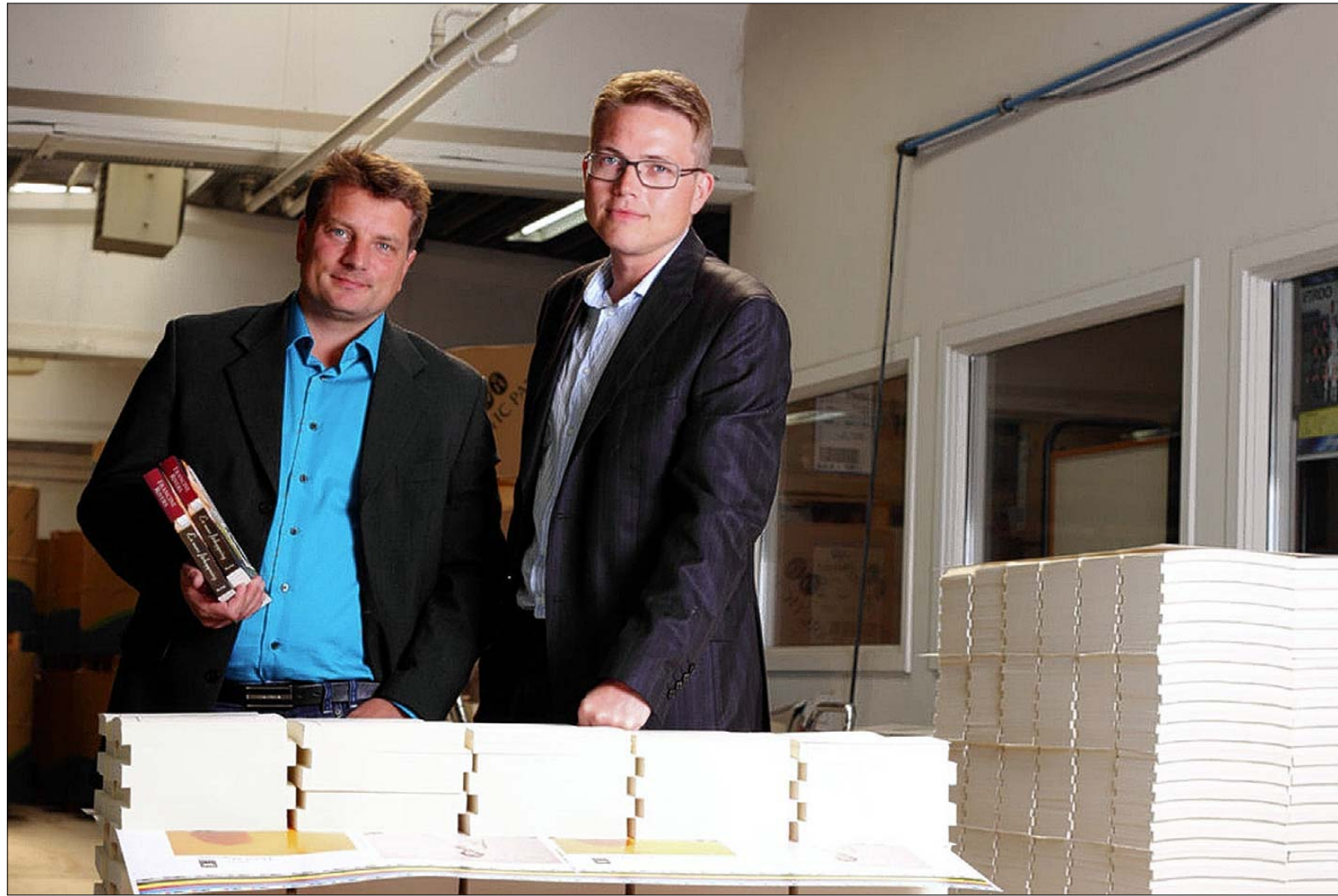


Der er tryk på i Aarhus

Virksomhedsportræt: LaserTryk.dk tør sige nej til specialopgaver – det giver effektive og strømlinede stordriftsfordele. Det betyder også, at virksomheden på trods af international ekspansion stadig har al sin produktion liggende i Aarhus.



Egentlige arrangerede Anders Grønberg (t.v.) og Esben Mols Kabel rejser sydpå, men så fik de to brug for hurtige og billige tryksager. De etablerede LaserTryk.dk, der i dag er Skandinaviens største digitale trykkeri med en omsætning på 108 mio. kr. Foto: PR

IB ASMUSSEN
jpaarhus@jp.dk

S end sælgerne hjem, for kunderne finder selv vej via hjemmesiden. Brug i stedet kræfterne på at holde døgnåbent og servicere kunderne, når tvivlsspørgsmål opstår, også midt om natten.

Det har været vejen frem for LaserTryk.dk i Aarhus, og det digitale trykkeri har succes med opskriften.

For hver gang Post Danmark uddeler 500 pakker, kommer en af dem rent statistisk fra Skandinaviens største digitaltrykkeri – LaserTryk.dk. Kundebasen hos digital-

trykkeriet er omfattende og tæller 40.000 firmaer og 55.000 private kunder.

De sidstnævnte køber fotoprodukter hos mittrykkeri.dk.

Grundlagt af nød

Egentlig blev trykkeriet startet lidt af nød, for de to unge aarhusianere Esben Mols Kabel og Anders Grønberg arrangerede sidst i 1990'erne rejser til udlandet og sendte via Ung Ferie masser af andre unge sydpå på ferie.

Rejsearrangørerne havde brug for masser af hurtige og billige tryksager, men ingen kunne levere på de betingelser. Så i 1999 tog de to selv fat med LaserTryk.dk og be-

gyndte at lave tryksager til sig selv, men også til samarbejdspartnere.

Fremgang i hård branche

Det viste sig at være en god idé. LaserTryk.dk blev fem år i træk kåret som Gazelle-virksomhed af Børsen og har i tiåret for sin eksistens rundet en omsætning på 100 mio. kr.

Koncernen havde et overskud i 2010 regnskabet på 6,6 mio. kr.

Driften er fordelt på en håndfuld separate aktieselskaber. Denne koncernstruktur giver et godt overblik og med til at undgå for store enheder.

»En positiv sidegevinst har

» Den europæiske trykkeribranche er håbløst gammeldags (...) Vi har derfor samlet produktionen og alt andet her i Aarhus.

Anders Grønberg,
LaserTryk.dk

været den interne konkurrence. Hvert selskab fokuserer konstant på at opnå den mest effektive produktion i koncernen,« siger Anders Grønberg.

Det samme behov

Hemmeligheden bag succesen er, at man satser på stordriftsfordele og ikke imødekommer ressourcetrævendende

specialbehov. Heller ikke selvom det koster store ord-

»80 pct. af erhvervslivet har de samme trykbehov med hensyn til pris, kvalitet og leveringstid, og den del er vores målgruppe,« siger han.

LaserTryk.dk har derfor sagt nej til at betjene nogle af landets største virksomheder.

»En af de største detailkoncerner henvendte sig. Den ønskede en løsning, der fraveg fra vores basiskoncept, så vi takkede pænt nej til et samarbejde. Ligesom for Bilka er vores forretning baseret på stordrift, effektivitet og strømledning. Vi har nogle af branchens laveste priser og et stort udvalg, som passer til de fleste behov. Til gengæld bringer vi ikke ud eller skaffer varer hjem på bestilling,« siger Anders Grønberg.

Han har også afskaffet sælgere, for de fleste af kunderne bestiller tryksagerne via hjemmesiden, så salgsstyrken har LaserTryk.dk kunnet spare væk.

Fire femtedeale af afsætnin-

gen sker til faste kunder, som til gengæld møder et døgnåbent LaserTryk.dk med chatfunktion på nettet og hurtige svar på e-mails.

»Vi har ikke bedre kvalitet end hos konkurrenterne. Groft sagt benytter trykkerierne de samme maskiner, som trykker lige godt. Derfor kan vi ikke differentiere os på tryk-kvaliteten, men på drift, ordre ekspedition og value for money. Det skal være nemt, billigt og hurtigt,« siger han.

Ude godt – hjemme bedst

LaserTryk.dk satser mere og mere på udlandet. Koncernen har i de seneste år etableret norske og svenske datter-

» Ligesom for Bilka er vores forretning baseret på stordrift, effektivitet og strømledning.

Anders Grønberg,
LaserTryk.dk

selskaber og går nu også ind på Europas største trykmarkeder i Tyskland og Storbritannien med i alt 20.000 forlag.

Men selv om man etablerer salgssteder i de to lande, så skal al produktion stadig foregå i Aarhus, hvor man

har købt en ekstra fabriksbygning på nabogrunden i Skejby og udvidet produktionsarealet fra 4.800 kvadratmeter til 8.000 kvadratmeter.

»Den europæiske trykkeribranche er håbløst gammeldags. En alt for stor del af omsætningen går til kapacitetsomkostninger, og ressourcerne bliver sjældent udnyttet godt nok. Vi har derfor samlet produktionen og alt andet her i Aarhus – også medarbejderne i vore udenlandske datterselskaber – fordi stordriftsfordelene så rigeligt opvejer udgifterne til lønninger,« pointerer Anders Grønberg.