



Butikken som sosial arena

Rapport fra et pilotprosjekt i Nordland og Trøndelag
for utvikling av nærbutikken som bygdas møteplass

Merkur-programmet
August 2014



MERKUR
- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Innhold

Sammendrag	3
1. Innledning	4
Kart	5
2. Hvar har skjedd med de ulike butikkene?	6
1. Tor A. Swensen eftf.	7
2. Løkta Kolonial AS	8
3. Vika Handel	9
4. Brasøy Handel	10
5. Drevvatn Nærmatt	11
6. Fiplingdal Landhandel.....	12
7. Joker Foldereid	13
8. Skorovas S-lag	14
9. Matkroken Kvelibua	15
10. Seierstad Dagligvare	16
11. Coop Kongsmoen	17
12. Matkroken Verrastranda	18
13. E. Hopstads enke	19
14. Joker Hongsand	20
3. Prosjektleders vurdering	21
Hvordan har prosjektet blitt gjennomført?	21
Hva har vært suksessfaktorene?	23
Hvordan kan dette prosjektet ha overføringsverdi for andre?	23
4. Aktuelle idéer	24
1. Aktuelle idéer som har blitt gjennomført	24
2. Aktuelle idéer som kan gjennomføres andre steder	26
5. Etterord ved styreleder Inge Ryan	27

Sammendrag:

Prosjektet «Butikken som Sosial Arena» har gitt deltakerbutikkene en unik sjanse til å tørre å satse på og videreutvikle prosjekt de tidligere bare så vidt har våget å drømme om. De 14 butikkene har erfart at aktivitet lagt til og omkring butikken er udelt positivt for så vel butikkens omsetning som for trivsel i bygda. Butikkene fikk mulighet for å bruke inntil 300.000 kr til investeringer som skulle bidra til å videreutvikle butikkens funksjon som en sosial arena. Det var også et mål at investeringene skulle gi økte inntekter til butikken.

Det at prosjektet fra starten av ble så godt forankret mot kommune og butikkens faste brukere, har vært en suksessfaktor. Bygda ble tidlig involvert, og alle butikkene har tatt hensyn til forslag og ønsker som kom fram på folkemøtene. Dugnadsånden i bygdene er levende, men det er liten tvil om at den stimuleres ytterligere når det tilføres midler. Mulighetene dette prosjektet har gitt til å fornye, forbedre og etablere, har vært forløsende for engasjementet. Det er lagt ned betydelig med timer i dugnad for å klare å realisere flere av prosjektene.

At kommunene ble involvert i prosjektet, har vært avgjørende for kommunepolitikernes forståelse av distriktsbutikkens betydning. Distriktsbutikkene har flere både forespurte og selvpålagte funksjoner utover det å "bare" selge dagligvarer. De yter tjenester til lokalbefolkningen som er viktige for så vel eldre som yngre. Butikken er møteplass og den viktigste sosiale arenaen i mange bygder. At flere av kommunene i prosjektet nå betaler butikkene for både tjenester de alltid har utført, samt for ny-utviklede tilbud, viser at politikerne er mer bevisst butikkens betydning for distrikt og kommune.

Det har vært interessant å registrere at investeringene som er blitt gjort på enkelte butikker, til en viss grad gjenspeiler drivernes kompetanse og interessefelt - utover butikkdrift. Nå kan det trenes, leies kajaker, kjøpes hjemmelagde brød og kaker eller handles garn på nærbutikken, fordi butikkene har drivere som brenner for dette. Butikkene har alle investert i tiltak og aktiviteter som med all tydelighet viser hvor viktig lokalbutikkens funksjon som møteplass og sosial arena er. Trivselsfaktoren for så vel kunder og kjøpmenn har økt, i takt med at tilbudene er blitt bedre. Flere trange små "avlukker" er forvandlet til lyse trivelige lokaler med muligheter til å samle både faste kunder og feriegjester rundt bordene. Aktiviteten i "kaffekroken" har økt i takt med at den sosiale arenaen er opprustet. Kaffekrokens venner og ressursgrupper er etablert for å ta ansvar for planlegging av aktiviteter.

Jeg vil si det så sterkt at butikkene i dette prosjektet har klart å samle bygda på en ny måte. Det er skapt et eierforhold til butikken som er unikt, da tilbudene som er skapt i stor grad gjenspeiler brukernes drømmer og ønsker for hva butikken skulle kunne tilby.

Sandnessjøen, 18.august 2014

Line Antonie Tellemann,
Merkur-konsulent/prosjektleder

Rapporten *Butikken som sosial arena* er laget av prosjektleder Line Tellemann og kommunikasjonsrådgiver Per Kjetil Jørgensen i Merkur-programmet.

Merkur-programmet arbeider med utvikling av distriktsbutikker på oppdrag fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet.

1. Innledning

Bakgrunnen for prosjektet Butikken som sosial arena (BSSA) er et ønske om å styrke lokalbutikkens posisjon i bygda som samlingssted og sosial arena. Det har vært en målsetting å skape nye og muligens utradisjonelle tilleggstenester som både kan styrke butikkens økonomiske grunnlag og gi folk i lokalsamfunnet bedre tjenester.

I mange bygder øker andelen av eldre. De fleste ønsker å bo hjemme så lenge som mulig. Alternativet er gjerne en institusjonsplass, ofte i kommunesenteret. Dersom en kan legge til rette for at de eldre kan bo lenger hjemme, så vil kommunene kunne spare inn store beløp. Prosjektet ønsker å vise at butikken kan spille en viktig rolle når det gjelder livskvalitet og helse, både for eldre og andre grupper i bygda. Den multifunksjonelle nærbutikken er bygdas service-senter. Med noe fysisk tilrettelegging og utvikling av nye tjenester kan butikken bli en enda viktigere aktør for et levende lokalmiljø. Dette vil igjen skape grunnlag for bedre trivsel og helse for mange. På sikt vil dette også kunne gi et bedre økonomisk grunnlag for driften av butikken.

Våren 2012 ble det valgt ut 14 Merkur-butikker i regionene søndre Nordland og nordre Trøndelag. Viktige kriterier for deltagelse var at butikkens drivere var engasjerte i lokalsamfunnet og hadde vist engasjement for videreutvikling av egen bedrift. Det var også en forutsetning at den enkelte kommune var villig til å engasjere seg i prosjektet og bidra i form av betaling for mulige nye tjenester.

Kommunal- og moderniseringsdepartementet ved Merkur-programmet er prosjekteier. Merkur-konsulent Line Antonie Tellemann har vært prosjektleder. Prosjektet er finansiert over statsbudsjettet for 2012-2014. Investeringene i butikkene er finansiert fra investeringsstøtte-midlene, mens prosjektleders arbeid er finansiert fra Merkurs-programmet budsjett. Prosjektet ble igangsatt etter vedtak i Merkurs programstyre 16.2.2012 (Sak 8/12).

BUTIKKER I NORDLAND				
Kommune		Butikk	Kjøpmann	Lokalsamfunn
1.	Meløy	Tor A. Swensen efft.	Marit Swensen	Bolga
2.	Dønna	Løkta Kolonial	Halvard Mikalsen	Løkta
3.	Nesna	Vika Handel	Marit Ravdal	Handnesøya
4.	Herøy	Brasøy Handel	Ann Grethe Edvardsen	Brasøy
5.	Vefsn	Drevvatn Nærmat	Else R. Lund	Drevvatn
6.	Grane	Fiplingdal Landhandel	Unni Olsen	Fiplingdalen

BUTIKKER I TRØNDELAG				
Kommune		Butikk	Kjøpmann	Lokalsamfunn
7.	Nærøy	Joker Foldereid	Håvard Skeie	Foldereid
8.	Namsskogan	Skorovas S-lag	Inger Lise Haugen	Skorovas
9.	Lierne	Matkroken Kvelibua	Roland Aagård	Kvelia
10.	Fosnes	Seierstad Dagligvare	Hilde Skjærvik	Jøa
11.	Høylandet	Coop Kongsmoen	Janne Lona	Kongsmoen
12.	Verran	Matkroken Verrastranda	Sølvi Strand	Verrastranda
13.	Roan	E. Hopstads enke	Torhild Monkan	Bessaker
14.	Roan	Joker Hongsand	Anne og Per Gipling	Hongsand

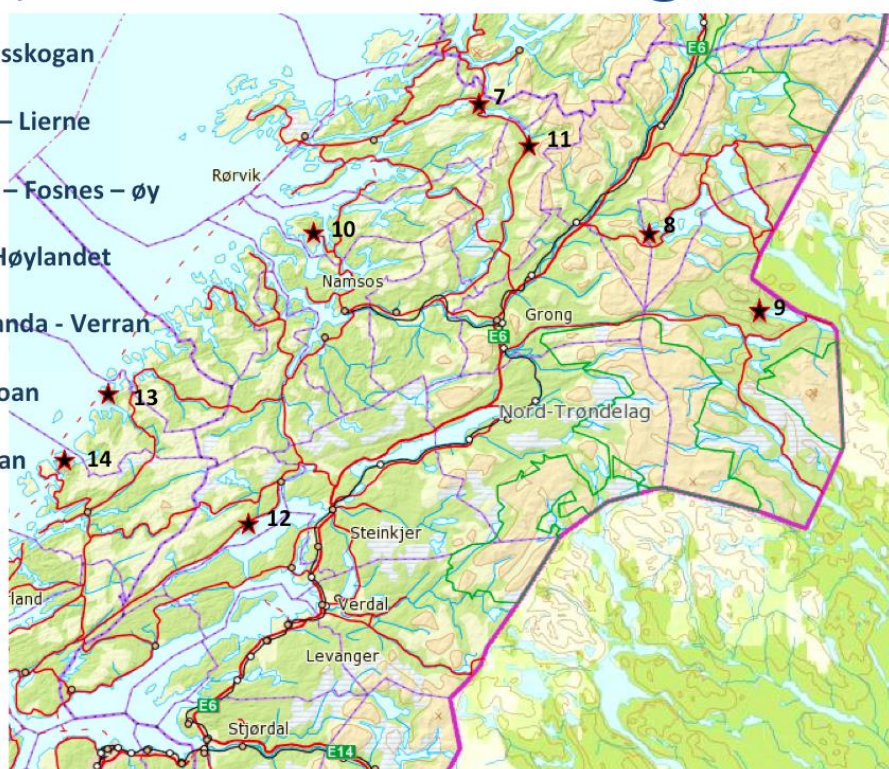
Søndre Nordland

- 1 Tor A. Swensen eftf - Meløy - øy
- 2 Løkta Handel - Dønna - øy
- 3 Vika Handel - Nesna - øy
- 4 Brasøy Handel - Herøy - øy
- 5 Drevvatn Nærbutikk - Vefsn - innland
- 6 Fiplingdal Landhandel - Grane - innland



Trøndelag

- 7 Joker Foldereid - Nørøy
- 8 Skorovas S-lag - Namsskogan
- 9 Matkroken Kvelibua - Lierne
- 10 Seierstad Dagligvare - Fosnes - øy
- 11 Coop Kongsmoen - Høylandet
- 12 Matkroken Verrastranda - Verran
- 13 E. Hopstads Enke - Roan
- 14 Joker Hongsund - Roan



2. Hva har skjedd med de ulike butikkene?

Prosjektet Butikken som sosial arena (BSSA) er finansiert ved tilskudd fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet gjennom Merkur-programmet. Hver butikk har etter søknad fått opptil 300.000 kr i tilskudd til investeringer eller andre tiltak for å utvikle butikken som sosial arena. Pr. 15.august 2014 har det blitt gitt tilsagn om 3,95 mill. kr til de 14 butikkene, kfr. oversikten under:

BSSA-butikker	Tilsagn BSSA	
AS Johs. Skeie	kr	300 000
Brasøy Handelssamvirke	kr	299 900
Coop Marked Høylandet SA, avd. Kongsmoen	kr	300 000
E. Hopstads Enke A/S	kr	300 000
Fiplingdal Landhandel SA	kr	160 300
Hongsand Dagligvare AS	kr	300 000
Jekta AS, Matkroken Verrastranda	kr	300 000
Løkta Kolonial AS	kr	300 000
Matkroken Kvelibua	kr	300 000
Nærbutikken Drevvatn	kr	300 000
Seierstad Dagligvare a/s	kr	300 000
Skorovas S-lag SA	kr	296 000
Tor A. Swensen Eftf	kr	240 000
Vika Handel SA	kr	257 000
Totalt BSSA-tilsagn	kr	3 953 200

På de neste sidene er en mer detaljert oversikt over hva som har skjedd i de forskjellige butikkene. Rapportene fra butikkene er basert på et spørreskjema til driverne. Viktige investeringer og nye aktiviteter er markert med **gult**, slik at det skal bli lettere å få oversikt over hva slags tiltak de ulike butikkene har satt i gang.



1: Tor A. Swensen efft., Meløy

Driver: Marit Swensen **Tlf.:** 75 75 10 13 **Mobil:** 479 09 221
Kjede: Nærbutikken **E-post:** marit.swensen@hotmail.no
Omsetning: 2012: kr 4.300.000 2013: kr 4.300.000
Nettside/FB: [Tor A. Swensen](#)

Investeringer:

Et rom som tidligere har fungert som lager og garasje for varetraktor, har blitt bygget om til et lyst trivelig **treningsrom**. Vi har også investert i diverse treningsutstyr, pluss utemøbler og grill til sommerbruk.



Tiltak/aktiviteter:

Organisert trim/trening en gang i uka. Egentreningen har vært mest populær. Fra å ha hatt mer sporadiske aktiviteter, følger vi nå en aktivitetskalender gjennom året. Noe som gjør det enklere å iverksette aktiviteter, all den tid planleggingen er halve arbeidet.

Økt omsetning i butikken?

Omsetningen har holdt seg stabil de siste årene, og det er bra med tanke på at folketallet dessverre har gått litt ned. Mer og mer av omsetningen skjer i sommersesongen. Feriegjester og turister blir viktigere for butikkens drift. Vi forsøker derfor å tilrettelegge litt ekstra for disse gjestene, da vi ser at her er det mulighet for ytterligere vekst. BSSA er kanskje grunnen til at vi tør satse på en stor **konsert** i sommer som vil trekke mye folk til øya og skape ekstra aktivitet og handel. Tiltakene skaper også lojalitet hos de som bor fast på Bolga. Det er viktig at folk trives og er mer fornøyd med butikken og våre samlede tilbud.



Har «ikke planlagte» aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi har **lagerkafe** på lørdagene. Dette er et resultat av et vellykket folkemøte på lageret vårt. Så har vi turt å satse litt mer etter BSSA, og kjører nå kajakk-kursing og **kajakk-utleie**.

Nye samarbeidspartnere/tjenester som resultat av BSSA?

Vi har samarbeidet med Frisklivssentralen i Meløy kommune. Den lokale bedriften Nova Sea har tegnet firmaavtaler for sine ansatte.

Bedre samarbeid med kommunen?

I oppstartsfasen samarbeidet vi med kommunens frisklivssentral om organiserte treninger. I sommer har vi samarbeidet med kommunenes kulturretat om en større konsert på Bolga.

Kjøpmannens oppsummering:

BSSA har betydd mye for butikken vår og har gitt øyas beboere et sterkere eier- og forhåpentligvis lojalitetsforhold til butikken. BSSA har gitt meg som driver mer guts til å satse og tørre å ta noen sjanser.

2: Løkta Kolonial AS, Dønna

Driver: Halvard Mikalsen **Tlf.:** 75 05 42 42 **Mobil:** 958 63 324
Kjede: Nærbutikken **E-post:** narbutikken.lokta@ngbutikk.net
Omsetning: 2012: kr 4.300.000 2013: kr 4.400.000
Nettside/FB: [Løkta Kolonial](#)

Investeringer:

Et lokale som ligger vegg i vegg med butikken er bygget om til kafe/restaurant/pub/møtelokale. Lokalet har etter navnekonkurranse fått navnet St.Halvard. Jeg har investert i et kjøkken, med utstyr som kan brukes i forbindelse med matlaging til både kafe og butikk.

Tiltak/aktiviteter:

Pub, quiz, middagssalg, kafe. Mine hjemmelagde brød/kaker/knekkebrød/boller og diverse andre produkter er til salgs i butikken. Jeg er mest fornøyd med kjøkkenet, der jeg lager ordentlig hjemmelagde produkter som jeg kan selge i butikken.



Økt omsetning i butikken?

Ja, uten tvil. Brød og kakesalg på butikken er et pluss hver dag. Vi selger ca. 90 brød i måneden, salg av hjemmelagde boller/briks/skolebrød/marsipankaker er også et tillegg fra tidligere. Totalt salg medio juni 2014 er 34.000,- Totalt salg fra St. Halvard i 2013: 120.000,- (aug-des), dette er salg jeg ellers ikke ville hatt. Totalt salg fra St.Halvard i 2014: 45.000,- medio juni

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Salg av hjemmelagde produkter. Har også hatt ulike matkurs som f.eks. lefsekurs i regi av min mor.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Tine holder møter på kafeen. Bondelaget har bestilt mat en uke i forbindelse med møter. All mat blir bestilt gjennom butikken.

Bedre samarbeid med kommunen?

Samarbeidet med kommunen er omtrent som før. Kommunen har også leid lokalene til et møte.

Eventuelt

Prosjektet mitt er en god del dyrere enn BSSA-potten på 300.000,- kroner. Det hadde vært fantastisk om Merkur kunne hatt en låneordning med god rente/rentefritt over en gitt periode på restbeløpet.

Kjøpmannens oppsummering:

Kundene er mer fornøyd med butikken. At jeg nå kan tilby flere hjemmelagde produkter, er en medvirkende faktor til dette. At jeg både i "sesongen" men også ellers i året har tilbud som pub, quiz og middagssalg, er de veldig fornøyde med. Jeg er svært fornøyd og glad for at jeg nå kan gi kundene mine et utvidet og bedre varetilbud og bedre muligheter for sosialt samvær hele året, på dag og kveldstid.

Økt omsetning = bedre økonomi (forhåpentligvis). Det er også veldig positivt å bli bedre kjent med de andre butikkene i prosjektet. Vi har hatt mye god erfaringsutveksling og læring av hverandre.

3: Vika Handel SA, Nesna

Driver: Marit Ravdal **Tlf.:** 75 05 68 80 **Mobil:** 906 84 380
Kjede: NorgesGruppen **E-post:** vihande@online.no
Omsetning: 2012: kr 2.450.632 2013: kr 2.267.532
Nettside/FB: [Vika Handel, Handnesøya](#)

Investeringer:

Har revet ned en vegg og fått et nytt og større **kafferom**, samt oppgradert kjøkkenet med ny innredning og hvitevarer. Hadde dialog med Mattilsynet underveis slik at kjøkkenet er godkjent for **matservering**. Kaffikroken har også fått nye stoler og bord – rommet er blitt fargerikt og delikat. Butikken har også delt av et annet rom, flyttet landbruks-varene og fått et større kontor.



Tiltak/aktiviteter:

Hver lørdag er det kaffe med "noko attåt" på kafferommet. Det kan være alt fra vafler, hjemmelaget multekrem, trollkrem, kaker eller nystekte wienerbrød. Det er alltid fult i kafeen på lørdagene. En gang i måneden har vi middagsservering til alle våre kunder. Begge disse tiltakene er veldig populære. Vi har også ulike tiltak i sesongene. I påsken griller vi og har rebusløp for ungene, som får påskeegg når de kommer i mål. I jula serverer vi gløgg i hele adventstida.

Økt omsetning i butikken?

Når vi sammenligner ulike perioder med normalt større omsetning i 2013 og 2014, har det ikke vært noen konkret omsetningsøkning. Årsaker til dette kan være både at bensinpumpen vår da var defekt og at vi har mistet flere gode kunder (innbyggere) av naturlige årsaker. Vi har dessverre alt for høy gjennomsnittsalder på kundemassen vår. Tallene fra mai 2013 (kr 833 490) til mai 2014 (kr 846.000) viser dette.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Da butikken gikk til innkjøp av **hjertestarter**, hadde vi kurs med 37 deltakere i bruk av denne. Vi vil investere i et mobilt **drivstoffanlegg** som kommer på plass i august 2014. Vi har fått støtte fra Merkur og Nesna kommune.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Vi er blitt med i Nesna **Næringsforum**

Bedre samarbeid med kommunen?

Vi har et rimelig bra samarbeid med kommunen. Formannskapet har vært her på lunsj, de var imponerte over hva vi har fått til. De ba oss ta kontakt om det var noe de kunne hjelpe til med, og oppfordret oss til å søke serveringsbevilgning. Det har vi nå fått. Kommunen ga oss tilskudd på 176.100 kr til det nye drivstoffanlegget.

Eventuelt

Vi vurderte å bygge ny butikk, men har etter nøye vurdering kommet frem til at vi heller kjøper lokalet der butikken er i dag.

Kjøpmannens oppsummering:

Flere av hytteeierne handler nå hos oss, vi håper den trenden fortsetter. Vi får stadig bestillinger på lunsj og middager (slutta lag). Bare de siste 14 dagene har vi fått bestilling fra fire større grupper. Så vi er optimistiske.

4: Brasøy Handel SA, Herøy

Driver: Ann Grethe W. Edvardsen

Tlf.: 75 05 96 00

Mobil: 908 56 979

Kjede: Nærbutikken

E-post: narbutikken.brasøy@ngbutikk.net

Omsetning: 2012: kr 3.288.578

2013: kr 3.459.615

Nettside/FB: [Brasøy Handelssamvirke](#)

Investeringer:

Vi har laget kafe/ pub. Vi utvidet det eksisterende kafferommet ved å innlemme et lager og de gamle lokalene til posten. Vi har også fått et nytt kjøkken godkjent for tilberedning og servering av mat. Lokalene er totalrenovert, med nye vinduer og dører. Vi har også investert i flatskjerm, lesebrett og har gratis nett.



Tiltak/aktiviteter:

Vi serverer middag, lunsj etter behov og sesong. Pub og uteservering har blitt svært populært. Vi har helårs skjenkebevilgning slik at vi kan ha arrangement tilrettelagt for fastboende utenom sesongene. Kundene våre er svært fornøyde og vil at vi skal si ja til enda litt mer.

Økt omsetning i butikken?

Ja, uten tvil. Som et eksempel omsatte vi pinseaften 2013 for kr 52.400. Pinseaften 2014 var omsetningen på kr 91.400. Generelt ser vi at når vi har aktiviteter/servering i kafeen, øker omsetningen totalt på butikken. Aug 2012-mai 2013 = kr 2.607.000. Aug 2013-mai 2014 = kr 2.853.000.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Kommunen kontaktet oss da de trengte hjelp til en skystjeneste vi nå utfører.

Vi har også blitt turistinformasjon for kommunen. Kart og brosjyrer etc. finner våre kunder nå på kafferommet.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Vi samarbeider med ungdomslaget i bygda. To Moelven-brakker er plassert rett ved butikken, de fungerer som treningsstudio for fastboende og sommergjester. Utstyret inni eier ungdomslaget.

Bedre samarbeid med kommunen?

Ja, uten tvil.

Eventuelt

Når prosjektet er over håper vi det kan lages noen oppfølgingssamlinger. Der kan vi BSSA-butikkene dele positive /negative erfaringer i etterkant av prosjektperioden. Det hadde vært fantastisk om de butikkene som ikke kommer innunder utviklingstilskudd-ordningen til Merkur i en to-tre års periode kunne fått inntil 50 000 kr i året øremerket tiltak i BSSA ånd. Ellers kan det bli tungt for oss å opprettholde aktivitetsnivået.

Kjøpmannens oppsummering:

Vi er veldig stolt av at vi fikk mulighet til å delta i dette prosjektet, det har vært lærerikt og givende. Det at vi har fått reise rundt å besøke de andre butikkene og har blitt kjent med flotte positive mennesker i samme situasjon, har vært av stor betydning.

Kundene våre merker forskjell på oss og er veldig fornøyde med de nye tiltakene som vi har gjennomført. Vi regner med at det blir fart på sommer-omsetningen og at aktiviteter i kafeen og puben vil bidra til ytterligere omsetningsøkning for butikken.

5: Drevvatn Nærbutikk SA, Vefsn

Driver: Else R. Lund Tlf.: 75 18 72 15 Mobil: 974 85 761
Kjede: Nærbutikken E-post: butikken@nax.no
Omsetning: 2012: kr 3.061.854 2013: kr 3.012.335
Nettside/FB: [Nærbutikken Drevvatn](#)

Investeringer:

Kaffikroken har blitt utvidet slik at den er blitt nesten dobbelt så stor. Har også fått en liten kjøkkenavdeling og et eget kunde/**handicap-toalett**. Inngangspartiet har blitt opprustet med ny inngangsdør, og **utearealet** er forskjønnnet og forbedret med nye utemøbler, blomsterurner, bålpanne etc.



Tiltak/aktiviteter:

Vi har **bålkaffe** ute ca. en gang i måneden, dette er veldig populært. Kaffikroken benyttes til **strikkekvelder** hver 14. dag og **museumslaget** har sine utviklingsmøter der. Vi har også hatt **sjakk**-kvelder.

Vi arrangerer en årlig "**Familedag**" i samarbeid med lag og foreninger, med ulike salgs-boder utenfor butikken. Vi flytter ut frukt- og grønt avdelingen vår. Vi hadde også aktiviteter i butikken i forbindelse med **valgkampen**. Politikere fra ulike partier ble invitert til å komme – hver sin lørdag før valget. Dette var veldig vellykket.

Økt omsetning i butikken?

Det er ingen tvil om at tiltakene har hatt positiv innvirkning på omsetningen i butikken. På de første fire månedene har vi en fin økning. Jan – april 2013 = kr 840.956. Jan –april 2014 = kr 946. 653,-

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Butikken hadde jubileum høsten 2013. Det ble feiret i forbindelse med åpningen av den nye kaffikroken. Det ble servert kake og kaffe, og det var mange som kom for å se kaffikroken.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Det er ikke en "ny" samarbeidspartner, men vil nevne at vi har "**Kaffekrokens venner**" her på butikken. Disse er veldig flinke til å hjelpe til med å dra i gang ulike aktiviteter som legges til butikken. Et stort pluss slik at det ikke alltid er vi som jobber i butikken, som må være pådrivere og kreative i forhold til aktiviteter.

Bedre samarbeid med kommunen?

Vi har en positiv dialog. Nå arbeider vi med innspill til en **samarbeidsavtale** etter møter med kommunen.

Kjøpmannens oppsummering:

Det at det er satset på butikken og tilrettelagt for en større, triveligere og mer brukervennlig kaffikrok, har gjort at vi har fått økt oppslutning om nærbutikken. Kundene våre bruker kaffikroken mer aktivt – altså til mer enn å "bare" drikke kaffe. Dette fører til økt omsetning på butikken.

At uteområdet er blitt triveligere og at vi nå har skikkelige utemøbler og bålpanne, gjør at det på godværsdager er mange flere som setter seg ned for en trivelig prat.

6: Fiplingdal Landhandel SA, Grane

Driver: Unni Olsen **Tlf.:** 75 18 27 22 **Mobil:** 957 58 712
Kjede: ingen kjedetilknytning **E-post:** fiplingdal-landhandel@hotmail.com
Omsetning: 2012: kr 1.840.175 2013: kr 2.141.834
Nettside/FB: --

Investeringer:

Butikken har investert i diverse teknisk utstyr til kaffikroken. **Flatskjerm**, PC, og **nettbrett**, samt gratis åpent internett. Det er kjøpt inn ekstra stoler og bord til kaffikroken for større "anledninger". En litt avansert **kaffemaskin** med mange sorter kaffe og sjokolade er også kjøpt inn. Til **uteområdet** er det investert i bålpanne, solide utebenker og opparbeidet området rundt butikken med steinheller og murkant. Det har også satt opp flaggstenger m/butikkvimpler og blomsterurner.



Tiltak/aktiviteter:

I jula hadde vi stor aktivitet med **julelotteri** hele adventen. Kundene kunne vinne gavekort fra butikken. Vi hadde også tradisjonelt lotteri. Vi har hatt servering av kaker i kaffikroken på dagtid. Uteområdet er i flittig bruk, også utenom åpningstiden. Både turister og fastboende stopper og koser seg med grilling. Kundene våre er veldig fornøyd med kaffemaskinen. Hyttefolket er superfornøyd med det **trådløse nettet** og mulighet for å kunne låne lesebrett. De sjekker e-post og betaler regninger hos oss.

Økt omsetning i butikken?

Omsetningen fra 1.1.13 – 31.5.13 var på kr 839.561,- i samme periode 2014 hadde vi kr 840.831. Det er ingen stor omsetningsøkning på butikken, men den er stabil. Dette til tross for at vi har mistet to barnefamilier på til sammen 10 personer, samt flytting til sykehjem for gamle trofaste kunder. Sett i lys av dette mener vi at omsetningen på butikken har økt. I juli fikk vi en økning i omsetningen på 10 pst.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Jeg har sendt brev til hytteeierne hvor jeg tilbyr dem å **bestille varer via epost**, slik at de kan hente varene når de kommer. Kundegrunnlaget er såpass lite at det ikke har vært aktuelt å ha faste møtetidspunkt på dagtid. Tilbakemeldingene fra kundene og hyttefolket er positive. Det ble meget godt mottatt at vi hadde åpent alle dagene i påsken.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Kommunen er blitt en "ny" og god samarbeidspartner. De leier plass til kommunal informasjon på flatskjermen og betaler butikken en årlig støtte på kr 15.000 til tjenester og drift.

Bedre samarbeid med kommunen?

Ja, veldig bra.

Kjøpmannens oppsummering:

Butikken er utviklet til en enda viktigere sosial arena for våre faste kunder og hyttefolket. BSSA-prosjektet har gjort kundene mer bevisste på butikkens betydning. Hyttegjestene våre setter stor pris på de nye datatekniske tilbudene. Investeringene vi har kunnet gjøre pga. dette prosjektet, har gjort butikken mer attraktiv. Vi er blitt en kuriositet av en liten butikk som yter langt mer enn forventet. Vi er veldig glade og fornøyd med at vi har kunnet ruste opp uteområdet, det frister mer å stoppe når det ser ordentlig ut utenfor butikken.

7: Joker Foldereid /Johs Skeie AS, Nærøy

Driver: Håvard Skeie **Tlf.:** 74 39 61 24 **Mobil:** 918 08 554
Kjede: Joker **E-post:** joker.foldereid@ngbutikk.net
Omsetning: 2012: kr 8 250 000 2013: kr 9 050 000
Nettside/FB: [Krambua kafé](#)

Investeringer:

Har investert i et **påbygg** i tilknytning til butikken på ca. 70 kvm. Dette har skjedd som del av en større utbygging hvor det også ble realisert to leiligheter med livsløpsstandard for salg til beboere som ikke ønsket å flytte til kommunesenteret for å bo i eldreboliger der.

Tiltak/aktiviteter:

Vi har realisert "**Krambua kafé**" med **fullverdig kjøkken**, og matservering til våre gjester. Kassapunktet er slik at det på stille dager kan betjenes av kassabetjeningen i butikken. Vi samarbeider med en lokal kokk som



utvikler spennende middagsretter som tilberedes etter "Sous Vide"-metoden. På denne måten kan vi tilby sju retter daglig. Vi serverer selvfølgelig også rundstykker, kaffe, vafler og kaker. På dagtid har vi daglige uforpliktende treff – noen av våre faste gjester kan sitte å prate og hygge seg i timevis. Vi har også "**kjerringtreff**", kor/korps kafé, **bondekafé** og ikke minst **quiz**. Lokalene er i bruk både på dag- og kveldstid. De leies ut til **private arrangement** - alt fra bursdager til begravelser.

Økt omsetning i butikken?

Utvilsomt JA. Et halvt års drift på kaféen har gitt oss en omsetningsøkning på ca. 450.000 kr. Omsetningen i butikken har også økt. Resultatet har bedret seg fra 190.000 kr i 2011 til 500.000 kr i 2013, hovedsakelig på grunn av satsingen på butikken som sosial arena.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Krambua er blitt en populær møteplass. Ressursgruppa for kafeen er flinke til å tilrettelegge og utvikle ulike aktiviteter i tråd med sesonger. Lokalene lånes bort til lokale **lag og foreninger** som kan selge lodd til inntekt for seg selv. Barnehagen har hatt utstilling og skolen har gjennomført et prosjekt hvor elevene lagde middag på kjøkkenet og serverte til bygdas eldre. Det er jevnt over stor aktivitet i lokalene og våre kunder gir udelt positive tilbakemeldinger på det nye tilbudet til alle i Foldereid.

Nye samarbeidspartnere/tjenester som resultat av BSSA?

Ja, vi samarbeider nå med "Longaards **Lokalmat**". Det er fra dem vi kjøper middagene vi serverer på Krambua.

Bedre samarbeid med kommunen?

Ikke noe fast samarbeid, men kommunen har brukt oss noe i forbindelse med folkemøter, julebord, og koldtbord. Dessuten har både skolen og barnehagen brukt lokalene.

Kjøpmannens oppsummering:

Bygda har fått en møteplass, dette genererer mersalg. Lokale lag og foreninger har fått en arena de kan bruke. Vi har arrangement ulike kvelder med quiz, restaurant-kveld, pub og **fotball-pub**. Vi tror at økningen i omsetningen på butikken i 2013 skyldes at folk treffes og trives på den nye sosiale møteplassen vår.

8: Skorovas S-lag AS, Namsskogan

Driver: Inger Lise Haugen **Tlf.:** 74 33 47 83 **Mobil:** 977 87 977
Kjede: Coop **E-post:** skorovas@skorovas.coop.no
Omsetning: 2012: kr 3.400.000 2013: kr 3.500.000
Nettside/FB: skorovassamvirkelag.no

Investeringer:

Butikken har valgt å investere i en del teknisk utstyr, da den ligger i tilknytning til et "allhus" som har god romkapasitet. Det er kjøpt **prosjektor og lerret** som kan brukes ved møteavviklinger og til film- og kulturkvelder. En stor **flatskjerm** er kjøpt til kaffikroken, samt lesebrett til kundene. Ute er det investert i sykkelstativ og bålpanne.

Tiltak/aktiviteter:

På storskjermen selger vi **reklameplass**, dette er veldig innbringende. Og det tekniske utstyret benyttes når det avvikles kurs og konferanser i Skorovas. Butikken er en aktiv medspiller når det skjer noe – gjerne i forbindelse med ulike høytider. I sommer har vi laget en stor **sommerfest** for både fastboende og sommergjester. Der ble det servert grillmat, og vi hadde levende musikk (torader). Vi har også hatt et samarbeid med huseierlaget om en stor felles **dugnad** for bygda. I hele juli har vi hatt **gratis kaffe**, wienerbrød og/eller is på butikken. Kjempepopulært. Vi har fått mange positive tilbakemeldinger på tiltaket.



Økt omsetning i butikken?

Det har vært mye folk! I påskeuka 2012 hadde vi en omsetning på 317.318,- og tilsvarende uke i 2013 var på 318.814,- Det er en svak økning å spore. Gjennom dette prosjektet har vi både fått mersalg og mye positiv oppmerksomhet.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Vi samarbeider med huseierlaget og **Røde kors**.

Bedre samarbeid med kommunen?

Vi har hatt et fantastisk samarbeid med kommunen i over 20 år. Men nå har kommunestyret gjort vedtak om nedleggelse av servicekontoret, som butikken har betjent i mange år. Vi har fått brev om at kontoret legges ned fra nyttår. Vi har klaget på vedtaket, så vi får se hva som skjer. Vi synes dette er en veldig trasig situasjon. Så jeg må vel dessverre si at samarbeidet ikke er utviklet i den retning vi hadde håpet på.

Kjøpmannens oppsummering:

Ingen tvil om at det gjør seg med mer aktiviteter. Dette prosjektet har gitt oss en unik mulighet til ytterligere å utvikle både butikken og bygda vår. Noe som egentlig er en utfordring siden vi er så pass få fastboende i Skorovas. Å utvikle konsept som gjør at "alle" så absolutt både må og bør komme innom Skorovas i løpet av året, er en utfordring, men vi jobber med saken.

9: Matkroken Kvelibua, Lierne

Driver: Roland Aagård

Tlf.: 74 33 95 30

Mobil: 958 64 011

Kjede: Matkroken

E-post: kve-bua@online.no

Omsetning: 2012: kr 2.154.000 2013: kr 2.727.000

Nettside/FB: [Kveli-bua \(dagligvarer\)](#) / [Pe-Torsas plass](#)

Investeringer:

En del av lageret har blitt til **utvidet kafferom**. Har også fått en trapp opp til 2. etasje hvor det nå selges **husflidsprodukter**, både egenproduserte og for andre produsenter. Det er kjøpt inn nye møbler til kafferommet og utemøbler til verandaen utenfor kaferommet. Rommene oppe og kaferommet har blitt veldig flotte og er i daglig bruk. Det er også investert i **bake-off ovn**, med nystekte brød hver dag. Vi skal kjøpe inn **nettbrett** til bruk for kundene på kaferommet.



Tiltak/aktiviteter:

Vi har hatt 2 **lørdagsfrokoster**. Den første hadde 85 gjester, den andre litt mindre – det er ca. 115 fastboende i grenda. I høst var det fårikålmiddag for de fra grenda som bor på **eldresentret**. I vår var det grilldag for alle kundene. De på eldresentret ble «hentet heim» på frokostene og grilldagen også, og det blir satt stor pris på. Når noen i bygda har runde dager, blir det gjerne kjøpt inn kake og feiret på kafeen. Det ble arrangert **strikkekafe** annenhver tirsdag i vinterhalvåret med ca. 12–15 deltagere hver kveld.

Økt omsetning i butikken?

Ja, det har vært bra utvikling på både besøk og omsetning det siste året. **Tippe-tilbud** fra juni 2013, utbygging av kafe/husflidsutsalg og aktivitetene vi har hatt, har vært veldig populært. Kundene har fått med seg at Merkur-ordninga er veldig positivt både for butikken og grenda ellers. Her er tall som viser omsetningsøkningen: 1.6.12-31.5.13 = kr 2.533.00. 1.6.13- 31.5.14 = kr 3. 100.00.

I tillegg har vi provisjon av det årlige Pe-Torsa-arrangementet, en **revy** som hele bygda er engasjert i. I 2012 utgjorde dette kr 72.500, i 2013 ble resultatet kr 78.300.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi skal bruke av gjenstående midler til å kjøpe inn et **strømaggregat**. Etter en strømsstans på nesten 3 døgn i vinter, fant vi ut at det var en god investering både for drift av butikken og for å få en «varm» møteplass for kundene neste gang vi mister strømmen. Det blir også pyntet opp på uteområdet ved butikken, med blomster og ei trebod for hjemmelagede figurer som er utstilt.

Bedre samarbeid med kommunen?

Kommunen har vært med på planleggingen av det som har skjedd på og rundt butikken, både med BSSA-prosjektet og tidligere. Vi er fornøyde og savner ikke noe spesielt derifra.

Kjøpmannens oppsummering:

Prosjektet har hatt veldig bra effekt når det gjelder omsetning og trivsel for både driver og kunder. Med flere kunder i butikken er det mulighet for mer/andre varer – blant annet økologisk frukt og grønt. Bakeoff-ovnen gir bra salg både til privatkunder og til møter/fest. Vi hadde størst økning i salg av French Bakery-produkter sammenlignet med forrige år og vant en tur til Paris! En artig bi-effekt av BSSA-prosjektet...

10: Seierstad Dagligvare AS, Fosnes

Driver: Hilde Skjærvik

Tlf.: 74 28 67 99

Mobil: 990 46 712

Kjede: Matkroken

E-post: post@sd-as.no

Omsetning: 2012: kr 5.927.095 2013: kr 5.751.639

Nettside/FB: [Seierstad Dagligvare AS](#)

Investeringer:

Det er kjøpt inn **kaffemaskin** til kaffikroken, samt nye stoler og bord slik at plassen er blitt bedre utnyttet og komforten litt bedre. Det er også investert i **flatskjerm** for TV, med muligheter for å vise lokal reklame fra bedrifter/arrangement – eller info fra kommunen. Kundene har fri tilgang til lesebrett og gratis internett.

Vi har også investert i en vaskemaskin for bruk i butikken. Det skal bygges et **lysthus** rett utenfor butikken hvor vi kan fortsette å ha strikke-kafeer, samt andre arrangement.



Tiltak/aktiviteter:

Vi har gjennomført et prosjekt i samarbeid med kommunen. Vi har satt opp en **"handlebuss"** som en gang i uken har hentet hjemmeboende eldre, kjørt dem til butikken hvor de har fått handle og fått servering i kaffikroken. Handlebussen skulle egentlig bare kjøre til påske, men det ble så vellykket at vi forlenget kjøringen frem til sommeren.

Vi har laget oss en lokal **bok- i-butikk** ordning. Den nye lysthuset skal benyttes til forskjellige arrangement og til utleie/utlån. Vi har tilpasset uteområdet for barna slik at de har fått **klatrestativ**, huske og **hoppeslott** (sesong) og stort **utesjakk**. Ellers har vi hatt **lørdagsfrokost** for våre kunder ved ulike anledninger, noe de setter stor pris på. I sommer har vi også deltatt aktivt på familiedagen som arrangeres rett utenfor butikken.

Økt omsetning i butikken?

Vi har hatt noe økt omsetning. 1.jan.-30.juni 2013: kr 2.639.646. 1.jan.-30.juni 2014: kr 2.948.968.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi har fått oss **Facebook**-side og fått god respons på denne. Då butikken arrangerte «**mini-martnan**», nådde vi 500 personer.

Nye samarbeidspartnere/tjenester som resultat av BSSA?

Vi håper å kunne videreføre tilbudet om handlebuss i samarbeid med kommunen etter BSSA-prosjektet er avsluttet. Men vi har ikke fått noe løfte om kommunal støtte. Vi må lage nytt prosjekt og søke Merkur om støtte til bussen. Da kan kanskje kommunen være med på å finansiere 25 pst. av kostnadene.

Bedre samarbeid med kommunen?

Idéen om handlebuss kom fra kommunen. Men dert er butikken som har stått for all organisering og gjennomføring. Jeg føler ikke at samarbeidet med kommunen er blitt bedre.

Eventuelt

Det har vært en utfordring å være med på dette prosjektet. Ettersom vi ikke eier bygget og huseier har planer om å bygge på, så har det vært vanskelig å utvide kafferommet. Vi må innrømme at vi ikke har vært flinke nok til å sette i gang nye aktiviteter. Har fornyet kjøp og frys i denne perioden og det har tatt mye tid.

Kjøpmannens oppsummering:

Vi er godt fornøyd med at vi har fått være med i prosjektet. Vi har fått gode tilbakemeldinger fra våre kunder om at de setter pris på tiltakene vi har satt i verk.

11: Coop Kongsmoen, Høylandet

Driver: Janne Lona

Tlf.: 74 32 18 58

Mobil: 900 27 535

Kjede: Coop

E-post: janne.lona@hotmail.com

Omsetning: 2012: kr 2.582.000 2013: kr 2.609.000

Nettside/FB: [Coop Kongsmoen](#)

Investeringer:

Kafferommet er utvidet med et lite tilbygg på ca. 20 kvm, med en liten kjøkken-avdeling for tilberedning av enkel mat. Vi har også investert i kaffeautomat, samt en **kakekjøle** slik at kundene kan kjøpe trygg mat. Det nye kafferommet kan benyttes på **dag- og kveldstid**, uavhengig av butikkens åpningstider. Vi har også fått laget en altan utenfor kafferommet med bord/stoler. Uteområde er blitt **asfaltert** og ryddet. Vi har satt opp flere «beach flagg» med Coop-logo, som gir en flott "stoppeffekt". Omsetningen i juni 2014 har steget betraktelig.



Tiltak/aktiviteter:

Vi har en aktivt gjeng som møtes i kaffikroken. De har mange ideer om aktiviteter og arrangement som skal legges til vårt nye fellesrom. Foreløpig er det **strikkekafe** som er det nye tilbudet. Vi hadde et stort **åpningsarrangement** da kafferommet var ferdig. Vi inviterte alle kundene våre på tapas og kaker. Det møtte opp rundt 80 personer og det er nærmest hele bygda. Det var fantastisk hyggelig å få gi noe tilbake til bygda som har støttet oss med dugnadstimer og trofast handling.

Økt omsetning i butikken?

Det er ingen tvil om at omsetningen har økt. I perioden fram til 31.juli hadde vi en omsetningsøkning på 210.000 kr sammenliknet med samme tid i 2013. Nå er det godt håp om at butikken vil greie seg selv og få overskudd på driften igjen.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi malte butikken i mai/juni og deler av inngangspartiet og endeveggen ble malt i flere farger som en **regnbue** for å få oppmerksomhet. Det fungerer som en stoppeffekt. Vi ser en betydelig økning på salget i butikken. Nysgjerrige kunder stopper og handler. Nå skal vi utvide salget av ferske kaker, vafler og bagetter.

Nye samarbeidspartnere/ tjenester som resultat av BSSA?

Litt tidlig å svare nei. Vi er overbevist om at nye tjenester vil komme som et resultat av BSSA- prosjektet.

Bedre samarbeid med kommunen?

Vi har alltid hatt et godt samarbeid med kommunen. De gir oss kr 50.000 årlig for de tjenestene vi utfører.

Eventuelt

Vi vil takke Merkur for den utrolige støtten som vi småbutikker har mottatt. Dette har vært en fantastisk reise. Det ville ikke blitt oppjustert butikk på Kongsmoen om vi ikke hadde fått bli med på BSSA-prosjektet. Vi vil også takke Line Tellemann som har vært vår støttespiller og virkelig vært en god hjelper på vegen.

Kjøpmannens oppsummering:

Vi er så fornøyd med helheten, alt vi har fått realisert, fornyet og fått gjort: uteområdet, butikken, kaffikroken. Mulighetene den nye kaffikroken gir oss for å få enda triveligere dager og kvelder med sambygding, er fantastisk. Nå er det plass til alle og trivselsfaktoren har nærmest økt med plassen.

12: Matkroken Verrastranda, Verran

Driver: Sølvi Strand / Jekta AS **Tlf.:** 941 31 360 **Mobil:** 451 64 307

Kjede: Matkroken **E-post:** solvi.strand@matkroken.ica.no

Omsetning: 2012: kr 2.958.540 2013: kr 2.839.047

Nettside/FB: [Matkroken Verrastranda](#)

Investeringer:

Det er investert i **handicap-rampe** og plattform i tilknytning til kafferommet slik at alle får tilgang til fellesrommet. Det er lagt nytt dekke på verandaen og toalettet har blitt handicap-vennlig. Inngangen til kafferommet er fornyet. Det er investert i **prosjektor**, lerret og stor flatskjerm for tv-titting og kanskje salg av reklameplass. Kafferommet kan nå benyttes til møter og arrangement utenom butikkens åpningstider. Ellers har vi rustet opp området utenfor butikken, med blant annet bedre skilting.



Tiltak/aktiviteter:

Vi arrangerer **strikke-kafeer**, dette er en nyutviklet aktivitet hos oss som er blitt stor suksess. I samarbeid med et privat museum ble det samlet inn votter fra nær og fjern og laget **votte-utstilling**. Utstillingen ble åpnet av ordføreren og markert som del av grunnlovsjubileet. Før jul arrangerte vi julegran-tenning. **Onsdagslunsjene** er en videreført aktivitet som kundene våre setter stor pris på. Vi arrangerer også **pub-kvelder**, gjerne i forbindelse med påske eller om sommeren.

Økt omsetning i butikken?

Vi har fått ny driver og nytt styre på butikken i 2013. Pga. dette har det tatt tid før vi kom skikkelig i gang med BSSA-prosjektet. Vi er enda i en omstillingsprosess. Omsetningen fra 2012 til 2013 gikk noe ned, men vi føler nå vi er i gang med å reise kjerringa. I perioden jan-mai 2013 hadde vi en omsetning på 1.130.341,- i samme periode 2014 har vi en omsetning på 1.087.056,-. Dessverre er tallene negative, men vi tror at trenden vil snu.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi hadde **julegran-tenning** utenfor butikken, med servering av gløgg og julekake. Om lag en tredel av bygdas befolkning møtte opp. Vi håper at dette arrangementet vil befeste seg som en hyggelig tradisjon i bygda. Vi arrangerte **OL-åpning** med innviing av flatskjermen. Det ble kjempe vellykket, hele 34 kom på åpningen.

Bedre samarbeid med kommunen?

Kommunen ønsket at vi skulle investere i lerret og prosjektor. De har lagt formannskap- og kommunestyremøter til kaffe-/møterommet vårt. **Møterommet** er også blitt brukt til kurs og andre aktiviteter.

Eventuelt

Vi hadde en treg oppstart. Uforutsette endringer gjorde at vi var usikre på om butikken skulle driftes videre. Det ble utskiftninger både på butikken og i butikkens styre slik at arbeidet med prosjektet egentlig først kom skikkelig i gang ved årsskiftet 2014. Går alt etter planen, er arbeidet ferdigstilt i august 2014. Da vil vi også komme skikkelig i gang med flere aktiviteter og tilbud.

Kjøpmannens oppsummering:

Takket være Merkur og BSSA-prosjektet har vi fått oppgradert hele anlegget som omhandler den "sosiale arenaen" hos oss. Dette sosiale løftet hadde vi aldri kunne gjennomført uten Merkurs støtte og deltagelse i prosjektet. Butikken har fått ny "giv" og tilhørigheten både til bygdefolket og til bedriften har økt. Framtida for Matkroken fortøner seg lysere etter at vi fikk bli en av de heldige BSSA-butikkene.

13: E. Hopstads enke AS / ICA Nær Bessaker, Roan

Driver: Torhild Monkan **Tlf.:** 72 53 63 47 **Mobil:** 950 13 035
Kjede: ICA / Matkroken **E-post:** enka@online.no
Omsetning: 2012: kr 9.944.470 2013: kr 10.300.000
Nettside/FB: --

Investeringer:

Parkeringsplassen er utvidet slik at kundene har fått et tryggere område å parkere på. Klatre- og **lekestativ** for barna er plassert i det ene hjørnet av plassen. Inne i butikken har det kommet **flatskjerm** i kaffikroken. Her vises bilder fra ulike arrangement og førsteklasses naturbilder tatt av bygda egen fotograf. Han har for øvrig, på henvendelse fra butikken, laget en 2015-**kalender** med bilder fra nærmiljøet, noe som allerede viser seg å være veldig populært både for fastboende og turister. På TV'n kan vi også selge reklameplass og ta inn info fra kommune og lag/organisasjoner.



Tiltak/aktiviteter:

I november hadde vi stor feiring av vårt **135-års jubileum** i samarbeid med stedsutviklingsgruppa. Det ble servert mat og drikke til 140 personer i alle aldre. De tilreisende/hyttefolket lot til å kose seg ekstra. De blir jo bedre kjent med de innfødte og føler mer tilhørighet med bygda etter en sånn happening.

Økt omsetning i butikken?

Vi ser hyttefolket mer, spesielt de som var på festen. Vi har hatt stor «naturlig avgang» av gode, gamle kunder som vanskelig kan erstattes. De som før vegret seg for kjøre ned til butikken på grunn av parkeringsforholdene, mener vi også å se oftere. Påska 2014 hadde vi omsetningsøkning på 12 pst. i forhold til 2013. Juli gav en halv million ekstra i omsetning.

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi vil kjøpe tilbake **Robu-Kroa** som ligger vegg i vegg med butikken. Kaffikroken vil bli flyttet inn i butikken, sånn at vi ved litt ombygging kan benytte kjøkkenet på Kroa også til å betjene kunder i kaffikroken. Ellers er vi aktivt med når det arrangeres **«gnistfanger-treff»**, hvor det tas det opp aktuelle saker som gjelder bygda. Vi prøver å klemme ut nye ideer som kan komme hele bygda/kommunen til gode. Vi har også vært med å pushe fram **strikking av en færing** til årets Fiskefestival.

Nye samarbeidspartnere/tjenester som resultat av BSSA?

Nei. Vi har allerede post, tipping, apotek, bensin, solar, propan, gjestebrygge, turistinfo, kanoutleie, salg av lokalproduserte lys og håndarbeider, kort, kalendere, historie- og slektsbøker.

Bedre samarbeid med kommunen?

Vi har forsøkt å få en ordning med kommunen om offentlige innkjøp, men har ikke lyktes.

Kjøpmannens oppsummering:

- BSSA har gitt oss mulighet til å gjennomføre ting vi tidligere bare kunne drømme om.
- Kollegialt, veldig bra å møtes på tvers av kjeder.
- Engasjert, kunnskapsrik konsulent
- En fantastisk mulighet til å se andre butikker, få tips og inspirasjon
- Motiverende, trenger absolutt noen spark bak når en går og trør på samme gamle butikk-gulvet hver dag
- Enkelt, lite byråkratisk søknadsordning med rask saksgang

14: Joker Hongsand Dagligvare AS, Roan

Driver: Anne og Per Gipling **Tlf.:** 72 53 74 00 **Mobil:** 906 03 581
Kjede: Norge Gruppen / Joker **E-post:** joker.hongsand@ngbutikk.net
Omsetning: 2012: kr 8.029.398 2013: kr 8.529.234
Nettside/FB: [Hongsand Handel](#)

Investeringer:

Kaffikroken er blitt større, vi flyttet panteautomaten slik at butikken nå har en kafe. Prosjektor, lerret, parabol og hjemmekinoanlegg er på plass slik at kafeen også kan benyttes til møter, fotballkvelder og filmkvelder. Kunden kan benytte gratis internett og lesebrett. Kai er bygd og flytekaia er snart ferdig utbygd slik at sommergjester med båt kan legge trygt til. Vi har også satset stort på garn og garnsalg.



Tiltak/aktiviteter:

Vi har forsøkt å ha drift i kafeen, men driverne ga seg etter 3 mnd. Vi ser på mulighetene for å få lag/foreninger eller skoleklasser til å drifte kafeen for å spe på inntektene sine. Vi har kjøpt kaffemaskin så vi selger kaffe i tillegg til wienerbrød, bagetter, slush, yoghurtis og pizza. Strikkeklubben vår er knallbra. Det møter opp mellom 15 -20 hver tirsdag. Garnet som det strikkes av, kjøpes på butikken.

Økt omsetning i butikken?

I 2013 omsatte vi garn for ca. kr 100.000. Dagligvareomsetningen økte med ca. 200 000,- samme år. Total omsetningsøkning ble hele 500.000,- Dette til tross for at vi fikk et nytt senter i Åfjord 7 mil unna og Kiwi/Prix startet. På toppen av dette var det en skikkelig drittsommer....

Har "ikke planlagte" aktiviteter blitt til i løpet av prosessen?

Vi selger nå en del pizza. Det er større aktivitet med "ting og tang", slik som gaveartikler og suvenirer. Suvenirsalg er blitt en stor suksess spesielt for våre utenlandske turister, i tillegg til at de er med å øke salget av spesielt fiskeutstyr, syltetøy og krydder. Vi får positive tilbakemeldinger fra båtfolket fordi det er lettere for dem å komme og handle nå.

Nye samarbeidspartnere / tjenester som resultat av BSSA?

Vi samarbeider nå med Bjørnør produkter, som leverer lokalprodusert fiskemat. Vi er sammen med kommune, Din Tur og 4 andre lokale bedrifter med på å bygge ut tur- og vandrestier rundt oss i kommunen. Media og kommunen har "oppdaget" oss pga. økende aktivitet. Dette gjelder også lokalbefolkningen og hytteturister. Selv har vi blitt mer gira på nye prosjekter. Vi har fått økt aktivitet med bladsentralen, Red bull, og vi jobber mot industrien for å utvikle butikken.

Bedre samarbeid med kommunen?

De har blitt mer positive – følger med oss og "ser oss".

Kjøpmannens oppsummering:

- Vi som drivere har fått et spark bak, det er artigere å drive butikk.
- Dette gir positive tilbakemeldinger fra kunder/hyttefolk.
- Fått åpnere forhold til kundene (kundene er mer åpne om hva de ønsker).
- Har fått mange gode ideer fra andre butikker angående drift og tiltak.
- BSSA åpnet våre øyne for mulighetene til å få støtte til forskjellige ideer og tiltak. Nå blir det bl.a. ny kjøledisk, brødskjæremaskin og steinmur for bedre uteplass utenfor kafeen med rastebenker og større parkeringsplass.

3. Prosjektleders vurdering

Hvordan har prosjektet blitt gjennomført?

Prosjektet "Butikken som Sosial Arena" (BSSA) ønsket å inspirere og bestrebe til engasjert og spenstig nytenking. Deltaker-butikkene skulle videreutvikles til spennende, samlende og motiverende møteplasser for brukerne - på dagtid og kanskje også på kveldstid. Aktiviteter og tilbud skulle utformes og tilpasses alt etter etterspørsel og behov på det enkelte sted. Målet var at butikkens rolle i lokalsamfunnet skulle synliggjøres og styrkes, om mulig med flere inntektsmuligheter utover det å selge matvarer.

Det var totalt 14 butikker og kommuner med i prosjektet, butikkene var alle spesielt utvalgt. To viktige vilkår for deltagelse var at butikkens drivere er engasjerte i lokalsamfunnet og hadde vist engasjement for videreutvikling av egen bedrift. Det var også en forutsetning at den enkelte butikkens kommune ville involvere seg i form av engasjement og deltagelse, samt på sikt var villige til å betale for eventuelle konkrete tjenester utviklet i prosjektperioden. At prosjektet hadde en klar forankring i kommunens ledelse, var en forutsetning for at butikken kunne delta.

I løpet av prosjektperioden har det blitt gjennomført fire samlinger, der alle butikkdriverne samt prosjektledelsen har deltatt. Kommunene har vært representert med ordfører eller rådmann på første samling - samt på evaluerings-samlingen ved prosjektets avslutning.

BSSA-prosjektet har hatt Merkur-konsulent Line Antonie Tellemann som prosjektleder. I styringsgruppa sitter Helge Schei, daglig leder Merkur-programmet, Inge Ryan, styreleder Merkur-programmet, Bjørn Glistrup, Nesna kommune og Kjell Arne Bjerklund, kjededirektør Kjøpmannshuset.

Prosjektlederens rolle har i hovedsak vært å løse butikkene gjennom prosjektet ved å tilrettelegge, hjelpe, korrigere, inspirere og motivere butikkens drivere gjennom prosessen. Alle butikkene er fulgt tett opp med flere besøk gjennom hele prosessen. Det har også vært en tett dialog mellom prosjektleder og ledelsen for Merkur-programmet.

Alle butikkene gjennomførte folkemøte ved prosjektets oppstart. På disse møtene deltok også prosjektleder og en representant fra kommunen. Butikkene inviterte både alle fra bygda og faste hytte-kunder. På folkemøtene fikk kundene informasjon om prosjektet og de mulighetene det kunne gi deres lokalbutikk. Deltagerne ble utfordret til å komme med ideer og forslag til tiltak og aktiviteter. Deltagelsen på folkemøtene var jevnt over veldig bra og forankringen i bygda var viktig.

Folkemøtene skapte en forventning og et eierforhold til prosjektet som utløste nye samarbeidsformer og en formidabel dugnadsinnsats flere steder. Bygdefolket har engasjert seg og ulike lag og foreninger har nå dialog med butikken om sine aktiviteter. Det kan være at butikkens lokaler benyttes eller at aktiviteter legges i og omkring butikken - og nå gjerne i samarbeid med butikken. Samspillet mellom butikk og andre aktører er utviklet og forbedret til gjensidig nytte og glede for hele lokalsamfunnet.

Etter 6 og 12 mnd. i prosjektperioden ble butikkene invitert til 2. og 3. samling. Dette var rene butikk-samlinger. Samlingene ble lagt opp slik at butikkdriverne blant annet fikk besøkt flere av deltakerbutikkene. Disse besøkene var viktige for at de skulle få se hva andre deltagere i BSSA prosjektet hadde gjort. De fikk tips og ideer til kreative løsninger og forslag til aktiviteter og arrangement. Innspill og ideer fra folkemøtene ble også referert. Samlingene ga driverne inspirasjon og de fikk utvekslet erfaringer og ideer med hverandre, noe som var viktig for ytterligere satsninger i prosjektperioden.

Parallelt med prosjektleders arbeid mot butikkene har ledelsen for Merkur jobbet mot Norsk Tipping for at alle BSSA-butikker skal få tilbud om tippe-tjenester. Merkur har til en viss grad fått gjennomslag for dette. En av butikkene fikk da også tipping i løpet av prosjektperioden.

Hva har blitt oppnådd?

Butikkene har fått markert seg på en unik måte i sitt lokalsamfunn og over for sine respektive kommuner. Kunder og politikere har fått delta i en positiv prosess som har gitt varige resultat. Distriktsbutikken er fått markert at deres status slett ikke "bare" er butikken i bygda. Alle butikkens mange roller er blitt synliggjort. De bygningstekniske endringene som er gjort i butikken etter innspill og ønsker fra driver og kunder, har vært forløsende, ikke bare når det gjelder tilrettelegging for den sosiale arenaen.

Gjennom BSSA-prosjektet har butikken fått mulighet til å vise at de gjerne vil at kundene skal involvere seg og bruke butikken mer aktivt. Butikken, kjøpmannen, tjenestene og møteplassen er blitt synliggjort. Kjøpmennene er blitt stoltere av den jobben de yter for sitt lokalsamfunn. Enda viktigere er det at kundene har blitt bevisst på lokalbutikkens utvidede rolle og ikke minst ser de driverne med nye øyne. Jeg vil nesten gå så langt som å si at driverne har fått en ny "status" i bygda. Det er i den grad det har vært mulig blitt mer åpenhet og respekt for kjøpmannen og de jobbene han eller hun yter overfor lokalsamfunnet.



Figur 1: Kjøpmennene som har deltatt i prosjektet Butikken som sosial arena, flankert av styreleder Inge Ryan (t.v.) og prosjektleder Line Tellemann (t.h.).

Kundene ble invitert med fra starten. At ideer og innspill var mulig å realisere, gjorde at de gjerne stilte opp på dugnad. Dugnads-jobbene var ikke noe de gjorde for eller til butikken, men noe som ble gjort for at det skulle være til felles glede og nytte for hele bygda.

Aktivitetene som har blitt til, har i sin tur skapt ytterligere samhold. På flere av butikkene er det nå faste dager med ulike aktiviteter. Og det er brukerne selv som i stor grad har tatt styringen. Kundene koser seg når de er på butikken. Nå er de ikke lenger stuet sammen i trange krokar eller vist til rom med noen pinnestoler. Det er blitt plass til flere – et romslig fellesskap. Kaffekoppen har hele tiden vært viktig. Der kundene ønsket seg litt mer avansert kaffemaskin, har trivselsfaktoren og kaffesalget gått i taket. Et lite ønske gikk i oppfyllelse og utgjorde en enorm forskjell for dem den gjelder.

BSSA-prosjektet har vist at distriktsbutikkene slett ikke "bare" er butikker. Sosialmedisineren Per Fugelli, som var motivator og foredragsholder på første samling, har sine ord i behold når han sier at "distriktsbutikken er helsehus og en viktig sosial arena".

Kjøpmannens rolle er synliggjort. Kommunen har fått bedre forståelse for de tjenestene distriktsbutikkene yter til kunder og kommunens innbyggere. Butikkene som har deltatt i dette prosjektet, har fått vist seg fram. Jeg vil påstå at kjøpmennene har fått mer respekt for den innsatsen de gjør i sitt daglige virke. Kjøpmennene selv er også blitt stoltere av seg selv og den jobben de gjør.

Tilrettelegging for sosiale aktiviteter på dag- og kveldstid skaper nye aktiviteter. Resultatet er mer aktivitet og liv i butikken også utenfor de tradisjonelle sesongene. De stille månedene etter sommeren og jula fylles nå av aktivitet tilrettelagt for beboerne i bygda.

Tilrettelegging for sosiale aktiviteter i og omkring distriktsbutikkene har gjort at det har oppstått flere nye aktiviteter. Flere butikker har fått kafferom som kan benyttes uavhengig av butikkens åpningstider.

Hva har vært suksess-faktorene?

Forankring i kommunen har vært en forutsetning for dette prosjektet. Når butikken, bygda og kommunen jobber sammen for å utvikle et lokalsamfunn, er det gode muligheter for å få til en positiv utvikling. Dette gjelder både for BSSA og for videre oppfølging etter at prosjektet er avsluttet.

Folkemøter og aktiv involvering av brukerne har også vært en suksessfaktor. Uten god forankring i de ulike lokalsamfunn, ville det ikke vært mulig å skape så mye begeistring og utløse så stor dugnadsinnsats.

De økonomiske rammene i prosjektet har gitt handlingsrom. Den enkelte butikk har fått stor individuell frihet slik at tiltakene har blitt skreddersydd til den enkelte butikkens behov og kunders ønsker. Løfte om et statlig tilskudd på opptil 300.000 kr har gitt butikkene muligheter for ikke bare å flikke på eksisterende løsninger, men rom for virkelig å realisere noe skikkelig og varig. Rammene gjorde at folk opplevde det som både morsomt og meningsfylt å jobbe dugnad fordi dugnadstimerne gjorde sitt til at de fikk mer ut av midlene. Det ble skapt et felles eierforhold til de tiltakene som ble gjennomført – hos både driver og dugnadsgjeng/kunder.

Det har vært viktig med tett oppfølging for å drive prosjektene fram. Det at noen eksterne "bryr" seg, gjør det mer motiverende å stå på litt ekstra. Innspill i forhold til hva de kunne gjøre, har også vært viktig. "Jeg er ikke vant til å kunne bruke penger slik jeg" var det en som sa. "Jeg må jo alltid spare", la hun til.

Hvordan kan dette prosjektet ha overføringsverdi for andre butikker andre steder?

Butikkene som har deltatt i prosjektet, har vært ulike når det gjelder beliggenhet, omsetning, kundegrunnlag og tilgjengelighet. De har hatt stor frihet i forhold til hva de har ønsket å investere i eller utvikle av aktiviteter. Dette gjør at tiltakene som er gjennomført i Nordland og i Trøndelag, har overføringsverdi for små og mellomstore distrikts butikker på andre steder.

Ved å invitere til folkemøte er det mulig for alle å skape en arena for meningsutveksling, ønsker og drømmer for utvikling av butikken og bygda.

Butikkene som har deltatt i dette pilotprosjektet, har nytt godt av en ekstraordinær støtteordning med 100 prosent finansiering innenfor rammen på 300.000 kr. Men det er fullt mulig å gjennomføre tilsvarende tiltak og få økonomisk støtte til investeringer eller aktiviteter gjennom Merkur sine ordinære støtteordninger med opptil 75 prosent tilskudd for de minste butikkene. Dugnadstimer godtas som egenfinansiering. Dermed er det gode muligheter for å realisere utviklingstiltak i nært samarbeid med andre aktører i bygda.

Flere av butikkene som har deltatt i BSSA-prosjektet, har uttalt at «de ser at det lønner seg å satse». Butikker som har satt i gang med nye tilleggstenester, registrerer økt omsetning og større fortjeneste. Aktiviteter rundt butikken er også med på å skape større oppslutning om den lokale butikken og redusere handels-lekkasjen. Like viktig er det at nye tjenester eller aktiviteter er med på å gi større livskvalitet for menneskene i lokalsamfunnet.

4. Aktuelle idéer

Det har blitt gjennomført folkemøter i hvert lokalsamfunn som en del av utviklings-prosjektet. På disse møtene har det vært stort engasjement og mange spennende idéer har blitt kastet fram. Noen forslag har blitt realisert på den lokale butikken. Andre forslag kan kanskje realiseres på et helt annet sted.

Her er en oversikt over gode idéer som har blitt gjennomført – og gode idéer som med fordel kan gjennomføres av andre som ønsker å utvikle butikken som sosial arena:

1: Aktuelle tiltak som har blitt gjennomført:

Dagtid:

- Utvidelse/oppgradering av kaffikroken/kaferom
- Etablert godkjent kjøkken for matservering
- Skikkelig kaffemaskin med ulike typer kaffe
- Salg av varm og kald mat på kafferommet/kafeen
- Servering av varm lunsj/onsdags-lunsj
- Servering av mat (varm/kald) til hyttefolk og turister (ikke fast, men innimellom)
- Middags-servering i regi av lag og foreninger
- Samarbeid med lokal kokk for middags-servering
- Salg av egenproduserte produkter
- Vare-bestilling/levering for hyttefolket
- Investert i projektor og lerret
- Selge reklameplass til kommune og andre aktører på flatskjerm
- Lesebrett til fri benyttelse
- Tilbud om gratis internett (trådløst nett)
- Etablert turistinformasjon
- Utleie/lån av lokaler til lag/foreninger hvor de får selge vafler/lodd etc.
- Etablert hente- og bringe-tjeneste for kunder (hjemmeboende eldre)
- Oppgradering av stoler/bord/kopper/kar
- Kopper med egen logo
- Handicap-toalett til kundene
- Solide utemøbler (evt. med takoverbygg)
- Gassgrill til bruk på ulike kundearrangement, hovedsakelig om sommeren

Kveld:

- Fått helårs skjenke bevilgning
- Quiz-kvelder
- Strikke-kvelder
- Slåtte-middag
- Pub-kveld

Kultur-baserte aktiviteter:

- Utstillinger for kunstnere
- Idepostkasse for kunder/gjester
- Opprette egen Facebook-side
- Flaggstenger med egne butikkvimpler
- Arrangert utflytter fest "Vi møtes"
- Kulturinnslag med ungdommer på lørdagene
- Integrerings-arrangement for tilflyttere
- Swing/danse-kvelder
- Utstillinger laget av barnehagen og skolene
- Spontankonsserter i kaffikroken (torader blant annet)

Lagerkafe på lørdagene
Bondelunsj en gang i måneden (ikke om sommeren)

Hobby-baserte aktiviteter

Sykkle-utleie (el-sykler og vanlige sykler)
Utlån av bøker – egen byttebokhylle
Strikke-kafe
Fotball-kvelder
Utleie av lokaler til private arrangement, kommunale møter etc.
Samarbeid med kommune/fysioterapeut for trening – opptrening
Treningsrom med alt av utstyr
Lekeapparat til ungene
Bridge-kvelder
Lefsebakings-kurs
Ernæringsopplæring
Kurs om hva som kan plukkes og spises i naturen
Internasjonal matkveld
Samarbeid med skole – ungdommene lager og serverer mat til eldre
God kontakt og godt samarbeid med lag og foreninger

Sesong

Servering av middag til fastboende ca. hver 14. dag
Servering av frokost/lunsj/middag ved ulike høytider
Bålpanne for grilling til fri benyttelse også uten om åpningstid
Sommer-marked i regi av butikken (utenfor butikken)
Tilrettelagt gjestekai for båtturistene
Salg av fiskekort
Påskerebus
Ukentlig trekning av julekurv for kunder som handler over en gitt sum
Julelogg-servering i adventstida

Diverse

Bedre skilting av butikken
Asfaltering og oppgradering av uteområdet
Pynting av uteområdet med blomsterurner
Maling av fasade
Tilrettelegging for bedre parkering
Butikken som lokal "Informasjonssentral"
 Infotavle (flatskjerm og vanlig tavle)
 Facebook-side
 Hva finnes lokalt av "fasiliteter"?
 Kart-materiell
 Oversikt turstier/trimkasser
Koordinering av alle lokale aktiviteter
Samarbeid med lokalmatprodusent
 Leverer ferdig middag pakket i vakumposer (6 ulike retter)
Solarium-tilbud til kundene
Egenproduksjon av mat for salg
 Brød
 Kaker
 Rull/ sylte/ koteletter

2: Aktuelle tiltak som kan gjennomføres andre steder:

Dag

Faste besøk av fotterapeut
Krok for barn/barneleker
Temadager med informasjon fra ulike kommunale etater
Plassere tredemølle og ergometersykkel i kaffikroken
Trim for eldre
Faste møtetidspunkt for ulike grupper

Kveld

Tippekvelder
Oppstart/møteplass for fysisk aktivitet
Byttekvelder
Lage et stoppested for trailere/bobiler med toalett/dusj etc. i samarbeid med Vegvesenet
Overraskelses-bursdager
Karaokemaskin for karaokekvelder
Aktiviteter for de unge
 Lan (dataspill organisert som lokalt nettverk)
 Diskotek
 4H-møter

Kultur-baserte aktiviteter

Filmklubb
Bingo
Heavy metall-konsert for ungdom

Hobby baserte aktiviteter

Utleie av robåt(er) med fiskeutstyr
Rampe for å rygge ned tilhengere for vask av båt
Utleie av høytrykksspyler
Arrangere bobiltreff
Invitere båtforeninger
Elektronisk dart med årlige turneringer
Tegnekonkurranser
Datahjelp/kurs
Båtfører-kurs
Rullsyngs-kurs (fårerull)
Innkjøp av 2 massasjestoler til bruk for kunder og tilreisende
Aktivitetsrom en gang i måneden booket gjennom butikken
 frisør
 ergoterapeut
 pedikyr
 manikyr

Sesong

Tilbud om overnatting
Tilgang på dusj og vaskemaskin til sommergjester med båt
Juleverksted
Tilrettelagt overnattings-område for bobiler
Felles nyttårsfest organisert gjennom butikken

Diverse

Lage et landemerke

Eget røyke sted/ "rom" for røykerne
Lage "vinterhage" av sommer-terrassen
Fiskeplass tilrettelagt for handicap-brukere
Temakveld med internasjonal mat – i samarbeid med asylmottak
Juicemaster i kaffikroken for utnyttelse av frukt "på kanten"
Lage skøytebane utenfor/i nærheten av butikken
Handlekonkurranse
Alle som handler for mer enn 30.000,- i året, er med i trekning av flott premie
Utfordring til handling før jul med trekning av fine premier.

5. Etterord ved styreleder Inge Ryan

«Butikken er også et helsehus», sa Per Fugeli da vi startet prosjektet Butikken som sosial arena. Jeg vil slutte meg til dette, og peke på at våre butikker i småsamfunn har svært mange roller, deriblant som helsehus. Folks mentale helse handler ofte om trivsel, tilhørighet og det å være bruk for. I mange av våre småsamfunn er butikken det eneste uformelle treffstedet og derfor helt avgjørende for å skape nødvendige aktiviteter som ivaretar dette behovet.

Salg av dagligvarer vil alltid være det viktigste som skjer på butikken, men i mange år har det vært lagt til rette for sosiale aktiviteter på mange butikker. Kaffekroken er nok det mest vanlige, men det er også gjennom årene gjort en rekke andre ting til beste for bygda og butikken.

Dette prosjektet er etablert for å teste ut ulike aktiviteter som kan legges til butikken. Det er et mål å gjøre ting som folket som bruker butikken etterspør, men det er også et mål å sprengre noen grenser og gjøre ting som er svært uvanlig. Derfor må noen av tiltakene som iverksettes mislykkes. For hvis alt som er satt i gang, går på skinner, har vi vært for lite modige.

Det er viktig med erfaringsoverføring. Alle Merkurbutikker skal få tilgang til denne rapporten. Noen av tiltakene kan adopteres som de er, og kjøpmenn og andre kan få nye ideer gjennom å lese det som er gjort. Mitt håp er også at dette fører til mer dialog mellom de ulike kjøpmenn, og at de gjør hverandre sterk. Det er sjelden at våre kjøpmenn konkurrerer i samme marked.

Å ha en spennende butikk er veldig viktig for ei hver bygd. Derfor er Merkur der. Vi vil bidra til at butikken kan tilby det som bygdefolk vil ha. Vi vil bidra til at butikken byr seg fram med spennende aktiviteter og vi vil bidra til at kjøpmannen har en spennende jobb som også gir nok penger i kassen. Jeg tror og håper dette prosjektet har bidratt og framover vil bidra til det.

Til slutt: TAKK GODE KJØPMANN. DU ER NORGES VIKTIGSTE DISTRIKTSARBEIDER!

29.juli 2014

Inge Ryan, styreleder Merkur

Forside-foto: Brita Pettersen og Mathias koser seg på åpningsfesten for kafeen ved Brasøy Handel i Herøy.