



Ber om gangfelt over Nadderudveien

Beboere i Veståsen på Hosle ber kommunen anlegge gangfelt over Nadderudveien. – Vi må krysse Nadderudveien uten at det er gangfelt for å komme til barnehage, skole og bussholdeplass. Det er heller ikke fortau som fører til gangfelt. Hver dag krysser barn og voksne veien på de mest trafikkerte tidspunktene. Fartsgrensen på stedet er for øvrig 50 km/t. Veståsen dukker opp som stikkvei. Resultatet av dette er at beboerne her må løpe over for å komme til buss, barnehage og skole, skriver beboerne.



Kollektivfelt fortsatt på planleggingsstadiet

Det skal bygges kollektivfelt i utgående felt på E18. Men når feltet kommer på plass, er fortsatt uklart. – Vi skal ha et seminar i mars, der de involverte aktører i fellesskap skal se nærmere på hva som kreves for å få kollektivfeltet på plass. Mange elementer må spille sammen, opplyser avdelingsdirektør Turid Stubø Johnsen i Statens vegvesen. Skal kollektivfeltet ha noen effekt, forutsetter det at trafikken i utgående felt på E18 reduseres fra dagens nivå. Hvordan dette kan oppnås, er fortsatt uklart.



TIDSKLEMMER: Innovasjonsforsker Peder I. Furseth mener tidsklemma er et godt utgangspunkt for innovasjon. FOTO: TORBJØRN BROVOLD



EN MILLION: 1 million kroner stammer årlig fra personlig shopper-tjenesten, opplyser Storsenter-direktør Kathrine Ingerø. FOTO: KNUB BIERKE

Søken etter handle-hjelp lar vente på seg

Shopper helst på egen hånd

Smak. Personlig trenerbølgen har eksplodert. Personlig shopper har ikke tatt av på samme måte. Det drar likevel med rundt 1 million kroner i meromsetning for Storsenteret årlig.

Når Kathrine Kristiansen (44) leter frem hengere med nye klær i butikken på Sandvika Storsenter, lytter Karina Langseth (60) ekstra nøye. For Kathrine Kristiansen er spesialist i å veilede stilsøkende kunder. Hun er en såkalt «personal shopper»

– Jeg har lært meg hva jeg kler og ikke kler. Og har fått mange positive kommentarer, sier Karina Langseth.

Prosjektlederen fra Eiksmarka fikk timene som gave, og har hatt stor glede av det, forteller hun.

Kathrine Kristiansen leies som handlefølge på timebasis.

– Mange er i ulike former for tidsklemme. Det kan være hektiske forretningskvinner eller småbarnsmødre. Vi har også menn

fakta

Slik fungerer det

- På Sandvika Storsenter: Tjenesten tar fra to til fire timer.
- Shopperen har først en inngående samtale med kunden. Hun vurderer da farger, kroppsfasong og andre elementer som hjelper henne å vite hva som passer kunden.
- Når hun har definert hva kunden kler, bærer det ut i butikkene. Hele poenget er at her slipper kunden å være med. Kristiansen har størrelse og vurdering av hva som passer innprentet i hodet, og handler på vegne av kunden.
- På Trekanten: Her er imagekonsulenten med kunden ut i butikkene og velger sammen med dem, etter en inngående samtale først.

Kilder: Kathrine Kristiansen og Thrond-Arne Schau

som ønsker råd, sier shoppinghjelperen fra Nesøya.

Har ikke tatt av

«Personal shopper» har i mange år vært et tilbud hos eksklusive kjøpesentre i utlandet. I Norge har ikke fenomenet tatt helt av. Selv om kjøp av personalisert hjelp til for eksempel trening har tatt seg kraftig opp de siste årene, velger nordmenn flest å gjøre unna kleskjøp uten innleid hjelp.

Sandvika Storsenter startet personal shopper-tjenesten i april 2015. Etter den tid har det vært rundt åtte kunder per måned. Selve tjenesten genererer ikke mange kronene. Men meromsetningen utgjør en del.

– Årlig kommer rundt 1 million kroner av Sandvika Storsenters brutto omsetning fra personal shopper-tjenesten. Dette stammer fra de butikker der den personlige shopperen handler klær på vegne av kunden, sier Kathrine Ingerø, direktør ved Storsenteret.

– Ikke all verden av kunder og omsetning?

– Vi mener det er viktig å tilby løsninger til kunden i en ellers travel og hektisk hverdag, sier Ingerø.

Kathrine Kristiansen mener mange kan ha behov for shopping-hjelp utover det ekspeditører i butikkene kan gi.

– Mange kommer med fargekart fra 80- og 90-tallet. Her har de lært hva slags farger som passer dem. Men det er ikke alltid dette stemmer så godt, sier hun.

– Jeg ser nøye på øyefargen, og skuldrenes plassering sier også mye om hva slags klær som passer. Likeledes vurderer jeg rumpe,

lår og fasong generelt, forklarer Nesøya-kvinnen.

– Enkelte har nok den oppfatningen at dette er veldig glamorøst. Men jeg merker at det er «folk flest» som benytter seg av dette, sier Kristiansen.

Ikke opptatt av summer

Holmen senter har hatt personal shopper mer sporadisk, opplyser senterleder Tanja Venheim Østensen.

På Trekanten i Asker har tilbudet eksistert siden 2010. Det var liten respons i starten, og har ikke tatt helt av. Rundt én til to kunder i måneden bruker dette, ifølge senterleder Mette Kiilerich.

– Jeg ønsker å hjelpe kunden i å skape sitt image. Snittkunden kan handle for 5.000–10.000 kroner. De som bruker veiledning er ikke så opptatt av lommeboken, sier imagekonsulent og stylist Thrond-Arne Schau.

Marit Helland

marit.helland@budstikka.no

LURTE PÅ OM HUN HADDE FÅTT KJÆRESTE: bruke personlig shopping-tjeneste. Til høyre

Innovasjon

En personlig shopper-tjeneste er et eksempel på enkel tjenesteinnovasjon. Det sier innovasjonsforsker Peder Inge Furseth ved BI.

– Innovasjon er å kombinere nye ideer for å løse et problem og derigjennom skape verdi, sier Furseth. – For å spare oss forbrukere for

Se video på www.budstikka.no