

fakta ■ Sådan går det ■ Branchen for grafisk produktion og trykkeri har i flere år været under pres. Ifølge brancheforeningen Grafisk Arbejdsgiverforenings (GA) branchestatistik har omsætningen været støt faldende siden 2005. Således var den samlede omsætning for alle momsregistrerede selskaber inden for grafisk industri, udgiver- og reklamevirksomhed faldet fra godt 61 mia. kr. i 2005 til knap 54 mia. kroner i 2011 svarende til et fald på ca. 13,5 pct. Faldet i omsætningen skyldes ifølge GA flere faktorer. Først og fremmest har den økonomiske krise ramt branchen hårdt, idet markedsføring typisk er et værktøj, som branchens kunder i diverse industrier og sektorer hurtigt og relativt nemt kan skære væk, når omkostningerne skal minimeres. Derudover er der generelt i EU ledig kapacitet i form af mange trykmaskiner. Dette store udbud sammenholdt med en øget konkurrence fra udlandet presser priserne, hvilket – sammenholdt med den faldende efterspørgsel – presser omsætningen.

■ Foruden dårlige konjunkturer er branchen også ramt af strukturd udviklingen. Print-medier viger for digitale medier. Stadig flere vil ikke have tryksager ind ad døren og sætter »Nej tak til reklamer« på deres postkasse. Desuden afskaffes blanketter og skemaer og erstattes af elektroniske formularer. Dog er der også markeder, der vokser. Virksomheder gør således mere ud af varenes emballage for at fremme salget. Derfor vokser mængden af grafisk designarbejde. Men også her spiller internationaliseringen ind. Stadig mere prepress-arbejde – herunder layout – udføres i dag som distancearbejde i de baltiske lande, eller i Bangladesh.

■ Trods faldende omsætning såvel som bruttofortjeneste er det lykkedes branche-udsnittet at skabe fremgang i driftsresultatet fra 49 mio. kr. i 2009 til 210 mio. i 2011. Ligeledes har man vendt et underskud på bundlinjen i 2009 på 67 mio. kr. til et overskud i 2011 på 79 mio. kr. Det skyldes en øget effektivisering i branchen, men i høj grad også lønreduktioner i løbet af de seneste to år.

■ Branchen rammes yderligere, når regeringen næste år efter aftale med Enhedslisten indfører en afgift på 400 mio. kr. på reklametryksager. Op mod 600 arbejdspladser ventes at forsvinde.

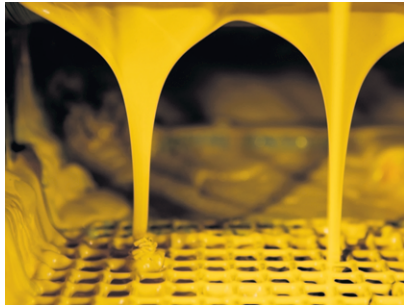
Dem har vi talt med

■ Adm. direktør Hens Therp, F. E. Bording. Adm. direktør Lars Bram, Grafisk Arbejdsgiverforening. Afdelingschef Finn Obbekjær, Grafisk Arbejdsgiverforening. Adm. direktør Lars Grønabæk, Lasertryk. Desuden har vi gennemlæst en række årsberetninger for branchens virksomheder

Business Premium

SE ALLE REGNSKABERNE. Få det samlede overblik over hele branchen og se regnskaberne for de udvalgte selskaber. Køb hele analysen. Klik ind på:

business.dk/premium



Den grafiske industri er hårdt ramt af digitaliseringen, men det er stadig muligt at tjene penge i branchen, hvis man specialiserer sig.

Foto: Søren Bidstrup, Moreno Soppelsa



Hårde tider. Den grafiske industri er under pres fra digitaliseringen. Men der er stadig virksomheder, der evner at tjene penge på grafiske løsninger.

Der er stadig liv i den grafiske branche

Af Carsten Steno // cs@berlingske.dk

De fleste tror, at den grafiske industri er døende. Det offentlige afskaffer papiret og kræver, at folk har digitale postkasser. De gammeldags blanketter er for længst forsvundet til fordel for elektroniske formularer. Mange siger nej tak til reklamer i deres postkasse, avisoplagene falder, vi sender ikke længere postkort til hinanden, når vi er på ferie, og stadig flere begynder at læse bøger digitalt. Men rygtet om branchens forestående død er overdrevet. Faktisk omsatte de grafiske virksomheder for godt 11 mia. kr. i 2011. Det er ganske vist tre mia. kr. mindre end i 2007, men der er stadig en del at gøre for de virksomheder, der arbejder med grafisk produktion i bred forstand.

Branchen er på én gang ramt af dårlige konjunkturer efter finanskrisen og de strukturelle forandringer, som den digitale udvikling skaber.

Som det fremstår af Berlingskes analyse af de 35 største virksomheder i branchen, har mange af dem været igennem nogle hårde år, og for flere af dem er det stadig svært at se lys for enden af tunnelen.

Hans Therp, bestyrelsesformand i F. E.

Bording-koncernen, har gjort turen hele vejen med i den grafiske branche fra 1980'erne til i dag.

Hans børsnoterede koncern var en gang en kapitaltung trykkerivirksomhed fokuseret omkring oiletiketter til Carlsberg og blanketter til det offentlige. I dag er F.E. Bording en kommunikationsvirksomhed, der tilbyder og rådgiver om kommunikationsløsninger til virksomheder både på print og digitalt. Omsætningen er væsentligt mindre relativt set end for ti år siden, men nu giver den børsnoterede virksomhed igen overskud.

Som han ser udviklingen i branchen har aktørerne kun haft to valg: Konsolider eller specialiser. Andre har gjort begge dele samtidigt.

Stor overkapacitet

Men udviklingen er gået forholdsvis langsomt, fordi branchen er investeringstung. Det er svært at komme af med bygninger og leasede trykmaskiner. Og hvem er det lige, der skal sidde tilbage med Sortepre, når sammenlægninger er på dagsordenen.

Ikke desto mindre har konsolideringen allerede fundet sted i flere segmenter.

Inden for dybtryk er kun store koncerner som Colorprint i Vadum i Jylland og Stibo i

Århus tilbage. De fremstiller typisk magasiner og finere reklametryksager. Men for begge virksomheder har konsolideringen været dyr og kostet røde tal på bundlinjen.

Også inden for off-set rotationsbranchen er der sket en kraftig konsolidering, hvor Dagbladene og Dansk Avistryk er de tilbageværende store spillere. En del dagbladstrykkerier er nedlagt i takt med det vigende printoplæg.

Flere specialydelser

Mange af de øvrige virksomheder har valgt at fokusere på en specialydelse som f.eks. labels og etiketter, hvilke der bruges stadig flere af i industrien. F.eks. vil der i dag på mange kemiske produkter ofte være etiketter i tre lag, der øger muligheden for at give flere informationer om varen og sælge den bedre. Dem kan en mindre virksomhed som Ganket i Dragør og mange andre levere.

Paradoksalt nok er der samtidig en udvikling i gang, hvor digitale produkter og printprodukter i stigende grad understøtter hinanden. Et godt eksempel er de såkaldte QR-koder, som i dag bruges i mange trykte reklamer. De minder om stregkoder, men QR-koderne – QR står for Quick Response – kan scannes ind via mobiltelefoner. På den måde forstærkes effekten af printbudskabet.

Opskrift. Velorganiseret produktion og nye, effektive arbejdsgange har skabt gode resultater hos Lasertryk.

Standard-løsninger er vejen til succes

Af Carsten Steno // cs@berlingske.dk

Man kan sagtens tjene penge på at fremstille tryksager i Danmark. Det kræver bare, at man organiserer produktionen effektivt og tilbyder kunderne nemt tilgængelige standardløsninger. Det viser regnskabet for virksomheden Lasertryk.dk i Århus, der er en af de grafiske virksomheder i Danmark, som klarer sig bedst. I de senere år har Lasertryk.dk ekspanderet med datterselskaber i en række europæiske lande, men hele produktionen foregår stadig i Århus under dansk ledelse og med dansk arbejdskraft.

»Tryksagsmarkedet er ikke det nemmeste sted at tjene penge. Omvendt er branchen ret fastlåst, så der er også muligheder for dem, der tør gøre tingene anderledes,« siger koncernchef Anders Grønberg, der sammen med partneren Esben Mols Kabell sidst i 1990'erne lagde grundstenen til det senere LaserTryk.dk.

Dengang arrangerede de ungdomsfester og solgte ungdomsrejser. Til formålet skulle de bruge plakater, men de fandt hurtigt ud af, at trykkerierne var for langsomme og dyre til deres temperament. Derfor gik de selv ind i branchen.

Ekspanderer i udlandet

2011-regnskabet, der er koncernens bedste nogensinde, viser en omsætningsfremgang på næsten 40 mio. kr., mens den samlede omsætning er steget fra 108 mio. kr. i 2010 til 147 mio. i 2011.

»Mest tilfredse er vi med næsten at have fordoblet koncernoverskuddet fra 10 til 19,3 mio. kr. før skat og renter, selv om vi har investeret i at etablere datterselskaber i både Storbritannien og Tyskland,« siger Anders Grønberg.

For ham handler innovation i den grafiske industri i høj grad om god og effektiv kundeservice og standardisering. Hos Lasertryk kan kunden ikke få alle behov opfyldt. Han må vælge mellem de løsninger, som Lasertryk udbyder og som sikrer virksomheden muligheden for at belægge sin kapacitet bedst muligt.

»Til gengæld følger vi produkterne helt til dørs, og vi matcher altid konkurrentens pris,« siger Anders Grønberg.

Selv om det i dag er muligt digitalt at specificere sine krav til en tryksag, har Lasertryk telefoniske kunderådgivere med en grafisk uddannelse. Ikke alle kunder ved alt om tryksager, så mange vil gerne snakke med en grafiker, så de føler sig sikre på at få en tryksag i den ønskede kvalitet.

Ifølge Anders Grønberg kan koncernens vækst og økonomiske resultater tilskrives nytenkning og en proaktiv tilgang til markedet.

»Vi er ikke trykkerifolk i klassisk forstand og er derfor ikke præget af branchens traditionelle måder at gøre tingene på. I stedet forsøger vi at lytte til markedet og være meget kundeorienterede. Samtidig bruger vi langt flere ressourcer på markedsføring, produkt- og serviceudvikling, end det er normen i branchen,« siger han. ■

BRANCHELISTEN OVERSIGT

SENESTE REGNSKABSÅR I MIO. KR.				
	VIRKSOMHEDER	ÅRETS RESULTAT	AKTIVER	HOVEDAKTIVITET
01	Color Print A/S	-59,2	589,4	Grafiske produkter
02	Aller Media A/S	50,2	565,4	Udgivelse af ugebåde
03	Dansk Avistryk A/S	-19,1	426,3	Rotationstrykkeri
04	F E Bording A/S	10,6	345,6	Grafisk tryk
05	Aller Tryk A/S	18,6	280,5	Rotationstrykkeri
06	CC&CO A/S	4,8	219,8	Grafisk produktion
07	Klimax A/S	-10,7	188,8	Etiket og emballage
08	CCL Label A/S	28,4	171,5	Etiketter
09	J H Schultz Information A/S	7,1	107,8	Informationssystem
10	Rosendahls A/S - Print Design Media	-5,5	107,1	Grafisk produktion
11	Biblioteksmedier A/S	23,1	101,1	bøger og av-materialer
12	Formula A/S	-5,9	99,8	Grafisk produktion
13	Avis-Tryk A/S	-17,9	91,3	Aviser og reklame
14	Cool Gray A/S	5,2	89,1	Grafisk tryk
15	Limo Labels A/S	7,2	79,1	Etiketter
16	Flexiket A/S	7,9	74,9	Etiketter
17	Scanprint A/S	4,0	66,0	Trykkeri
18	Arco Grafisk A/S	-1,9	64,1	Tryksager
19	KLS Grafisk Hus A/S	0,1	62,5	Grafiske produkter
20	Schweitzer A/S	0,9	62,3	Kartonemballage
21	Skanem Hobro A/S	-1,6	53,1	Etiketter
22	HL - Repro A/S	0,3	48,8	Trykelementer
23	Strandbyggaard Grafisk A/S	0,6	45,1	Tryksager
24	Kailow Graphic A/S	1,6	44,1	Grafisk virksomhed
25	K T Damgaard-Jensen A/S Århus	3,3	39,6	Print- og kopiopgaver
26	Centrum Grafisk Færdiggørelse A/S	-0,7	34,4	Underleverandør
27	PE Offset A/S	-1,2	34,0	Tryk og reklame
28	Dafolo A/S	0,0	31,6	Trykkeri mv.
29	NS System A/S	4,2	31,4	Grafisk produktion
30	Lasertryk.dk A/S	11,5	30,7	Trykkeri
31	Clausen Grafisk ApS	0,3	30,7	Offset-trykmateriale
32	Deku-Stans A/S	4,3	30,2	Emballage
33	Repro Centret, Vejle A/S	3,2	28,8	Grafisk virksomhed
34	Digital Xpress A/S	6,0	28,8	Grafiske IT-løsninger

Metode og ordbog

■ Analysen af den grafiske industri omfatter 34 selskaber og er udarbejdet af Berlingske Research for Business Innovation. De udvalgte virksomheder, som kun er et udsnit af branchen, er valgt ud fra deres aktivmasses størrelse og repræsenterer således de 34 største virksomheder i branchen, som har tre års tilgængelige regnskaber.

■ På baggrund af regnskabstallene udarbejdes nøgletal for hver enkelt virksomhed og for branchen.

■ **Afkastningsgrad:** Driftsresultatet (overskud før renter, ekstraordinære poster og skat) målt i forhold til de gennemsnitlige aktiver. Udtrykker virksomhedens evne til at tjene penge på den almindelige drift.

■ **Soliditet:** Egenkapitalen målt i forhold til de samlede aktiver. Udtrykker, hvor solid virksomheden er til f.eks. at modstå en økonomisk krise.

■ **Forrentning af egenkapital:** Overskud før skat målt i forhold til egenkapitalen (opgjort som gennemsnit over året). Udtrykker virksomhedens evne til at skabe overskud set fra ejernes synsvinkel.

NØGLETAL for branchen

Alle tal i mio. kr.	10/11	09/10	Udvikling
Bruttofortjeneste	1.352	1.288	4,9 pct
Driftsresultat	210	247	-15,2 pct
Resultat før skat	129	170	-24,0 pct
Årets resultat	79	106	-25,2 pct
Aktiver	4.304	4.720	-8,8 pct
Egenkapital	1.360	1.587	-14,3 pct
Afkastningsgrad	4,7 pct	5,2 pct	-0,5 pct point
Egenkapitalforrentning	8,7 pct	10,7 pct	-2,0 pct point
Soliditet	31,6 pct	33,6 pct	-2,0 pct point
Baseret på 34 virksomheder			BERLINGSKE RESEARCH