Kontakt redaktionen | tim@erhvervogkultur.net

ERHVERV OG KULTUR
BUSINESS2BUSINESS MAGASINET
Lolland | Guldborgsund | Vordingborg

Partnerskab og samarbejde er vejen frem

Foto:
Personerne bag Partnerskabsaftalen for Vores Nykøbing: Fra venstre ses Erhvervs- og Citychef André Andersen, Vores Nykøbing, Flemming Holberg Fenger, Guldborgsund Centeret, Borgmester John Brædder, Guldborgsund Kommune, formand for Vores Nykøbing Jan Koch, forretningschef Thomas Rasmussen, Business Lolland-Falster og direktør Jesper Boysen fra Power.

Onsdag 20. november kl. 12.00 blev der holdt et pressemøde i Bykontoret på Torvet 16 i Nykøbing F., hvor det nye partnerskab blev præsenteret. Partnerskabet består af Vores Nykøbing, Guldborgsund Centeret, Business Lolland-Falster og Guldborgsund Kommune. Målet er at Nykøbing skal være den foretrukne handelsby på Lolland-Falster og Sydsjælland.

”En af byrådets indsatser er, at styrke Nykøbing Falster som stærk hovedby. Det har stor betydning for vores borgere og andre gæster i byen. Vi ønsker en levende by med et stort udvalg og det synes jeg vi har her hos os. Med partnerskabet styrker vi detailhandlen og det håber vi giver gevinst både for de handlende og for byens butikker” udtaler Guldborgsunds borgmester John Brædder.

Læs også: Historisk få tomme lagerlokaler

Nykøbing skal være en stor attraktiv handelsby

Det nye partnerskab skal samle Nykøbing – både Falster og Sundby området, så det fremstår som en samlet stærk enhed, med de kvaliteter områderne hver i sær har. I centrum er det de små hyggelige lokale butikker med cafeer, restauranter og det nye flotte torv, der skal være trækplaster. Hvor Guldborgsundcentret mere er stedet med de større kædebutikker.

Det er den helt rigtige vej at gå fortæller Torsten Bo Jørgensen, som er én af Danmarks førende eksperter i kommunernes strategiske arbejde med at skabe en levende bymidte. ”Hvis handelslivet i en by skal være et reelt alternativ, til at sidde hjemme i den varme stue og handle på nettet, så er partnerskaber og en dedikeret Citymanager vejen frem. I har allerede en Citymanager og nu får I et styrket og bredt partnerskab, der arbejder sammen om at styrke handelslivet. Det er jeg sikker på vil give gode resultater.”

Første trin i samarbejdet er en markedsføringskampagne, hvor en fælles visuel identitet skal brande byen som en helhed og give overblik over byens mange muligheder. Kampagnen vil foregå online og som tv-reklamer. Samtidig vil partnerne skabe flere fælles events i både bymidten og Guldborgsund Centeret.

”Når du handler i fysiske butikker kan du mærke på varerne, prøve dem og få personlig vejledning og det giver en hel anden oplevelse, end at sidde derhjemme ved computeren. Derudover laver vi også mange arrangementer, der skal være med til at gøre shoppeturen endnu hyggeligere,” fortæller formand for Vores Nykøbing Jan Koch, der ser frem til at styrke handelslivet i Nykøbing endnu mere: ”Nu skal vi bare have de sidste butikker med, så vi alle støtter op om de gode initiativer,” lyder opfordringen fra formanden.

Læs også: Europas bedste luksushotel 2018!

Nyt logo og fælles markedsføring tager kampen op mod internethandlen

I samarbejde med Provi, har Vores Nykøbing logoet fået et løft og man vil fremadrettet markedsfører sig samlet. Der er udfærdiget flere logoer til forskellige markedsføringer. Samt produceret film spots, som skal bruges i Tv-reklamer.

”Vi kan gøre meget mere når vi løfter opgaverne i flok og arbejder mod de samme mål. Jeg glæder mig meget til for alvor at komme i gang med samarbejdet og få sat spot på alt det byen byder på. Vores by har gode handelsmuligheder på hver side af Guldborgsund og med det nye partnerskab kan vi opnå gode synergier, som både vil komme butiksejerne og de handlende til gavn” siger Flemming Fenger, som ejer en del af Guldborgsund Centeret.

Den administrerende direktør i POWER elektronikbutikken i Guldborgsundcentret Jesper Boysen melder klart ud: ”Vores konkurrent i dag er internethandlen. Den er ikke lokal, regional eller national – Den er global. Detailhandlen er oppe imod gigantiske kræfter. Så vi må kikke indad og være selvkritiske. Det nytter ikke noget, at vores kunder kommer ind i vores butikker hvor gulvet er beskidt, der mangler pærer i nogle af spotlamperne og udstillingsvinduet er rodet. Servicen er dårlig osv. Vi må og vi skal give kunderne en positiv oplevelse når de træder ind af døren. Er det varmt udenfor, så byd dem på noget koldt at drikke. Er det koldt udenfor, så byd på en varm kop kaffe. Gerne så varm, så I kan nå at vise dem hele jeres sortiment, inden de har drukket den”, siger Jesper med et stort smil på læben. Men budskabet er klart – Det skal strammes op internt i den enkelte butik. Det er de små detaljer der vil afgøre om butikken vil overleve i fremtiden.

Det udsagn går perfekt i spand med det nye motto og logo som Provi har produceret til Vores Nykøbing. Med den tilføjede tekst: Kom, mærk, smag, duft og lyt. Bruger man alle sanser som internethandlen IKKE kan præstere. Det nye partnerskab skal samle Nykøbing til én stor attraktiv handelsby og skal sætte fokus på de mange kvaliteter byen har og med en fælles markedsføring og arrangementer, der kan styrke handelslivet. Derudover byder byen på forskellige kulturelle oplevelser, som kan gøre et besøg i byen endnu mere attraktiv. Fra på mandag vil der køre Tv-reklamer på TV2 Øst og TV2-Play.

For yderligere information kontakt:
Borgmester John Brædder på tlf.: 2518 0390
By strategisk rådgiver Torsten Bo Jørgensen på tlf.: 4160 4028
Ejer Flemming Holberg Fenger på tlf.: 3877 7080
Formand for Vores Nykøbing Jan Koch på tlf.: 2085 6002
Forretningschef i Business LF Thomas Rasmussen på tlf.: 4011 4185

Læs også: Femern A/S igangsætter større anlægsarbejder på Femern-tunnelen

Del denne historie: vælg platform

ERHVERV OG KULTUR
Ved Tim R. Larsen
Ryttervænget 44
4800 Nykøbing Falster
Telefon 21 17 42 77

tim@erhvervogkultur.net
CVR 2727 3890