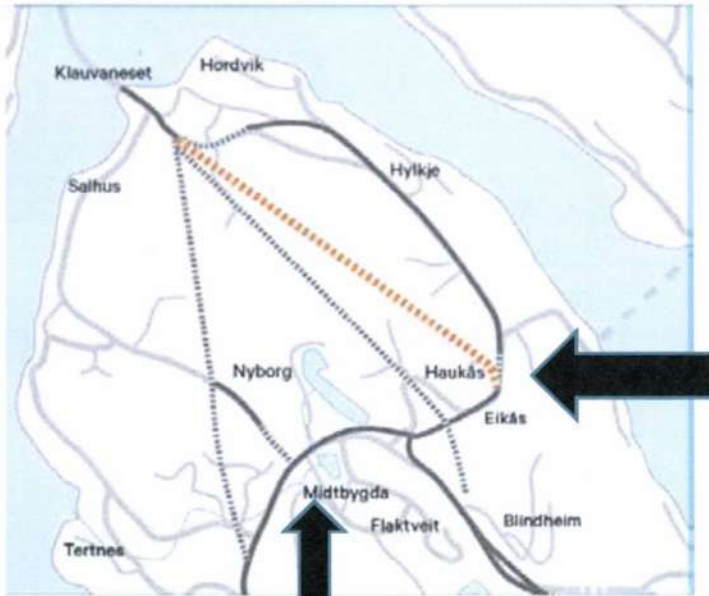


HAUKÅS

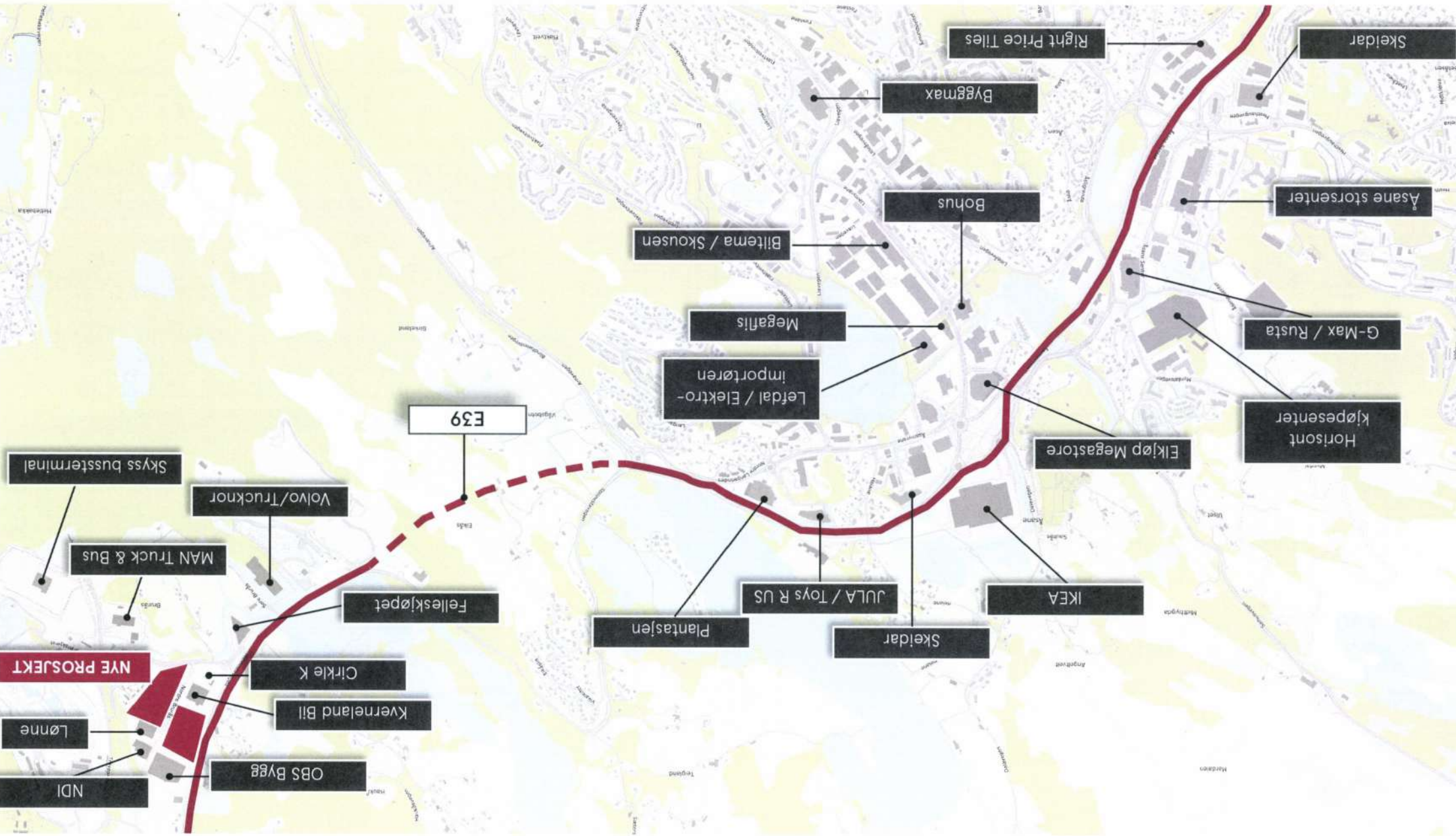
NÆRINGS PARK

3 min. fra E39, v/IKEA



Nyborg

1 min. fra E39, v/Ikea



NYE PROSJEKT

NDI

Lønne

OBS Bygg

Kerneland Bil

Circle K

Felleskjøpet

MAN Truck & Bus

Volvo/Trucknor

Skys busssterminal

E39

IKEA

Skjeidar

JULA / Toys R US

Plantasjen

Leda / Elektro-importøren

Megafalls

Biltema / Skousen

Bohus

Byggmax

Right Price Tiles

Horisont kjøpsenter

G-Max / Rusta

Asne storsenter

Skjeidar

Etableringer i Haukas Næringspark, p.t., samt nye prosjekt



10 mål, Monter

13 mål, Cramo

12 mål, Biltema

8 mål, Megafalls

Haukås Næringspark ferdig utbygget

Biltema/Megafliis

Cramo

Optimera - Montér

Anlegg for Megafliis og Biltema
Biltema i 2. etasje, ca. 6 000 kvm



Megaflis i 1. etasje, ca. 6 000 kvm.



Hva er Biltema i dag

Sjeldenkjøpsvarer, arealkrevende vareslag og detaljhandel

Biltema er en bedrift som omsetter betydelig med byggevarer og andre arealkrevende vareslag.

I mange butikker med begrenset areal utgjør dette en mindre andel, i dette tilfellet planlegges det ett anlegg på 6 000 kvm med hele produktspektret.

Av Biltema sine 19 000 varelinjer står byggevarer for 9 000 av disse.

Selv om byggevarer står for en stor del er det også mange plasskrevende varer innenfor kategoriene verktøy, hage, fritid og biltilbehør. Her kan eksempelvis nevnes sykler, snøfresere, båthengere, vedkløyvere, gressklippere, etc.

Regional plan for attraktive sentre

omhandler lokalisering og dimensjonering av nye handelstilbud

Biltema er ikke ny handel, men får økt areal fra 4 500 kvm. til 6 000 kvm.

Biltema er ikke ny etablering, men flytter fra Nyborg, et transformasjons-område der det er vedtatt planprogram for ytterligere utvikling. I forslag til kommuneplanens arealdel er området vist som sentrumsformål.

Haukås er planlagt fullt utbygd og ferdigstilt i 2018 med virksomheter innen industri/lager og virksomheter med formål byggevarer, bil og arealkrevende vareslag.

Biltemas etableringer, eksempler/reguleringsformål:

Sandsli Forretning/kontor 1988.

Drotningsvik Forretning for arealkrevende vareslag.

Nyborg Eldre industriområde

Alle Biltemas seneste etableringer; Bryne, Karmøy, Lillehammer, Gjøvik, Skien og Drøbak er godkjent under formål arealkrevende vareslag.

Biltema har i dag ingen varehus i sentrumsområder da slik bilbasert virksomhet, med sin størrelse og behov for areal til varelevering etc. ikke er ønsket i sentrumsområder.

Haukås Næringspark ferdig utbygget

Biltema/Megafli
Byggestart mars 2017

Cramo
Byggestart februar 2017

Optimera – Montér
Byggestart mars 2017

#BILTEMA

Biltema Norge AS

Oppd. 2017



Biltema

- **Visjon**

Underlette økonomisk for mennesker å ha bil, båt, bosted, verktøy og fritidsprodukter av høy kvalitet .Dette for å skape en rikere fritid !

- **Forretningside**

Biltema tilbyr et stort utvalg produkter av høy kvalitet til så lave priser slik at alle skal kunne ha råd til å kjøpe dem.

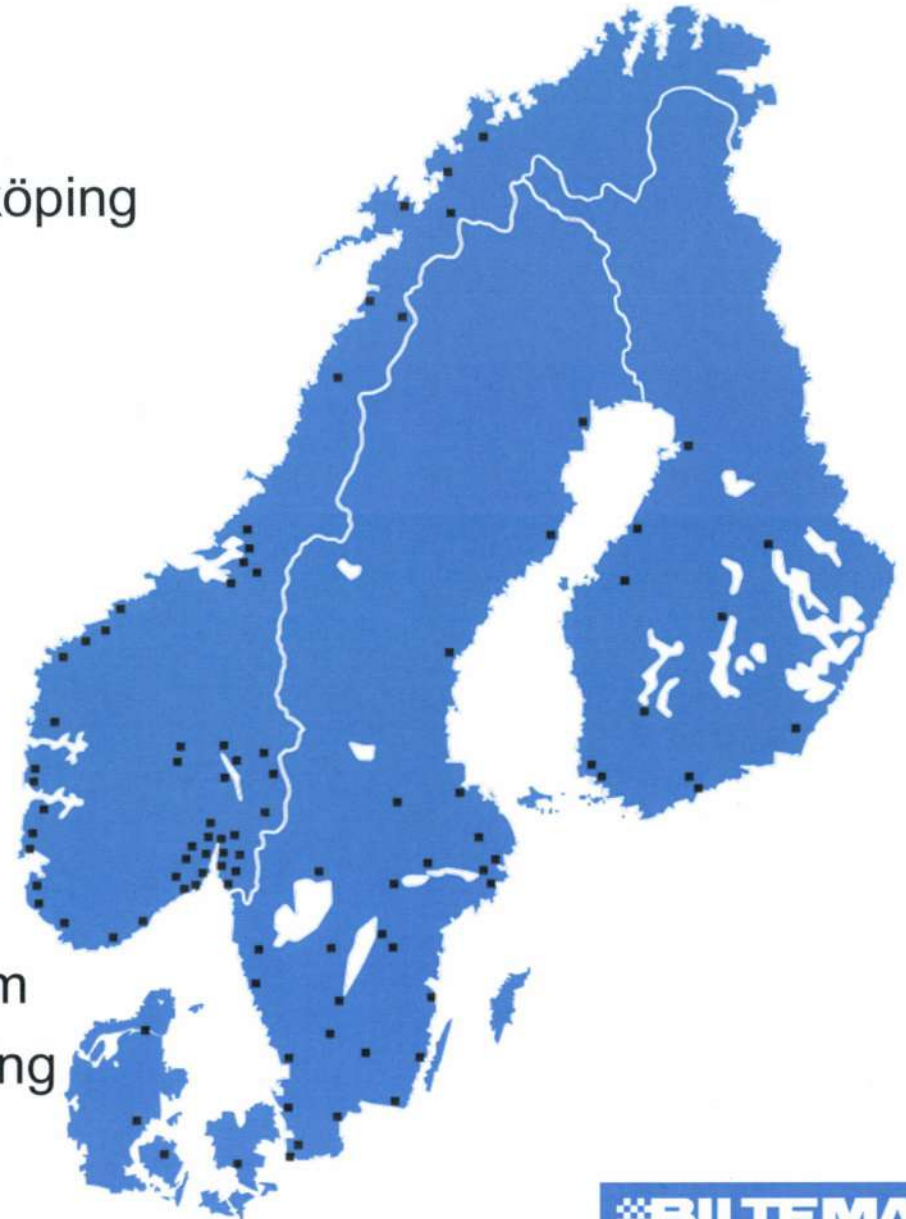
- **Holdninger**

Enkelhet, Sparsomhet, Handlingskraft, Struktur & ryddighet samt fleksibilitet.



Fra postordre til varehuskjede

- **1963:** Postordersalg
- **1983:** Første varuhuset åpner i Linköping
- **80-talet:** Nordisk ekspansjon
- **90-talet:** Sortimentet breddes
- **00-talet:** Organisasjonen utvikles
- **2012:** Nytt Servicekontor på Västra Berga i Helsingborg
- **2013:** Biltema feirer 50 år som lav priskjede
- **2014:** Biltema fremstår som ren konseptuell kjededrift
- **2015:** Nytt hovedkontor på Jessheim med egen kundeservice og It avdeling



Omsetningsutvikling Norge/ NOK

- 1996 – 202 mill
- 1997 – 233 mill
- 1998 – 341 mill
- 1999 – 399 mill
- 2000 - 404 mill
- 2001- 424 mill
- 2002- 543 mill
- 2003- 700 mill
- 2014- 2.940mill
- 2015- 3.431 mill
- 2016- 3.830 mill

Biltema Norge 2017

Mål: 4,3 milliarder



Biltema 2017

BILTEMA
– en bedrift i utvikling!

129

VAREHUS I NORDEN

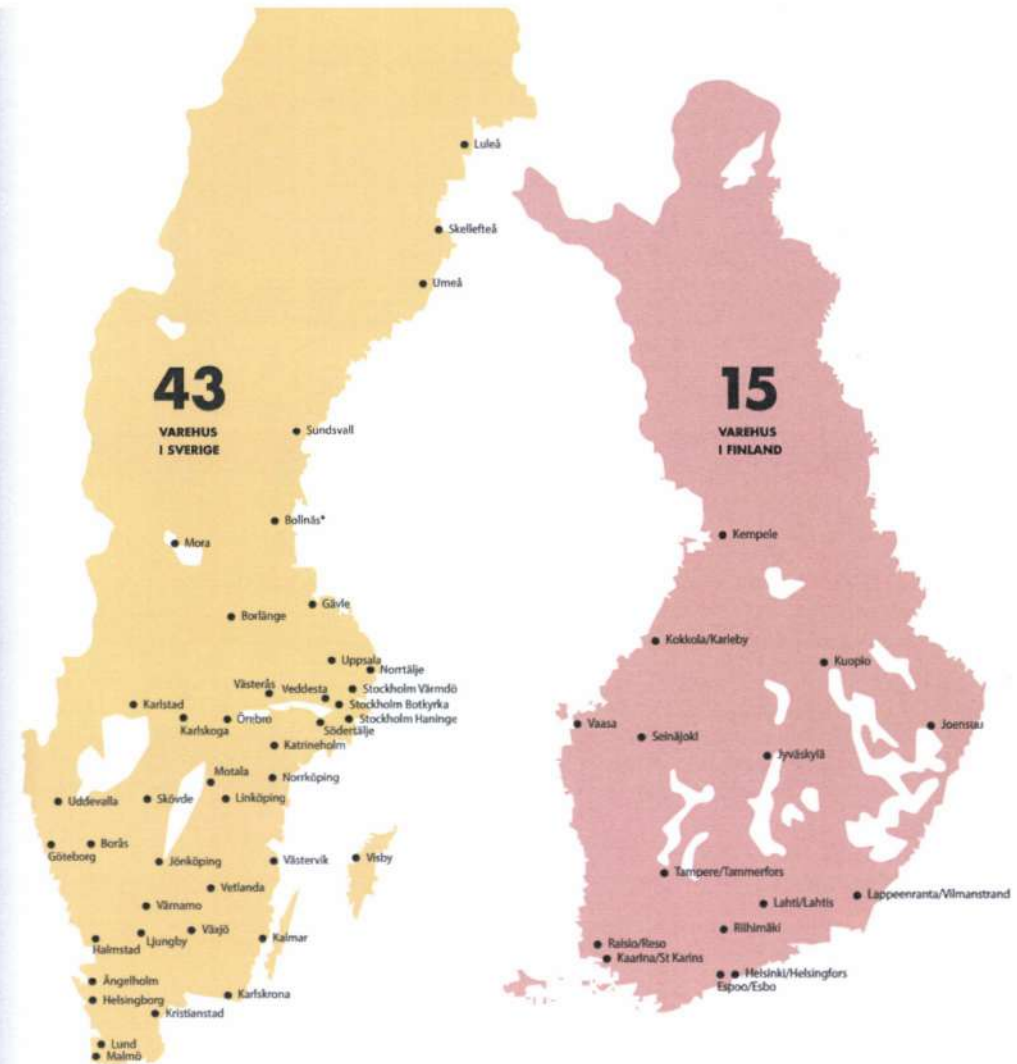
Vi starter høsten med å flytte vårt varehus på Elverum til nye og større arealer til Nordmo-kvartalet. Samtidig utvider vi våre varehus i Bærum og Moss, etter økt etterspørsel og vekst.

Varehus nr. 61 åpner i Drabak i løpet av høsten 2016.

Etableringstakten fortsetter også videre med flere nye spennende varehus og utvidelser, og vi holder deg oppdatert på vår nettside www.biltema.no.

* Askim, Bryne, Egersund, Fauske, Hadeland, Hell, Karmøy, Kongsberg, Lade, Larvik, Lier, Lillehammer, Malvik, Namsos, Narvik, Sogndal og Stord kan ha begrenset utvalg pga. størrelse.

** Åpner høsten 2016.



8 produktgrupper fordelt på 19 000 varer

Produktgrupper:

- **Bil/MC/Camping**
 - **Verktøy**
 - Bilpleie
 - **Bygg**
 - Båt
 - **Fritid**
 - Hjem
 - Kontor /Teknikk
- Alle produkter har Biltemas varemerke, med et få unntak
 - Produktområdene utvikles hele tiden med spennende produkt nyheter



Proffverktøy og bedriftskunden!

- Verktøy og utstyr med 10 års garanti
- Arbeidsklær og personlig verneutstyr m.m.
- Spesialverktøy og verkstedstilbehør
- Bygg varer og tilbehør
- Kostnadsfri kundekonto for bedrifter
- Vi har store kundegrupper som:

**Verksteder,entreprenører,barnehager,transportnæringen,
kommuner og skoler**

- Ingen rabatter ! Fast lav pris for alle !



Biltemas katalog!

- Det fremste middelet for markedsføring av Biltema er Biltema-katalogen.
- Katalogen kommer ut to ganger i året og deles ut til samtlige husholdninger i nærheten av Biltemas varehus.
- Totalt trykkes det drøyt 14 millioner kataloger per år.
- Som en kuriositet kan det nevnes at dersom man stabler alle katalogene oppå hverandre, blir stabelen ca. 155 km høy.
- Det trengs ca. 275 trailere for å frakte katalogene fra trykkeriet.



Biltema.no ,Facebook og Biltema APP



- Dokumentsøk- Datablad og bruksanvisning
- Tilbakekalling og produktinformasjon
- Miljøvennlig retur
- Kjøpsvilkår og Garantier
- Varehusinformasjon
- Kundeservice og Chat



facebook

Areakrevende handel

Definere konsepter/vareslag kan være vanskelig :

Departementet erfarte utfordringene med definisjonen av plasskrevende varer da de Rikspolitiske planbestemmelsene ble revidert i 2008, har kommunene utfordringer når de skal detaljregulere stadig nye handelskonsepter.

I revisjonen til departementet i 2008 utelot departementet konkretisering av vareslag fordi bransjeglieningen var så stor at det ble vanskelig å skille det ene konseptet fra det andre. Hovedutfordringen har vært en økende likhet mellom ulike konsepter.

Det er også store ulikheter innen samme bransje. Mens Maxbo selger interiør og farge selger Thaugland kun trelast. Møbelringen selger kun møbler mens IKEA også selger interiør og kjøkkenutstyr. Jula selger sementblandere og dusjkabinett, samtidig som Biltema selger toaletter, trelister, treplater, benkeplater, snøfresere og ski bokser. Felleskjøpet har eksempelvis et stadig økende tilbud innen klær og leker.

Det pågår to tydelige trender. Den ene er at arealkrevende konsepter (som IKEA og Bolia) utvikler show-rooms i bysentrum basert på nettsalg. Den andre trenden er at en lang rekkeforretningskonsepter blir stadig større i arealomfang – mega-stores. Mens Biltema og El-kjøp for bare få år siden bygget forretninger på 2000 kvm, bygger vi nå dag forretninger på 6000kvm.

Arealkrevende handel

Biltema gjennom 50 år – fra liten til stor – fra bil til bygg

I 2013 feiret Biltema 50 år. Det første varehuset i Norge ble åpnet i Sarpsborg i 1983. Ambisjonen til konseptet har hele tiden vært salg av prisgunstige varer. I årenes løp har det pågått utvidelser av vareslag:



Med disse utvidelsene av vareslag har også butikkene blitt større. Mens Biltema var butikker på rundt 2000 kvm, er de mest moderne konseptene i dag så mye som 7 500 kvm. Med økt størrelse blir de stadig mindre egnet å ha i sentrum av byer og tettsteder. De vokser på et vis ut av byen der de med sine lange fasader skaper dødrom i gateplan og reduserer sentrums urbane kvalitet.

Arealkrevende handel

Opp mot 7 500 kvm med fokus på byggevarer og proffmarkedet

Med et stadig økende antall varer, øker også butikkstørrelsen. De største konseptene som bygges i dag er på 7 500kvm.(Haugesund , Bryne 2018 , Gjøvik 2018, Kristiansund, Kristiansand, Arendal)

Varegruppen "Bygg" i dag utgjør den største andelen av sortimentet i de nye konseptene med 9000 varelinjer. Det er nettopp "bygg" som er en kjernesatsning til kjeden. Kommersielt kan dette være utfordrende å kommunisere inn når kjeden opprinnelig solgte kun bilrekvisita. Men på samme måte som Maxbo selger interiør (tekstil, tapet, farge mv) og IKEA selger kjøkkenutstyr, så selger altså Biltema byggevarer.

I 2012 utgjorde varegruppen biltilbehør (ikke slitedeler) 27 prosent av arealbehovet, er dette redusert til 24 prosent i 2016. Andel båt har gått fra 5 til 6 prosent, og konstruksjonsartikler(bygg) har gått fra 20 til 25 prosent av arealbruken i de nye forretningskonseptene.

Arealkrevende handel

Fordeling 2016

Item Business Area	%
CONSTRUCTION	25
CAR ACCESORIES	24
TOOLS	13
CAR CARE AND SPARE PARTS	8
LEISURE	7
HOME	6
BOAT	6
BICYCLE	2
GARDEN	5
TECHNIQUE	3
OFFICE	1

Fordeling 2012

Item Business Area	%
CONSTRUCTION	20
CAR ACCESORIES	27
TOOLS	11
CAR CARE AND SPARE PARTS	8
LEISURE	6
HOME	6
BOAT	5
BICYCLE	5
GARDEN	5
TECHNIQUE	3
OFFICE	1

For Biltema utgjør bygg, verktøy, bil og fritid **69 prosent** av den totale omsetningen.

Areakrevende handel

For Biltema utgjør bygg, verktøy, bil og fritid **69 prosent** av den totale omsetningen. Her finnes også de største produktene i vekt og volum. Andelen store varer er i vekst. I utgangspunktet fraktes disse varene med bil.

Hva angår biltilbehør er dette ikke slitedeler, men løftramper, takbokser, jekker, dekk ,omlegnings maskin, bil seter, båthenger osv.

Proff-markedet utgjør en stadig større andel av vårt kundesegment. Vi har i dag 40 000 bedriftskunder og proffmarkedet står for 5 % av totale omsetning. (Over 190 mill kroner)

Entreprenører, verksteder og håndverkere benytter Biltema. Dette er kunder som ikke får varer levert som hjemkjøring eller postordre. For dette segmentet er det særlig viktig for Biltema å være samlokalisert med andre forretninger som benyttes av proff-segmentet. Dette segmentet forutsetter også god tilgjengelighet med (vare)bil.

Arealkrevende handel

Høsten 2015 valgte vi å starte en prosess for å endre vår næringskode fra detaljhandel til nåværende og gjeldene kode 47.521. Bakgrunnen for dette var håpet om en enklere tolkning og forståelse for vårt konsept, som ikke lenger kun dreier seg om Bil produkter og butikker på 2000 kvm . Vårt nye konsept med 8 varegrupper trenger 3 ganger så stort areal. Samtidig er det forståelig at navnet Biltema i den forstand kan virke forvirrende, men varemerket er kommet for å bli og er god kjent hos alle våre kunder som «mye mer enn bare bil»

I forbindelse med endring av næringskoden gjorde vi en større gjennomgang av våre produkter (volum og vekt) sett opp mot salget og areal behovet på varehuset. I dialog med SSB og informasjons utveksling ble det avgjort at vår søknad om endring til 47.521 ble godkjent høsten 2015.

Virksomhet/art/bransje:

Butikkhandel med bredt utvalg av bildeler og bilutstyr, jernvare, verktøy, byggevare, hjem og fritidsartikler, andre relaterte produkter herunder plasskrevende varer.

Næringskode(r):

47.521 Butikkhandel med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer

Areakrevende handel

I den anledning kan vi nå mer enn noen gang sammenligne oss direkte med byggevare kjedene som deres største konkurrent og utfordrer. Ikke minst andre konkurrenter som for eksempel Jula og Coop OBS Bygg med samme vareutvalg . Ser man nærmere på vareutvalget er det mer eller mindre likt. Men vi behandles svært ulikt ! Hvorfor ?

Etableringer av Biltema varehus i Norge er blitt en stor utfordring. Dette grunnet tolkning av mange brukte begrep hos beslutningstakere: plasskrevende, arealkrevende, bredt varesortiment, stor handel, store varegrupper osv. Så hvordan skal man forklare eller tolke dette opp mot reguleringsplaner og nasjonale planer? Vi ser også at dette er utfordrende og vanskelig, spesielt når man skal på et papir og med bilder forklare forholdene.

Men vi erfarer i alle tilfeller at vi ikke er ønsket i sentrum dette grunnet vårt store arealbehov. De fleste byer ønsker ikke at vi skal legge beslag på 12-20 mål eller 6000 m² med areal som skal brukes til andre service orienterte formål og som i de fleste tilfeller ikke finnes tilgjengelig. Hva gjør vi da ?

Vi ser at området Haukås ,hvor også tilsvarende aktører opererer som : byggevare,mur /flis, hage/fritid (FK) og leverandører av verktøy er ideelt og i tråd med konseptet.

Arealkrevende handel

Ser vi på andre etableringer i Norge er det slik at den **geografiske plasseringen** er også avgjørende. Eksempler på dette er Stoa Vest (Arendal) , Sørlandsparken (Kristiansand) , Lyngdal Handelspark og Kjørbekk (Skien). Her har man vært tydelig på at handel som krever mye areal ,parkering , god adkomst med lastebiler, personbil ,bil med henger, og buss er svært viktig og i den anledning fungerer disse handels parkene for store aktører som avlastnings områder for sentrum på en god måte. Det er faktisk slik at handelsparker ikke tømmer sentrums gatene for handel, men kompletterer handle mønsteret på en god måte.

14 | NYTT | ONSDAG 25. MAI 2016



SENTRUM: Dei nye areala til butikk, Lager, varelevering og kundeparkering i Jæren Handelpark sett inn i Bryrre sentrum for å vise arealbehovet i ei slik satsing. (Illustrasjon: Jæren Handelpark)

Kvar skal Biltema vera?

Arealkrevende handel

De nye varehusene ser ut som på bildet under og de er uegnet i gateplan. Byggene er store og høye for å kunne vise frem varegruppene og ivareta nødvendig lager kapasitet . Byggene vil redusere den urbane kvaliteten betydelig dersom de legges på bygulvet i sentrum. Her må man ta i betraktning varelevering med semi-trailere (23m) ,parkerings kapasitet og proff kunden med stor bil og henger.



Konsept Varehus



Areakrevende handel

Innvendig er konseptet arealkrevende. Ref bildene under.





Arealkrevende handel



Areaalkrevende handel



Arealkrevende handel



Areaalkrevende handel

Areakrevende handel





Areaalkrevende handel

Areakrevende handel

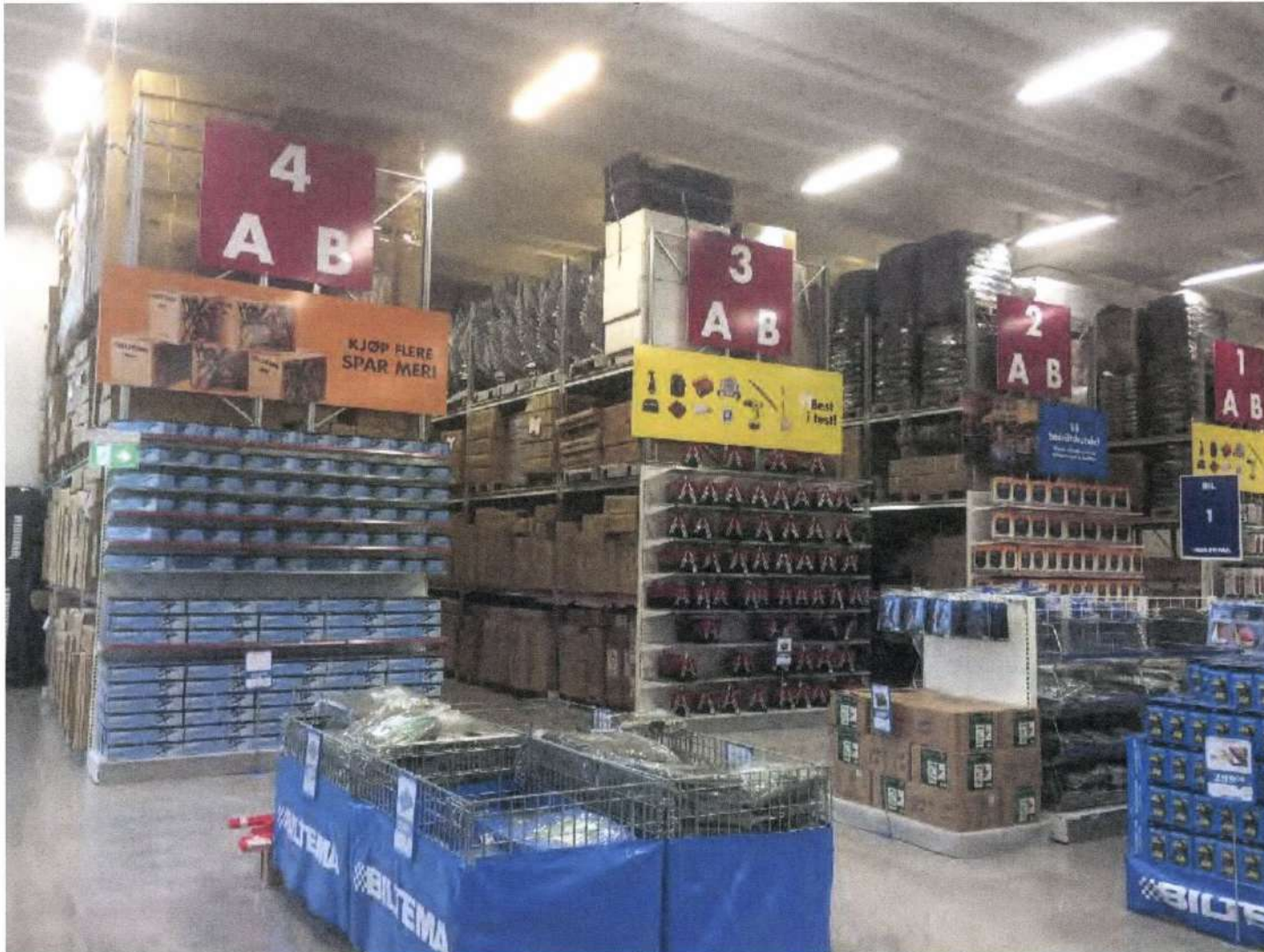


Arealkrevende handel



Arealkrevende handel

Hentelager for bygg, verktøy og fritidsprodukter



Areakrevende handel

Ser vi på noen nylige godkjente etableringer av konsept hus som Skien Bryne, Lillehammer, Gjøvik ,Askim, Karmøy, Drøbak og Jessheim har vi her hatt en god dialog og redegjørelse for Biltema sitt sortiment og vi har fått tillatelse til etablering under begrepet areal/plasskrevende varer.

Med dette underbygger vi hvordan det gjøres ulike tolkninger og vurderinger av Biltema . Vi ønsker selvsagt en mer lik vurdering på nasjonalt nivå . Med andre ord vi opplever stor forskjellsbehandling .

Den store satsningen videre i Norge er ikke i antall nyetableringer, men i utvidelser og relokasjoner der vi allerede er . Grunnen til dette er vårt sortiment er blitt svært arealkrevende, at vi faktisk vokser ut av våre lokaler på flere steder.

Vi har utviklet oss , sortimentet har vokst og særlig på bygg og verktøy !

Biltema Åsane

Et nytt konsept varehus på 6000 kvm på Haukås vil ha universell utforming slik at publikum med bevegelses vansker får en bedre og enklere handleopplevelse. Varehusets struktur blir bedre tilpasset i nytt lokale med lager, hentelager for spesielt store varer i butikk, eget kjemirom for å ivareta god brannsikkerhet .

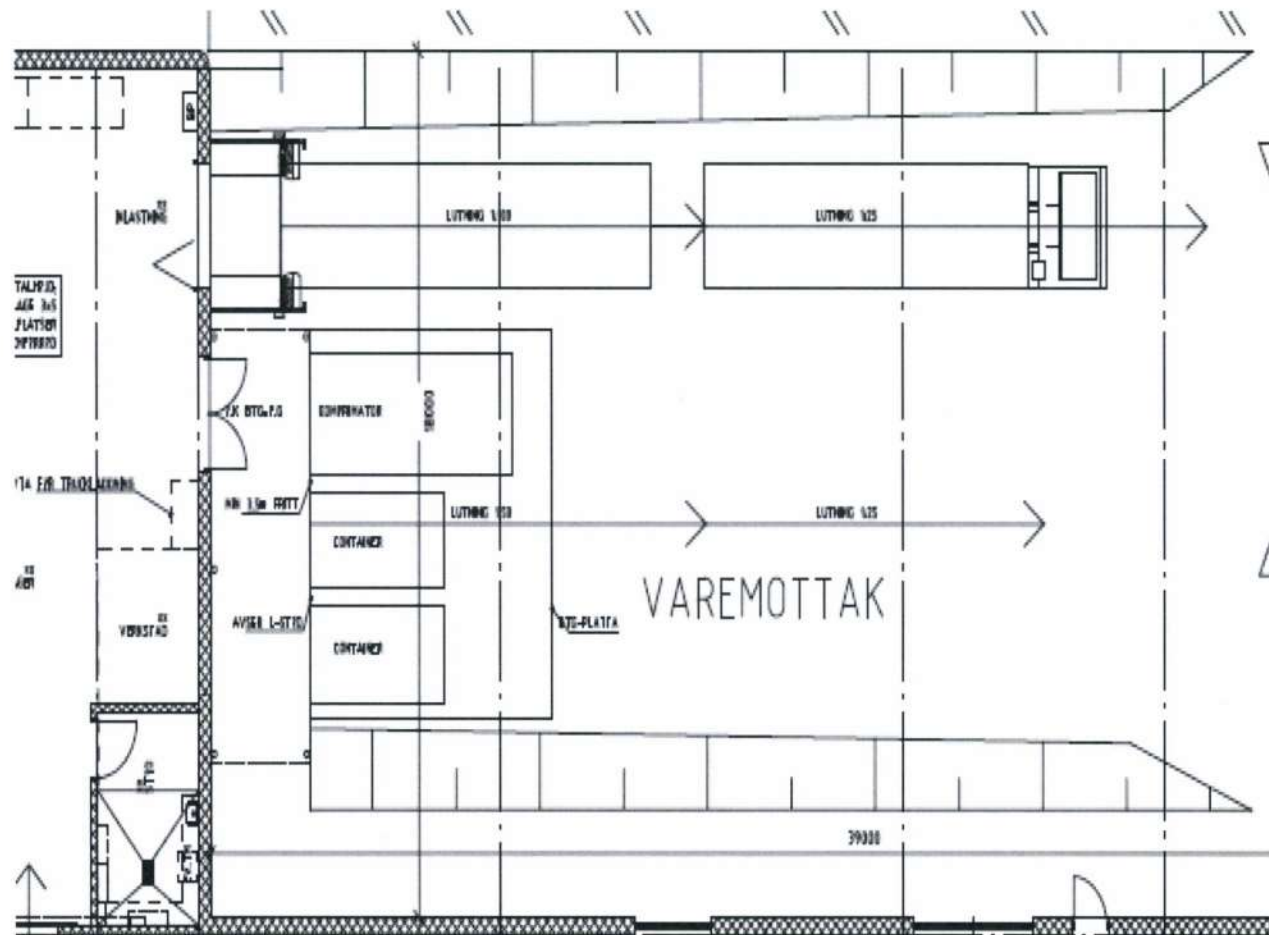
Med en slik utvidelse må vi naturligvis ansette flere medarbeidere og for å drive et slikt konsepts hus trenger vi inntil 50 personer.

Parkeringsforholdene utenfor nåværende lokaler er til tider svært presset og kan oppleves noe kaotisk for kunder. En flytting til nytt lokale vil avlaste området og gi en bedre trafikk flyt og vi vil ivareta myke trafikanter på en ordentlig måte. På Haukås vil vi dessuten få over 100 % flere parkeringsplasser på egen grunn, slik at man dermed unngår gateparkering. I tillegg kan våre bedriftskunder enkelt komme til varehuset med lastebil eller bil med henger.

Varemottak, renovasjon og kilde sortering er også en stor og viktig del av vår virksomhet. I et konsept varehus er dette meget god ivaretatt med egnede og avsatte områder utendørs og innendørs. Solide laste ramper og enkel adkomst for levering og henting . Hvor dette er adskilt tydelig fra kundeparkering og myke trafikanters ferdsel.

Biltema Åsane

«Varemottak og logistikk avskjermet for myke trafikanter»



Biltema Åsane

En re-lokalisering innenfor samme område vil ikke gi store påvirkninger med økt trafikk til varehuset, kun forbedret trafikkløsning i forhold til dagens situasjon. Biltema har vært på Åsane/Nyborg i 10 år og vi ser at de varehus vi re lokaliserer eller bygger om ikke har stor endring i omsetning. Det som ofte skjer er resultatet av snittsalget øker, flere fornøyde kunder og bedre etterlevelse av lovkrav og HMS.

En relokalisering av Biltema til Haukås vil etter vår mening ikke utarme sentrum på noen måte, da Biltema har vært en aktør her siden 2007 på Nyborg. Biltema vil ikke skape noen stor "nyhetens interesse" med denne endringen av lokasjon. Nye lokaler vil ikke påvirke vesentlig i forhold til økt trafikk, men medvirke til en mer smidig trafikkavvikling og enklere adkomst for alle kundegrupper i forhold til dagens situasjon.

Vi har dessuten mottatt stor positiv forståelse for vårt ønske om valg av nye lokaler for vår virksomhet i møter og kontakt med Bergen kommune og Statens vegvesen. Kommunen ser klart og tydelig at ny lokalisering er bra for alle parter

Biltema Åsane

«Vi håper at Fylkeskommunen på bakgrunn av ovennevnte redegjørelse også ser like positivt på dette som de lokale myndigheter»

Areakrevende handel

Veksttema hos Biltema

HANDEL: Det blir stadig mindre bil hos Biltema, men til gjengjeld er veksten på de fleste andre varegrupper høy.

JOHN FULLER

JOHN FULLER/INNSLAGSDEN

JØRGEN HYVANG

JØRGEN HYVANG/INNSLAGSDEN

- I fjor klarte vi en vekst på 12 prosent, og jeg er mest fornøyd med at den organiske veksten ble på 11 prosent, sier Biltema-sjef Knut Svenningen.

Opprinnelig var målet å åpne fem nye Biltema-butikker og klare å passere 4 milliarder kroner i omsetning i 2016, men treg saksbehandling i offentlige organer forsinket flere av butikkjedens nyåpninger.

Da måtte de konsentrere seg fullt og helt om organisk vekst, og det gikk over forventning. Den ene butikken som åpnet i fjor i Drøbak har tiltrukket seg kunder fra begge sider av Oslofjorden, og er blitt en stor suksess.

«Plaskrevende»

Forstankelsen skyldes blant annet diskusjoner rundt hva som kan defineres som «plaskrevende varer». De fleste kommuner vil ha handelen i sentrum for at ikke byer og steder skal tømmes for folk. Dermed er det bare «plaskrevende» som får tillatelse til å etablere seg på utsiden. Dermed har byggevarer og møbler fått etablere seg utenfor kjernen, mens smaker etablere seg i sentrum. Problemet har vist



Solgte sykler for 50 millioner i fjor **Varsler mer konkurranse om byggevarer**

STORE: Biltema begynner å ta ut fra seg i Norge, og i år planer man Knut Svenningen og de andre i Halden 4 milliarder kroner i omsetning på butikker og andre nyttige varer.

seg for kjeder som selger begge deler.

Selv om Biltema selger både skruer og muttere, er snofresere

og sementblandere også en del av sortimentet. Det er det vanskelig å selge til kunder som kommer med sykkel. I 2016 endret Biltema næringskode til byggevarer.

- Vi beregner plaskrevende varer ut i fra volum og vekt, og en undersøkelse viser at 60 prosent av våre varer er «plaskrevende», sier Svenningen, som mener de nå defineres som byggevarer.

Likere byggevarer
Endringen betyr også at Biltema

kommer til å satse på større butikker. - Etter påske åpner vi en ny konseptbutikk på Lillehammer på 6.700 kvadratmeter. De butikkene vi bygger nå ligger mellom 5-8.000 kvadratmeter, forteller Svenningen.

De som er mindre skal bygges om, og Svenningen ser heller ikke bort ifra at noen må stenge.

- Det betyr at vi blir mer og mer lik byggevarer, en bransje det er for liten konkurranse i, sier han.

Omsetningen i fjor endte «bares» på 3.830 millioner, 393 millioner mer

enn året før. Resultatene er heller ikke ille. For skatt satt de igjen med 245 millioner, en vekst på 52 millioner eller 27 prosent fra året før.

- På profitalget økte vi med 26 prosent i fjor, og rundt 5 prosent av kjedens omsetning er nå til dette markedet. I tillegg hadde vi kanonvekst på Vestlandet, hvor de har fått øynene opp for lavpris, forteller Svenningen.

Enormt sykkel salg
Biltema solgte sykler for 50 mil-

lioner kroner i fjor. Totalt forsvant 28.000 sykler ut av Biltemas butikker, hvorav 6.000 elsykler.

- Etter våre beregninger betyr det at vi tok 14 prosent av elsykelmarkedet i fjor, sier Svenningen.

I år er målet å doble salget av elsykler, og lukte på 70 millioner kroner fra salg av sykler.

Ellers skryter Svenningen av salget innenfor hage, bygg

og verktøy, som hadde vekst på rundt 14 prosent. Som andre fornuftige svenske handelskjeder, har også Biltema forstått at en mett kunde er en god kunde. En café har nå blitt standard i alle konsept-butikkene, og salget av pølser og kaffe går så det griner.

- Vi solgte 29 tonn pølser i våre seks cafeer i fjor, sier Biltema-sjefen, som også hevder at de tjener penger på driften.

FORSVANT UT
utølet betaling sa

Kun

OLJESERVIC
Energy må bet
i Bergen Group
50 millioner kr
ville uansett ik
konkurs.

FRANK HELGE N
VÅRER I KONKURRANSE

Da det gikk dårlig, skulle Berg rigger servicevirksomheten. Utsett Fred. Olsen Ene medvirkende til igjen av rigger på Askøy utebort i fjor høst.

Nå er Fred. C i valgretsrettes kursboet i over mer kroner, samt kroner i renter, hadde likevel ikke oppbudsbeg

- Dette ville for man har ik hold, sier par Haahjem i adm mussen & Brod i Bergen Group

Krøvde 133 ml

Det var i slutte fjor at Bergen G beten på Hane etter at det had opp med krav fr hadde allerede terselskapet og solgt.

Den anstre situasjonen sk mangdelte opp, holdet og oppgi Olsen Energys b Dolphin». Arbt tid enn ventet i antatt, og de to

LØNNINGSKONTORET
Hør din bedrift en veiførende og effektiv lønnsfunksjon?
Autorisert regnskapsførererselskap med spisskompetanse på lønn og personaladministrasjon
Amphibia AS | lønningskontoret.no | Tlf. 47 04 43 10

#BILTENMA

Biltema varesortiment, orientering til Bergen kommune

Sortimentet og våre varegrupper – sortimentglidning

Biltema startet hovedsakelig sitt sortiment kun basert på reservedeler, biltilbehør og verktøy. Da er vi tilbake helt til oppstarten av Biltema i 1963 og hvor vi feiret 50 år i 2013. I Norge åpnet vi vårt første varehus i Sarpsborg 1983, tett etterfulgt av butikk i Sandnes og Bergen. Med andre ord har vi nå vært en utfordrer og pris presser i 33 år i Norge. Som en del av vår utvikling og tilpassing til kundens etterspørsel har vi over årene kraftig utvidet vårt sortiment til å innebefatte sykler og sykkeltilbehør, verksted utstyr, maling, bygg utstyr/trelast, husholdningsartikler, hageutstyr, fritids tilbehør og mye annet.

Nedenfor har vi gjort en redegjørelse for varegruppene og fordelingen av salget.

Hovedtyngden av vårt salg og areal behov er tydelig fordelt som vist nedenfor hvor Byggevarer isolert står for 25 % av vårt totale salg. Varegruppen Bygg har også den største andelen av vårt sortiment med hele 9000 varelinjer alene. Bygg avdelingen har vært og er et stort satsnings område for kjeden. Med et så stort utvalg er vi en direkte konkurrent til byggevarekjedene. Hvor mange anser oss som den største utfordreren. Vi kan derfor ikke lenger sammenlignes med Europris, Clas Ohlson, Jernia m.m. som kun driver med småvarer.

Fordeling 2016

Fordeling 2012

Item Business Area	%	Item Business Area	%
CONSTRUCTION	25	CONSTRUCTION	20
CAR ACCESSORIES	24	CAR ACCESSORIES	27
TOOLS	13	TOOLS	11
CAR CARE AND SPARE PARTS	8	CAR CARE AND SPARE PARTS	8
LEISURE	7	LEISURE	6
HOME	6	HOME	6
BOAT	6	BOAT	5
BICYCLE	2	BICYCLE	5
GARDEN	5	GARDEN	5
TECHNIQUE	3	TECHNIQUE	3
OFFICE	1	OFFICE	1

Ser vi på de plasskrevende varene samlet er det varegruppene Bygg, Verktøy, Fritid og Bil-tilbehør som da står for 69% av vår totale omsetning (2016). Her finner man våre største produkter i vekt og volum, som gjør at varene må fraktes med bil. Når vi snakker om biltilbehør er ikke dette slite-deler, men løftrammer, takbokser, jekker, dekk omlegnings maskin, bil seter, båthenger osv.

For å oppsummere de tunge og plasskrevende delene av vårt sortiment ønsker vi å trekke frem et utdrag produkter og områder som viser denne endringen og glidningen innenfor varegruppene:

- Hobbyplater i alle størrelser inntil 2.4 m i lengde
- Lister og listverk (fulle lengder)
- Vinduskarmer
- Benkplater
- Reol systemer (lager)
- Komplette sortiment av stiger (alle lengder)
- Komplette innendørs og utendørs maling (inntil 10 L)
- Armeringsnett og armeringsjern
- Flis lim, sparkel og ferdigbetong (20 -25 kg)
- Glassbyggerstein
- Vedbriketter (pallesalg)
- Avløpsrør komplett (utvendig bruk drenering)
- Flexrør og slanger
- Entrétak
- Kjøkken vasker og utslagsvasker
- Husholdnings apparater
- Støvsugere (privat og proff)
- Komplette toaletter
- Komplette ventilasjons systemer (bolighus)
- Byggplast
- Tak renner
- Sykler og El sykler (40 modeller)
- Sykkelvogner
- Trillebårer og transportvogner
- Snøfresere og snø ryddere
- Strømaggregater
- Vedkløyvere og motorsager
- Vannpumper
- Høytrykkspyler
- Verktøykasser
- Kapp og gjæringssager
- Benk og bordsirkelsager
- Rullestøtter
- Arbeidsbenker
- Store benkslipemaskiner og borutstyr
- Sveisemaskiner
- Kompressorer (proff og privat)
- Spikerpistoler
- Lagertraller

- Platåvogner og jekketraller
- Vinsjer (manuelle og elektriske)
- Snøploger til ATV
- Dekk til ATV
- Tilhengere ATV
- Båthengere
- Lasteramper
- Takbokser
- Traktor og lastebatterier
- Monteringsmaskin for personbildekk
- Dekkbalanseringmaskin (personbil)
- Dekktralle
- Verkstedskran
- Motorstativ
- Verkstedspresse
- Plateknekker
- Løfteåk
- Sakseløfter for personbil (3 tonn)
- Skapvogner og verkstedsbenker
- MC løftere (450kg)
- Dekk til MC
- Olje og smøring (4l-10l)
- Diesel varmere
- Gressklippere
- Sittegressklipper
- Oppbevaring (kartonger og kasser)
- Industristøvsugere og støvsugere

Som man ser er Biltema's sortiment i konstant endring og sortimentet innenfor byggevare, verktøy, maskiner og utstyr er sterkt økende. Samtidig er vår satsning mot proffkunden høyt prioritert, hvor vi i dag har over 40 000 kunder over hele landet. Alt fra entreprenører, verksteder til stat og kommune.

Sortiments glidning mot byggevare gjør det arealmessig utfordrende å drive mindre varehus. Vi har flere varehus fra tidligere som er langt under ønsket størrelse og hvor de ikke kan vise denne bredden av plasskrevende varer. Disse må derfor bestilles på anmodning fra kunde, uten at kunden har sett varen som kjøpes.

Næringskode SSB

Høsten 2015 valgte vi å starte en prosess for å endre vår næringskode fra detaljhandel til nåværende og gjeldene kode 47.521. Bakgrunnen for dette var behov for en enkel tolkning og forståelse for vårt konsept, som ikke lenger kun dreier seg om Bil produkter og mindre varehus. Vårt nye konsept med 8 varegrupper trenger et areal på ca. 6 000 kvm.

I forbindelse med endring av næringskoden gjorde vi en større gjennomgang av våre produkter (volum og vekt) sett opp mot salget og areal behovet på varehuset. I dialog med SSB og informasjons utveksling ble det avgjort at vår søknad om endring til 47.521 ble godkjent høsten 2015.

Virksomhet/art/bransje:	Butikkhandel med bredt utvalg av bildeler og bilutstyr, Jernvare, verktøy, byggevare, hjem og fritidsartikler, andre relaterte produkter herunder plasskrevende varer.
Næringskode(r):	47.521 Butikkhandel med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer

Vi kan nå mer enn noen gang sammenligne oss direkte med byggevarekjedene som deres største konkurrent og utfordrer.

Biltema Åsane - Om virksomheten i dag og veien videre

I Bergen åpnet Biltema sin første butikk på 1 500 kvm. i Fyllingsdalen i 1996. Denne ble senere erstattet av nytt anlegg på Sandsli på 3 300 kvm i 2002. Biltema startet sin virksomhet i Åsane (i industriområdet på Nyborg) med 2 000 kvm. butikk i 2008. Bakgrunnen for oppstarten var tilbakemeldinger og ønsker fra kunder om et varehus i denne bydelen i Bergen i tillegg til varehuset på Sandsli i søndre bydel (Ytrebygda). Driften har siden oppstarten hatt en god utvikling og innarbeidelse i markedet Bergen Nord og ble utvidet til 4 500 kvm i 2014.

Biltema etablerte nytt varehus på 4 000 kvm i Bergen Vest (Drotningstveit) i 2015 for å betjene dette markedet. Denne beliggenheten er etablert industriområde i de gamle lokalene til Byggmakker.

Vår beliggenhet på Nyborg i Åsane tilfredsstiller ikke dagens krav til areal. På dette arealet har vi store utfordringer med å vise frem varesortimentet på 19 000 varelinjer. Siden vi nå har vokst ut av varehuset vises i all hovedsak småvarene her. Dermed er resterende plasskrevende produkter i større grad bestillings varer. Samtidig er det svært vanskelig å tilby normal fremkommelighet og moderne fasiliteter for kunder og ansatte.

Vi har over noe tid vært på utkikk etter nye lokaler i Åsane. Bakgrunn for dette er dagens lokaler ikke tilfredsstiller våre interne krav til god HMS, sosial soner og logistikk. Vareleveransene er en stor utfordring.

Vi har et sterkt ønske om at kundene skal få en bedre totalopplevelse og få hele varesortimentet til Biltema enn hva vi kan gi dem i våre nåværende lokaler. Ikke minst at vi kan ha varer på lager og butikk til enhver tid.

En bedre struktur og dimensjonering i nytt salgslokale vil gi oss en bedre flyt av kunder og varer. Ansatte og kunder vil få et bedre tilbud av sosiale soner og en butikkstruktur etter gjeldende lover og regler.

Et nytt varehus på 6000 kvm på Haukås vil ha universell utforming slik at publikum med bevegelses vansker får en bedre og enklere handleopplevelse. Varehusets struktur blir bedre tilpasset i nytt lokale med lager, hentelager for spesielt store varer i butikk, samt eget kjemirom for å ivareta god brannsikkerhet.

Varemottak, renovasjon og kilde sortering er også en stor og viktig del av vår virksomhet. I et konsept varehus er dette meget god ivaretatt med egnede og avsatte områder utendørs og innendørs. Solide laste ramper og enkel adkomst for levering og henting. Hvor dette er adskilt tydelig fra kundeparkering og myke trafikanter ferdse.

Parkeringsforholdene og varelevering utenfor nåværende lokaler er til tider svært presset og kan oppleves svært kaotisk for kunder. En flytting til nytt lokale vil avlaste området og gi en bedre trafikk flyt og vi vil ivareta myke trafikanter på en ordentlig måte.

Med vennlig hilsen
Knut Svenningsen

Administrerende Direktør

Biltema Norge AS