

LaserTryk

- tryksagernes Bilka når 100 mio.



Esben Mols Kabell og Anders Grønberg.

LaserTryk.dk startede som hustrykkeri hos et rejsebureau og er i dag Skandinaviens største digitaltrykkeri. Virksomheden er for femte år i træk kåret til Gazelle af Dagbladet Børsen. LaserTryk.dk, der netop har aflagt 2010-regnskab, har nu rundet 100 mio. i omsætning.

Egentlig havde Esben Mols Kabell og Anders Grønberg ingen ambitioner om at skulle drive trykkeri – endside udfordre hele branchen – da de sidst i 90'erne startede virksomhed. De to aarhusianere, der dengang var i starten af tyverne, ville derimod arrangere rejser og var med til at grundlægge Ung Ferie, som sælger ture sydpå til feststemte unge. Vores behov for tryksager var stort; men ingen kunne levere tilstrækkelig billigt og hurtigt. Derfor begyndte vi at trykke til os selv og samarbejdspartnere, og det blev starten på LaserTryk.dk i '99, fortæller Anders Grønberg.

LaserTryk.dk har siden præsteret konstant vækst og nåede i 2010 en omsætning på 108

mio. kr. og et overskud på 6,6 mio. mod 3,7 mio. i 2009. Koncernen er dermed blandt de mest succesfulde aktører i en hårdt presset branche, hvor mange har blodrøde tal på bundlinjen. Kundebasen tæller over 40.000 firmaer samt 55.000 private, som køber fotoprodukter på mittrykkeri.dk. Vi står for én ud af 500 pakker, der omdeles af Post Danmark, siger direktøren.

Koncernstrukturen, hvor driften er fordelt på en håndfuld separate aktieselskaber, er etableret for at bevare overblikket og undgå for store enheder. En positiv sidegevinst har været den interne konkurrence, hvor der i hvert selskab konstant fokuseres på at opnå koncernens mest effektive produktion.

Ikke bedre kvalitet end andre

Ifølge Anders Grønberg er den største hemmelighed bag succesen, at man satser på stordriftsfordele og ikke imødekommer ressourcekrævende specialbehov. Heller ikke, selvom det koster store ordrer. 80% af erhvervslivet har samme trykbehov med hensyn til pris, kvalitet og leveringstid; og den del er vores målgruppe. LaserTryk.dk har derfor sagt nej tak til at betjene nogle af Danmarks største virksomheder. En af landets allerstørste detailkoncerner henvendte sig. De ønskede en løsning, som afveg fra vores basiskoncept, så vi takkede pænt nej til et samarbejde.

– Ligesom Bilka er vores forretning baseret på stordrift, effektivitet og strømlining. Vi har nogle af branchens laveste priser og et stort udvalg, som passer til de flestes behov. Til gengæld bringer vi ikke ud eller skaffer varer hjem på bestilling, siger Anders Grønberg, der også har overflødiggjort sælgere. 70 pct. bestiller via hjemmesiden, så vi har sparet salgsstyrken væk. Fire femtedele af afsætningen sker til faste kunder, som vi gerne vil gøre livet nemmere for. Derfor har vi døgnåbent, chatfunktion på hjemmesiden og besvarer e-mails superhurtigt.

Anders Grønberg påberåber sig ikke at levere en bedre kvalitet end konkurrenterne. Groft sagt benytter alle de samme maskiner, som trykker lige godt. Derfor kan vi ikke differentiere os på trykkvaliteten, men derimod

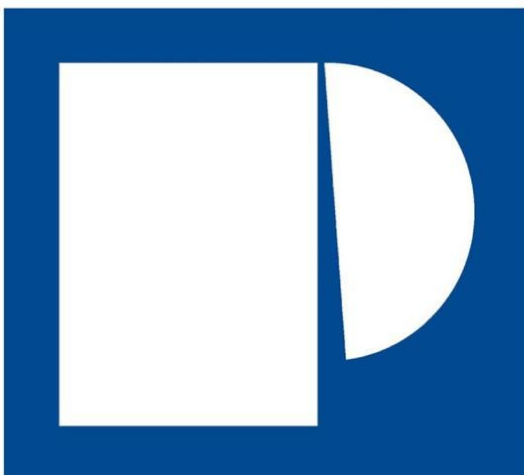


på drift, ordreekspedition og value for money. Det skal være nemt, hurtigt og billigt. Som eksempel nævner han LaserTryks puljetryk-koncept, der går ud på at samle flere kunders ordrer i én arbejdsgang. Dermed opnår man en stærk pris, højere papirkvalitet og typisk kortere leveringstid, end man er vant til.

Satser på udlandet

LaserTryk får også flere kunder i udlandet. Koncernen har i de seneste år etableret norske og svenske datterselskaber, og næste gang kommer turen til større europæiske lande.

Den europæiske trykkeribranche er håbløst gammeldags. En alt for stor del af omsætningen går til kapacitetsomkostninger, og ressourcerne bliver ofte ikke udnyttet godt nok. Vi har derfor samlet produktion og alt andet her i Aarhus – også medarbejderne i vore udenlandske datterselskaber, slutter Anders Grønberg.



SCHMEDES PAPIR

PAPIR / KARTON AGENTUR
MED TALRIGE SPECIALITETER
TIL EMBALLAGE LØSNINGER,
HANDEL OG GRAFISK PRODUKTION

www.schmedespapir.com