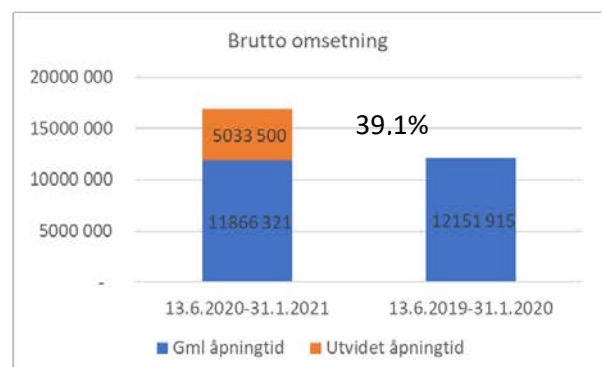
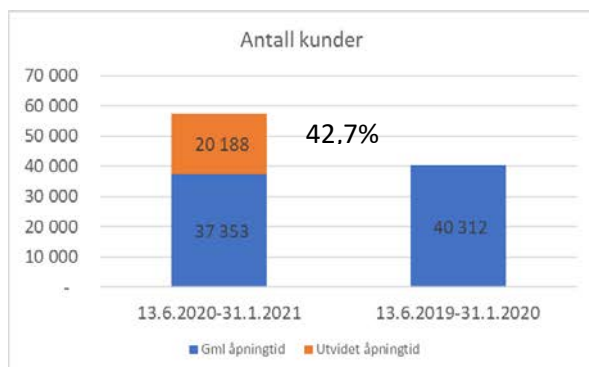
- Referansebutikker i Snarkjøp kan i samme periode vise til kundeutvikling +7% og omsetning +13%
 - 2 pilotbutikker som åpnet 15.mai og 16.okt 2020 (1 butikk som er døgnåpen)
 - Alle butikkene selger alkohol via teknisk løsning (søkt og fått tillatelse). Begge butikkene har hatt kontroller uten merknader
 - Teknologien som kjeden har brukt i piloten, har vært stabil og levert opptid på over 99%, og det har ikke vært noe spesielle situasjoner som påvirker resultatene
 - Svinn/tyveri: ingen hendelser som har medført anmeldelse, kun småting som har medført tilsnakk i 1 av 2 butikker. Matsvinn redusert som følge av økt salgstid.
 - Butikkene hadde ikke økonomisk bærekraft før piloten, men har nå omsetning og kostnadseffektivitet som gjør at de vil kunne drive godt. Uttale fra en av butikkeierne til Teknisk Ukeblad «*Etter at butikken ble selvbetjent og åpen alle dager fram til midnatt, har omsetningen økt og jeg (daglig leder) kan nå ta ut normal lønn, mot tidligere ingenting*». Eier av den andre butikken sier rett ut at innføringen av denne nye teknologien er eneste grunn til at butikken har overlevd fram til nå.
-
- Resultater: Grafene under viser faktisk kunde- og omsetningsvekst i ny og gammel driftsmodell
 - Handel flyttes ikke fra dag til kveld, ny driftsmodell gir ny og økt handel
 - Effekt av utvidet åpningstid vises med orange farge
 - Tallgrunnlaget og perioden gir bra signifikans
 - Topplinje-effekten er vesentlig større om vi hadde justert for underliggende negativ trend for kundetall og omsetning
 - Bunnlinje-effekten er enda større en topplinje-effekten, da det er gjort bemanningsreduksjoner samtidig som inntektene har økt betydelig



Nærbutikken:

kundeutvikling +42,7%, omsetning +39,1% målt mot samme periode i fjor

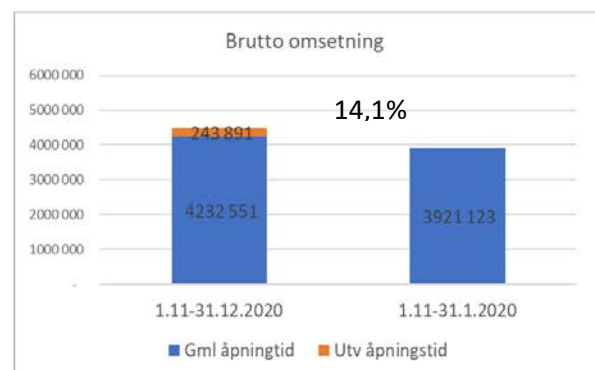
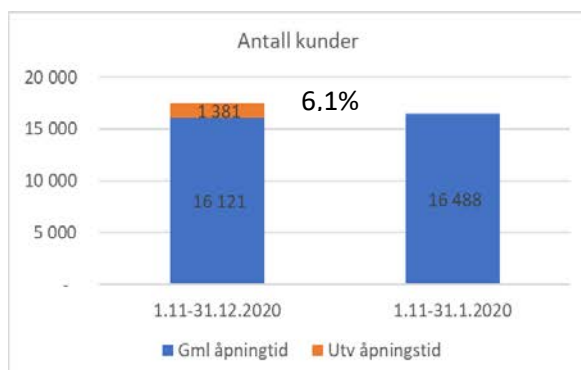
- Referansebutikker i Nærbutikken kan i samme periode vise til kundeutvikling +8,9% og omsetning +19%
- 4 butikker åpnet 12.juni, 3.juli, 30.aug og 1.okt 2020 (4 butikker er døgnåpne)
- Alle butikkene selger alkohol via teknisk løsning (søkt og fått tillatelse). 3 av butikkene har hatt kontroller uten merknader
- Svinn/tyveri: ingen hendelser som har medført anmeldelse, kun småting som har medført tilsnakk i 1 av 4 butikk. Matsvinn redusert som følge av økt salgstid.
- Teknologien som kjeden har brukt i piloten har vært stabil og levert opptid på over 99%. 3 butikkene fikk nye selvbetjeningskasser med feil oppsett som gjorde driftssituasjonen noe mer krevende for kjøpmannen en periode, men dette antas å ha liten eller ingen påvirkning på resultatene
- Butikkene hadde varierende økonomisk bærekraft før piloten, men har nå omsetning og kostnadseffektivitet som gjør at de vil kunne drive godt
- Resultater: Grafene under viser faktisk kunde- og omsetningsvekst i ny og gammel driftsmodell
 - Handel flyttes ikke fra dag til kveld, ny driftsmodell gir ny og økt handel
 - Effekt av utvidet åpningstid vises orange farge
 - Tallgrunnlaget og perioden gir bra signifikans
 - Topplinje effekten er vesentlig større om vi hadde justert for underliggende negativ trend på kunde og omsetning, samt nye konkurransesituasjon
 - Bunnlinje-effekten er ikke målt, men observasjonene er tydelig på at butikkene øker lønnsomheten pga av større en topplinje med samme bemanning, og økt effektivitet gjennom å unytte butikken og lokalene til utvidelse til lange åpningstiden, uten at det medfører økte driftskostnader.



Coop:

kundeutvikling +6,1% omsetning, +14,1% målt mot samme periode i fjor

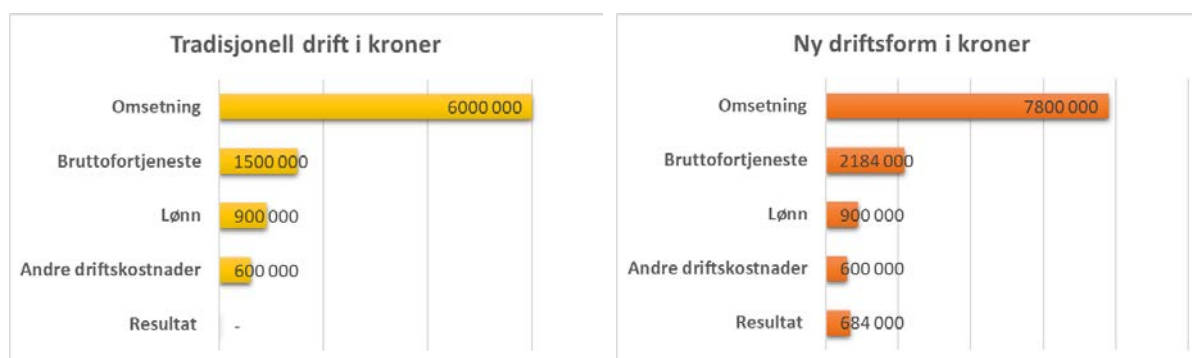
- Referansebutikker i Coop kan i samme periode vise til kundeutvikling -2,9% og omsetning +13,2%
- 2 butikker åpnet 29.okt og 2.des 2020 (ingen døgnåpne)
- En av butikkene hadde et stort koronautbrudd i januar i sitt nærmiljø. Mange satt i karantene og mange var engstelige.
- Butikkene selger ikke alkohol via teknisk løsning
- Matsvinn økt på Folkestad som følge av stor sortimentutvidelse i forbindelse med ombygging. Det arbeides for å finne balansepunkt. Tyveri har ikke vært noen utfordring.
- Teknologien som kjeden har brukt i piloten, har vært ustabil i oppstartsfasen og gitt utfordringer som antas at har vesentlig påvirkning på resultatene. Kjeden er også i en fase hvor de vurderer hvilken sikkerhetsgrad som skal benyttes.
- Butikkene hadde varierende økonomisk bærekraft før piloten. Markedet etterspør tilbudet om utvidet åpningstid, noe som kan gi butikken nye muligheter
- Resultater: Grafene under viser faktisk kunde- og omsetningsvekst i ny og gammel driftsmodell
 - Handel flyttes ikke fra dag til kveld, ny driftsmodell gir ny og økt handel
 - Effekt av utvidet åpningstid vises orange farge
 - Tallgrunnlaget og tekniske utfordringer gir usikkerhet i analyse av effekt
 - Kort testperiode fra november og desember



7.3 Lønnsomhetsvurdering med og uten tilskudd fra Merkur-programmet

Utfordringen for mange eksisterende butikker er at de ikke har økonomisk bærekraft til å ta investeringer til ny driftsform. Butikker som får støtte til å investere i ny driftsform, vil øke lønnsomheten som kanskje gjør at de vil trenge mindre støtte i kommende år.

Eksempel butikk med omsetning på 6 mill som øker med 30% etter omlegging til ny driftsform:



Erfaring fra pilotbutikkene er at de ikke har sagt opp folk, dvs de har en betydelig omsetningsvekst med samme bemanning som gjør at lønnsprosenten synker. Det betyr at de reinvesterer bemanningsreduksjon på ca. 20% på å utvikle butikken, noe som vil kunne øke omsetningen ytterligere på sikt.

Investering - kostnader	75% tilskudd	50% tilskudd
Investering i kroner - RMA-Butikkstyring - Selvbetjent kasse - Panteautomat - Montering	780.000 Brutto investering 585.000 Tilskudd 195.000 Netto investering ROI 4 mnd med ny driftsform	780.000 Brutto investering 390.000 Tilskudd 390.000 Netto investering ROI 7 mnd med ny driftsform

Return on Investment (ROI) på butikk uten tilskudd er på 14 måneder.

7.4 Kundeundersøkelse

Kundeundersøkelsen ble gjennomført i alle de 8 pilotbutikkene på følgende måte:

- Undersøkelsen ble lagt i butikk med anonym svarkonvolutt
- Digital versjon med QR-kode for kunde i butikk og link på sosiale medier

Til sammen har vi fått inn 478 svar fra 8 butikker i januar og februar 2021. Vedlegg A gir mer detaljert informasjon fra kundeundersøkelsen. Det er noe ulikt antall svar fra de forskjellige butikkene. Antall svar er så mange at samlet informasjon fra undersøkelsen er pålitelig. Spørsmålene ble utarbeidet med målsetting å få frem de viktigste endringer med ny driftsmodell – delvis selvbetjent med ny teknologi. Svarene har vi slått sammen i rapporten. Butikkene og kjedene får «sin» undersøkelse.

Butikkene i pilot er butikker som har drevet i mange år. Da vi startet pilotprosjektet, svevde det mange spørsmål om hvordan kundene i eksisterende butikk ville ta imot det nye tilbudet og hvordan de ville mestre og trives med ny kasse som de i perioder betjener alene. Underveis har vi fått gode tilbakemeldinger via kjøpmann og inntrykk ellers.

Resultat

Kundene sin evaluering av fleksible åpningstider med ny teknologi er entydig positiv. Kundene synes den er enkel å bruke og trygg å handle i. Og de setter stor pris på åpningstidene og de trives med å handle på egenhånd. Svært få savner fysisk kassabetjening. Kun noen få savner muligheten for kontantbetaling.

Det er interessant å registrere at kundene synes de opplever god service selv om butikken til tider er selvbetjent. Og kundene er så fornøyd med butikken at de vil anbefale butikken til andre.

Kundene fikk påstander de skulle velge tall mellom 1 – 6 på hva som passet de best, der 1 er nei og 6 er ja.

Spørsmålene 5 og 7 var snudd og våkne kunder viste tydelig sin mening.

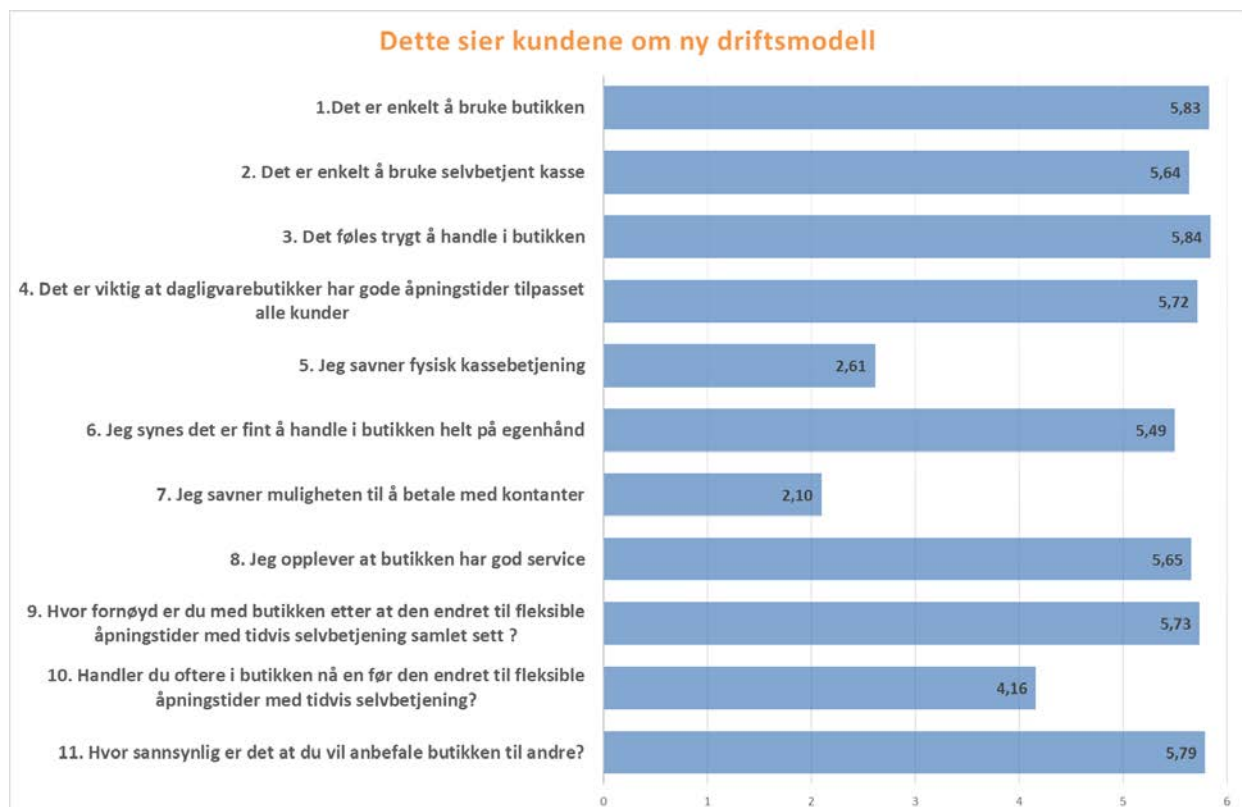
"Jeg savner fysisk kassabetjening" – fikk gjennomsnitt 2,6

- Det er svært få som har savnet fysisk betjening i kassen

"Jeg savner muligheten til å betale med kontanter" – fikk gjennomsnitt 2,1

- Kundene klarer seg godt uten å bruke kontanter. Det er ikke noe praktisk problem for dem.

Oversikten under viser gjennomsnitt pr påstand. Dess høyere score i gjennomsnitt, dess mer fornøyde er de.



7.5 Regulatorisk, sikkerhet og personvern

Som en del av piloten har den enkelte butikk hatt ansvaret for det regulatoriske, sikkerhet og personvern i forhold til ny driftsform. Ansvaret det her er snakk er tillatelser, kundeinformasjon, rutiner, instruksjoner og internkontroll. Den enkelte butikk har jobbet godt sammen med sin kjede, men vi registrerer at det er ulike vurderinger/strategier hos de enkelte kjeder.

Regulatorisk

6 av 8 butikker søkte og fikk tillatelse til å selge alkohol ved hjelp av ny teknologi. Dette var et nasjonalt viktig arbeid som gjorde at 6 kommuner tok en helt ny vurdering av sine alkoholpolitiske retningslinjer med tanke på salg av alkohol ved hjelp av ny teknologi. Arbeidet skapte et godt og positivt engasjement og samarbeid med kommunene, hvor flere kommuner er stolt av å være tidlig ute på dette området. Flere kommuner hadde dialog med Helsedirektoratet i denne prosessen.

5 av de 6 butikkene med tillatelse har hatt salgskontroll på alkohol og tobakksvarer, hvor alle kontrollene er gjennomført uten merknader.

Sikkerhet

HMS

Butikkene har hatt ansvar for å oppdatere beredskapsplaner osv. I starten var det ulike vurderinger mellom butikkene bl.a. når det gjaldt adgang, inn- og utslusing av kunder. 6 butikker kjører uten sluse, og 2 butikker med sluse. Det er ikke rapportert om noen hendelser eller avvik rundt HMS. Piloten erfarer varierende stabilitet på strømmettet rundt omkring i Norge som underbygger viktigheten av beredskapsplaner.

IT-sikkerhet

Når det gjelder sikkerhet og bruk av ny teknologi, er det ikke avdekket eller rapportert om mangler i ny teknologi som er tatt i bruk. Vår oppfatning er det er ulike krav og forventninger hos de ulike kjedene/butikkene, men at ny teknologi som er tatt i bruk har sikkerhet på minst samme nivå eller høyere enn det nivået kjedene opererer med i sine systemer i dag. Det er ikke rapportert eller registrert brudd eller avvik på IT-sikkerhet i pilotperioden.

Personvern

Ansvar for personvern ligger hos den enkelte butikk (juridisk enhet). I piloten har prosjektet observert behov for revisjon og oppdateringer rundt personvern hos de fleste butikkene. Dette behovet ligger der uansett gammel eller ny driftsform, med eller uten ny teknologi. Anbefalingen er at det gjøres en tydeligere forventningsavklaring mellom den enkelte butikk og kjede, på hvem som gjør hva. Piloten har ikke hatt hendelser rundt personvern som har utløst avvik eller rapporteringsplikt.

7.6 Kjøpmannserfaring

Dette kapittelet oppsummerer intervjuer av kjøpmenn, se alle intervju i vedlegg B. 8 butikker har vært med i piloten. Den første butikken åpnet 12. mai 2020 og den siste åpnet 3. des. 2020. 6 av butikkene foretok ingen annen oppgradering av butikken enn installering av ny teknologi.

Åpningstidene varierer fra til 8.00 – 24.00 eller åpent hele døgnet. Det blir benyttet to teknologier – RMA selvbetjent 24 – 7 (6 butikker) og CoopKey delvis selvbetjent (2 butikker).

I uke 4 i 2021 ble det gjennomført en detaljert Teams/telefon- undersøkelse med kjøpmennene som deltok basert på en utarbeidet, og på forhånd utsendt intervjuguide. Resultatene skal benyttes til utvikling av videre strategi og tiltak.

Entydige svar

Svarene i undersøkelsen ble så entydige at vi har laget et sammendrag og trukket fram høydepunktene i de viktigste resultatene.

Svarene er så entydige, og nærmest banale, at konklusjonene egentlig er å finne på de første sidene i de fleste lærebøker i bedriftsøkonomi, samfunnsøkonomi, markedsføring og forbrukeratferd:

«For å lykkes i salg av ideer produkter og tjenester i et samfunn i økende forandring må selgeren tilpasse seg sluttbrukerens stadig endrede behov».

I dette tilfelle er ”selger” et utvalg av distriktkjøpmenn som drives av bransjens tradisjoner, vaner og holdninger samt bransjens lover, regler og organisasjonstilslutninger. Distriktkjøpmannens ”verdiskapning” ligger i evnen til å tilpasse seg kjøpernes stadig endrede behov og atferd. Verdiskapningen kommer til uttrykk i kjøpmannens økonomiske resultater.

Butikken økonomi

Kjøpmannen ble bedt om å vurdere utvikling i omsetning, antall kunder, gjennomsnittshandel, bruttofortjeneste, fortjeneste og investering. Svarene var helt entydige i toppen av skalaen.

«Ved å ta i bruk ny, og til dels kjent teknologi og drastisk endre åpningstider økte inntjening, fortjeneste og kundetilfredshet dramatisk».

Erfaringene var basert på regnskapstall. Nettoeffekt justert for korona viser en omsetningsvekst på 25 – 30 % flere steder.

I perioden fra åpning med ny teknologi til nå har butikkene hatt samme lønnskostnad i kr, men omsetningen har steget mye. Det vil si at lønn i % av omsetning har gått ned. Ingen har blitt sagt opp, og vi vet at flere av butikkene er på søk etter nye medarbeidere.

På åpne spørsmål om årsakene til omsetningsvekst var det delte svar. Hovedårsak var at nye åpningstider var mer tilpasset mange gamle og nye kunders behov, da spesielt pendlere, barnefamilier og hyttefolk. I tillegg nådde de ut til helt nye geografiske kjøpegrupper uten at noen gamle forsvant. Alt takket være styrket konkurranse-situasjon – butikken ble rett og slett mer attraktiv.

Med selvbetjente kasser ble det frigjort tid for kjøpmann og ansatte. Tiden ble brukt til mer direkte kundekontakt som igjen har gjort det mulig å være mer i forkant, planlegge utvikling og være på søk etter etterspørselsbaserte nye produkter. Selve åpningen og lanseringen ble benyttet av de fleste på en optimal måte som ga mye oppmerksomhet, omtale i medier og stolthet for kjøpmann og bygda.

« Butikken er en snakkis. Vi har satt bygda på kartet »

Alt i alt ny forsterket konkurransekraft. Så enkelt - erstatte gamle vaner og tilpasse seg kundenes behov.

Hvorfor ble kjøpmannen med i Merkur pilot?

For mange var det tvingende nødvendig og siste utvei med dårlige resultater over lang tid og lange anstrengende arbeidsdager. Det var nødvendig med fornyelse, og de overbevist via Hegnas resultater. Tro på å nå fram til gamle og nye kundegrupper ved enkelt å øke egen konkurransekraft via behovstilpassing med nye åpningstider. Og en gylden mulighet til egenutvikling via opplæring. Her er noen utsagn:

« Å overleve. Vi hadde røde tall og dystre utsikter »

« En gylden mulighet til å heve butikken »

« Økt bærekraft »

Samlede inntrykk så langt

Igjen gode vurderinger erfart både for kjøpmann, ansatte og kunder. Kundene er fornøyde og kjøpmannen sammen med de ansatte har stor tro på satsningen. Innføring og opplæring gikk betydelig raskere og enklere enn forventet. Det var mye å sette seg inn i, men vel anvendt tid for en travel kjøpmann. Dette skjedde i en periode med store utfordringer rundt korona.

« Langt flere unge kunder som kjøper andre produkter med høyere BF »

Svarene på samlet inntrykk så langt med åpne spørsmål er noe varierende, men ikke overraskende. Kundene var først skeptiske, men det gikk lettere enn forventet å få aksept med litt opplæring på stedet.

Kjøpmannen fikk i starten lenger tid på jobb, men ble og blir presset til å måtte legge om driftsrutinene og være mer leder for å holde butikken åpen 24/7. Driftsmodellen gir mer tid å bli bedre kjøpmann og kundevenn siden kassearbeidet ble borte.

Mange ser mulighetene med denne driftsmodellen til å utvikle butikken mer med for eksempel servering, arrangement og styrke møteplassen når koronatiden er over. Det er grunn til å ha god tro på at hverdagen blir bedre både for kjøpmann, ansatte og ikke minst kunder.

Noen åpne spontaninntrykk som gir et godt bilde av hva Kjøpmennene mener:



Kommunale utsagn:



Hvordan har opplæring fungert og erfaringer vært så langt?

Alt i alt svært positivt. For enkelte ble det overveldende informasjon på kort tid, men for alle har det gått fint til slutt. Kjedesamarbeidet har variert fra "svært godt" til "godt nok". Leverandøren av teknologi har gjort en kjempejobb. En læring av flere er at det bør settes av nok tid til opplæring fra innstallering til åpning, noe som også var planlagt for, men endret pga korona.

Hverdagen som kjøpmann ble hektisk i starten er blitt bedre nå etter innkjøring. Det er frigjort mer tid til å møte kunder. Noen av kundene var skeptiske til forandring og mestring av teknologien, men de er nå svært fornøyde. Kundene setter pris på kombinasjonen av frihet, tillit og trygghet og føler seg "moderne". Gamle suppleringskunder er blitt totalkunder. Ungdommer har blitt brukere av butikken, kommer til butikken spesielt på kveld og natt.

Det har vært en positiv holdning fra det offentlige med god erfaring med folkemøte, stilig åpning og omtale i avis. Den nye løsningen har vært noe nytt og positivt å fortelle om på egne sosiale medier, og det har kommet mye ros fra kunder. Antall kunder har svært positiv trend. Vektet hovedtrend i alle butikker i pilot viser 38 % vekst i antall kunder, se kapittel om Økonomiske resultater.

Ansatte

De fleste var positive fra start. Noen var svært skeptiske til forandring. De var redde for å miste arbeidsplasser og at de ikke skulle mestre ny teknologi.

«Hvem f har bruk for dette ? som førsteinntrykk til «Denne løsningen sikrer framtida».

Etter innføring og tid i bruk har det skjedd 180 graders vending. Ansatte er fornøyd med større frihet og fleksibilitet, de er svært positive til personalmøter med orientering godt i forkant og inkludering i utvikling bla søk etter nye varegrupper. De føler at de er blitt "moderne" og ikke bare "jobber i en butikk".

Opplæringsbehov

Opplæring har fungert som planlagt både for Kjøpmenn og ansatte. En erfaring som kan tas med videre, er at det bør gå noe tid før innstallering til åpning, slik at de ansatte før lære seg systemet og bli trygge i opplæring av kunder. Det er enkelt å bygge videre på.

"Det gikk stort sett lettere enn antatt og bør gjentas i andre Merkurbutikker.

"Kjempemoro"

Hvordan kjøpmannen opplevde prosessen med gjennomføring så langt

Igjen entydige svar. Og de fleste svarer 6 på disse utsagnene:

- Har det vært moro ?
- Har det vært lærerikt ?
- Opplever du at jobben du vært med på er viktig i nasjonalt perspektiv ?
- Er du med og fornyer dagligvarebransjen ?
- Er du stolt av å være med i piloten ?
- Var det nødvendig og riktig å sette i gang dette prosjektet ?
- Har du større tro på fremtiden for din butikk nå enn før piloten ?

Nå vil vi ta fatt i å utvikle sosiale og kommersielle møteplasser.

Hva overrasker deg som kjøpmann mest ?

Uttalelser som representerer budskapet:

- *Vanvittig omsetningsvekst*
- *Omsetningen har gått så mye opp. Mange positive kunder. Noen negative i starten som har blitt svært så positive.*
- *Hvor viktig dette er for videre drift. Og hvor viktig åpningstider egentlig var.*
- *Kundene tok det positivt og at det blei lettere enn jeg trodde.*
- *At så mange handler på søndager nå. Utrolig bra utvikling her.*

Bør Merkur tilby andre distriktsbutikker denne løsningen ?

Uttalelser som representerer budskapet:

- *Klart det, fordi det er så bra*
- *Ja, absolutt. Konkurransfordel, fleksible åpningstider, attraktivt for lokalsamfunnet.*
- *Klart det. For at de skal overleve. Nå har vi tro på fremtiden*
- *Ja absolutt. Men hvis alle har det mister jeg mitt fortrinn :)*
- *Ja. På de butikkene som Merkurkonsulenten har tro på og som har den rette holdningen og innstillingen. Det er ikke bare å få på plass kameraer og kasse og tro at det gjør seg selv.*

7.7 Kjedenes erfaringer

I det følgende kommer kopi av uttalelsene fra kjedene – Kjøpmannshuset, Snarkjøp og Coop.

JOKER OG NÆRBUTIKKEN

v/kjededirektør Joker og Nærbutikken, Kjetil Flåtrud

Din vurdering av pilot prosjektet?

Ført av alt må jeg si at piloten har gitt oss en god del svar for å konkludere og ikke minst for å finne veien for å ta dette videre. Vi sitter på god informasjon om topplinje utvikling, men mangler fortsatt litt tall på hvilken effekt dette har hatt på totalsvinnet til det enkelte utsalgssted. For kjøpmenn i de minste nærbutikkene vi dette gi de mulighet til å opprettholde drift med mulighet for også selv kunne belaste selskapet med noe lønn, uten å drifte på kun dugnadsbasis. Dugnad kan fungere for en periode, men er sjelden bærekraftig over tid.

Videre vi jeg trekke frem den positive effekten dette har for topplinjen til butikk, samt at dette gir oss en unik mulighet til å tilfredsstille morgendagens kunder på en mye bedre måte ute på bygdene i Norge. «Tidsklemma» er minst like aktuell der som på Grünerløkka og det at yngre kunder gis den fleksibilitet til å kunne gjøre sine innkjøp til litt mer dynamisk tid gjennom døgnet vil gjøre oss i stand til å holde på disse kundene som vi mest sannsynlig ikke ville kunne greid å betjene med tradisjonelle åpningstider.

En annen hoved effekt som jeg ser dette prosjektet gir av «spinn off» er samspillet mellom fastboende og sesong kunden. Vi ser at sesong kunden gis mulighet til å benytte sin nærbutikk gjennom denne teknologien på grunn av at han nå kan handle når som helst uavhengig av åpningstider. Dette gir butikken økt omsetning, mulighet for et bedre sortiment, raskere rullering av varene og friskere varer. Dette vil gjøre butikken mer attraktiv for alle.

Og ikke minst vil denne teknologiske nyvinning bidra til at Nærbutikken kan opprettholde konkurransedyktige priser. Pris-spørsmålet er hovedattributten i alle undersøkelser mot forbruker og er helt avgjørende for valg av butikk. Ikke nødvendigvis de laveste prisene, men priser som publikum oppfatter som rettferdige i forhold til den kvalitetsleveranse de mener den enkelte butikk har. Med økt omsetning uten økte lønnskostnader vil dette gi en kjempegevinst for de minste nærbutikkene som vil være avgjørende for videre eksistens.

Hva overrasker deg ?

Det er vel kanskje ikke så mange kjempe overraskelser, men mottakelsen dette har fått hos selv de eldre kundene er veldig gledelig. Dette er en intuitiv og god handleopplevelse hele veien.

Hvilke andre effekter gir denne løsningen butikken?

Her er det jo et hav av muligheter for den enkelte kjøpmann. Men jeg mener , hvor kjedelig det enn er, at dette vil gi kjøpmann en mulighet for bedre sortiment, friskere og ferskere varer, og ikke minst kunne strigle og skinne butikken enda bedre gjennom dagen , da man ikke behøver å sitte i kassen til enhver tid.

Hvilke muligheter gir dette for mindre nærbutikker i distriktet ?

Først og fremst vil dette gi butikken en mulighet for fortsatt eksistens. Mest sannsynlig vil kostnadsbildet i et fremtidig marked være høyere en markedsveksten og da er man helt avhengig av å jakte muligheter for mer effektiv drift uten at dette går ut over topplinje.

Forbedringstiltak ?

Løsningen slik den er i dag er ikke helt skalerbar, slik at det må på plass noen forbedringer. Dette være seg innen data sikkerhet, GDPR, og ikke minst en effektiv og god ordning for «call senter» når butikk er ubetjent. Man kan ikke være kjøpmann på telefon 24/7. Det går ikke i lengden.

Videre mener jeg vel at det er mulig å få på plass en enda bedre sømløs handleopplevelse som egentlig eliminerer dagens kasseløsning helt

Har du forslag til strategi for implementering av ny teknologi som gir lange åpningstider for flere Merkur-butikker ?

Litt usikker på om jeg skal mene noe på vegne av Merkur totalt, men for våre egne kjeder så ligger dette inne i en strategisk retning frem imot 2025.

Samspill kjede – Merkur i implementeringen?

Her har jeg en klar anbefaling. Her håper jeg at Merkur organiserer dette slik at man beholder en fagkompetanse ressurs som har hovedansvar og som innstiller for eventuelle stønader for et slik formål. Dette er nybrottsarbeide og jeg tror det er lurt at den kompetansen som er utviklet i forbindelse med piloten videreføres som en videre modell. Vi må ta inn over oss at vår leverandør er en liten organisasjon som trenger å få mest mulig like innspill for videre utrulling for å gjøre dette effektivt og besparende både økonomisk og menneskelig.

Din vurdering av antall butikker som kan tenke seg å søke Merkur om ny teknologi i 2021

Dette er 1000,- spørsmålet. Vanskelig å svare på og kommer helt an på Merkur sin eventuelle videre satsning på dette og hvilke midler som stilles til rådighet. «Skudd fra hofta» vil si et tall på ca. 15 butikker i løpet av 2021 som vil kunne være aktuelle fra Joker og Nærbutikken sin side.

SNARKJØP GRUPPEN AS
v/ direktør Per Eivind Vik

Jeg synes har fungert i tett dialog og samarbeid mellom oss som kjede og Merkur. Tatt oppfølging sammen med butikkene for gjennomgang av tall og utvikling. Gode tips og erfaringsutveksling for å få best mulig selvbetjent og døgnåpen butikk som er målet for mange. Prosjektet er gjennomført godt og grundig av Merkur, og vi håper (og forventer pga den positive utviklingen) at dette er noe Merkur også kommer til å støtte i form av investeringer også i fremtiden. Denne løsningen og teknologien kommer garantert til å styrke (og i mange tilfeller redde) mange butikker og bygder hva gjelder tilbud for butikk!

Det som overrasker meg mest, er at kundeundersøkelser viser at folk liker denne type butikk så godt som de gir uttrykk for i undersøkelsen. Det virker som om de aller fleste (også eldre) takler å bruke butikken med denne teknologien uten noen store problemer, og at de får den hjelpen de har behov for når de trenger det. Det er lite savn etter den «gamle» butikken.

Den absolutt største effekten får man ved å frigi personell til å gjøre andre viktige oppgaver og arrangement i butikken enn å sitte «låst» i kassa hele tiden. I tillegg er åpningstidene unike som gir overraskende stor økning i omsetning.

Butikken får mulighet til å gjøre andre ting og tiltak (eksempelvis kundearrangement, eksponeringer og arbeid mer sortiment og prissetting/bruttofortjeneste, mer tid til å jobbe med tall) i butikk for å øke kundeopplevelsen siden man ikke er så låst fast til kassepunktet til enhver tid. Man får også mulighet til å utvide åpningstider (og dermed omsetning) uten å møte øke personalkostnadene tilsvarende.

Felles kundesenter for butikkene, som gjerne kan etableres og styres fra kjeden. Snarkjøp har dette på gang og kan sette i gang med engang det er flere butikker oppe og går på denne teknologien og behovet melder seg. Ved et slikt felles kundesenter drar man synergier på tvers av butikkene og deler på denne kostnaden slik at man kommer på et nivå som er forsvarlig og fornuftig for alle parter.

Merkur kan/bør kreve at de som får støtte til investering for slik teknologi virkelig er klare for det og delta på et oppstartsmøte hvor informasjon, tips og råd deles som er viktig ved drift av denne type butikk. Hva er viktig å tenke på nå kontra slik man er vant med å tenke i «gammel butikk». Det er noen viktige forskjeller og det bør butikkene være klar over og forberedt på. Jeg tror kanskje noen butikker tror det bare er å få teknologien på plass så går dette av seg selv, men det er noen rutiner og sider som må belyses godt før man setter i gang.

Ref. over - Her kan Merkur og kjede gjøre dette i sammen. Oppstartsmøte, samt 2-3 oppfølgingsmøter de første månedene. Etter noen uker og måneder med drift i butikk med ny teknologi får gjerne butikkene aha-opplevelser og spørsmål (og tips) som bør deles med andre fortløpende.

COOP

v/ salgs og konseptkoordinator Henriette Sanner i samarbeide med samvirkelagene og konseptsjef på kjede

Hvorfor valgte dere Coop Marked Folkestad og Coop Marked Nedre Eggedal som piloter?

Begge pilotene ble valgt grunnet da de har hatt lav lønnsomhet og blitt evaluert til å ha et potensiale for forbedring ved en eventuell utvidelse av eksisterende åpningstider.

Coop Marked Nedre Eggedal stod på sikt i fare for nedleggelse grunnet dårlig lønnsomhet og Coop Øst anså dette som en fin pilot å kjøre i kombinasjon med en omprofilering til Coop Prix for å se om dette kunne bidra til å gi butikken et løft. For Coop Marked Folkestad var i tillegg den geografiske beliggenheten en sentral faktor. De nærboende må ta ferje over til Volda for å handle utenfor butikkens begrensede åpningstider, noe som ble evaluert til å kunne ha noe med butikkens lave kundetilfredshetsmåling å gjøre.

Deres overordnede evaluering så langt og forbedringspotensiale?

Pilotene har vært spennende å følge og viktige strategisk for å kunne ta en god beslutning om ubetjente butikker er veien for Coop å gå.

Det var i forbindelse med oppstart endel tekniske utfordringer med kameraer, alderskontroll i app og låssystemer. Dette gjelder spesielt for Coop Prix Nedre Eggedal som i tillegg i perioden har slitt med

høy koronasmitte lokalt og med mange hyttekunder som i perioden har blitt oppfordret av myndighetene til å handle hjemme før avreise til hytta. Et læringspunkt på den tekniske siden er at man bør ha en lengre test periode for å kartlegge eventuelle tekniske utfordringer *før* selve åpningen. Vi hadde forventet en høyere omsetningsøkning enn det vi har sett så langt, men det kan jo også være i lys av at man har blitt oppfordret av myndighetene til å handle lokalt og unngå unødvendige butikkbesøk grunnet pandemien. Et positivt læringspunkt er at vår eldre kundegruppe har vært svært positive til løsningen og tatt den i bruk. Samarbeidet mellom butikk, samvirkelag, Merkur og kjede har fungert meget bra.

Både samvirkelagene og kjede ser at vi må gjøre noen tilpasninger på drift (bakvaksordninger og vektertjenester) og sikkerhetsnivå på eksisterende løsning for å kunne komme oss på et kostnadsnivå investerings -og driftsmessig som vil være bærekraftig for denne type butikker. Erfaringer hittil viser at det har vært minimalt med utrykninger og at bakvaktsløsningene slik de fungerer i dag også bør revurderes.

Hvilke andre effekter gir denne løsningen butikken – og hvilke muligheter gir ubetjent handel mindre nærbutikker i distriktet ?

Ubetjent teknologi gir stor mulighet for økt omsetning ved forlengede åpningstider. I tillegg gir det stor fleksibilitet med bemanningsløsninger og kan gi besparelser i forbindelse med personalkostnader. Det gir også et økt tilbud til de fastboende i distriktene, i tillegg til turister og forbireisende som kan bidra til mer fornøyde kunder. Det har gitt butikken og de ansatte stor oppmerksomhet og PR verdi i tillegg til å bidra til å bygge Coop sin posisjon som en digital leder i markedet. De ansatte har også fått økt stolthet med å få være med på pilot og føle at de har blitt «satset på».

Ubetjent teknologi kan bli redningen for mange nærbutikker som i dag ikke driver lønnsomt gitt at teknologien og driftsmodellen optimaliseres så den blir mer lønnsom.

Veien videre – er det aktuelt å satse på ubetjente butikker videre?

Coop anser det som svært aktuelt å satse på delvis eller komplett ubetjente butikker på sikt så lenge modellen for distriktsbutikkene blir tilpasset med tanke på investerings – og driftskostnader. Kjeadministrasjonen for nabolagsbutikkene er nå i ferd med å evaluere dagens teknologiske løsning og komme med en anbefaling for «distriktsbutikkens ubetjente butikk».

8.0 Forslag på strategi og innføring av ny teknologi for flere butikker

Våre politikere er i all hovedsak enige om hovedmålet. Det kommer til uttrykk i ulike stortingsmeldinger og partipolitiske innspill som ofte handler om å etablere arbeidsplasser. Demografiutvalget setter mer fokus på å styrke de sosiale tilbud sett med brukernes øyne.

Strategien er basert på et samlet bilde av resultatene av pilotprosjektet sammen med erfaringer og kunnskap om butikkene.

Prosjektet er vellykket:

- Kundene er strålende fornøyde med åpningstider, service og bedre vareutvalg. De liker konseptet. De kan handle når de vil.
- Kjøpmannen smiler fordi han har økt omsetning og lønnsomhet. Utenom ordinær åpningstid øker omsetningen med netto 25 – 30 % (justert for koronaeffekt)
- Kjøpmannen har mulighet for en bedre hverdag. Flexibilitet gjør at han kan drive butikken fra hvor som helst, og trenger ikke sitte i kassa. Kan gi kundene bedre service og bedre vareutvalg
- Det er også etablert /skal etableres kundesenter som kjøpmannen kan benytte når han vil ha fri
- Kjødene er fornøyde med resultatene og positive til videre implementering

Merkurkonsulentene i prosjektet er dyktige i butikkutvikling. Merkurkonsulentene slår fast at ingen andre tiltak de har arbeidet med, har gitt så god effekt i forhold til kunde, lønnsomhet og bedre hverdag for kjøpmannen som prosjektet med fleksible åpningstider med ny teknologi.



Figur 9 Snarkjøp Eksingedalen i Vaksdal kommune

Forsprang distrikt, by og nye løsninger

Vi er faktisk så tidlig ute at vi har et forsprang til andre. Landsbygda har de første selvbetjente butikkene i landet. Kundene er så fornøyde at ryktet går.

Kjededirektør i Nærbutikken og Joker, Kjetil Flåtrud, sier:

«Høyteknologi kan være redningen for Merkur butikker. Dagens butikker har ingen muligheter til å ha så lange åpningstider som mange av konkurrentene. Det får de med ny teknologi. Og siden medarbeiderne ikke må sitte i kassen hele dagen, har de mer tid til både å utvikle og utføre viktige tilleggstjenester som hjemkjøring, mindre vaktmestertjenester og liknende».

Flåtrud påpeker også at lengre åpningstider gir sesongkunder en unik mulighet til å benytte «sin» distriktsbutikk. De vet den er åpen uansett når de ankommer destinasjonen.

Ny mulig konkurrent

I februar kom det melding om ny kjede som skal drive døgnåpne dagligvarebutikker på 50 m² på ulike steder i Norge. De sier de skal satse på mindre steder og har som mål 10 butikker innen 1. kvartal 2022 og 60 butikker innen 5 år. Inspirasjonen er hentet fra Sverige der slike konsepter allerede er i gang.

Dersom Merkurbutikk har kjempegode åpningstider og vareutvalg med bemanning i kjernetid, så vil det ikke være interessant for konkurrenter å etablere seg i disse områdene.

God timing

Mange Merkurbutikker har hatt et godt økonomisk år i 2020. De har bygd opp noen muskler. De som vil, kan nå investere klokt for fremtiden. Resultater og erfaringer fra piloten vil også gjøre det enklere å få finansiert investeringene, da banker og finansinstitusjoner nå ser at denne type driftsmodell gir en lavere risiko enn tradisjonelle butikker.

Prioritering

God bedriftsøkonomi sier at vi skal prioritere det som gir økt lønnsomhet. Mange butikker har stort investeringsbehov. Det er viktig å følge prinsippene om god bedriftsøkonomi. Basert på erfaringer i prosjektet er investering i selvbetjent med lange åpningstider det som må prioriteres for at butikkene skal overleve. Med ny teknologi så vil butikkene opparbeide seg investeringskraft til å løse fremtidige investeringsbehov, og flere av butikkene vil kunne bli selvgående.

Blir det et ras med søkere?

Vi har vurdert dette sammen med alle Merkur-konsulentene og kjedene. Merkur-konsulentene vurderer at +/- 25 butikker kan være aktuelle for å ta i bruk ny teknologi allerede i 2021. Kjedene vurderer også +/- 25 butikker i 2021.

Basert på erfaringer i pilot mener vi at det ikke vil bli et ras med søkere. Det er mange som synes dette er interessant og kanskje de kommer til å gjøre investeringen en gang i fremtiden, men det vil ta tid. Beslutningen betyr at kjøpmannen må tilegne seg helt ny teknologisk kompetanse og ha vilje til å endre sin hverdag. Å drive 24/7 delvis selvbetjent krever en ny måte å drive butikk på.

Mange kjøpmenn trenger faktisk ett ekstra dytt for å forstå mulighetene med ny teknologi som gir lange åpningstider og ny driftsform. I pilotprosjektet hadde Merkurkonsulent og distriktssjef i

kjedene møte og samtaler med kjøpmannen over tid før beslutningen om å bli med i pilot kom. For 2 av butikkene var det utslagsgivende å besøke Hegna Landhandel for selv å oppleve hvordan dette kunne fungere. Begge butikkene er kjempesuksess i dag.

Ved beslutningstidspunkt for videre framdrift med innføring til flere butikker er vi allerede i april. Budskapet skal ut. Merkurkonsulentene skal læres opp. Kjøpmannen skal områ seg, og kjøpmannen bør gjennom en prekvalifisering. Ting tar tid. Vi vurderer at antall søkere i 2021 vil være +/- 15 stk. Noen søkere sitter klar, andre vil sende søknad utover høsten.

Kapitalbehov og finansiering

Butikkene i pilot hadde ikke gjennomført prosjektet uten støtte fra Merkur i form av investeringstilskudd og oppfølging fra Merkurkonsulenter. For å holde momentet må det bli mulig med Merkurstøtte for innføring til flere butikker.

Kapitalbehov pr butikk ligger på ca. 800.000 kr og ordinær støtte fra Merkur vil være på 50 % - 75 % ut fra dagens regelverk for investeringsstøtte. La oss si 15 butikker søker, det blir ca. 7- 8 mill for å sikre momentet i 2021. De butikkene som søker, vil ikke søke på andre støttemidler. De butikkene som har tatt investeringene, har lagt et godt grunnlag for fremtiden.

Basert på erfaring vil vi også i 2021 kunne gå tom for midler tidlig høst. Det betyr at vi må øremerke midler til dette formålet dersom vi skal holde moment for innføring til flere butikker i 2021.

For at flere butikker kan få glede av ny teknologi kan en løsning være å endre tilskuddsprosent til for eksempel 50 % også for butikker under 8 mill kr i dagligvareomsetning. Dette for at flere butikker kan få tilgang til denne ordningen. Og fordi investeringen har vist seg å være svært så lønnsom for butikkene i pilot.

Strategi for Merkur.

En velkjent strategi benyttet i alt fra krig og kjærlighet, fra idrett til forretningsdrift kan oppsummeres slik:

Smi mens jernet er varmt

Sagt på en annen måte:

Pilotprosjektet er en suksess som bør utvikles og videreføres mens den er ferskvare. Benytt optimismen, begeistring og det forspranget pilotprosjektet har skapt til å styrke og bevare trykket rettet mot kjøpmannen. Dette for å få flere kjøpmenn til å gi slipp på vanetenking, fremme nytenking og få glede av ny teknologi. Og kundene får en butikk mer tilpasset flere av sine behov og kjøpmannen får løsningen på mange av sine problem.

Trinn 1: Raske tiltak 2021

- Merkurtilskudd: Merkurstyret beslutter å prioritere satsning på ny teknologi som gir unike åpningstider for kundene og øremerker investeringsstøtte midler for minst 15 butikker.
- Forankre beslutning og framdrift med kjedene
- Organisering som sikrer fagkompetanse for Merkurkonsulenter og Kjøpmenn
- Opplæring av Merkur-konsulenter
- Prekvalifisere aktuelle butikker etter blant annet følgende krav:
 - o Virkelig tro på ny teknologi og litt innsikt i ny teknologi og hva forandringene kan bety
 - o Villige til å investere tid og penger

- o Være et potensial for eksempel flere fastboende, pendlere, trafikk, hytter, ferje, skiftarbeide mm
 - o Samarbeide med driftsapparat kjede
- Utvikle oppstartspakker
 - ⊖ Oppstartsmøte og oppfølging i etterkant (f.eks. erfaringsmøter, mentor). For eksempel benytte omstillingsmidler
 - o Benytte opparbeidet kompetanse fra pilotprosjektet. Pilotkjøpmennene fra de ulike kjedene kan framstå som rollemodeller og levende bevis på at det virker.
- Kort og langsiktig kommunikasjonspakke

Noen sitter klar til å søke, men for å sette i gang prosessen og få frem de aktuelle, må det gjennomføres en «Smi mens jernet er varmt»- kampanje rettet mot kjøpmenn.

Heldigvis kan vi henvise til de gode eksempler gjennomført av sine kjøpmannskolleger i pilotprosjektet

Graden av trykk besluttet på bakgrunn av respons fra markedet f.eks.:

 - Webinarer for Merkur-konsulenter og kjøpmenn
 - La statsråden fronte prosjektet
 - Suksesshistorier på Merkur hjemmeside
 - Møte med Victor Norman
 - Dele ut pionerpriser til de 8 første kjøpmennene
 - Egen utsendelse til alle Merkurkjøpmenn om hva pressen forteller
 - QFA Questions Frequently Asked

Trinn 2: 5 års-plan

Det bør samtidig utvikles en realistisk rullerende 5 årsplan med gradvis sikte på innføring i +/- 20 - 30 % av Merkurbutikkene. Målet bør da bli å etablere +/- 20 - 30 distriktsbutikker i året med ny teknologi som gir lange åpningstider og økt salg.

Følge opp med offensiv «Smi mens jernet er varmt»- kampanje rettet mot kjøpmenn og kunder. Dette for å gjøre kjøpmannen kjent med mulighetene og for å få kunder til å etterspørre lengre åpningstider.

Trinn 3: KMD Ekstra bevilgning

Fraflytting og lave fødselstall er trusler i mange distrikter. Demografiutvalget peker på at digitalisering kan være med på å skape flere arbeidsplasser i distriktene. Det som skjer i dagligvarebutikkene, kan være første steg som viser at det nytter. Samtidig som det tilfører kunnskap. Kunnskap som kan fremme tilflytting. Butikken kan også benyttes av kommunene som digital opplæring.

Lokal bærekraft handler både om levende bygder og miljø, hvor pandemi har bidratt til nyteknisk og utvikling med tanke på å jobbe lokalt og tenke kortreist. Vi ser også at hytter blir de nye hjemmekontorene. Samtidig så ser vi at teknologien er blitt mer effektiv og digitale ferdighetene blant befolkning øker. I tillegg er det et forbrukerkrav om økt tilgjengelighet og forutsigbarhet for dagligvare butikkene – tidsklemma er ikke mindre på landsbygda.

Med pilotprosjektet har vi fått ny innsikt, som gir en unik mulighet til å revurdere målsetning og virkemidler som kan bidra til styrking av mindre lokalsamfunn. Prosjektet føler ansvar for å utrede

muligheten for ekstrabevilgninger utover rammene som i dag gis til Merkur-programmet. Dette ved å styrke politisk aksept for dette på nasjonalt, distrikts- og kommunalt nivå, slik at de blir en form for ideologiske og økonomiske alliansepartnere.

Mye tyder også på at Merkur-programmet vil kunne ha en viktig nøytral rolle i forhold å være distriktsbutikkene sin stemme i et samfunn som blir utfordret og i et marked med tøff konkurranse. Merkur bidrar både i form av kompetanse, eksempelvis som i dette prosjektet hvor Merkur har ledet an i en utvikling, men også ved styring av virkemiddelapparatet og tilskudd.

For å møte fremtiden, både i forhold til generasjonsskifte og demografiutvalgets sine prognoser er det nødvendig med et nasjonalt ekstra løft, hvor målet må være å konvertere 40% av Merkurbutikkene over på selvbetjent i løpet av 3 år. Så prosjektet vil anbefale en tidsbegrenset ekstra bevilgning over f.eks. 3 – 5 år.

Investering i selvbetjent med lange åpningstider er et virkemiddel som må prioriteres for at butikkene skal overleve. Med ny teknologi så vil butikkene opparbeide seg investeringskraft til å løse fremtidige investeringsbehov, og flere av butikkene vil kunne bli selvgående.

Dette vil kreve en begestrings - og kommunikasjons-strategi for kjøpmenn og kunder.

La oss beholde dreiemomentet og den begeistring som nå er skapt.



9.0 Presentasjon og kjøreplan

Vi er opptatt av å ha en god «verktøykasse» for Merkurkonsulenter og fremtidige butikker som ønsker å gå over på ny driftsmodell. Vedlegg C gir et eksempel på presentasjon og kjøreplan.

Et alternativ kan være å lage en webside hvor all informasjon og erfaring deles, samt et oppslagsverk med praktisk informasjon om hva som er kjøreplan for overgang til ny driftsform. I tillegg vil det bli laget presentasjoner som kan brukes i møter.



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.merkur-programmet.no/kven-kan-delta>. The website has an orange header with the Merkur logo (scales of justice) and the text "MERKUR FOR BUTIKKEN OG BYGDA". Navigation links include NÆRbutikk, BOKHANDEL, STØTTE, AKTUELT, NYTTIG, MEDIA, and OM OSS.

HØYTEKNOLOGISKE BUTIKKER I DISTRIKTENE

Merkur-Programmet har kjørt en nasjonal pilot for å se hvordan moderne teknologi kan tas i bruk for å fornye driftsmodellen til dagligvarebutikker i distriktene. Dagligvarebransjen er preget av små marginer og høye bemanningskostnader i tillegg til økende konkurranse og nye krav å forventninger. Piloten har gitt gode resultater som skaper ny økonomisk bærekraft for butikker i distriktet, noe som igjen har stor betydning for hele lokalsamfunnet. Nå ønsker vi å hjelpe flere butikker over i ny driftsmodell. [Lytt til podkast om Merkurs pilotprosjekt.](#)



Steinar Fredheim, avdelingsleiar

Informasjon om høyteknologiske selvbetjente butikk med 24 timers fleksible åpningstider

- Bakgrunn
- Slik fungerer selvbetjente butikker
- Erfaringer
- Økonomi

Kjøreplan for overgang til selvbetjent helt eller delvis døgnåpen butikk

Fase 1: Kjøreplan skritt for skritt
Fase 2: Innstallering og åpning
Fase 3: Eksempel på kjøreplan selvbetjent driftsmodell

Eksempel kjøreplan som beskriver prosessen fra tanke til åpning:

Fase 1: Kjøreplan skritt for skritt

1. *Be om å få Merkur sin innføringspakke " En kortfattet innføring i overgang til selvbetjent butikk med 24 timers fleksible åpningstider"*
2. *Diskuter dette med din Merkurkonsulent, ansatte og kjede*
3. *Beskriv egen kundemasse nå og i framtiden basert alder i gruppen fastboende*
4. *I samarbeide med din Merkurkonsulent. Lag et grovoverslag over lønnsomheten basert på investering og forventet omsetning*
5. *Be om tilbud fra leverandører*
6. *Søk om tilskudd og finansiering*
7. *Avtale med leverandør og kravspesifikasjon installatør*
8. *Lag en overordnet framdriftsplan t.o.m åpningsdato*
9. *Lag en plan for driftsmodell*
10. *Lag en lanseringsplan som inneholder gamle og nye målgrupper markedsførings strategi og tiltak og løpende effektmålinger*
11. *Det er ikke nødvendig å stenge butikken ifb med installasjonen*
12. *Effektiv installasjonstid 2-3 dager, som strekkes over ca. 7 dager*

Fase 2: Innstallering og åpning

1. *Akseptere tilbud og inngå avtaler med leverandører*
2. *Gjennomgang av det regulatoriske i forhold til ny driftsmodell, søknader til kommune*
3. *Planlegge og organisere ny driftsmodell, vaktordninger via kundesenter etc.?*
4. *Detaljert implementeringsplan utarbeides sammen med leverandør*
5. *Montering og installasjon i butikk, kasse bør installeres none dager før øvrige installasjon*
6. *Gjennomføre opplæring og trening egne ansatte*
7. *Bekreft og planlegge åpningsdato*
8. *Lage program for åpningsdato med invitasjoner*
9. *Invitere presse, radio og TV. Lage pressemelding*
10. *Åpningsannonse*
11. *Oppfølging presse*
12. *Vurdering av vareutvalg og service basert på etterspørsel*

Fase 3: Eksempel på kjøreplan selvbetjent driftsmodell

1. *Lag sjekkliste huskelisten som sikrer gode kundeopplevelser*
2. *Målet er at kunden skal være mer fornøyd når han går ut av butikken enn han var da han kom inn*
3. *Hvordan sikrer du at kunden får rask «fjernhjelp», hvor raskt bør det skje?*
4. *Service innstilte kollegaer og medarbeidere*
5. *Er butikken godt merket informert?*
6. *Pen og ryddig butikker døgnet rundt! Wow effekt*
7. *Har du produkter som overrasker?*

10.0 Hvordan leverer pilotprosjektet på FNs bærekraftsmål ?

FN sine bærekraftsmål er førende for alt arbeid med bærekraft. Butikkene som har deltatt i prosjektet kan alle vise til betydelige bidrag til flere av FN sine bærekraftsmål ved at de inntar en posisjon ved å innta en bærekraftig rolle i sine respektive lokalsamfunn.

De foreløpige resultatene treffer på 6 av de 17 målene, fordelt på økonomisk, sosial og miljømessig bærekraft.

Økonomisk bærekraft



Mål nr. 8 – Anstendig arbeid og økonomisk vekst:

Pilotbutikken opprettholder og skaper arbeidsplasser ved hjelp av ny teknologi som bidrar til å sikre en bærekraftig og positiv utvikling av lokal verdiskaping ved å legge til rette for en mer robust og moderne modell for butikkdrift.



Mål nr. 9 – Innovasjon og infrastruktur:

Pilotbutikken har tatt i bruk kostnadseffektiv moderne informasjonsteknologi som bidrar til at de minste butikkene står i front for en strukturell endring i dagligvarebransjen mot tilrettelegging for fjernbetjente og delvis døgnåpne butikker.

Dette gir kundene de beste muligheter for å handle dagligvarer når de ønsker dette, samt at butikken også opprettholder og sikrer service når det gjelder å tilby servicetjenester som pakkeutlevering, medisintlevering, drivstoff for å nevne noe. Dette bidrar også til utbygging og oppgradering av strøm og internett i Distrikts-Norge.



Mål nr. 12 – Ansvarlig forbruk og produksjon

Pilotbutikken er styrket som lokal dagligvarebutikk, og vil kunne øke sitt sortiment fra lokale produsenter. Omløpshastigheten for varene har gått opp, noe som reduserer svinnet for slike varer med kortere holdbarhet. Disse butikkene har lang åpningstid/døgnåpent, og blir da attraktive salgssteder for kortreist mat fra lokale matprodusenter som igjen bidrar til en mer bærekraftig livsstil.

Videre bidrar de selvbetjente butikkene til at bygdefolket reduserer sin miljøbelastning fordi de ikke trenger å reise langt for å handle dagligvarer. Det er unødvendig når det er en døgnåpen butikk tilgjengelig helt lokalt. Dette styrkes av at varetilbudet kan utvides i butikkene – noe som bidrar til en mer attraktiv butikk (og fjerner seg mer fra å være suppleringsbutikker). Dette bidrar også til at kundene ikke trenger å «storhandle» i samme grad som før, men kan nå supplere oftere. Dette bidrar til reduksjon av matsvinn i husholdning enn, som igjen bidrar til å redusere karbonavtrykket.

Sosial bærekraft



Mål nr. 3 – God helse

Pilotbutikken opprettholder sin funksjon som sosial møteplass selv om butikken har en selvbetjent funksjon. Den er stort sett bemannet gjennom dagen, og har fortsatt en viktig funksjon med vareleveranser og oppsyn med eldre i bygda. En robust og levedyktig butikk som tilpasser seg framtidens krav gir klart helsemessige gevinster og økt trivsel og trygghet i et lokalsamfunn. Erfaringene viser at butikkene fungerer bra for alle aldersgrupper.

I tillegg har pilotbutikkene nå en økonomisk bærekraft som gir trygghet for drivere som igjen gir grobunn for å satse mer på lokale trivselstiltak.

Miljømessig bærekraft



Mål nr. 11 - Bærekraftige byer og samfunn

Pilotbutikken innehar en viktig lokalsamfunnsrolle. Ved å tilrettelegge for en døgnåpen selvbetjent butikk som også er bemannet på dagtid styrkes denne rollen. Personalet vil få mindre belastning og kan bidra mer aktivt i sin rolle som tilrettelegger for trivselstiltak i bygdesamfunnet.

Pilotbutikkene har også bidratt til en bærekraftig lokalsamfunnsutvikling hvor de over natten nå har tatt i bruk den fremste informasjonsteknologien man kan finne innenfor handel. Dette bidrar til økt digital kompetanse hos den vanlige kunde. I tillegg betyr dette økt attraksjon som boområde som igjen vil tiltrekke seg yngre mennesker som tror på fremtiden ute i distriktene. Også andre med høyere kompetanse vil også oppdage at det finnes moderne driftsformer og spennende bruk av ny teknologi også ute i distriktene, som i neste omgang kanskje vil generere satsingsvilje næringsmessig og bolyst.



Mål nr. 13 – Stoppe klimaendringene

Pilotbutikkene har nå tilrettelagt for en mer miljøvennlig butikkdrift – hvor ressursene utnyttes hele døgnet. De bidrar til mindre reising, mindre matsvinn (både i hjemmet og ikke minst fra butikken selv) og dette resulterer i generell økt forståelse hos kundene for hvordan ny teknologi kan bidra til å stoppe klimaendringer. En døgnåpen selvbetjent butikk viser hvordan det er mulig å bruke allerede tilgjengelig teknologi til å bidra miljømessig positivt. De respektive lokalsamfunn har bidratt til stor lokal optimisme – noe som også bidrar til økt bolyst og trivsel lokalt.

Den nye driftsformen medfører også i større grad bruk av smartere teknologi som kan redusere matsvinn. Et eksempel på dette er automatiske rullegardiner over fruktdisk når det ikke er kunder i butikken, og sensorer for styring av lys.

Oppsummering:

Nytteeffekt for pilotbutikkene i et bærekraftperspektiv

Våre pilotbutikker har nå inntatt en rolle med sin tilstedeværende funksjon – døgnet rundt, i tillegg til å bli små kompetansesentre for bruk av ny informasjonsteknologi i tett relasjon med kunde/brukere. Prosjektet har fått massiv pressedekning og stolte kunder rundt om i lokalsamfunnene. De har alle

muligheter nå til å innta en tydeligere posisjon som en mer bærekraftig butikk, og dermed leve opp til de respektive dagligvarekjedenes bærekraftspolitik.

En tydeligere posisjon på å være en mer bærekraftig butikk, vil kunne føre til:

- Økt kundelojalitet
Ved en bedre synliggjøring av hvilken samfunnsrolle Merkurbutikken faktisk har, vil dette bidra til en bredere lokal stolthet hos kundene, og ønsket om å handle lokalt forsterker seg. Dette gjelder også deltidsinnbyggeren som fra sitt lokalsamfunn i en by i utgangspunktet har større bevissthet rundt viktigheten av dette.
- Høyere tillit i markedet
Merkur-butikken er en av flere aktører i et lokalsamfunn, og gjennom synliggjøring av måten butikken jobber bærekraftig på, så vil dette resultere i en større tillit fra markedet (som gjerne består av andre lokale bedrifter, offentlige institusjoner som skoler/barnehager, lokale lag og foreninger og ikke minst fra beboere som i større grad nå ser verdien av å en lokal butikk som tar et aktivt samfunnsansvar).
- Mer attraktiv arbeidsplass
Gjennom å opptre som en bærekraftig butikk, vil også dette ha mye å si for utvikling av en mer attraktiv arbeidsplass. Det vil gi en ekstra samfunnsdimensjon å jobbe i butikken med bærekraft som et tydeligere bakteppe. Flere attraktive arbeidsplasser betyr også økt tilflyttingslyst. Ikke minst betyr det økt trivsel og motivasjon blant ansatte, som ser sin rolle som viktigere lokalt. Pilotbutikkene skaper også tett samarbeid med akademien.
- Økt oppmerksomhet
Ved å være synlig på alle de områdene hvor Merkur-butikken velger bærekraftige løsninger, så fører dette til en økt positiv oppmerksomhet og derigjennom et forsterket omdømme lokalt (og kanskje også regionalt).
- Lettere tilgang på kapital
Både banker og ulike former for offentlige støtteordninger krever nå at det skal dokumenteres hvordan bedriften jobber med bærekraft i praksis.
- Lønnsomhet på sikt
Mer lojale kunder, høyere tillit i markedet, en mer attraktiv arbeidsplass og økt oppmerksomhet generelt fører faktisk til bedre lønnsomhet på sikt!

Pilotbutikkene hadde en høy finansiell risiko før piloten startet. Nå er denne redusert til en lavere finansiell risiko, som følge av at butikkene i ny driftsmodell nå er mer lønnsomme. Dette fører videre til økt investeringslyst for bedre butikk-kvalitet og kundeopplevelse.

11.0 Oversikt medieoppslag

2020:

18.5.20: Tester ut heldigitalisert og døgnåpen drift – NRK Sørlandet/Telemark/NRK 1 Norge i dag (TV /nett)

19.5.20: Dette vert heilt topp (Eksingedalen) - Hordaland

20.5.20: Kan handle døgnet rundt (Svatsum) – Gudbrandsdølen Dagningen

29.5.20: Nærbutikken i Lyngdal skal i gang med et nytt konsept (Lyngdal) – Laagendalsposten

7.7.20: Nærbutikken Svatsum i Gausdal er med i et nytt prøveprosjekt (Svatsum) – NRK P1

17.6.20: Nå har nærbutikken blitt døgnopen (Lyngdal) – Laagendalsposten

31.7.20: Satser på døgnåpent - (Tufsingdalen) – Arbeidets rett

16.8.20: Coop åpner nye ubemannede butikker – Nettavisen

30.8.20: Ny døgnopen og sjølvbetjent daglegvare i Vest-Telemark (ÅmdalsVerk) – Vest Telemark Blad

1.9.20: Greip sjansen og opna sjølvbetjent og døgnopen butikk (Åmdalsverk) – Vest Telemark Blad

27.9.20: Her kan bygda handle hele døgnet (Svatsum) - Nettavisen

29.9.20: Døgnåpen dagligvare skal redde nærbutikken(Svatsum) – NRK Innlandet (TV/nett)

2.10.20: Kundene handlet inne mens kremmeren grillet ute (Tufsingdalen) – Arbeidets rett

5.10.20: Har gode erfaringer med digital kontroll av ølsalg (Tufsingdalen) – Arbeidets rett

9.10.20: Os-politikerne føler seg trygge på ny butikkteknologi (Tufsingdalen) – Arbeidets rett

13.10.20: Norgesgruppen løfter lokalsamfunn digitalt (alle butikkene) - Nationen

14.10.20: Dagligvarebutikk med automatisert betjening – Customer Trends (podcast)

20.10.20: Kundene kommer døgnet rundt (Tufsingdal) – Dagligvarehandelen

30.9.20: NorgesGruppen tester delvis ubemannede butikker (Svatsum) – Retail magasinet

28.12.20: Hege Marie driv landets første heildigitale matbutikk (Eksingedalen) – Bergens Tidende

2021:

23.1.21: Nattåpen suksess for nærbutikken (Svatsum) – Gudbrandsdølen Dagning

25.1.21: Her holder de åpent uten ansatte (Nedre Eggedal) – Handel og Kontor-nytt

24.2.21: Selvbetjent nærbutikk lønner seg (Eksingedalen) – Teknisk Ukeblad

25.2.21: Hege Marie driver butikken digital (Eksingedalen) – Aftenposten

2.3.21: Ny teknologi bra for distriktene (Folkestad) - Dagligvarehandelen

28.februar 2021

Hallvard Christenson

Merkur-konsulent

E-post: hc@plan1.no

Tlf. 915 48 508

Har du spørsmål eller kommentar til rapporten, ta kontakt med prosjektleder