

Nyheter →

Konseptendring slo godt an: – Økte omsetninga med en halv million første halvår

Joker Rennebu har hatt suksess med å endre konsept til døgnåpen butikk. Nå ønsker de seg mer engasjement fra yngre familier i nærmiljøet.



Jokerbutikken på Voll trekker hundrevis av kunder mer i uka, etter at de innførte døgnåpen butikk. FOTO: PRIVAT

Oppdatert: 3 dager siden

Nedre Rennebu Handel AS ønsker å få med seg yngre krefter inn på eiersiden til Joker-butikken på Voll.

60 aksjer

Enkelte deleiere i Rennebu Nedre Handel AS, som driver Joker-butikken på Voll, ønsker å selge seg ut. Aksjene koster 250 kroner stykket. Målet er i første omgang å omsette minst 60 aksjer, men styret har signaler om at flere aksjeposter kan bli tilgjengelige ved behov.

ARTIKKELEN FORTSETTER UNDER ANNONSEN



– Hovedpoenget er å få engasjert de yngre familiene i nærmiljøet, da de som var med og stifta Rennebu Nedre Handel AS i 1988 forsvinner en etter en, sier styremedlem Kjetil Gunnes til ST.

– Tilhørighet og eierskap

Det dreier seg altså om «ledige» aksjer der aksjonæren har gått bort, og arvingene ikke bor i området og dermed ikke føler noen tilknytning til butikken. Dermed ønsker de å selge seg ut.

– Styret har tilbudt seg å bistå i arbeidet med å selge disse aksjene, sier Gunnes og fortsetter:

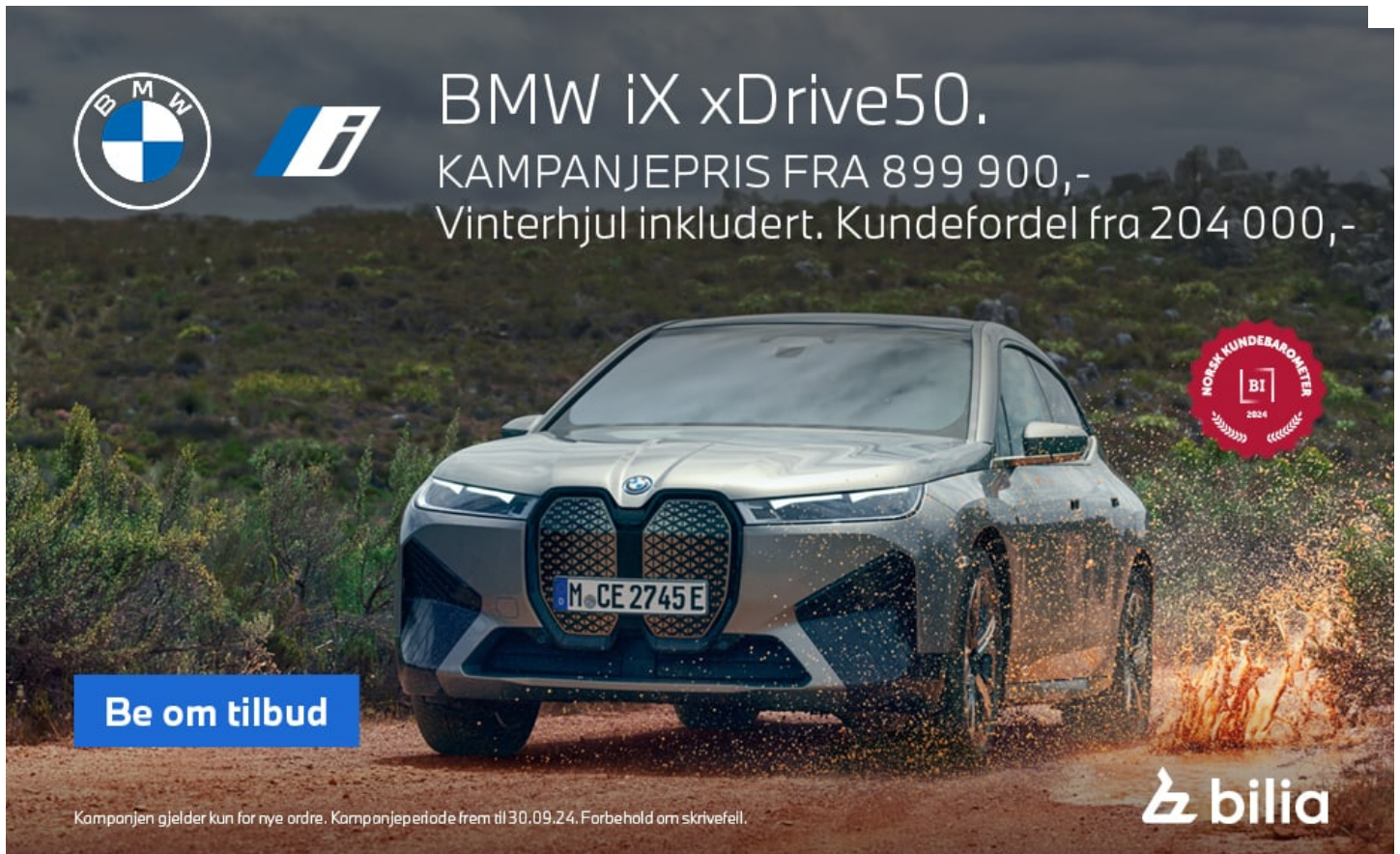
– Jeg kunne godt ha kjøpt alle aksjene, men det er ikke poenget. Poenget er at vi ønsker at folk skal føle en tilhørighet og et eierskap til butikken. Hvis folk ser verdien i at vi har en butikk på Voll, så må vi alle hjelpe til og bidra litt, for det går ikke av seg selv å drive butikk ute på landsbygda.

– Interessert i innspill

– Dette er ikke aksjer du kjøper i forventning om å kunne ta ut aksjekapital på sikt. Det handler om å gi folk i bygga en eierskapsfølelse til nærbutikken sin. Vi er alltid interessert i innspill fra den yngre garde, når det gjelder videreutvikling av

butikken, da det er de som er fremtida. Det var for de yngre kundene vi innførte døgnåpen butikk. De eldre føler ikke så stort behov for det, sier butikksjef ved Joker Rennebu, Laila Svahaug.

ARTIKKELEN FORTSETTER UNDER ANNONSEN



The advertisement features a silver BMW iX xDrive50 driving on a dirt road, kicking up a large splash of mud. The car's license plate is M CE 2745 E. In the top left corner, the BMW logo and the Bilia logo are displayed. The text 'BMW iX xDrive50.' is prominently shown, followed by 'KAMPANJEPRIS FRA 899 900,-' and 'Vinterhjul inkludert. Kundefordel fra 204 000,-'. A blue button with the text 'Be om tilbud' is located in the bottom left. A red circular seal on the right side of the car reads 'NORSK KUNDERABONNET 2024'. The Bilia logo is in the bottom right corner. A small disclaimer at the bottom left states: 'Kampanjen gjelder kun for nye ordre. Kampanjeperiode frem til 30.09.24. Forbehold om skrivefeil.'

– Enn hvis aksjene ikke blir solgt?

– Det er for så vidt ikke noe dramatikk i det på kort sikt, men det er viktig at butikken har engasjement rundt seg. Som medeier, ønsker jeg jo at butikken skal gå bra. Det er vel ingen som kan påberope seg at de kjøper alt de trenger på «bua», men man bør handle lokalt mest mulig, for å beholde tilbudet i nærmiljøet, sier Gunnes.

Nedgang etter fiskestans

Det var i fjor vår at Joker Rennebu innførte konseptet med døgnåpen butikk på Voll, som andre dagligvarebutikk i Trøndelag. Resultatet har vært positivt.

– Denne sommeren har vært litt roligere enn i fjor. Det skyldes nok en kombinasjon av at laksesesongen brått ble avslutta, og at konseptet i fjor var nytt og spennende. Da kom folk innom bare for å se. Vi hadde for så vidt en venta en liten nedgang, men den ble litt sterkere når laksefisket ble avslutta så tidlig, sier Svahaug.

Styremedlem Kjetil Gunnes opplyser at butikken har økt omsetninga med cirka 15 prosent, sammenligna med før konseptendringa.

Mer levedyktig

– Har det nye konseptet gjort butikken mer levedyktig?

– Ja, det har jo det. Det har ført til at vi har litt flere kunder enn vi hadde før. Samtidig hadde vi venta at enda litt mer av gjennomfartstrafikken stoppa her på kveldstid. Lokalbefolkninga har endra handlingsmønsteret litt allerede, men det er fortsatt mer å gå på. Slike omstillinger tar tid, så vi må ha tålmodighet, svarer Svahaug og fortsetter:



– Jeg tror dette vil redde butikken på sikt. Det har vært på hengende håret i flere år, der det har vært vanskelig å få det til å gå rundt. Vi har gått i pluss hvert år, unntatt i fjor, hvor vi hadde store investeringer. Disse investeringene har vi betalt ned allerede. Det er utfordrende å få tak i nok folk til å jobbe her. Vi ønsker å utvide åpningstidene våre, men hadde ikke nok ansatte til å klare det. Derfor måtte vi endre konsept.

32 overvåkningskameraer

Svahaug sier at butikken på gode uker tar imot mellom 200 og 500 kunder mer i uka, enn de gjorde før innføringen av døgnåpen butikk. På ei normaluke tar butikken imot 200-300 kunder mer i uka. Mange av disse er ungdommer som småhandler, men «alle monner drar», ifølge butikksjefen.

– I fjor økte vi vel omsetninga med 600 000 kroner i løpet av halvåret vi hadde døgnåpent. Det utgjør 100 000 kroner i måneden. Samtidig har driftskostnadene økt med 120 000 kroner i året. De økte driftsresultatet dekker opp de ekstra kostnadene.

– Har dere opplevd mye svin, etter at dere begynte å slippe kundene inn i en ubemannet butikk?

– Det har vært noen episoder, men vi har 32 overvåkningskameraer i butikken, så sannsynligheten for å bli tatt er større nå, enn den var før. Vi er på vakt på kveldstid, og får med oss hvem som er i butikken, selv om vi ikke sitter og nistirrer på overvåkningsbildene, sier Svahaug.