

# Reise

DRØM • INSPIRASJON • GODE TIPS

## Flyplassbutikkene dyre og tomme

Av DAG FONBÆK

Aldri har det vært billigere å fly. Men flyplassbutikkene er stort sett like dyre, eksklusive og uspenningende som før. Hvorfor er det sånn?

VGs skrekkbilder av luksuriøse merkevarebutikker uten kunder er fra avgangshallen på Wien lufthavn – en av de mest brukte transferflyplassene i Europa.

Wien er tilfeldig valgt. Like skremmende folketomt er det i de fleste andre internasjonale flyplassbutikkene – i lekke lokaler som oser av eksklusivitet, dyre klær og merkevarer som de færreste av oss har råd til å kjøpe.

Sjefen for charteroperatøren Ving i Norge, Christian Grønli, synes det er trist at butikktvalget på mange av flyplassene minner mest om 5.th Avenue i New York. – I feriestemningsrus kan man jo komme i skade for å svi av verdien på en flybillett t/r New York på en jakke man egentlig ikke trenger. Hvorfor glimrer de rimelige kleskjedene med sitt fravær? spur Grønli.

### Støtter kritikken

Reisebransjedirektør Rolf Forsdahl i HSH støtter kritikken:

Forsdahl, som selv har reagert på at flyplassene later til å tviholde på sitt eksklusive og ekskluderende preg, tror det ville være mye å hente på å modernisere og folkeleggjøre butikkene og vareutvalget.

## – Vil gjøre Gardermoen billigere og folkeligere

– Mange fritids- og økonomisklassereisende finner ikke varer de kunne tenke seg å kjøpe på flyplassene, sier han. Men butiktdriverne på Gardermoen føler seg ikke truffet av kritikken.

– Nei vi gjør ikke det, sier Hans Kristian Melbye, eier og partner i selskapet Airport Retail Group som bl.a. driver klesbutikkene på Gardermoen, Arlanda og Helsinki lufthavn Vantaa.

Siden de overtok butikkene fra SAS i 2005 har de jobbet målbevisst for å tilby flypassasjerene billigere varer, forsikrer Melbye.

### - Dressmann-priser

– Vi ligger helt på grensen av hva flyplassdriverne ønsker, og må balansere mellom merkevareleverandørenes krav og ønsket om å tilby rimeligere og mer folkelige varer, sier Melbye, som finner grunn til å rose ledelsen på Oslo lufthavn (OSL).

## – 1600 kroner for et belte!

– Passasjerene vil handle, men finner ikke varene de vil ha. Det er jo håpløst – for alle, mener rektor Trond Blindheim på Markedshøyskolen.

– Det ville gavne både flypassasjerene og butiktdriverne om vare-

utvalget ble mer folkelig og tilgjengelig for flere av oss, sier Blindheim, som selv fikk hakeslepp da han forleden måtte ut med 1600 kroner for et helt alminnelig buksebelte i en flyplassbutikk.

– Jeg har ikke turt å fortelle det hjemme, sier han til VG.



Blindheim mener dagens flyplassbutikker reflekterer et kultu-

### FIKK HAKE-SLEPP:

Rektor Trond Blindheim på Markedshøyskolen.

Foto: WERNER JUVIK

relt etterslep fra gamle dager, da folk pyntet seg når de en sjelden gang skulle ut og reise.

– Butikkens profil og vareutvalg henger igjen fra den gang det å fly var noe eksklusivt, forbeholdt noen få og rike, sukker han.

– Eller kanskje vareutvalget er tilpasset alle mennene (72 prosent av de flyreisende) på

forretningsreiser betalt av andre, som renser samvittigheten sin ved å kjøpe noe fint å ha med hjem til kona...

Flyplassene må ta inn butikker med varer som vanlige folk ønsker å kjøpe. – Hadde Hennes & Mauritz eller andre folkelige kjeder kommet inn, ville omsetningen øke kraftig, tror Markedshøyskolens rektor.



### SKREMMENDE TOMT:

Gucci, Timberland og Burberry for alle penga. Ikke en kunde å se i de eksklusive flyplassbutikkene. Når skal flyplassdriverne få øynene opp for at flyreisende mer og mer er vanlige folk, uten sans for skjorter som koster fem ganger mer enn flybilletten. Alle foto: DAG FONBÆK



## Bredere vareutvalg ga økt salg

Etter at vareutvalget i klesavdelingen ble bredere, gikk salgskurven rett til værs.

– Ingen kommentar. Å mikse luksusvarer med billigvarer er ingen enkel kunst, skal vi tro Hans Kristian Melbye i Airport Retail Group.

– Merkevarerelevandørene liker ikke å stå sammen med billigmerkene. De vil helst stå for seg selv, godt synlig, sier han.

bord. Fremfor alt ble varesortimentet bredere. Sivertsen forteller at det umiddelbart slo svært positivt ut på salget og omsetningen at vareutvalget i hyllene ble bredere.

– Vi fikk et større spenn i vareutvalget ved at vi både tok inn billig klær og dyrere, mer eksklusive ting, forteller Sivertsen.

– Vi så en fantastisk salgskurve, sier hun.

Fergeselskapene konkurrerer med flyselskapene om mange av de samme passasjerene, og bransjefolk VG har snakket med er ikke i tvil: Når fergene merker økt etterspørsel og mer salg av billigklær, er det all grunn til å tro at flyplassene ville oppleve det samme om de hadde utvidet tilbudet av rimelige klær, sko, belter osv.



### «PLUKKSALG»:

Når så du sist denne typen klessalg på en flyplass? Bildet er fra en av DFDS' ferger, som har opplevd salgsøkning etter at vareutvalget i klesavdelingen ble bredere. Foto: DAG FONBÆK

## TO PARKER – DOBBELT SÅ MORO.

UNIKT ÅPNINGSTILBUD FRED TIL 30. MAI PÅ DYREPARKEN.NO:

Kjøp 3 dagersbillett til Dyreparken og få inngang til Badelandet inkludert – 2 parker for prisen av 1.



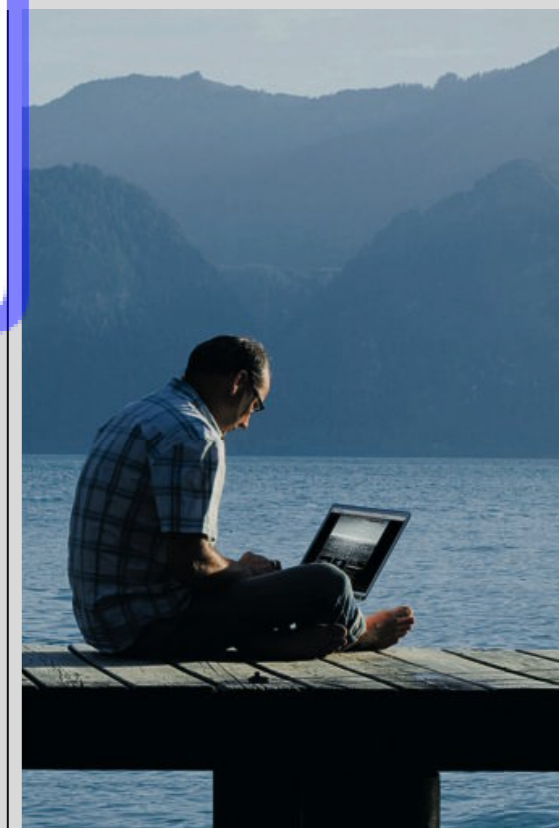
### «Overfloden»

Kan du tenke deg noe bedre enn å seile behagelig omkring? På Overfloden sitter man i en badering og blir ført med strømmen. Overfloden er 230 meter lang, og går både innvendig og utvendig.

### NYHET!



E-post: dag.fonbak@vg.no



Ikke gå glipp av vg.no i sommerferien

Få Mobilt Bredbånd både på PC og mobiltelefon til en fast pris.

Best i test



USB-modem kr 1,-  
Mobilt Bredbånd Total  
kr 399,- pr. mnd.

Inkluderer all databruk i Norge på opptil 3 SIM-kort med det samme bedriftsabonnementet. Inntil 10 GB pr mnd. Prisen på USB-modem forutsetter 18 mnd. avtale på Mobilt Bredbånd Total. Datakort kr 25,- pr mnd. Alle priser eks mva.



telehuset

www.telehuset.no 815 44 400