KRISTIANSAND LUFTHAVN

TILBUDSNR.: 26/08404

LEIEKONTRAKT FORRETNINGSVIRKSOMHET INNENFOR SERVERING OG KIOSK

TILBUDSORIENTERING

INNHOLDSFORTEGNELSE

1. AVINOR | DIN PARTNER FOR VEKST OG MULIGHETER I NORSK LUFTFART 3

2. LUFTHAVNER 4

2.1. Kristiansand lufthavn 4

3. VÅR KOMMERSIELLE VISJON 6

3.1. Bredere tilbud som aktiverer flere 6
3.2. Tettere relasjon med kundene våre 6
3.3. Mer attraktiv markedsarena 6
3.4. Økt rekkevidde via tredjeparter 6

4. VÅR AMBISJON | SERVERING 7

4.1. «Jeg vet hva jeg får» 7
4.2. «Jeg opplever verdi for pengene» 7
4.3. «Jeg tas godt imot og får den hjelpen/servicen jeg trenger» 7
4.4. «Jeg er trygg på at jeg har tid til å handle» 7
4.5. «Jeg har ulike behov, preferanser og forventninger» 7

5. VÅR AMBISJON | KIOSK 9

5.1. «Jeg vet hva jeg får» 9
5.2. «Jeg opplever verdi for pengene» 9
5.3. «Jeg tas godt imot og får den hjelpen/servicen jeg trenger» 9
5.4. «Jeg er trygg på at jeg har tid til å handle» 9
5.5. «Jeg har ulike behov, preferanser og forventninger» 9

6. DIN GUIDE | KONSEPTER 11

6.1. Generelt11
6.2. Servering og kiosk | Kristiansand lufthavn 12

7. TEGNINGSUNDERLAG 14

7.1. Tegninger | Terminaloversikter 14
7.2. Tegninger | Kommersielle arealer 14

8. TILLEGGSAREAL | KOSTNADER OG KONTRAKTSREGULERING 15

8.1. Lager 15
8.2. Øltankrom 15
8.3. Kontor 15
8.4. Regulering og kostnad 15

9. VEDLEGG 16

9.1. Stedstilhørighet og kommersielt design 16

1. Avinor | Din partner for vekst og muligheter i norsk luftfart

Avinor AS (heretter «Avinor») driver Norges nettverk av 43 statlig eide lufthavner og leverer flysikringstjenester for både sivil og militær luftfart. Våre flyplasser er mer enn bare transportknutepunkter – de er møteplasser som binder Norge sammen og kobler landet til verden.

Hvert år legger Avinor til rette for over **50 millioner sikre og effektive flyreiser**, hvorav halvparten går til og fra Oslo lufthavn – Norges største og travleste flyplass. Dette gir våre samarbeidspartnere en unik mulighet til å nå et bredt spekter av reisende, fra forretningsfolk og turister til lokalbefolkning og internasjonale kunder.

Avinor er også en **pådriver for bærekraftig utvikling i luftfarten**. Vi leder an i arbeidet med å redusere klimagassutslipp gjennom innovasjoner som el-fly og biodrivstoff, og vi jobber kontinuerlig for å skape mer miljøvennlige og fremtidsrettede flyplasser. For våre kommersielle partnere betyr dette en mulighet til å være en del av en grønnere fremtid – og å møte kundenes økende forventninger til bærekraftige løsninger.

Med rundt **3 000 dedikerte medarbeidere** har vi ekspertisen til å planlegge, bygge og drifte et av verdens mest effektive lufthavnnettverk. Vår virksomhet finansieres gjennom luftfartsavgifter og et sterkt fokus på kommersielle inntekter fra butikker, spisesteder og tjenester på flyplassene.

Som partner hos Avinor får du tilgang til **noen av Norges mest attraktive handels- og serveringsarenaer**, med et stort og variert kundegrunnlag. Vi er opptatt av å skape en dynamisk og inspirerende opplevelse for våre reisende – og vi ser etter aktører som deler vår visjon om kvalitet, innovasjon og bærekraft.

Velkommen til Avinor – sammen skaper vi fremtidens flyplassopplevelser!

For mer informasjon se www.avinor.no

2. Lufthavner

Denne tilbudskonkurransen omfatter en eller flere av Avinors lufthavner. De lufthavner som er inkludert i denne tilbudskonkurransen er beskrevet i det etterfølgende, med en kort beskrivelse av lufthavnene og i noen tilfeller med oversiktstegninger/-bilder. Dersom det er spesielle forhold som er av betydning relatert til denne tilbudskonkurransen, vil det fremkomme i etterfølgende kapitler for den enkelte lufthavn.

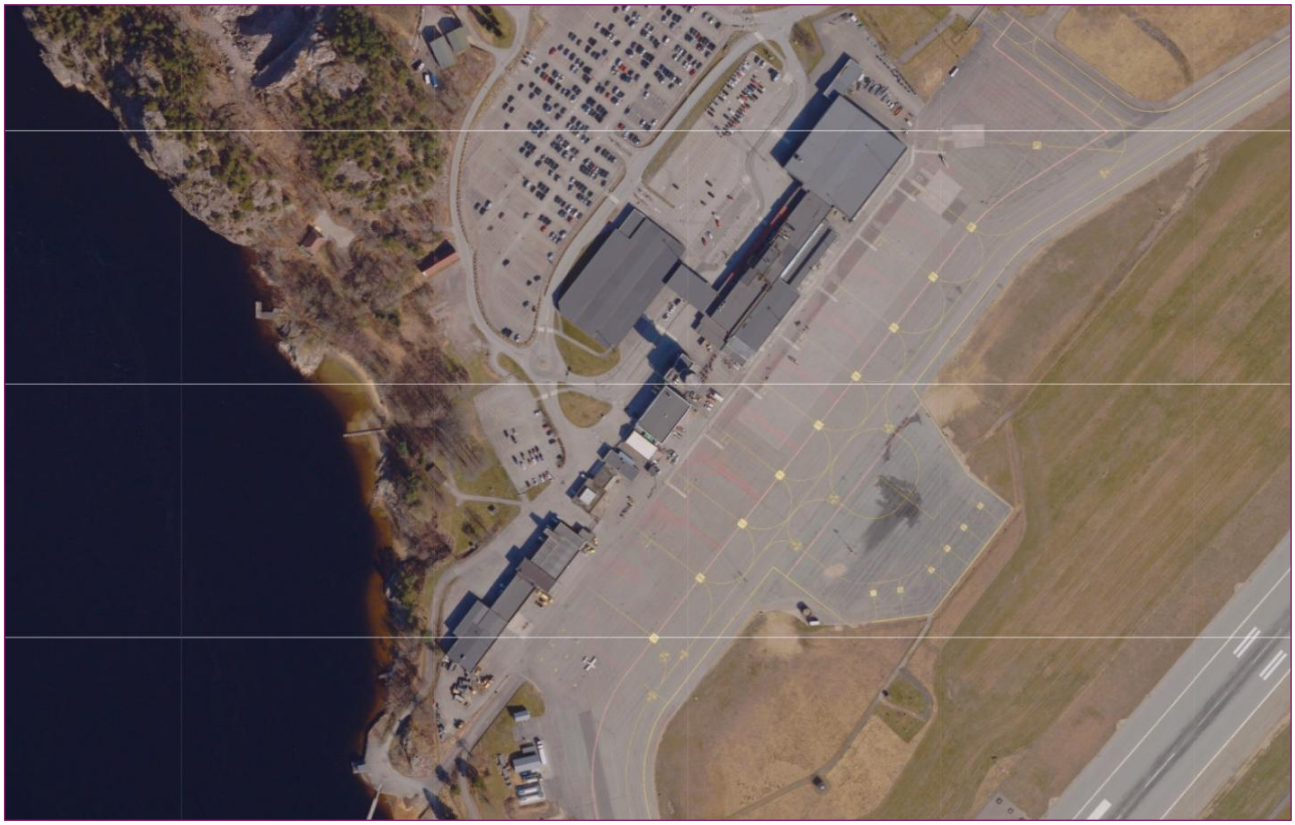
Denne tilbudsforespørselen omfatter Kristiansand lufthavn.

2.1. Kristiansand lufthavn

2.1.1. Generelt

Kristiansand lufthavn (IATA: KRS, ICAO: ENCN) ligger på Kjevik, omtrent 16 kilometer fra Kristiansand sentrum. Som en av Norges stamlufthavner spiller den en sentral rolle i regionens transportnettverk. I 2024 håndterte lufthavnen omtrent 800 000 passasjerer.

Lufthavnen er svært viktig for området og næringslivet på Sørlandet. En betydelig del av passasjergrunnlaget kommer fra den internasjonale industrien i området. Kristiansand lufthavn tilbyr flere daglige avganger til internasjonale knutepunkter året rundt. I tillegg opererer lufthavnen sesongbaserte charterruter, med to ukentlige avganger til Gran Canaria i vintersesongen, samt charterflyvninger til Mallorca, Kreta og Rhodos i skulder- og sommersesongen.



Bilde 1 Kristiansand lufthavn | Terminal (flyfoto)

2.1.2. Særskilte forhold

Ved Kristiansand lufthavn pågår det for tiden ulike aktiviteter som kan medføre at fremtidig ønsket virksomhet ikke er identisk med dagens tilsvarende virksomhet. Dette kan gjelde forhold som er av betydning i forbindelse med utarbeidelse av tilbud, implementering av tilbudt løsning og/eller den fremtidige driftssituasjonen i kontraktsperioden. I det etterfølgende blir det gitt en kort beskrivelse av aktiviteter og/eller prosjekter som pågår ved lufthavnen, og som tilbyder bes hensynta ved sin utarbeidelse av det endelige tilbudet.

Oppgradering og utvidelse

Kristiansand gjennomfører en oppgradering av terminalbygget pga. nødvendige vedlikeholdstiltak av taket og fasaden på landside. Ifm. utvides terminalen mot forplassen. Dermed vil fasaden bli på en linje og det blir større arealer både for kommersielle arealer på flysiden og fellesarealer på landside.

Nye EU-krav om sikkerhetskontroll i varemottak

Regelverket for sikkerhetskontroll av varer som leveres i varemottak er under endring. Arbeidet vil starte opp i 2026, og endringer er derav per nå ikke konkretisert og effekten av disse endringene for leietakere er vanskelig å konkretisere. Det samme gjelder implementeringsløpet for de endelige endringene.

Det bør legges til grunn at alle forsyninger fra «ikke-kjente leverandører» kan bli gjenstand for en vesentlig mer omfattende sikkerhetskontroll enn forsyninger fra «kjent leverandør» med virkning fra 1.1.2028.

3. Vår kommersielle visjon

«Nordens mest attraktive og inspirerende markedsarena»

I takt med at forbrukertrender og handlemønstre endrer seg, beveger markedet seg i retning av mer opplevelsesbasert handel, et bredere og mer variert tilbud, samt økt fokus på konkurransedyktige priser og innovative digitale løsninger. Avinor skal møte denne utviklingen ved å bygge **offensive** og **verdiøkende partnerskap**. Sammen skal vi **forenkle reisen** og **skape inspirerende kundeopplevelser for flere** gjennom fire strategiske hovedsatsninger**.**

3.1. Bredere tilbud som aktiverer flere

Avinor vil tilrettelegge for et bredere kommersielt tilbud som **appellerer til et større og mer variert kundegrunnlag**. Gjennom frigjøring og optimalisering av arealer på de største lufthavnene vil vi skape rom for flere konsepter som øker relevansen for våre kunder. På mindre lufthavner vil vi fokusere på utviklingen av effektive konsepter som dekker bredden av behovene for kundene våre.

De kommersielle tilbudene er en viktig bidragsyter til utforming av Lufthavnenes helhetlige og unike miljø, og er med på å **styrke lufthavnens attraktivitet**. For å oppnå dette skal vi fokusere på:

- sortiment og konsepter som er inspirerende og støtter lokale og internasjonale trender
- konkurransedyktig og tydelig prisposisjonering
- et imøtekommende vertskap

3.2. Tettere relasjon med kundene våre

Avinor vil styrke relasjonen til våre kunder gjennom økt digital tilstedeværelse og tilgjengeliggjøring av det kommersielle tilbudet. Vi har fokus på;

- å skape en total digital kundeopplevelse for det samlede handels- og tjenestetilbudet tilknyttet lufthavnen
- økt synliggjøring av tilbud og innhold i konseptene på en attraktiv og inspirerende måte
- øke attraktivitet av det kommersielle tilbudet og konvertering av flere kunder ved kontinuerlig utvikling av felles aktiviteter i digitale kanaler

3.3. Mer attraktiv markedsarena

Avinor utfordrer og er en aktiv pådriver for kontinuerlig forbedring. For å realisere den kommersielle strategien har vi organisert oss i flere funksjoner som sikrer tett dialog, innsiktsdeling og utvikling i kontraktsperioden. Dette gjør at vi, sammen med våre partnere, finner de beste løsningene som skaper gode kundeopplevelser og driver kommersiell vekst for begge parter.

For å nå våre ambisjoner jobber vi langs flere dimensjoner i kundeforholdet, men primært med tre områder:

- utvikling av felles salgsutløsende aktiviteter
- deling av relevant innsikt og analyser
- gjennomføring av felles service- og kundeundersøkelser

3.4. Økt rekkevidde via tredjeparter

Avinor vil skape verdiøkende samarbeid på tvers av luftfartsnettverket for å møte kundenes behov og bidra til kommersiell inntjening. For å oppnå dette vil Avinor ha økt fokus på tredjepartssamarbeid, eksempelvis flyselskaper, tilbringeroperatører, digitale mediekanaler etc.

4. Vår ambisjon | Servering

Avinor søker fremtidsrettede partnere som deler vår ambisjon om å skape mat og drikke-opplevelser som møter morgensdagens behov og forventningene til de reisende.

På våre lufthavner skal serveringskonseptene være samlingspunkter som skaper liv i terminalen, med tilbud som tilfredsstiller alle smaker og behov. Kundene våre skal få en god opplevelse – enten det er en rask matbit på farten eller nyte et fullverdig måltid.

4.1. «Jeg vet hva jeg får»

Vårt mål er å gjøre det enkelt for kunder å orientere seg og ta valg.

Vi ønsker derfor at konseptet skal ha en tydelig profil og gi en helhetlig opplevelse til kundene der sortiment, utforming, kommunikasjon og atmosfære spiller sammen. Informasjon om menyer, priser og ventetid skal presenteres på en måte som gjør det enkelt for kundene, samtidig som det forsterker konseptets identitet og posisjonering.

4.2. «Jeg opplever verdi for pengene»

Serveringstilbudet på Avinors lufthavner skal gi kundene en tydelig opplevelse av «verdi for pengene», der pris, kvalitet og service henger sammen. Sortimentet skal være bredt og kvalitetsorientert, tilpasset sesong, trender og passasjermiks.

Prisene skal være konkurransedyktige og reflektere kvaliteten på produktene sett i sammenheng med konseptets profil og produktenes mengde. På denne måten opplever kundene at de får det de betaler for – enten det er en rask matbit eller et fullverdig måltid.

4.3. «Jeg tas godt imot og får den hjelpen/servicen jeg trenger»

Vertskap er en viktig del av den totale opplevelsen. Et proaktivt, vennlig og imøtekommende personale, sikrer at kundene blir ivaretatt gjennom hele kundereisen. Dette, kombinert med rene og velholdte lokaler, sørger for at kundene får en positiv opplevelse.

4.4. «Jeg er trygg på at jeg har tid til å handle»

Vi ønsker at konseptene tilrettelegger for effektiv betjening og servering. Et proaktivt og tilstedeværende vertskap, kombinert med synliggjøring av smidige løsninger, skal gjøre det attraktivt for kundene å benytte seg av tilbudet på våre lufthavner, uavhengig av hvor mye tid de har til rådighet. Digitale bestillings- og betalingsmuligheter bidrar til å ytterligere forsterke opplevelsen ved å møte forventningene om effektivitet og enkelhet.

4.5. «Jeg har ulike behov, preferanser og forventninger»

Kundene på Avinors lufthavner består av flere ulike segmenter, hver med sine unike behov, preferanser og forventninger til mat- og drikketilbud. Variasjon blant kundegruppene gir flere store muligheter for vekst, og samtidig stiller det også krav til økt fleksibilitet og innovasjon. For å møte forventinger til kundene må Avinor og Leietakere ha en god forståelse for kundebehov og evne til kontinuerlig produkt- og konseptutvikling.

Nærmere informasjon fra gjennomført Reisevaneundersøkelse (RVU) inngår i «Datarommet» - se Tilbudsforespørsel, punkt 2.2.

Norske reisende utgjør en stor og kjøpesterk kundegruppe med høye forventninger til kvalitet og verdi for pengene. De verdsetter matopplevelser som kombinerer god råvarekvalitet og et variert utvalg. Samtidig er effektivitet viktig – et tydelig tilbud og rask betjening er avgjørende for mange.

Utenlandske reisende representerer et betydelig vekstpotensial. Mange etterspør autentiske smaksopplevelser som reflekterer lokal identitet og mattradisjoner. Andre prioriterer tilgjengelighet og effektive løsninger, noe som stiller krav til effektive bestillings- og serveringsprosesser.

De **unge reisende** utgjør også et annet viktig segment med stort vekstpotensial. Yngre generasjoner, som Gen Z og Millennials, har kjøpsvaner som skiller seg fra tidligere generasjoner.

De forventer digitale og sømløse løsninger, som automatiserte kiosker, mobilbetaling og personaliserte tilbud via digitale flater. Denne gruppen bruker sosiale medier som inspirasjonskilde for matopplevelser. De unge reisende har også en sterk preferanse for trendy produkter, hyppige nyheter og bærekraftige alternativer, samtidig som de verdsetter autentiske merkevarer og unike opplevelser.

5. Vår ambisjon | Kiosk

Avinor søker fremtidsrettede partnere som deler vår ambisjon om å utvikle moderne kioskkonsepter som bidrar til en sømløs og positiv opplevelse for kundene.

På våre lufthavner skal Kiosk være det raskeste og rimeligste alternativet og utfylle øvrige handels- og serveringstilbud. Kiosken skal være tilgjengelig for alle reisende – uavhengig av tid på døgnet eller hvor mye tid de har til rådighet - og tilby et variert utvalg som dekker grunnleggende behov for mat, drikke og reiseprodukter.

5.1. «Jeg vet hva jeg får»

Vårt mål er å gjøre det enkelt for kunder å orientere seg og ta valg. Hvert konsept skal ha en tydelig profil som gjenspeiles i visuell identitet, kommunikasjon og fysisk utforming.

Avinor ønsker at sortimentet skal gjenspeile hva kunder normalt forventer i det norske kioskmarkedet, samtidig som det tilpasses for å møte de unike behovene til reisende på lufthavnene.

5.2. «Jeg opplever verdi for pengene»

Kioskene på Avinors lufthavner skal ha en tydelig prisstrategi som balanserer verdi og kvalitet, for å sikre at kundene opplever at de får verdi for pengene.

Sortimentet skal tilpasses løpende til sesong, trender og passasjermiks. Prisene skal være konkurransedyktige og reflektere kvaliteten på produktene sett i sammenheng med konseptets profil og produktenes mengde.

5.3. «Jeg tas godt imot og får den hjelpen/servicen jeg trenger»

Vertskap er en viktig del av den totale opplevelsen. Sømløs betjening og kort ventetid, kombinert med rene og velholdte lokaler, skal sikre en positiv opplevelse.

5.4. «Jeg er trygg på at jeg har tid til å handle»

Kiosktilbudet skal være det raskeste alternativet for mat og drikke på lufthavnene, med fokus på effektiv betjening og kort ventetid. Produktene skal være lett tilgjengelige, enkle å ta med og tilpasset for å nytes i farten. Digitale bestillings- og betalingsløsninger spiller en sentral rolle i å møte kundenes forventninger om enkelhet og effektivitet.

5.5. «Jeg har ulike behov, preferanser og forventninger»

Kundene på Avinors lufthavner består av flere ulike segmenter, hver med sine unike behov, preferanser og forventninger til kiosktilbudet. Variasjon blant kundegruppene gir flere store muligheter for vekst, og samtidig stiller det også krav til økt fleksibilitet og innovasjon. For å møte forventinger til kundene må Avinor og Leietakere ha en god forståelse for kundebehov og evne til kontinuerlig produkt- og konseptutvikling.

Nærmere informasjon fra gjennomført Reisevaneundersøkelse (RVU) inngår i «Datarommet» - se Tilbudsforespørsel, punkt 2.2.

Norske reisende utgjør en stor og kjøpesterk kundegruppe med høye forventninger til kvalitet og verdi for pengene. De etterspør et variert utvalg av produkter som kombinerer kvalitet med praktiske løsninger. Effektivitet er avgjørende – et tydelig og lett tilgjengelig tilbud, kombinert med rask betjening, er viktig for denne gruppen.

Utenlandske reisende representerer et betydelig vekstpotensial. Det er størst andel fritidsreisende og disse etterspør reiseminner og produkter med tydelig norsk/nordisk profil. I tillegg prioriterer flere tilgjengelighet og effektive løsninger, samt at de får dekket flere behov på ett sted.

De **unge reisende** utgjør også et annet viktig segment med stort vekstpotensial. Yngre generasjoner, som Gen Z og Millennials, har kjøpsvaner som skiller seg fra tidligere generasjoner. De forventer digitale og sømløse løsninger, som automatiserte kiosker, mobilbetaling og

personaliserte tilbud via digitale flater. Denne gruppen bruker sosiale medier som inspirasjonskilde og har en sterk preferanse for trendy produkter, hyppige nyheter og bærekraftige alternativer.

6. Din guide | Konsepter

6.1. Generelt

Dette punkt 6 inneholder konseptbeskrivelser for alle konsepter som inngår i tilbudskonkurransen. Oversikt over hvilke konsepter som er separate kontrakter og hvilke konsepter som inngår sammen i hvilke kontrakter fremgår av Tilbudsforespørselens punkt 1.3.1.

Tilbudskonkurransen inkluderer ulike konseptkategorier. For Bergen og Trondheim inkluderer tilbudskonkurransen «Serveringskonsepter», derunder et serveringskonsept med tilknyttet automatsone (se nedenfor). For Regionale og Lokale lufthavner (DRL) inkluderer tilbudskonkurransen både «Serveringskonsepter», «Hybridkonsepter» og kioskkonseptene «Kiosk», «Kiosk – Utvidet» og «Automat».

For å forstå rammer og forventninger til hvert enkelt konsept, må de generelle beskrivelsene for hver konseptkategori sees i sammenheng med mer detaljerte beskrivelser for hvert enkelt konsept.

- **Serveringskonsepter:** Konsepter for servering av mat og drikke med sitteplasser. Serveringskonsepter inkluderer både restauranter, kafeer og bakerier. Serveringskonseptene skal ha utforming og design som inviterer kundene til å sitte ned, samtidig som de er egnet for rask betjening for kunder med dårlig tid. Alle konsepter bør ha mulighet for Grab'n Go / Take-away .

  Noen serveringskonsepter skal ha sterkt fokus på Grab'n Go / Take-away. Disse konseptene skal ha utforming og innhold som er særlig egnet for dette, derunder være godt tilrettelagt for rask betjening og service.

  For alle konsepter skal det til enhver tid finnes relevante allergivennlige alternativer, og også produkter som kan dekke ulike matpreferanser (eksempelvis vegetar).

- **Hybridkonsepter**: Konsepter som kombinerer elementer både fra kiosk og servering, og skal både ha et serveringstilbud og samtidig tilby typiske kioskprodukter. Hvert konsept i denne kategorien skal ha innhold tilpasset behov og etterspørsel på den enkelte lufthavn, slik det fremgår av konseptbeskrivelser nedenfor.

  Hybridkonseptene skal ha utforming og innhold som er særlig egnet for Grab'n Go / Take-away, derunder være godt tilrettelagt for rask betjening og service.

- **Kiosk:** Konsepter med et bredt utvalg av typiske kioskvarer. Konseptene skal ha høy grad av hurtighet og kvalitet i betjeningen.

- **Kiosk - Utvidet:** Konsepter med et bredt utvalg av typiske kioskvarer, og med et utvidet utvalg av varmmat tilberedt på stedet. Mattilbudet skal være tilpasset både sitte-ned og Grab'n Go. Konseptene kan tilby alkoholholdige drikker (vin, øl og sider).

- **Automat:** typiske kioskvarer

Felles for alle tre typene kiosk-konsepter er at de skal inneholde typiske kioskvarer. Dette innebærer at med mindre noe annet fremgår uttrykkelig av konseptbeskrivelse for enkeltkonsept nedenfor, skal sortiment i Automat blant annet inkludere kalde drikkevarer, snacks, sjokolade og kald mat, og kan også blant annet inkludere varme drikkevarer, reiseartikler, hygieneprodukter og reseptfrie apotekvarer. Med mindre noe annet fremgår uttrykkelig av konseptbeskrivelser nedenfor, skal sortiment i Kiosk, Kiosk-Utvidet og Hybridkonsepter blant annet inkludere varm og kald mat og drikke, bakervarer, snacks, sjokolade, tobakk, lesestoff, reiseartikler (inkludert svært begrenset utvalg elektronikktilbehør som ladekabler), hygieneprodukter og reseptfrie apotekvarer. Sortimentet kan også inkludere et utvalg dagligvareprodukter. Bredde innenfor relevante varegrupper og den

enkelte produktkategori, samt proporsjoner, vil avhenge av hvilke muligheter som ligger innenfor arealets størrelse, samt den enkelte lufthavns kundegruppe. Enkelte konsepter kan i tillegg tilby produktkategorier som anses å ligge utenfor typiske kioskvarer, som suvenir, delikatesser, blomster, gaver, SIM-kort eller småelektronikk/elektronikkprodukter tilpasset definerte behov ved hver enkelt lufthavn. Åpning for å tilby slike produkter fremgår i tilfelle av konseptbeskrivelse for det enkelte konsept, og konseptet skal ikke inneholde slikt sortiment med mindre det fremgår uttrykkelig av konseptbeskrivelsen eller Avinor senere i kontraktsperioden uttrykkelig godkjenner at slike varer inkluderes.

Alle kiosker skal visuelt og utformingsmessig fremstå som «kiosk». Innhold som er beskrevet ovenfor for hvert kiosk-format skal utgjøre fundamentet i hvert konsept, og bør være tydelig eksponert og for kundene fremstå som hovedinnhold.

Alle Serveringskonsepter, Hybridkonsepter og Kiosk – Utvidet skal ha sitteplasser som er tilpasset og egnet for det aktuelle konseptet. Etablering og drift av sitteplassene er Leietakers ansvar og kostnad.

6.2. Servering og kiosk | Kristiansand lufthavn

Tilbudskonkurransen omfatter konsepter innenfor konseptkategoriene Serveringskonsepter, Hybridkonsepter, Kiosk, Kiosk – Utvidet og Automat (se punkt 6.1 ovenfor). Nærmere beskrivelse for hvert enkeltkonsept følger her nedenfor.

I etterfølgende tabeller er konseptenes hovedareal angitt under «Areal ID». I tillegg til hovedarealet kan det tilkomme et eller flere tilhørende arealer. For en komplett oversikt over det enkelte konsepts arealer vises det til vedlegg A og Underbilag A1 Leiebjekt.

Leiekontrakt	Areal ID	Type konsept	Konseptbeskrivelse (se også beskrivelser under punkt 6.1)
KRS 1.1	CN001-300-101.1	Hybridkonsept, Uformell kafe med kiosk	Se generell beskrivelse i punkt 6.1. Konseptet skal ha hovedvekt på mat- og drikkeservering, og skal i tillegg tilby et begrenset utvalg av typiske kioskvarer. Mattilbudet skal inkludere både varm og kald mat. Matutvalget må produseres i produksjonskjøkkenet til konseptet på innland. Konseptet skal ha et utvalg varm og kald drikke. Sortimentet skal inkludere baristakaffe og et utvalg av alkoholholdige drikker. Hele det tilbudte sortimentet skal leveres fra kl. 10:00 og ut avtalt åpningstid. I avtalt åpningstid før kl. 10:00 skal det leveres et sortiment med produkter særskilt tilpasset kundenes behov til frokost, dette i tillegg til et relevant utvalg produkter fra alminnelig tilbudt sortiment. Særlige frokostprodukter behøver ikke tilbys etter kl. 10:00. Alkohol skal tilbys innenfor tider godkjent i skjenkebevilling.
KRS 1.2	CN001-300-102.1	Servering, Kafe - uformell med bar	Se generell beskrivelse i punkt 6.1. Konseptet skal tilby et bredt utvalg av mat. Menyen skal inkludere matretter som har lokal tilknytning, derunder blant annet rekesmørbrød og fiskesuppe. Det er positivt om det også tilbys andre lokale retter, eksempelvis retter med sjømat. Konseptet skal inkludere et utvalg bakervarer, både påsmurte og søte bakervarer. Det anses positivt om utvalget av bakervarer har regional produsent. Konseptet skal ha et utvalg varm og kald drikke. Sortimentet skal inkludere baristakaffe og alkoholholdige drikkevarer. Hele det tilbudte sortimentet skal leveres fra kl. 10:00 og ut avtalt åpningstid. I avtalt åpningstid før kl. 10:00 skal det leveres et sortiment med produkter særskilt tilpasset kundenes behov til frokost, dette i tillegg til et relevant utvalg produkter fra alminnelig tilbudt sortiment. Særlige frokostprodukter behøver ikke tilbys etter kl. 10:00. Alkohol skal tilbys innenfor tider godkjent i skjenkebevilling.
KRS 1.3	CN001-350-101.1	Kiosk	Se generell beskrivelse i punkt 6.1.

			Det er ønskelig at konseptet i tillegg kan tilby et utvalg av gaver og leker med lokalt preg, som eksempelvis Dyreparken og Kaptein Sabeltann. Konseptet skal inkludere et utvalg bakervarer, både påsmurte og søte bakervarer. Det anses positivt om utvalget av bakervarer har regional produsent. Hele det tilbudte sortimentet skal leveres gjennom hele åpningstiden.
KRS 1.4	CN001-350-102.1	Automat, Automater med sitteplasser	Se generell beskrivelse i punkt 6.1. Automatløsning som skal inkludere typiske kioskvarer, derunder kald mat, og varm og kald drikke. Automaten kan tilby suvenirer (eksempelvis relatert til Dyreparken). Tilbyder skal etablere sitteplasser for dette konseptet innenfor arealet. Hele det tilbudte sortimentet skal leveres gjennom hele åpningstiden.

Tabell 2 Serverings- og kioskkonsepter I Kristiansand lufthavn

7. Tegningsunderlag

Nedenfor følger under punkt 7.1-7.2 tabeller med angivelse av tegningsvedlegg for arealene som **inngår** i tilbudskonkurransen.

7.1. Tegninger | Terminaloversikter

Tabellen nedenfor gir en oversikt over den enkelte terminal per nivå. Tegningene viser plassering av det enkelte kommersielle areal som inngår i Tilbudskonkurransen.

Lufthavn	Tegningsnavn	Filnavn (*.PDF)
Kristiansand lufthavn	Kristiansand | functional plan level 1	25_07425_KRS_functional plan_level 1

Tabell 3 Oversikt over tegninger som viser funksjonsplaner for den enkelte lufthavn

7.2. Tegninger | Kommersielle arealer

Tabellen nedenfor gir en oversikt over tegninger for det enkelte kommersielle areal som inngår i Tilbudskonkurransen. Ytterligere informasjon om arealene fremkommer i vedlegg A.

Leiekontrakt	Areal ID	Konseptnavn	Filnavn (*.DWG/*.IFC)
KRS 1.1	CN001-300-101.1	Hybridkonsept, Uformell kafe med kiosk	CN001-300-101.1
KRS 1.2	CN001-300-102.1	Servering, Kafe - uformell med bar	CN001-300-102.1
KRS 1.3	CN001-350-101.1	Kiosk	CN001-350-101.1
KRS 1.4	CN001-350-102.1	Automater	CN001-350-102.1

Tabell 4 Oversikt over tegningsunderlag for det enkelte kommersielle areal

8. Tilleggsareal | Kostnader og kontraktsregulering

8.1. Lager

Dersom Leietaker har behov for lagerarealer, er dette tilleggsarealer som kan tildeles etter forespørsel fra Leietaker, forutsatt at det er ledig kapasitet på Lufthavnen.

Leietaker kan gjerne i Tilbudet beskrive sitt behov for lagerarealer. Partene vil uansett også avklare behov i forbindelse med inngåelse av kontrakt(er), og eventuell tildeling av tilleggsareal vil avhenge av kapasitet.

8.2. Øltankrom

Dersom Leietaker har behov for øltankrom, er dette tilleggsareal som kan tildeles etter forespørsel fra Leietaker, forutsatt at det er ledig kapasitet på Lufthavnen. Forutsatt kapasitet kan Leietaker bli tildelt eget øltankrom eller plass i felles øltankrom (felles bruk av rom med en eller flere andre leietakere).

Leietaker kan gjerne i Tilbudet beskrive sitt behov for øltankrom. Partene vil uansett også avklare behov i forbindelse med inngåelse av kontrakt(er), og eventuell tildeling av tilleggsareal vil avhenge av kapasitet.

8.3. Kontor

Dersom Leietaker har behov for kontorareal i forbindelse med virksomheten i leieperioden, er dette tilleggsareal som kan tildeles etter forespørsel fra Leietaker, forutsatt at det er ledig kapasitet på Lufthavnen.

Leietaker kan gjerne i Tilbudet beskrive sitt behov for kontorareal. Partene vil uansett også avklare behov i forbindelse med inngåelse av kontrakt(er), og eventuell tildeling av tilleggsareal vil avhenge av kapasitet.

8.4. Regulering og kostnad

Dersom Leietaker etter inngått kontrakt har ønske om å leie tilleggsareal ut over det areal som omfattes av tilbudskonkurransen, og Utleier fordeler eventuelt ledig areal til slik bruk, skal Leietaker inngå egen separat leiekontrakt for slike tilleggsarealer på Avinor sine standard leievilkår. Det vises særlig til Vedlegg A punkt 4.4 om endringsarbeider mv. knyttet til tilleggsarealer.

Dersom det i noe tilfelle er aktuelt med felles bruk av tilleggsareal med andre leietakere på Lufthavnen, vil slik felles bruk reguleres ved at det til Avinors standard leiekontrakt vedlegges et eget tillegg om sambruk.

Leietaker vil betale fast leie med tillegg av driftskostnader for tilleggsarealer iht. separat standard leiekontrakt, se eksempel oppgitt i tabellen under.

Fast leie og driftskostnader per år for tilleggsareal per delkontrakt er for år 2026 beregnet som følger:

Delkontrakt	Tilleggsareal	Fast leie kr/m2	Driftskostnader kr/m2
Kristiansand lufthavn			
	Lager, Øltankrom	1.869,00	748,00
	Kontor	2.804,00	748,00

Tabell 5 Kostnader ved leie av tilleggsareal

9. Vedlegg

9.1. Stedstilhørighet og kommersielt design

Kjernefunksjonen til våre lufthavner er å gi tilgang til alt Norge har å tilby. Avinors ambisjon er å sømløst koble regional identitet med det kommersielle tilbudet, og skape en helhetlig opplevelse i et diskret miljø hvor passasjerene kan slappe av.

En ytterligere beskrivelse og visualisering av hvordan Avinor ser dette for seg i sammenheng med serverings- og kiosk virksomheten fremkommer av dokumenter i tabellen under.

Lufthavn	Filnavn (*.PDF)
Regionale lufthavner (DRL-lufthavner)	"Northern Norway_Sense of Place_final.pdf"
Avinor	"Avinor designmanual.pdf"

Tabell 6 Oversikt over dokumenter som beskriver ønsket stedstilhørighet for den enkelte lufthavn