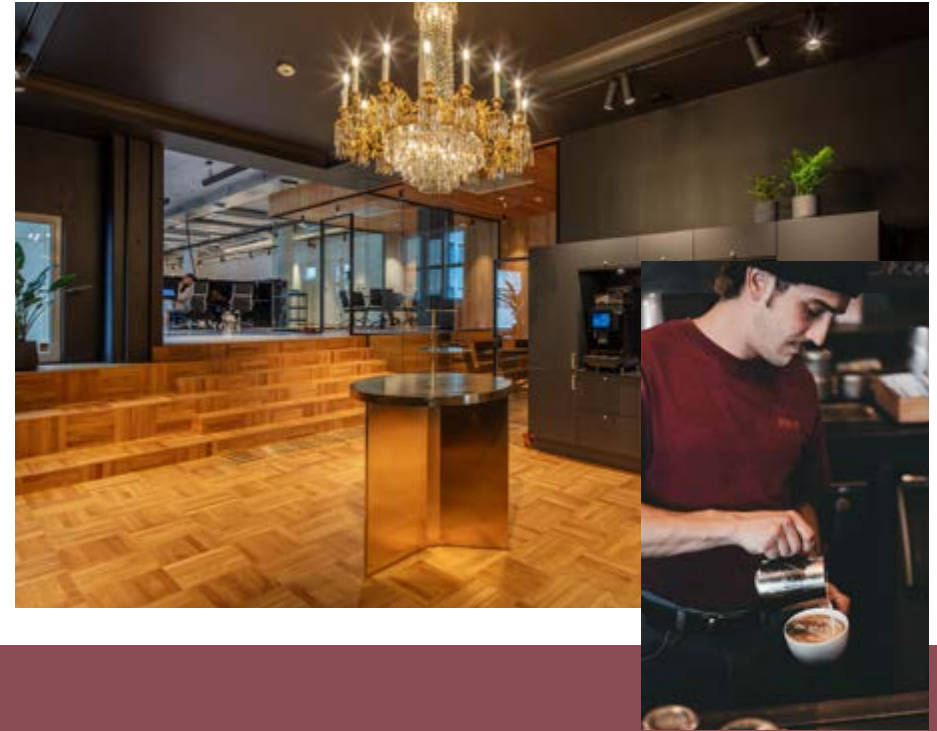
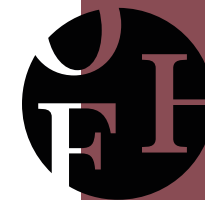


OSLO
HANDELSSTANDS
FORENING



Årsrapport 2020



OHF Årsrapport 2020

INNHOLD

Om OHF – visjon og verdier	3
Annerledesåret 2020	4
Medlemstall	5
Aktivitetstall	6
Næringspolitikk	7
Kampanjer	8
Stipender og priser	9
OHFs Understøttelseslegat	10
Årets butikkmedarbeider	11
Ny visuell profil	12
Handelens Hus	13
Undergrupper i OHF	14
Administrasjon og styre	15

Visjon og verdier

Oslo Handelsstands Forening (OHF) er en næringsforening for handel, service og servering i Osloregionen, med nær 2 000 medlemmer. Gjennom aktiv dialog med politikere og myndigheter jobber vi for å gjøre hverdagen enklere for våre medlemmer.

Som medlem har du mulighet til faglig utvikling gjennom kurs, møter, nettverk og tilgang på analyser og statistikk.

OHF ble stiftet 12. november 1841.

Vi holder til i egne lokaler i Karl Johans gate 37A – Handelens Hus.

VÅR VISJON

OHF skal være den viktigste møteplassen for handel og servering i Osloregionen.

VÅRE VERDIER

- Nær – vi skal være synlige og tilstede.
- Nyttig – vi skal skape resultater og verdier.
- Nytenkende – vi skal utfordre og tenke nye løsninger.
- Samhandlende – vi skal samarbeide med medlemmer og partnere for å bidra til innovasjon og vekst.

OVERORDNEDE MÅL

OHF skal jobbe for å øke nytten av medlemskapet gjennom nye tjenester og tilbud tilpasset medlemmenes behov. På kort sikt, gjennom modernisering av Handelens Hus og nye digitale tilbud. På lengre sikt, forsterke politisk gjennomslag, bedre statistikker og analyser, øke kvalitet på fysiske og digitale kurs/konferanser/seminarer, samt utvikle flere og bedre medlemsfordeler.

Annerledesåret 2020

Vi stod alle i helt nye utfordringer og store endringer i annerledesåret 2020.

Inngrepene i samfunnet var enorme da hjemmekontor ble obligatorisk i mars. Samtidig ble gatene, butikkene og restaurantene nærmest folketomme og smittevern, korona og kohort ble en del av dagligtalen. Da vi trodde vi kunne åpne opp igjen etter sommeren, ble tiltakene strammet inn og høsten ble om noe, enda tøffere enn vårmånedene.

2020 vil alltid bli husket som koronaåret. Året der alt ble snudd opp ned og kundene endret adferd i rekordfart, noe som har vært svært krevende for våre medlemmer. De fleste har merket sterk nedgang i kundetraffikk og omsetning, mens andre har hatt det mer travelt enn noen gang. Forskjellene mellom beliggenhet og kategorier ble kolossale.

Vi er imponert over hvordan alle som driver innen handel, service og servering har stått på gjennom alle utfordringene. Smittevernhensyn, avstandsregler, nedstengning, færre kunder og flere kunder er blitt håndtert på en prisverdig måte. Det har vært inspirerende å se hvordan ny teknologi har utviklet seg i rekordfart og hvordan nye forretningsmodeller med hjemlevering, klikk og hent, online shopping og mye mer er blitt tatt i bruk.

Mange av våre medlemmer har hatt en voldsom digital utvikling dette året. Serveringsbransjen har for eksempel funnet gode berøringsfrie løsninger både for bestilling fra meny og for betaling. Mange flere butikker har fått fart på

nettbutikkene sine, digital annonsering og gode rutiner for pick-up og hjemlevering. Det er positivt å se hvordan mange har klart å skape «sømløshet» mellom butikk og nett, noe som også gir muligheter for å øke geografisk tilgjengelighet.

Vi har erfart at det nettopp i slike vanskelige tider er behov for rådgivning, støtte og næringspolitisk arbeid. For oss har det vært krevende, utfordrende og spennende!

Tolkning av smittevernregler og kompensasjonsordninger har vært en utfordring. Det har også dialogen mot politikere og myndigheter vært, for å forklare og beskrive den krevende situasjonen medlemmene våre har stått i. Når man blir tvunget til å stenge ned er det viktig at kompensasjonsordningen treffer riktig. Vi har blant annet jobbet for lettelse i skatter og avgifter, gratis gategrunnsleie, gratis parkering og gratis kollektivtransport. Videre at det legges en plan og blir satt av midler for en restart av byen når pandemien er over.



Oppstart oser av forventning og optimisme. Det ser vi frem til og ikke minst å invitere til fysiske møter og samlinger i vårt nyrenovertede Handelens Hus!

Bjørn Næss

Adm.dir. Oslo Handelsstands Forening



Medlemstall

1944

totalt



674
dagligvare

189
servering

551
kjeder

51
kjøpesentre

Aktivitetstall



12 digitale
sendinger

4 Digi-tips
8 websendinger

Ett fysisk
arrangement

«Rikets tilstand»
JANUAR 2020

22 nyhetsbrev

En
medlems-
undersøkelse



Næringspolitikk

OHFs oppgave med å sikre politikk og rammevilkår for verdiskaping i handel, servering og service fikk et kraftig skudd for baugen da pandemien traff oss. 2020 var et mellomvalgår, der Oslos ulike prosjekter og tiltak, som for eksempel byregnskap, mobilitet og sentrumsorganisering kunne ruller ut. I stedet ble det et år med smittevern-hensyn, stengte butikker og serveringssteder, krisepakker og kompensasjonsordninger.

OHF har fulgt myndighetenes beslutninger tett og har fremmet våre medlemmers behov og interesser fortløpende. Det har vært viktig å jobbe for lettelse i skatter og avgifter, samt tiltak for å få folk til å bruke byen. Vi har jobbet med tolkning av og rådgivning i forhold til regelverk og for at handels- og servicenæringene skulle kunne holde åpent. Bedre strengt enn stengt!

Ikke alt har handlet om korona. Viktige saker som mobilitet, kommuneplan og tilhørende planverktøy for byens og næringslivets utvikling, har også vært på agendaen. Gjennom året har vi hatt aktiv dialog med statsråder, bystyrets politikere og ikke minst opposisjonen på Rådhuset, mest via skjermen, men også gjennom fysiske møter og ekskursjoner i Oslo sentrum.



Kampanjer

«DEN GODE BYFØLELSEN»

Kampanje fra juli til november med støtte fra Oslo kommune og i samarbeid med Oslos strøksforeninger.

Kampanjen hadde som mål å skape inspirasjon blant folk som bor i Osloregionen til å utforske alt det spennende som Oslo har å by på. Ikke minst å få folk til å komme ut og oppdage områder av byen de ikke kjenner så godt.

Kampanjen har vært synlig gjennom utendørsreklame, annonsering i trykte og digitale medier samt i sosiale medier.

Kampanjen ble delt i tre faser. Den første fasen skulle sikre mest mulig besøk i Oslo i sommerukene. Fase to skulle stimulere til bybruk etter sommerferien og fase tre fokuserte på jul i Oslo og trygg handel.



#STØTTBUTIKKENEIOSLOSENTRUM

I slutten av april gikk handelsstanden i Oslo sentrum sammen om en enkel kampanje for å bistå handelen i en utfordrende tid. Gjennom en rekke videosnutter til bruk i sosiale medier, var målet å sette søkelys på alle som jobber i butikkene og stod i krisen mens det blåste som hardest våren 2020. Kampanjen ønsket videre å minne alle som har sittet på hjemmekontor om å bruke byen og ikke minst handle i sentrumsbutikkene når de kom tilbake på jobb.

Kampanjen var et samarbeid med OHFs Magasingruppe.



Stipender og priser

HANDELENS UTDANNINGSLEGAT

Oslohandelens utdanningslegat har mål om å bidra til økt kompetanse innenfor norsk detaljhandel.

I 2020 kom det inn 30 søknader og fem studenter ble innvilget stipend på kr. 50 000 hver:

- **Kaja Andreassen** Retail Management | BI
- **Maren Østreng** Retail Management | BI
- **Erik Amandus Bråten Skjennald**
Retail Design | Høyskolen Kristiania
- **Josephine Williams** Retail Design | Høyskolen Kristiania
- **Vanessa Andresen-Brøndbo** Butikkledelse | NKI



Sarah Noe Brogaard.

BESTE STUDENT BI

Prisen for beste student ved Retail Management studiet ved Handelshøyskolen BI gikk i 2020 til:

- **Sarah Noe Brogaard**

Prisen er på kr. 20 000.



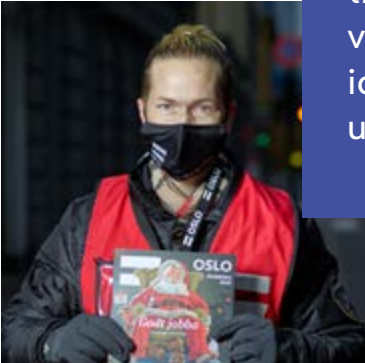
Fra venstre: Utviklingssjef i OHF, Lars Fredriksen, Victor Diab og senterleder Manglerudsenteret, Pauline Johansen.

BESTE ELEV OSLO HANDELSGYMNASIUM

Prisen for «Beste elev Service og samferdsel vg2» 2019-2020 ved Oslo Handelsgymnasium, gikk til:

- **Victor Diab**
som i tillegg til heder og ære, fikk med seg kr. 10 000.

Hvert år deler Oslo Handelsstands Forenings Understøttelseslegat ut midler til veldedige formål. I 2020 delte vi ut 1,2 millioner kroner til fem ideelle organisasjoner og åtte ulike tiltak.



OHFs understøttelseslegat

Kirkens Bymisjon

- «I jobb», er et unikt arbeidstilbud i Oslo for mennesker med et aktivt rusproblem eller lang rushistorikk. Prosjektet mottok kr. 200 000.
- «Skattekammeret» er et prosjekt der barn og unge opp til 18 år kan låne sport- og friluftsutstyr gratis. Tiltaket ble støttet med kr. 200 000.
- Kirkens Bymisjons forebyggende tiltak, «Robust», der barn og unge i skolealder og deres familier, kan samtale med familieterapeut. Tiltaket fikk støtte på kr. 100 000.

Natteravnene

Natteravnene fikk støtte for å kunne fortsette sitt viktige arbeid med å trygge Oslos gater, torg og møteplasser på en ikke-konfliktsøkende måte. Tiltaket fikk støtte på kr. 200 000.

=Oslo

Et viktige arbeid med å gi hjelp til selvhjelp blant Oslos rusmisbrukere. =Oslo fikk støtte på kr. 200 000.

Stolte jenter

En organisasjon som springer ut fra Bydelsmødre og som arbeider med aktiviteter for jenter med minoritetsbakgrunn. Tiltaket ble støttet med kr. 200 000.

KFUM-KFUK

Viktig nybrottsarbeid med «Exit/Passus» for å unngå rekruttering til, og hjelpe folk ut av gjenger og ekstremisme. Prosjektet ble støttet med kr. 100 000.

Årets butikkmedarbeider



OHF Dagligvaregruppen kåret i 2020 «Årets butikkmedarbeider». Alle medlemmer innen dagligvare kunne nominere kandidater. Juryen var styret i Dagligvaregruppen og de så etter en medarbeider som gir det lille ekstra, er lojal, gjør mer enn forventet, er serviceinnstilt, og ikke minst er en god ambassadør for butikken sin. Maria mottok en sjekk på kr. 5 000 i tillegg til kr. 10 000 til sosiale formål for butikken.

«Årets butikkmedarbeider 2020», Maria Senhaji Andersen, sammen med gode kollegaer hos Kiwi Hegdehaugsveien i Oslo.

Ny visuell profil

I 2020 utarbeidet OHF en ny visuell profil som skal reflektere en oppdatert, fremtidsrettet, moderne og levende organisasjon.

LOGO

Initialene i den nye logoen er plassert asymmetrisk for å skape et moderne og særpreget uttrykk. Oppsettet reflekterer samhandling som beveger seg mot et sentrum. Sirkelen symboliserer møteplassen og beskjæringen særpreg og modernitet.



FARGEPALETT

Den nye fargepaletten er inspirert av bybildet med gater, fasader, vann, himmel, parker og byliv. Fargene representerer blant annet årstider, varme, service, kontraster og variasjoner.



Handelens Hus i ny drakt!

I løpet av vinteren og våren pusset vi opp lokalene våre i Karl Johans gate. Til tross for korona klarte vi, i samarbeid med entreprenør Aktiv Bygg og Vignæs+Kosnes++ Arkitekter, å holde budsjett og tidsplan. Vi fikk ferdigattest i slutten av mai 2020.

Prosjektet har gitt de tre ulike områdene i lokalene (salene, hallen og kontordelen) sin egen identitet samtidig som de kompletterer hverandre og binder sammen det gamle og det nye. Vi gleder oss til å kunne invitere til arrangementer og vise frem hvor flott det har blitt.

Fremover vil utleie av lokalene være et satsningsområde. Vi kan by på møterom, kontorplasser og to store saler til konferanser og selskaper. Vårt mål er at Handelens Hus vil bli en naturlig møteplass for folk som jobber innen handel, service og servering!



Undergrupper

DAGLIGVAREGRUPPEN

Dagligvaregruppen jobber for de beste rammevilkår for dagligvarehandelen i Osloregionen. Gruppen har rundt 660 medlemmer i dagligvarekategorien og et aktivt styre som har 4-6 møter per år og egen generalforsamling. Gruppen er også ansvarlig for et årlig 17. mai arrangement i OHFs lokaler.

SERVERINGSGRUPPEN

En samarbeidsgruppe for aktører i serveringsbransjen. Servering er en svært viktig næring for byutvikling, sammen med handel. Bransjen reguleres sterkt, og har også sammenfallende behov og interesser med blant annet dagligvarebransjen. Gruppen er et rådgivende organ for OHFs serveringspolitikk i Oslo kommune. Gruppen skal bidra med økt kjennskap og innsats fra OHF i saker knyttet til serveringsbransjen.

Oslo Handelsstands Forening koordinerer arbeidet og er sekretariat for gruppen, som møtes 4-6 ganger per år.

YOUNG RETAILERS (YR)

YR er en undergruppe av OHF for unge mellom 18 og 35 år som jobber eller tar utdanning innen varehandel i Norge. YR har et eget styre og har flere egne arrangementer i løpet av året.

MAGASINGRUPPEN

En samarbeidsgruppe bestående av kjøpesentre i Oslo sentrum. Gruppens overordnede målsetting er å koordinere og samarbeide om felles tiltak som bidrar til å øke tilstrømmingen av kunder til Oslo sentrum. Gruppen skal også bidra med kunnskap og kompetanse som bygger opp under OHFs målsetting om å skape lønnsom handel for sine medlemmer.

Oslo Handelsstands Forening koordinerer arbeidet og er sekretariat for gruppen som møtes 6-8 ganger per år.

SENIORKLUBBEN CARL JOHAN

Seniorklubben samler personer som har eller har hatt tilknytning til varehandelen, i et sosialt og faglig miljø. Seniorklubben arrangerer aktiviteter som bedriftsbesøk, tur med overnatting og julebord m.m.

KARL JOHAN KORET

Handelsstandens Sangforening/Karl Johan koret, ble etablert i 1847. Mannskoret holder flere konserter i Oslo og utenbys i løpet av året.

Administrasjon og styre

MEDARBEIDERE

Bjørn Næss
Adm. dir.

Jon Anders Henriksen
Næringspolitisk direktør

Maria Svärd
Servicevert

Eirik Riibe
Digitalsjef

Vibeke Norbye
Kommunikasjonssjef

Lars Fredriksen
Utviklingssjef

Elisabeth Kielland-Olsen
Medlems- og markedsansvarlig

STYRELEDER

Christian Hoel
Kjededirektør, Coop Extra

NESTLEDER

Helene Skjenneberg
Director Of Operations,
Somero, Nordic Hotels &
Resorts

STYREMEDLEMMER

Per Roskifte
Konserndirektør, Norgesgruppen

Frank Lehne
Expansion director, Varner

Alexander Arnesen
Gründer og forretningsutvikler,
Sprell

Tom Kristiansen
Adm. dir.,
REMA Etablering Norge



Fra venstre: Eirik Riibe, Maria Svärd, Lars Fredriksen, Vibeke Norbye, Elisabeth Kielland-Olsen, Bjørn Næss og Jon Anders Henriksen.



Fra venstre: Alexander Arnesen, Per Roskifte, Christian Hoel, Helene Skjenneberg, Frank Lehne. Tom Kristiansen (innfelt) var ikke til stede.