

Trond Vegar Brattlie gikk fra corporate finance til byplanlegging:

Merkevaremekka



BYPLANLEGGERNE: Den tidligere finansrådgiveren, Trond Vegar Brattlie til høyre, bygger Norges første merkevarelandsby med tidligere skøyteløper og Firstkollega, Ådne Søndrål.

Stockholm, Göteborg og København har en hver. Nå er det Oslo og omegns sin tur til å fråtse i merkevarer med 30 til 70 prosent rabatt. Tredje juni åpner Norges første merkevarelandsby, Norwegian Outlet, dørene i Vestby, 25 minutter med bil fra Oslo.

Da planleggingen av Norwegian Outlet startet våren 2007, var investeringsklimaet glohett. Høsten 2008 – bare halvannet år senere – var det brått blitt iskaldt. Men da hadde prosjektet allerede fått byggelån. 250 millioner kroner er investert i utvikling, etablering og bygging av den nye shoppingdestinasjonen.

Det er ingen ustudert røver som, i parløp med Ådne Søndrål, sjøsatte ideen om å bygge et mekka for merkevarebevisste kuppjegere. Også Trond

Vegar Brattlies klassekamerat fra NHH, investoren Endre Glastad, gikk inn med kapital sammen med parhestene.

Etter fullført siviløkonomeksamen ved Norges Handelshøyskole gikk Brattlie videre med både høyere avdeling og høyere revisorstudium. Oddvar Bjørgan, Norges beste analytiker i Kapitals analytiker kåring, gjorde det samme, men ellers er det en sjelden og lite fritidsvennlig kombinasjon.

Da Brattlie først hadde tatt seg bryet med å studere revisjon, fant han ut at han like gjerne kunne få med seg tittelen som statsautorisert revisor på kjøpet. Etter tre år og to korte opptredener i revisjonsselskapene Coopers Lybrand og Arthur Andersen gikk karrieren naturlig videre til corporate-

avdelingen til First Securities.

Der begynte mosjøværingen innenfor olje og offshore og senere eiendom da First begynte å satse på sistnevnte sektor. Han jobbet først og fremst med prosjektgjennomføring, mens andre holdt i kunderelasjonene.

Etter fem år begynte det igjen å rykke i flyttefoten. Sammen med Firstkollegaen Pål Brudvik og investor, Endre Glastad etablerte Brattlie i 2005 Castelar Corporate Finance, et verdipapirforetak med fokus på tilrettelegging av eiendomsprosjekter. Selskapet hentet inn 1,3 milliarder kroner til eiendomsfond i Tyskland og 700 millioner til investeringer i Sveits. Fondene har ikke vært en stor investering i absolutt avkastning, men har klart seg bra sammenlignet med resten av bransjen. ▶

lighet for dem som ikke disponerer eller ønsker å bruke bil. Den trådte i kraft i juni 2008. Da var allerede gravearbeidet godt i gang, men ble stoppet som følge av klager fra Fylkesmannen i Oslo og Akershus, Statens vegvesen og Akershus fylkeskommune.

– Vi hadde allerede fått godkjent rammesøknaden og igangsettelse av grunn og fundamentering før stoppen ble innført. Klagene ble heldigvis avvist av fylkessettemannen, men vi hadde nok aldri fått tillatelse til å bygge hvis vi hadde søkt i dag. Da hadde tomten nesten blitt verdiløs. Vi fikk en stopp på et halvt år, melder gründeren.

Outlet-markedet kan grovt sett deles inn i to kategorier. Brattlie plasserer sitt eget varemerkemekka i klassen for rendyrkede og ekte outlet-konsepter (merkevarelandsbyer).

– Vårt prosjekt er bygget opp av mange små butikker som hovedsakelig drives og eies av merkevarenes egne rettighetshavere.

Et par spydkast unna ligger Outlet One, som hører inn under betegnelsen *outlet-discounter* i Brattlies amerikansk klingende verden. Den er Norges største i sitt slag og åpnet dørene til sin 5.000 kvadratmeter handleflate

våren 2008.

– Denne typen aktører ligger hele tiden frempå og kjøper tilgjengelige varer gjennom import, restlagre hos merkevareleverandøren, konkursbo og andre kanaler. Varene selges i et stort lokale med alle varene samlet under ett tak, uten kontroll av de ulike rettighetshaverne. Når butikken først er etablert, så synes jeg det er bra at den ligger samme sted som oss. Jeg tror de må tilpasse seg oss og bli et supplement, men jeg ser ikke på dem som en konkurrent. Vi driver jo et helt annet konsept, sier den tidligere finansrådgiveren.

Det er ikke vanskelig å forstå hvorfor store rabatter på merkevarer tiltrekker seg røverkjøpssultne shoppere.

– Men hvorfor tør merkevareleverandørene å falby sine møysommelig oppbygde navn i faretruende nærhet til Oslo?

– Vår type konsept har eksistert i USA i 30 år. Erfaringene derfra viser at det ikke blir kannibalisering på lokal omsetning. Man ser heller på merkevarelandsbyen som en supplerende distribusjonskanal. Internasjonalt ser vi en utvikling mot at flere luksusmerker etablerer et lønnsomt nærvær i denne distribusjonskanalen.

– Hva slags varer kan vi forvente å finne? Blir det mye utrangerte anorakker i feil farger og ukurante størrelser?

– Det er heldigvis bedre enn som så. Leverandørene kan ha mange kolleksjoner hvert år, og disse selges ofte gjennom egne outlet-butikker, bare noen måneder etter at de er solgt i ordinære kanaler. Noen har endog egne outlet-kolleksjoner eller selger varer de ikke har fått distribusjon på andre steder, og så er det vareprøver.

– Hvilke krav stiller dere til butikkene?

– Det viktigste er at varene skal selges med minimum 30 prosent rabatt. Vi ser at vinnerne i handelsbransjen er de med tydelige konsepter og det er kanskje grunnen til at outlet-bransjen har høyere omsetning pr. kvadratmeter, høyest vekst og lavest ledighet sammenlignet med ordinære kjøpesentre. For å få til dette er det viktig at leietagerne er lojale mot konseptet, slik at kundene får en god opplevelse og kommer tilbake.

– Savner dere noe i sortimentet?

– Vi skulle gjerne hatt en jeansbutikk til, en på interiør og en aktør innenfor Kosta Boda eller Porsgrunn Porselenssegmentet, sier Brattlie. ■

Trenger ditt styre nye medlemmer?

Innovasjon Norge har kontorer i alle fylker og i over tretti land. Vi bidrar til at norsk næringsliv utvikler seg, spesielt med tanke på fornyelse og innovasjon.

styre kandidater@innovasjonnorge.no | www.styre kandidater.no

Trenger du gode folk til ditt styre?

Innovasjon Norge vil bidra til profesjonalitet i styrerommene. I styrekandidatbasen vår finner du CV til over 2 300 kvinner og menn med høy kompetanse i styrearbeid. Mer enn 80 prosent av dem har både leder- og styreerfaring.

Godkjent styrekompetanse

I Innovasjon Norges styrekandidatbase finner du personer som blant annet har bestått vårt kvalifiseringsprogram for styrekandidater, eller bestått tilsvarende styrekurs på høyskolenivå. Basen dekker hele landet og de fleste bransjer.

Ta kontakt med ditt nærmeste Innovasjon Norge-kontor, eller se www.styre kandidater.no



Vi gir lokale ideer globale muligheter



Foto: Jan Lillehaug/Innovasjon Norge 10.10.15/04.10