

VÆKST

Sjælland



CARTMATE
Trillebør med eksportpotentiale

URHØJ SMEDJE
Skrev samme oplysninger 7 gange

VEJVISER
Find dine muligheder for digitalisering

TEMA

DIGITALISERING OG IT

Interview med Anne Thomas, Innovationlab

FAGRE NYE VERDEN

Vi har i dag alle sammen taget de basale it-værktøjer til os. Alle har en computer, en mobiltelefon, adgang til internettet osv. Men nu er tiden inde til at gå de næste skridt i virksomhederne. Og det handler ikke blot om smartphoneapplikationer og touchskærme. Det handler om at udnytte større it-systemer, der kan køre på tværs af alle platformene. Forstår man som virksomhed at bruge og udnytte it og måske endda at være på forkant med udviklingen, kan man øge virksomhedens effektivitet og konkurrenceevne.

Det handler kort og godt om at kigge på fakta. Historien i dette magasin om Urhøj Smedje er et klassisk eksempel. Virksomhedens medarbejdere indtaster de samme informationer syv gange. Tør man og har man muligheden for at investere i nyt it, kan det øge indtjeningen betragteligt og skabe fornyet vækst.

Generelt er det vigtigt, at man som virksomhed tør udvikle. Konkurrencen er benhård fra udlandet, og skal vi følge med, er det vigtigt, at vi har modet til at gå foran. Sidder vi med hænderne i skødet, bliver vi sejlet agterud.

IT er her kun et af områderne, hvor der er noget at hente.

Som virksomhed bør du teste din forretningsmodel efter i sømmene og kigge på, om du gør tingene på den rigtige måde. Fortsætter du blot i dit gamle spor uden bevidste valg, bliver du før eller siden overhalet inden om af konkurrenterne.

Væksthuset står altid klar til sparring med virksomheder, der ønsker at kigge forretningen efter i sømmene og øge indtjeningen. Vækstkonsulenter står med mange års erfaring klar til at arbejde med dine udfordringer og ikke mindst vise dig muligheder.

Vi håber nyeste nummer af Vækst Sjælland inspirerer dig til at udvikle din virksomhed.

God læselyst.

Mads Váczy Kragh
Direktør, Væksthus Sjælland

Hos Væksthusene kan virksomheder på Danmarks regning få lagt deres vækstplan og gjort udfordringer til muligheder.

Som virksomhed får du hos Væksthus Sjælland fokus på dit potentiale og kortlagt dine forretningsmuligheder. Vi tilbyder sparring fra et stærkt hold af uvildige vækstkonsulenter med indgående viden om forretningsudvikling, finansiering, innovation, ledelse, salg, markedsføring og internationalisering.

Vækstkonsulenterne stiller skarpt på, hvor du kan sætte ind for at skabe vækst, og åbner dørene til et stort netværk af rådgivere, der hjælper med at implementere din vækstplan.

Derudover driver Væksthus Sjælland en række projekter i samarbejde med relevante aktører. Aktiviteterne har alle fokus på erhvervsudvikling og vækst til sjællandske virksomheder.

**VÆKSTHUS SJÆLLAND
GØR DINE UDFORDRINGER
TIL MULIGHEDER**

INDHOLD

**8 TEKNOLOGIEN BRINGER KUNDERNE TÆTTERE PÅ**

Et kig over det teknologiske plankeværk byder på helt nye muligheder for at komme tættere på kunderne – og ikke mindst knytte kunderne tættere til virksomheden og dens produkter.

**10 PÅ JAGT EFTER DE GODE LØSNINGER**

Midt i en krisetid holder Urhøj Smedje Aps fast i at udvikle firmaet. Firmaets ejer Tom Johansen går ikke af vejen for at lukke fremmede ind i sit firma for at få nye ideer til vækst. Et nyt IT-system er én af planerne.

**12 VEJVISER: DIGITALISER DIN VIRKSOMHED**

Mængden af systemer og løsninger inden for IT og digitalisering kan virke uoverskuelig. Du får her nogle overordnede bud på nogle af de løsninger, der ligger inden for virksomhedens forskellige afdelinger.

19 UDNYT DE GRATIS IT VÆRKTØJER

Internettet byder på masser af tjenester, som virksomheder kan udnytte. Og mange af dem er endda gratis. Man skal dog være bevidst om, hvornår man vælger en gratis tjeneste.

TEMA

4 HAN HAR OPFUNDET EN TRILLEBØR

Arne Jakobsen har et mål. Hvert år skal han søsætte en ny idé. Den seneste gode idé har potentiale til at blive startskuddet på et eksporteventyr til hele verden.

**14 VÆKSTFABRIKKERNE ER RAMMERNE FOR VÆKST**

De første Vækstfabrikker er nu åbnet rundt i Region Sjælland. Tilbuddet lyder på en kontorplads til en rimelig pris og et vækstforløb, der giver din virksomhed de optimale betingelser for udvikling og vækst

16 PERUVIANSK ALPAKA-EVENTYR I SORØ

Det hele begyndte med fem uldplaid, som de købte med hjem fra en rygsæksrejse i Peru. I dag beskæftiger ægteparret Lasse og Tina Elvang 175 peruvianske vævere og alpakahtyrer og sælger deres tæpper til kunder i 25 lande.



Redaktør: Stefan Poulsen
Tekst: Eva Højrup
Layout: Christina Pantou og Helle Hauskov
Foto: Per Rasmussen, Lene K m.fl.
Oplag: 6.000

Udgiver:
Væksthus Sjælland
Marienbergvej 132, 1. sal
4760 Vordingborg
Tlf. 5535 3035
E-Mail: info@vhsj.dk
Web: www.vhsj.dk



541 438

1



2



3



4



5



6



HAN HAR OPFUNDET EN TRILLEBØR

Arne Jakobsen har et mål. Hvert år skal han søsætte en ny idé. Den seneste gode idé har potentiale til at blive startskuddet på et eksporteventyr til hele verden.

*Af Eva Højrup
Foto: Per Rasmussen*

På et værksted i Vordingborg, godt gemt af vejen for nysgerrige blikke, står en firkantet hemmelighed med hjul. Patentansøgningen er indgivet i dag, og produktet må nu offentliggøres.

Opfinderen hedder Arne Jakobsen, og han er stolt og spændt, da han viser sit hjertebarn frem: En transportven. På engelsk hedder den "CartMate".

Transportvennen ligner en kloning mellem en ergonomisk trillebør, et fejleblad og en sækkevogn. Det smarte er, at ladet på den kan sættes helt ned til jorden, så blade, sne, byggematerialer, affald og andet kan skubbes eller fejes ind. Samtidig er vægten fordelt på et par store hjul med stærke akser. Dermed undgår brugeren de tunge løft, som ansatte i kommuner, boligselskaber og virksomheder ellers er udsat for.

"Den må blive meget populær hos fagforeningerne, for den passer ekstra godt på medarbejdernes ryg," siger Arne Jakobsen.

IDÉEN LÅ I SKUFFEN I FLERE ÅR

Opfindelsen var ellers lige ved at blive et skuffeprojekt. I 2006 forsøgte Arne Jakobsen at finde risikovillig kapital til at udvikle transportvennen. Han manglede penge til at få den tegnet og til at få lavet en prototype. Men bankerne og også Forskerparken CAT sagde dengang nej. CAT sadde i den periode på investeringer inden for IT og højteknologi. Så kom finanskrisen, og opfindelsen blev i skuffen.

Indtil en dag i 2009 hvor Arne Jakobsen tilfældigt læste en artikel i Berlingske Tidende. Forskerparken CAT efterlyste gode skuffe-projekter,

så Arne Jakobsen tog kontakt igen, og kort tid efter kom repræsentanter fra CAT på besøg for at se på de tegninger, Arne Jakobsen havde fået lavet.

Medarbejderne fra Forskerparken CAT var begejstrede, og det viste sig hurtigt, at CAT var parat til at indskyde risikovillig kapital.

"Jeg havde da helt sikkert haft mine betænkkeligheder ved at lukke andre ind. Jeg tænkte for mig selv, om jeg nu gav noget væk, som jeg selv kunne have beholdt. Men alternativet var, at jeg ikke kunne komme videre. Så jeg synes, at det er bedre at skabe resultater og arbejdspladser," fortæller Arne Jakobsen ærligt om sine overvejelser.

UVURDERLIG SPARRING

Undervejs i forløbet har Arne Jakobsen hele tiden kunnet læne sig op af Væksthus Sjælland.

"Jeg har haft et rigtig godt samarbejde med Væksthus Sjælland lige siden deres start," fortæller Arne Jakobsen.

Han har fået sparring til at skrive en firmaprofil for Green-Flame, og i forhold til CartMate har han fået gode råd om produktudvikling og patenter.

"Væksthus Sjælland fik også lov til at kigge mig over skulderen med mit oplæg til CAT i forbindelse med min ansøgning. De har givet mig værktøjer til at udarbejde markedsanalyser, budgetter og fastlæggelse af strategier. Jeg kan kun anbefale virksomheder i samme situation som mig at kontakte Væksthus Sjælland for at få afprøvet deres ideer. Det er en uvurderlig sparring, og så er den gratis, siger Arne Jakobsen.

UD OVER RAMPEN

I dag er CartMate en selvstændig spinoff-virksomhed af Arne Jakobsens anden virksomhed, Green-Flame, som blandt andet producerer ukrudtsbrændere. Der er dannet et anpartsselskab, hvor forskerparken CAT har ejerandel, og Arne Jakobsen er ansat som administrerende direktør.

"Vi kunne måske godt have kørt det hele videre via Green-Flame, men det ville have været ad en bumpet og hutlet vej uden kapital. Vi var aldrig kommet ud over rampen. Nu har vi råd til at betale et patentbureau til at søge patenter i hele Europa. Vi har råd til at ansætte folk og lave markedsføring. Drive det professionelt," siger Arne Jakobsen.

"Der er så mange eksempler på ejerledere, der kører virksomheden op til et vist niveau, og så går virksomheden i stå. I nogle tilfælde skyldes det, at der sidder en far for bordenden, der ikke er parat til at tage imod nye ideer og nye kompetencer med et åbent sind. Men jeg går ind for åbenhed og tør godt invitere andre ind, som ser nye sider," fortæller Arne Jakobsen.

KAPPEDE NAVLESTRENGEN

Arne Jakobsen har ikke altid levet af at sælge opfindelser. Han er uddannet merkonom i afsætning, og i mange år var han ansat som lønmodtager i diverse benzinselskaber.

Men iværksætter-drivet var der. Så da han var omkring midtvejs i livet, fik han en idé og besluttede sig efter et stykke tid for at gå efter den og gå solo. Arne Jakobsen arbejdede på det tidspunkt som mellemlider i maskinvirksomheden O. Sivertsen A/S i Roskilde. Firmaet solgte blandt

Forskerparken CAT er et aktieselskab, der hjælper iværksættere med at skaffe den nødvendige kapital og de rigtige kompetencer, så idéer kan blive til virksomheder.

Udover egne midler forvalter Forskerparken CAT risikovillig kapital fra Forsknings- og Innovationsstyrelsen og fra CAT Invest I A/S, og tilfører i øvrigt kapital fra private investorer.

Forskerparken CAT har fra 1998 til 2009 etableret 85 selskaber og har i samme periode formidlet investeringer til porteføljevirksomheder for i alt 725 millioner kroner.

Læs mere på www.catscience.dk



andet ukrudtsbrændere, der blev importeret fra Holland.

"Brænderne var nogle store forfærdelige klodser, som jeg nødt til selv ville arbejde med, og jeg tænkte: "Det dér kan du lave bedre". Jeg har en sund skepsis og nysgerrighed, så jeg tænkte meget over, hvordan ukrudtsbrænderne burde se ud," fortæller Arne Jakobsen.

"Så i min fritid derhjemme talte jeg med en smed, og jeg fik ham til at lave nogle prototyper. De viste sig at være så gode, at jeg kunne sælge dem. Jeg fik så en aftale med mit arbejde om, at jeg kunne gå på deltid, mens jeg udviklede forretningen.

"Aftalen var, at jeg skulle være der to dage om ugen. Men til sidst så de ikke meget til mig," smiler Arne Jakobsen. Selv om han har boet i Vordingborg siden 1966, har han bevaret sin uderspillede lune vestjyske humor.

"Der var stor arbejdsløshed dengang, og jeg skulle tjene nogle penge. Men til sidst havde jeg så

Så gik vi ind og opfandt nogle vinterprodukter."

"Min vision er, at Green-Flame hvert år skal komme med et nyt produkt. Det har vi holdt, og det er årsagen til, at vi er blevet så kendte i de kredse, der bruger vores produkter."

I dag sælger Green-Flame udover forskellige ukrudtsbrændere også saltvandsmaskiner, der på miljøvenlig vis rydder glatte stier og veje. Firmaets store kunder er boligselskaber, kirkegårde og kommuner.

LAV DET PROFESSIONELT

Men i fremtiden bliver det blandt anden sønnen Morten Jakobsen, der kommer til at passe aktiviteterne i Green-Flame. Arne Jakobsen skal koncentrere sig om den nye virksomhed CartMate.

"Nu har vi et rigtig godt afsæt, vi har lagt et budget, og vi er ved at danne en professionel bestyrelse," fortæller Arne Jakobsen, der gerne deler ud af sine erfaringer til andre ejerledere om, hvordan man kan skaffe risikovillig kapital.

"Man kan godt have nogle rigtig gode idéer. Men det kan være svært at komme videre enten administrativt eller håndværksmæssigt. Derfor er det svært at komme ud over scenekanten. Man skal have idéerne og drivet i sig, men man kommer ikke ud over rampen uden kapital. Der skal man finde nogle, der vil være med, og de skal være professionelle. Derudover er tilliden vigtig, det skal være nogle, man kan arbejde sammen med. Man kan godt, hvis man er klar til at afgive sin suverænitæt," lyder Arne Jakobsens råd.

TRAVLHED

CartMate går en travl tid i møde. I den nærmeste fremtid, skal Dansk Ingeniør Service produktionsmodne "CartMaten" og gøre arbejdstegningerne klar. Der skal indhentes tilbud hos underleverandører til delene, og det er endnu ikke besluttet, hvor den skal samles.

Arne Jakobsen får også travlt med ansættelsessamtaler. Det ligger i aftalen med CAT, at der skal ansættes sekretærer, eksportsælgere, og indlandssælgere i CartMate.

"I starten klemmer vi os sammen i lokalerne her på Marienbergvej, men vi kommer nok til at finde nye lokaler. I princippet kunne vi placere os hvor som helst, men planen er da, at vi bliver i Vordingborg," fortæller Arne Jakobsen.

Tidsplanen er sådan, at de ansatte i CartMate skal koncentrere sig om Danmark i 2011 og i 2012 skal CartMate ud på det europæiske marked. I løbet af dette år skal CartMate afgøre, om der skal indgives patentansøgning i Kina og USA. Så der kan slås til på de markeder i 2013.

INGEN PLANER OM PENSION

Arne Jakobsen selv har ingen planer om at gå på pension, selv om han er 69 år. Han mistede sin kone for otte år siden.

"Havde min kone været her, havde det måske været noget andet. Men nu da hun døde, kan jeg ikke se mig selv som pensionist, og jeg vil gerne holde mig selv i gang. Mit arbejde er min interesse, jeg er nok lidt utraditionel, hvad det angår. Med CartMate nøjes vi ikke med Danmark og Europa. Nu tager vi hele verden. Så hvorfor ikke også få den her oplevelse med, siger Arne Jakobsen."

meget indtjening i mit eget firma, at jeg i 1996 turde klippe navlestrengen til den månedlige løncheck og gå 100 procent selvstændig med firmaet Green-Flame."

GRØNNE TIDER

Green-Flame havde tiden med sig. Det var under den daværende miljøminister Svend Auken, og debatten om brug af kemikalier bølgede. Medierne var fyldt med mange sager om forurenede grunde, og på den baggrund forbød alle kirkegårde eksempelvis brug af pesticider. Det gav mange ordrer på gas-ukrudtsbrændere fra Green-Flame.

Men ukrudtsbrænderne var ikke nok. Arne Jakobsen havde et stærkt ønske om at udvikle forretningen.

"Der kommer jo et tidspunkt, hvor markedet er mættet, og vores produkter er sæsonbestemte. En del af dem bliver kun brugt om sommeren.

Teknologien bringer kunderne tættere på

Af Eva Højrup

Teknologi og særligt IT bliver ofte forbundet med de systemer, der styrer virksomhedens indre: Produktionen, økonomien eller distributionen. Et kig over det teknologiske plankeværk byder dog på helt nye muligheder for at komme tættere på kunderne – og ikke mindst knytte kunderne tættere til virksomheden og dens produkter.

Året er 2016. Produktionen i din virksomhed er i fuld gang. To medarbejdere er fysisk mødt frem. Resten sidder hjemme og styrer deres opgaver i en secondlife udgave af virksomheden. Flere kunder er "på" via deres private smart phones og kigger med for at opleve, hvordan dit produkt kommer til verden.

"Det lyder måske som fagre nye verden, men i USA findes den type virksomhed allerede. Eksempelvis chokoladefabrikken TCHO, der er opbygget i to universer: Et virkeligt og et digitalt. Fænomenet hedder "blended reality" og er én af de nye teknologier, vi vil se blive taget mere og mere i brug i den nærmeste fremtid. Blended reality betyder, at vi ikke enten er offline eller online. Men er begge dele samtidig. Dét fortæller Anne Thomas, der er leder af analyse- og forretningsudviklingsafdelingen i InnovationLab, og som har en baggrund som eksportingenør.

"I den virkelige verden bliver chokoladestykkerne produceret og pakket til forbrugeren. I den virtuelle verden kan de ansatte vælge, om de vil være fysisk til stede på fabrikken, eller om de hellere vil arbejde hjemmefra. I dag bliver alt jo alligevel styret i produktionen via computer og webkameraer, fortæller hun.

InnovationLab er et internationalt videncenter for ny teknologi. Centeret har opbygget et internationalt netværk af omkring 2500 kontakter inden for forskning, produktudvikling og iværksætteri verden over. Via netværket får videncenteret en præcis fornemmelse af, hvad der er på vej fra forsknings- og udviklingsafdelingerne i innovationsmiljøerne omkring Silicon Valley i Californien, Shanghai i Kina og München i Tyskland. Og lige rundt om hjørnet venter en it-revolution, som vi næsten ikke kan forestille os.

En verden, hvor både små og mellemstore virksomheder agerer med virtuelle universer, hvor smart phones bliver brugt til alt fra fejlfinding i en gearkasse til indkøb af nye kollektioner, og hvor brugen af de sociale medier eksploderer.

"Når en chokoladefabrik opbygger produktionen i to parallelle verdener, er der mange grunde til det. Alle får nemmere adgang til produktionen, hvor det hele foregår, og kunderne får mulighed for at følge med via

internettet. Det kommer fordi begrebet "Storytelling" er helt afgørende for en virksomhed i dag. Kunder betaler mere for produktet, når de kan se billeder fra produktionen. De vil se den person, der producerer de varer, som de overvejer at købe. I dag er luksusvaren den vare, der giver os en autentisk oplevelse," fortæller Anne Thomas.

Blended reality vil også komme til Danmark, forudser Anne Thomas. Hun peger her på fire trends, der befinder sig i krydsfeltet mellem teknologi og kundernes behov for at kende og forholde sig til virksomhederne og deres produkter. Trends, der kan komme til at gøre en forskel for små og mellemstore virksomheder.

Fremtidens teknologier byder på et hav af valgmuligheder. Opgaven for de små og mellemstore virksomheder er at komme væk fra tanken om, at IT er noget, der foregår inde i en computer på et skrivebord. Din virksomhed har ikke grebet teknologien ved at have en hjemmeside eller ved at vedligeholde et CRM system. Intelligens i form af data er til stede overalt. De skal blot opsamles, kanaliseres det rigtige sted hen, sættes i en kontekst, og så skal de skal visualiseres.

"Det gælder samtalen med kunden, temperaturen i lokalet, twitter-beskederne om, hvorfor produktet ikke virker, og facebookgruppen, der har udviklet deres egen anvendelse af din service. Man kan nemt starte i det små. Som småkagebageren, der satte et lille apparat op med en drejeknap. Når hans medarbejder har bagt et nyt hold dampende chokolade småkager, så trykker de på knappen, og ud ryger twitterbeskeden. Kunderne elsker det, og det kostede under 2000 kroner at skabe sådan en slags "virtuel hjem-isbil", fastslår Anne Thomas.

Og man behøver ikke vente til 2016 med at komme i gang. Tjek næste oplag og bliv klogere på fremtidens muligheder. ■

FREMTIDENS MULIGHEDER

Anne Thomas fra Innovationlab giver sine bud på, hvad fremtiden bringer.

SMART PHONES MED EKSTRA DIMENSION

Smart phones med nye funktioner byder på spændende muligheder. Med iPhone er vi allerede kommet tæt på det tidspunkt, hvor telefonen næsten kan erstatte pc'en. Telefonen får derfor dine analyser væk fra skrivebordet, og hen til dér, hvor handlingen sker.

"I dag er det allerede muligt at bygge applikationer og websteder, der forstår og linker til data på tværs af hele internettet. Efterhånden som flere og flere nye applikationer er bygget ved hjælp af disse teknologier, vil der komme massive ændringer i, hvordan virksomheder, mennesker og applikationer forbinder sig på tværs af internettet", siger Anne Thomas og giver et eksempel:

"Med din Smart Phone kan du mange steder allerede i dag pege i en bestemt retning, eksempelvis mod nord og i en radius inden for 30 kilometer få

at vide, hvilke caféer, der ligger her."

Rigtig interessant for en virksomhedsleder bliver det, når man kan pege sin Smart Phone mod lageret, og den fortæller dig, hvilke varer, der skal bestilles hjem. Eller når virksomhedslederen kan booke fly- og hotelbilletter blot ved at lade iPad eller smart phone pege på målet for den næste forretningsrejse.

Den nye teknologi hedder "Augmented reality" og er en del af det overordnede blended reality.

"Populært sagt går det ud på, at man løfter virkeligheden et ekstra lag og lægger noget mere ovenpå, end man kan gøre i dag. Verdens førende udbydere af virksomhedssoftware, SAP, har udvikling i gang, så de augmented services eksempelvis kan bruges til lagerstyring," fortæller Anne Thomas.



BUTIKKER MED MERVÆRDI

Fremtidens forbrugeradfærd er endnu et eksempel på, hvor små og mellemstore virksomheder med fordel kan bruge augmented services.

"Når en kunde i dag skal købe noget, foregår søgefasen og researchen omkring produktet først og fremmest på nettet. Folk udvælger sig et produkt og sammenligner prisen. Så hvorfor skal jeg gå ned i butikken? Der får jeg ikke nogen product reviews, og jeg får ingen merværdi," siger Anne Thomas.

"Vi ser det stærkt på julesalget, som jo er kritisk for en stor del af vores småhandlende. En større og større del rykker online. Dér, hvor man starter sin research, er oftest dér, hvor man foretager

sit køb. Derfor skal internettet bringes til stede på gadeniveau, hvis vi vil have kunder til at købe der."

De nye teknologier kan bruges her:

"I butikken skal jeg kunne holde min Smart Phone op, og så får jeg straks information om, hvad produktet koster hos konkurrenten. Det her legetøjssværd kan jeg købe 50 kroner billigere i Ringsted. Butikken har så givet mig en valgmulighed og har fundet al informationen frem til mig. Så kan jeg på stedet beslutte, at det er for langt at køre, og så køber jeg sværdet. Hvis jeg ikke får noget at sammenligne med, går jeg ud af butikken og hjem og tjekker på nettet – uden at have

købt sværdet," siger Anne Thomas.

Hun forudser, at den kloge virksomhedsleder i fremtiden vil bringe den nye teknologi ind i butikkerne, og at ejerne tænker ud over den fysiske begrænsning og tilbyder flere "lag".

"Et dansk eksempel er malingproducenten Dyrup: Her kan man tage et billede af sin væg med mobilen, og man kan selv fylde farver på og se, hvordan farven ser ud. Sko-producenten Converse bruger samme teknologi: Tag et billede af din fod og se den med forskellige sko på," fortæller Anne Thomas.



BEHOV FOR ÆGTHED

En anden ny trend er allerede godt i gang, men fremtiden vil bringe nye, bedre og mere smidige sociale netværk som Facebook, Flickr og Twitter.

"I fremtiden bliver vi alle sammen vores egen mediekanal, og vi vil alle være meget kommunikerende på nettet. De sociale netværk kan være nøglen til business-relationer med kunderne, hvis man forstår at bruge dem smart. Et eksempel er IKEA, der lægger billeder op af møbler, som folk må tagge. Kunderne kan godt lide at tagge og fortælle andre, hvor kan man købe det ene og det andet produkt. Så et VVS-firma skal helt klart på Facebook. Ikke for at fortælle om sit firma, men for at fortælle deres personlige historie, og det skal være ægte. Jo mere virtuel vores hverdag er, jo mere bliver der brug for autenticitet," siger Anne Thomas.

"Forbrugere i dag har mange identiteter alt efter hvilket miljø, de bevæger sig i. Vi er ikke længere blot ét segment. Vi er bevægelige. Den dygtige butiksejer laver et univers, hvor man kan afprøve forskellige identiteter. I det digitale univers er vi multidimensionelle, og her skal virksomhederne være med. Men de skal forstå, at forbrugere er ligeglade med deres produkter, vi vil høre deres historie, og vi vil vide, hvad de brænder for," forklarer Anne Thomas.



DEMOKRATISK PRODUKTION

Ny teknologi vil også betyde, at masseproduktionens tid er talt. Laboratorier, værksteder, bryggerier og symaskiner til tøjproduktion kommer prismæssigt ned på et niveau, hvor helt almindelige små og mellemstore virksomheder kan være med. Maskinerne vil gå fra at skulle betjenes manuelt til at skulle styres via computerfjernstyring.

Begrebet kalder Innovation Lab for demokratisk produktion. De teknologiske muligheder betyder, at forbrugere i fremtiden får indflydelse på designet af en bluse, af en bil eller etiketten på en øl. Særprodukter i små serier vil kunne sælge. Produktionen vil typisk foregå som "open source": Alle erfaringer omkring produktionen bliver lagt ud på nettet, så alle kan komme med forslag til forbedringer og ændringer.

Et eksempel er Local Motors i USA, der udlejer specialiserede mekanikerværksteder. For 20.000 dollars kan man købe

og samle sin helt egen en offroader.

"Vi vil se, at eksempelvis pensionerede

kemikere og it-ingeniører pludselig får adgang til laboratorier og testudstyr. Det vil give nye udviklingsmiljøer og et hav af nicheproduktioner. Forbrugeren vil sidde hjemme og designe sin skjorte, og så er tøjbutikken det sted, der producerer den. Hvorfor bruge tid på at sejle den hjem fra Kina?" spørger Anne Thomas.

Med de teknologier og services, der er til rådighed allerede i dag kan virksomhederne sagtens selv lægge billeder op på Flickr eller sende en YouTube-video rundt. Man kan dermed vise produktionen frem og lade kunderne vælge og kommunikere direkte med dem, der producerer et givent produkt.

"Så kan forbrugeren også se, hvilke farver, design og etiketter andre har valgt, og derudfra selv sammensætte noget unikt," siger Anne Thomas.

PÅ JAGT EFTER DE GODE LØSNINGER

Midt i en krisetid holder Urhøj Smedje fast i at udvikle firmaet. Firmaets ejer Tom Johansen går ikke af vejen for at lukke fremmede ind i sit firma for at få nye ideer til vækst.

Af Eva Højrup
Foto: Per Rasmussen

Et gammelt ordsprog siger, at livet er fuldt af tilfældigheder. Det gælder for Tom Johansen. Han var slet ikke uddannet VVS-mand. Han havde ingen idéer om at åbne et firma og slet ingen planer om at blive leder.

"Jeg er udlært landbrugsmekaniker, og dengang havde jeg en idé om at arbejde om sommeren og rejse om vinteren. Den plan holdt så ikke," smiler Tom Johansen lunt.

Det er 12 år siden. For at få autorisation som VVS-mand begyndte han at læse i Horsens to dage om ugen i to år. I 2001 ansatte han den første medarbejder.

"Det var en svær beslutning. I det øjeblik, man ansætter, har man ansvaret over for et andet menneske. Mit argument over for min kone var, at jeg så ikke skulle arbejde hver weekend," fortæller Tom Johansen.

ALTERNATIV ENERGI

Urhøj Smedje har siden specialiseret sig i at installere jordvarmeanlæg, og som noget nyt tror firmaet også på, at private husstands vindmøller vil vinde frem. I dag står Urhøj Smedje for 13 procent af alle installationer af jordvarmeanlæg på Sjælland.

I 2009 blev Urhøj Smedje Aps udnævnt til Gazelle-virksomhed, og Tom Johansen er netop blevet udnævnt til Årets Erhvervsmand af den lokale erhvervsforening.

"Ja, det er da nogen pæne titler. Men det får jeg altså ikke smør på brødet af," siger Tom Johansen med henvisning til finanskrisen.

Han og de 25 medarbejdere kæmper hårdt for at holde fast i at udvikle firmaet på trods.

"Vi har været nede på cirka 20 medarbejdere. Vi har masser af kunder, der gerne vil have ting lavet, men de har ikke pengene. Samtidig kan vi ikke konkurrere med de store energiselskaber, der kan tilbyde lånefinansiering. Det kan vi slet ikke kaste os ud i," siger Tom Johansen.

Tom Johansen og medarbejderne har det seneste år deltageret i messer og udstillinger, og de har holdt temaaftener i forsamlingshuse og idrætshaller rundt på Sjælland. I løbet af tre år har Urhøj Smedje Aps fordoblet antallet af de tilbud, firmaet hvert år afgiver, i 2010 blev det til i alt cirka 700 tilbud.

"Det er ikke for at klage, men vi skal kæmpe noget mere, og det er hårdt," fortæller Tom Johansen.

UDVIKLING PÅ TRODS

På trods af de hårde tider holder Tom Johansen fast i at udvikle firmaet, og for halvandet år siden fik han via sin brancheforening DS Håndværk og Industri kontakt til Væksthus Sjælland og Ibizcenteret.

"Vores it-system fungerer ikke optimalt, men jeg var usikker på, hvordan vi skulle gribe det an. Vi opdagede, at vi sad og skrev de samme oplysninger ind syv forskellige steder. Når kunden blev oprettet som kunde, når han fik et sagskort, når montøren blev hidkaldt, når faktura skulle oprettes og så videre," remser Tom Johansen op.

Så i slutningen af 2009 trådte vækstkonsulent Torben Kristensen fra Væksthus Sjælland, ind ad døren.

"Man fornemmer med det samme, at det er en virksomhed, der lykkes bedre med sin mission end konkurrenterne. Dels er Urhøj Smedje ekstremt omstillingsparat, når det gælder om at finde nye markeder og målgrupper, dels har Tom Johansen fokus på at gøre forretningsgangene i firmaet enkle, og det er noget, som alle virksomhedsejere kunne lære noget af," fortæller Torben Kristensen.

Tom Johansen og konsulenterne har sammen kortlagt virksomhedens arbejds gange fra tilbud til faktura. Analysen skulle vise hvilket it-system, der er optimalt for Urhøj Smedje.

"Jeg ønsker mig et system, hvor det hele kan tale sammen. Når montørerne skriver deres arbejds sedler i bilen, skal de blot scanne dem ind, og så overtager kontorfolkene herhjemme. På den måde kan vi sende regningerne hurtigere af sted og få øget vores likviditet," siger han.

EN ØJENÅBNER

Antallet af møder og mandetimer, der blev skudt ind i projektet, har efter Tom Johansens mening,

"Jeg ønsker mig et system, hvor det hele kan tale sammen"

- Tom Johansen, Urhøj Smedje ApS

stået 100 procent mål med udbyttet. Hver kontormedarbejder har i gennemsnit brugt tre timer. Tom Johansen selv og et par medarbejdere har hver brugt cirka 25 timer. Alt i alt omkring 100 mandetimer fordelt på 1. halvår af 2010.

"Det har været det hele værd, jeg har fået en øjenåbner, for konsulenterne så nogle ting, som jeg ikke selv så, og de er kommet med gode forslag til omlægning af arbejds gangene. Samtidig har de et netværk og ved, hvem vi kan trække på," siger Tom Johansen.

"Bare dét, at vi fik sat fokus på problemerne, har betydning, at vi har fået luset det værste dobbeltarbejde væk," fortæller Tom Johansen.

Analysen omkring IT-behovet er nu færdig. Og Urhøj Smedje Aps og Tom Johansen er klar til næste skridt.

"Vi ved, hvilket system, vi gerne vil have, men vores økonomi er ikke til det lige nu. Det er møgirriterende, for systemet kan betyde, at vi kan tjene flere penge, så det bider sig selv i halen," fortæller han.

Men tankerne er ikke sat i bero. Lige nu arbejder Tom Johansen på at få en videnpilot ind i Urhøj Smedje Aps, som skal sikre, at den nye IT-løsning forankres på en god måde hos alle ansatte i virksomheden.

FRA HÅNDVÆRKER TIL LEDER

Tom Johansen kan ikke selv pege på den direkte årsag til, hvordan det lykkes Urhøj Smedje at holde fast i firmaets vækst og udvikling også midt i en krisetid. Men Torben Kristensen fra Væksthus Sjælland har et bud.

"Tom Johansen har en god energi, og han er handlekraftig og meget åben over for forbedringsforslag. Han er meget direkte i sin kommunikation med medarbejderne, klokker de i det, får de det at vide, men han er også god til at rose," siger Torben Kristensen.

MORTEN KORCH-IDYL

Tom Johansen har helt bevidst valgt en åben ledelsesstil.

"Hvis man ikke har en dialog, så er man bare en idiot. Derfor taler vi meget om, hvordan vi gør tingene her i firmaet. Det kan godt være svært for nye medarbejdere, når vi på et morgenmøde fremlægger regnskabstal og ris og ros. Det handler ikke om at pege fingre, men om at blive bedre. Hvis en medarbejder har brugt for meget tid på en opgave, skal vi analysere, om sælgeren har sat for lidt tid af," fortæller Tom.

For at synliggøre for medarbejderne, hvad Urhøj Smedje står for, har Væksthus Sjælland også været involveret i et andet projekt. Næmlig at skrive en udførlig medarbejderhåndbog, der ridser firmaets mål og profil op, så ingen medarbejdere er i tvivl om, hvilken vej firmaet skal.

"Det skal være sjovt at gå på arbejde, det lyder som en floskel, men her mener vi det. Det er ikke lyserød Morten Korch hver dag, vi diskuterer meget, og jeg får også skideballer. Men det kan jeg godt lide. Det er vigtigt, at medarbejderne tør sige noget til mig og give modspil," siger Tom Johansen.



Urhøj Smedje Aps er Sjællands største firma inden for jordvarme.

Firmaet står for godt 13 procent af alle installationer af anlæg på Sjælland.

Stiftet i 1999. Hovedsæde i Gørlev og afdeling i Kalundborg. 25 medarbejdere

I 2009 blev Urhøj Smedje udnævnt til Gazelle af dagbladet Børsen

Læs mere på www.urhoj.dk

På foto: Tom Johansen, ejer af Urhøj Smedje

LAGER & LOGISTIK

Et kundemøde ansigt til ansigt er stadig det mest effektive. Men baggrunden for et rigtig godt kundemøde er, at sælgeren kender kundens historik så godt som muligt. Har kunden fx haft dårlige oplevelser, som skal imødekommes? At kende sine kunder er guld værd for sælgeren, og her kan et godt CRM-system være uvurderligt.

MULIGHEDER:

Kundestyring / CRM

Har du styr på dine kunder? Et CRM system er et elektronisk kundekartotek, der kan systematisere din virksomheds kunderelationer.

Fakturering

Sidder du stadigvæk og skriver fakturaer ud fra word? Med et faktureringsystem kan du automatisere processen og derved spare tid og penge.

Elektronisk samhandel

Nedsæt den administrative tid du bruger på at holde kontakt med kunder og leverandører ved at gøre din virksomheds kommunikation elektronisk.

Lever du af at producere og/eller sælge produkter er lagerstyring og logistik afgørende for din virksomheds succes. Du kan bruge et lagersystem til at optimere din forretning og forbedre din indtjening. Det giver dig struktur og overblik og dermed styr på lageret.

Hvis dit system er integreret med dine leverandørers kan du også se, hvilke varenumre dine forskellige leverandører har på lageret og hvor mange af hver. Nogle af de nye systemer kan endda fortælle dig, hvilken rute, der er hurtigst at gå, når du eller din robot skal på lageret og "plukke" varer.

Hvad kan et lagersystem?

Med lagerstyring får du først og fremmest styr, struktur og overblik over dit varelager. Du kan fx se:

- Hvilke varenumre der er på lager
- Hvilke varer det er tid til at genbestille hos leverandøren.
- Hvilke varer, der sælger som forventet.
- Hvilke varer, der slet ikke sælger.

SALG & HANDEL

VEJVISER

DIGITALISER DIN VIRKSOMHED

Mængden af systemer og løsninger inden for IT og digitalisering kan virke uoverskuelig. Du får her nogle overordnede bud på nogle af de løsninger, der ligger inden for virksomhedens forskellige afdelinger. Få mere specifik viden om mulighederne på www.ibiz-center.dk/losninger

KOMMUNIKATION & WEB

Teknologien har over de seneste ti år fuldstændig revolutioneret mulighederne for kommunikation. Særligt internettet har givet en hel række nye kanaler. Og det handler ikke bare om, at virksomheden skal have sin egen hjemmeside. Fx giver online markedsføring rigtig gode muligheder for at målrette dine reklamer til bestemte geografiske områder.

MULIGHEDER:

Hjemmesider, CMS-systemer og design

Ved at få en hjemmeside til din virksomhed, kan du nedsætte mængden af forespørgsler fra kunder og gøre din virksomhed mere synlig.

Webshop og nethandel

Hold butikken åben, når dine kunder har fri. Ved at etablere en webshop har du mulighed for at udvide dine åbningstider og samtidig ramme et større marked.

Online markedsføring

Har du en hjemmeside, men for få besøgende? Så er det måske en god idé at få optimeret din virksomheds online markedsføring.

Sociale medier

Kom helt tæt på dine kunder. Markedsføring ved hjælp af sociale medier som Facebook, kan give dig værdifuld feedback og gøre din kommunikation endnu mere målrettet.

Videokommunikation

Nedsæt den tid og udgift du bruger på transport til og fra møder. Ved at bruge videokommunikation kan du selv bestemme, hvor du vil holde møde.

Et økonomisystem kan hjælpe dig med at holde bedre styr på dine udgifter og lette dine administrative opgaver. Faktisk er administration et af de områder, hvor der er rigtig meget at hente for mange virksomheder. I forbindelse med fakturering kan man i virksomhedens forskellige grene fx sagtens opleve, at de samme oplysninger skal tastes ind masser af gange. Her kan du spare masser af tid med en god IT-løsning.

MULIGHEDER:

ERP-systemer

Et ERP-system (virksomhedsressource planlægningsystem) bruges til at håndtere størstedelen af virksomhedens funktionelle områder såsom salg, indkøb, lager og personale i ét system.

Personaleledelse

Med et personalesystem får du et bedre overblik over dine personaleforhold. Systemet kan f.eks. hjælpe dig med at holde styr på overenskomster, refusioner fra det offentlige (ved eksempelvis sygdom og barsel) og lignende.

Time- og sagsstyring

Har du brug for at have bedre overblik over timeforbruget hos dine medarbejdere, så kunne et timeregistreringssystem hjælpe dig.

Lønssystemer

Et lønsystem kan aflaste dig, så du slipper for at sidde og skulle lave udbetalingerne selv og give dig en større sikkerhed for at alt er korrekt.

Netbanking

Ved at bruge netbank via din bank kan du få adgang til gratis services, der kan hjælpe dig med at spare penge og tid.

ØKONOMI & ADMINISTRATION



VÆKSTFABRIKKERNE ER RAMMERNE FOR VÆKST

De første Vækstfabrikker er åbnet rundt i Region Sjælland. Tilbuddet lyder på en kontorplads til en rimelig pris og et vækstforløb, der giver din virksomhed de optimale betingelser for udvikling og vækst



SLAGELSE



GREVE

Når man starter en virksomhed op, er faciliteter og rammer ikke det første, man tænker på. Fokus er på kunder, salg, produkter, administration osv. Og sådan skal det også være. Alligevel er det miljø, du er en del af, noget, der kan gøre en kæmpe forskel for en vækstiværksætter eller mindre vækstvirksomhed. For er du i et miljø, hvor der er fokus på udvikling og andre kollegaer, du kan spørge til råds, så er dine chancer for vækst markant højere.

Visionen for Vækstfabrikkerne er at skabe professionelle rammer, der får din virksomhed videre. Rammer, som inspirerer dig, viden som udvikler dig, og sparring, som flytter din virksomhed fremad. Undersøgelser viser, at overlevelsesgraden for virksomheder, som har de rette rammer, er væsentligt højere. Der skal rundt i Region Sjælland være seks Vækstfabrikker i løbet af 2011 og sandsynligvis åbner tre yderligere i 2012. Med en plads på én af dem har du adgang til dem alle sammen.

VÆKSTFORLØBET GØR FORSKELLEN

Det, der gør Vækstfabrikkerne til noget helt unikt, er det såkaldte vækstforløb. Du bliver ikke alene en del af et lækkert udviklingsmiljø. Den tid din virksomhed har til huse på en vækstfabrik, får du sparring af en erfaren væstkonsulent, bliver

tilknyttet en mentor, deltager i en række videnmoduler og bliver del af et stærkt netværk med mange muligheder for at møde relevante forretningspartnere.

Videnmodulerne, som du skal igennem på Vækstfabrikkerne er udviklet i samarbejde med RUC. Temaerne er strategi og ledelse, økonomistyring, personlig kommunikation, innovation, salg og internationalisering. Hvilke moduler, der er relevant for dig, bliver tilrettelagt individuelt, sådan at du ikke spilder din tid på noget, du godt ved. Vores erfaring siger os, at der er rigtig meget god inspiration og relevant viden at suge til sig for alle virksomheder.

Som vækstiværksætter eller mindre vækstvirksomhed, kan du kun bo på Vækstfabrikken i tre år. Derefter er dit vækstforløb slut, og du er klar til at føre din virksomhed videre mod nye mål.

FLYT IND

Men hvem kan så flytte ind på Vækstfabrikkerne? I forhold til brancher er der ingen begrænsninger. Hvad enten du er softwareudvikler, designer, sælger eller bygningskonstruktør kan du komme i betragtning til en plads. Fokus er ikke på, hvad du laver, men hvordan du gør det, og hvad potentialet i din forretningsidé er. Din forretningsidé

skal både være bæredygtig og have potentiale for vækst i forhold til omsætning, antal medarbejdere eller eksport.

Når man ønsker en plads på en Vækstfabrik, bliver man som udgangspunkt indkaldt til en screeningsamtale, hvor du fortæller om din virksomhed, dine visioner osv. På den baggrund vurderes det, om din forretningsidé har vækstpotentiale, og om du passer ind i miljøet. Når du så er godkendt, får du tildelt en kontorplads enten i eget lukket kontor eller i det åbne kontormiljø, hvor du får adgang til internet, printer og har mulighed for at benytte mødelokaler. Derudover bliver du tilknyttet en væstkonsulent, som sammen med dig tilrettelægger, hvordan du konkret kommer videre med din virksomhed.

Vækstkonsulenten byder ind med faglig viden og konkret erfaring med, hvordan man øger indtjeningen, styrker bundlinjen og skaber vækst. Forløbet bliver tilrettelagt individuelt og har fokus på dig og din virksomhed.

Projektet Vækstfabrikkerne er finansieret af EU's strukturfond og din lokale kommune. Du kan blive meget klogere på www.vaekstfabrikkerne.dk



PERUVIANSK ALPAKA-EVENTYR I SORØ

Det hele begyndte med fem uldplaid, som de købte med hjem fra en rygsæksrejse i Peru. I dag beskæftiger ægteparret Lasse og Tina Elvang 175 peruvianske vævere og alpakahyrder og sælger deres tæpper til kunder i 25 lande.

Af Eva Højrup Foto: Per Rasmussen m. fl

Tina og Lasse Elvang har succes med at sælge nogle af verdens blødeste uldplaid. Metoden er en hård outsourcing-strategi, fuld knald på produktinnovation og fokus på eksport. En metode, som betyder, at Elvang Denmark kunne gå ud af 2010 med en vækst på 25 procent.

Firmaet har netop fået nye lokaler på 1. sal i en smuk nyrestaureret herskabsbolig i kvarteret Frederiksberg i Sorø. Deres ægte interesse og lyst til at fortælle er tydelig.

"Da vi åbnede firmaet i 2004, fandt vi ret hurtigt ud af, at vi skulle outsource pakningen og forsendelsen af tæpperne, og at vi skulle outsource

selve salget til agenter. Dermed kunne vi koncentrere os om det opsøgende arbejde med at skaffe kunder. Samtidig har vi fra begyndelsen været eksportorienterede. Vi ville ud på de store markeder med det samme og ikke blot køre rundt i Danmark," fortæller Lasse Elvang. Omkring 70% af salget er i dag eksport.

"Og så har vi hele tiden virkelig troet på vores idé og holdt fast i den: Vi solgte kun plaid af høj kvalitet fra Alpakaen kombineret med skandinavisk design. Først senere har vi taget andre produkter ind som tørklæder, puder og puffer," supplerer Tina Elvang. Satsningen har betydet, at Elvang Denmark i dag

har et stærkt brand: Forbrugerne ved, at produkterne kan holde til blive brugt og er godt håndværk.

EN BLØD NYHED

Det hele begyndte i 2002, hvor Tina og Lasse Elvang tog på en rygsæksrejse til Andesbjergene i Peru. De var unge og nyforelskede. Tina Elvang arbejdede på Institut for Menneskerettigheder og havde lige afleveret sit speciale i internationale udviklingsstudier og sociologi. Lasse Elvang, der er uddannet cand. polit, arbejdede som økonom i Sonofon. Nu trængte de til ferie.

På et marked fandt de nogle flotte alpakauld-



Tina og Lasse Elvang, ejere af Elvang Denmark

plaid, som de købte med hjem og forærede til familie og venner. Alle var begejstrede over tæpperens bløde struktur og sammenlignede dem med de fåreuldplaid, der ellers var på markedet, og som både fnuggede og kradsede. Dét fik Lasse Elvang til at gruble.

"Jeg fornemmede, at vi havde fundet noget nyt, som ingen andre kendte. En nyhed, der var bedre, end de uldtæpper, man kunne få. Alpaka-uld er kendt i dag, men dengang kendte næsten ingen til alpaka-ulden" fortæller Lasse Elvang.

Alpakaen er et vigtigt husdyr for indianerne i An-

Vi ville ud på de store markeder med det samme

og ikke blot køre rundt i Danmark

desbjergene. Den er i familie med kamelen, men ligner en krydsning mellem et får og en lama.

FORFULGTE EVENTYRET

Lasse opsøgte flere bolighuse for at få input og inspiration til sine tanker. Til sidst måtte han ringe rundt til vennerne og bede om at få tæpperne tilbage, han havde brug for at vise dem frem.

"Vi blev positivt modtaget, og vi fik rigtig gode input fra butikkerne: 130 x 180 cm er standardmål på tæpper i Peru, men butikkerne ville gerne

have dem i 200 x 140 cm. Vi fik også inspiration til farvevalget. Mange ville gerne have ensfarvede tæpper, der ikke var for spraglede, som befolkningen ellers traditionelt bruger i Peru," fortæller Lasse Elvang.

Samtaler om tæpperne fortsatte. Til sidst sagde Tina til Lasse: "Så gør dog noget ved det, i stedet for al den snak."

"Det var et eventyr, der skulle forfølges. Vores første test var at finde en god leverandør," husker Lasse Elvang.

Så i 2003 tog Lasse Elvang tilbage til Peru for at finde en leverandør. Tina Elvangs arbejde i Institut for Menneskerettigheder fornægtede sig ikke. Med sig havde Lasse Elvang en lang liste med forskellige krav, som leverandøren skulle opfylde: Der måtte ikke være børnearbejde på fabrikken, der skulle være udluftning, en human arbejdstid, adgang til organisering og ret til ferie, lød nogle af punkterne. Det skulle senere vise sig, at listen blev yderst nyttig.

MESSE-AMATØRER

I Peru holdt Lasse Elvang møder med tre forskellige leverandører. Valget faldt hurtigt på en leverandør i Arequipa, der er centrum for produktion af Alpakatekstil og den næststørste by i Peru med 1 million indbyggere.

"Jeg kunne mærke med det samme, at alt var i orden: De giver en løn, der er over minimumslønnen, medarbejderne har adgang til gratis læge og tandlæge, der er en kantine, der serverer varm mad, udluftning og lysforhold er i orden," fortæl-

ler Lasse Elvang.

Lasse Elvang bestilte så den første kollektion, der skulle vises frem på messen Heim Textil i Frankfurt i Tyskland.

"Det var totalt kaos," fortæller Tina Elvang og fylder køkkenet på 1. sal med en glad latter ved tanken om deres tid som amatører i messeverdenen.

"Tæpperne ankom direkte til hotellet samme aften, og jeg sad og håndsyede vores logoer ind i tæpperne. De øvrige udstillere kom kørende i lastbiler og kørte varerne ind på gaffeltrucks. Vi

Vores analyse er, at finanskrisen får forbrugerne til at vælge kvalitet

ankom i vores lille firhjulstrækker. Da vi trådte ind i messehallen, fandt vi vores stand: Den var fuldstændig tom, så vi måtte køre ud og købe et gulvtæppe, og i en fart hyrede vi én til at komme og sætte nogle lamper op. Jeg kan huske, at jeg sagde til Lasse, at "det her har jeg ikke lyst til, skal vi ikke tage hjem?" fortæller Tina Elvang.

Men selvom messe-standen ikke kunne leve op til de omkringliggende udstillere med hensyn til størrelse, så gik messen rigtigt godt, og i løbet af et par måneder begyndte orderne at tikke ind fra blandt andet Tyskland, Italien og USA. Flere af kunderne har vi faktisk i dag syv år efter," smiler Lasse Elvang.

VENNERNE BLEV INDDRAGET

Weekender og ferier blev brugt på at arbejde i firmaet og på at teste det hele af.

"Men så i 2004 sagde jeg mit job op: Vi boede til leje billigt, og vi kunne klare os for Tinas løn og havde stadig ikke børn," fortæller Lasse Elvang.

"Alle vores venner blev sat til at slæbe, når vi fik varer hjem. Vi havde plaid fra gulv til loft i et af værelserne i vores lejlighed på Frederiksberg," siger han.

"Og vi trak på hele vores omgangskreds, min mor kom og klippede plaid op i firkanter på 10 x 10 centimeter med en takkesaks. Vi sendte firkanterne ud som prøver sammen med kundebreve," fortæller Tina Elvang.

DEN PERFEKTE FIRMA-JULEGAVE

I dag har firmaet eksisteret i otte år og Lasse og Tina Elvang er professionelle deltagere på messer i både Danmark og resten af Europa. Elvang Denmark har agenter i 10 lande og sælger til 25 forskellige lande.

"Det er tankevækkende, at vi som rygsæksrejsende kan komme med noget helt nyt til en etableret branche. Mange har spurgt os, hvordan vi turde. Og idéen er jo også fuldstændig vanvittig, produkterne ligger noget over den pris, som tæpper

normalt sælges for. Men vi ville bare det her, vi vidste, at vi havde noget nyt, og indkøberne blev smittet af vores drive og begejstring,” fortæller Tina Elvang.

I Danmark viste plaiderne sig at blive en populær firmajulegave.

”En plaid rammer bredt: Alle kan bruge en plaid,” fortæller Tina Elvang.

Så mens mange virksomheder tydeligt har mærket finanskrisen, har den ikke satte dybe spor hos Elvang Denmark.

”Markedet gik i stå i USA, så det var godt, at vi ikke havde satset hele vores marked der. Men vi solgte stadig i mange lande. og vores analyse af det er, at finanskrisen får forbrugerne til at vælgte kvalitet, og at de gerne lægger lidt ekstra penge for at få noget ordentligt. Vi har vækstet hvert år, siden vi begyndte,” fortæller ægteparret.

DEN PERSONLIGE RELATION

På en iværksættermesse i 2007 fik Elvang-parret kontakt med Væksthus Sjælland, og det har siden ført til sparring inden for flere områder. Blandt andet til at skaffe midler til at dokumentere den sociale side af deres engagement i Peru.

”Vi ville gerne dokumentere, at vores CSR-arbejde var i orden, for der kom flere og flere forespørgsler fra vores kunder om forholdene på fabrikken.

Hele arbejdet med dokumentationen skete i samarbejde med en ekstern konsulent med speciale i etisk handel fra Responsible Supply Chain Management. Han tog til Peru sammen med Lasse og Tina og screenede hele virksomheden.

”Da han kom tilbage, fortalte han os, at han aldrig før havde set en produktionsvirksomhed, der havde så godt styr på arbejdsmiljøet. Samtidig er det unikt, at vi kunne gå alle led igennem, helt ned til startleverandørerne,” fortæller Tina Elvang.



Så den liste Lasse Elvang gik frem efter i Peru i 2003 i forhold til krav til leverandørerne viste sig at være fremsynet, og Elvang Denmark blev fair trade certificeret via World Fair Trade Organization i løbet af kun ganske få måneder.

”Vi har hele tiden villet fastholde produktionen i Peru, vi vil ikke fjerne den, det er deres chance for vækst, og det er deres håndværk. Det betyder meget for os, at vi giver levebrød til 175 medarbejdere i Peru. Vi har fået tilbud fra Kina om at producere tæpperne der, men det er vi ikke interesserede i, for vi har en personlig relation til medarbejderne,” fortæller Tina Elvang.

NYE PRODUKTER

I fremtiden har Elvang Denmark et ønske om at få sparring fra væksthuset omkring deres strategiarbejde. Ægteparret har tanker om at danne et advisory board, hvor flere kompetencer sættes sammen.

”Vi vil gerne have nye tanker ind. Hvordan kan vi løfte vores virksomhed yderligere, og hvilke nye produkter skal ind. Vi er ved at tegne en tøjkollektion, og det er jo et helt nyt område,” siger Lasse Elvang.

Tina Elvang hælder kaffe på termokanden og siger tænkstomt:

”Ja, det er som at starte en helt ny virksomhed igen. I en helt ny branche.” Men det ser nu ikke ud til at skræmme de to Elvang'er synderligt.

FÅ LOKAL VEJLEDNING HER
70 15 16 18

LOKAL VEJLEDNING

Væksthus Sjælland har et stærkt samarbejde med Region Sjællands lokale erhvervs- og udviklingsråd. Her tilbyder erfarne konsulenter den grundlæggende iværksætter- og virksomhedsvejledning både før, under og efter opstart af virksomhed. Du kan blandt andet få hjælp til at udarbejde en forretningsplan eller lægge et budget. Derudover tilbydes bl.a. mentorordning, lokale netværk og arrangementer.

FAXE

Faxe Erhvervsråd
tlf. 5637 0300
www.faxeerhverv.dk

HOLBÆK

Holbækregionens Erhvervsråd
tlf. 5944 4268
www.reghol.dk

KALUNDBORG

Kalundborgegnens Erhvervsråd
tlf. 5955 0055
www.erhvkald.dk

KØGE, GREVE, SOLRØD OG STEVNS

København Syd Erhvervscenter
tlf. 3691 5241
www.kserhverv.dk

LOLLAND OG GULDBORGSUND

Erhvervsråd Lolland-Falster
tlf. 7022 8901
www.erhverv-lolland-falster.dk

NÆSTVED

Næstved-Egnens Udviklings-selskab A/S
tlf. 5573 6699
www.naestved-erhverv.dk

ODSHERRED

Odsherred Erhvervsråd
tlf. 5962 0220
www.odsherredervhverv.dk

ROSKILDE, LEJRE OG RINGSTED

Zealand Business Connection
tlf. 4631 6970
www.essj.dk

SLAGELSE

Slagelse Erhvervsråd
tlf. 5855 4570
www.sler.dk

SORØ

Sorø Erhvervscenter
tlf. 5782 1014
www.soroe-business.com

VORDINGBORG

Vordingborg Udviklings-selskab A/S
tlf. 5534 0217
www.vus.as

Udnyt de gratis IT værktøjer

Af Carsten Holløse

Internettet byder på masser af tjenester, som virksomheder kan udnytte. Og mange af dem er endda gratis. Man skal dog være bevidst om, hvornår man vælger en gratis tjeneste.

Der er få ting her i verden, der reelt er gratis. Og der er ofte en grund til at betale for de rigtige IT-værktøjer og ikke mindst den rigtige hjælp og support, så man er sikker på, at værktøjet fungerer i dagligdagen.

Men der er faktisk mange muligheder for at udnytte nogle af de gratis IT-værktøjer i forbindelse med sin virksomhedsdrift. Rigtig mange IT-værktøjer, tjenester og services findes i gratis alternativer eller i det mindste i versioner, hvor man kan bruge noget af værktøjet, inden man køber en fuld licens.

Der er en kraftig trend på vej mod, at IT-værktøjer ikke længere er programmer, der skal installeres på computeren, men bruges som web-baserede services (især benævnt som Cloud Services). Her er alt, man skal gøre, at huske sit log-in.

Der er fordele ved webbaserede tjenester, men man skal huske på, at jo mere centralt brugen af tjenesten er i organisationen, desto mere skal man sikre sig, at man kan få sine data ud fra tjenesten. Gerne løbende så man ikke kommer i klemme, hvis firmaet bag tjenesten lukker.

Det kan også altid betale sig at gå igennem de "comparaison charts" eller "feature-listers", der findes på den givne software. Her kan man se, hvilke funktioner der er med i den gratis version, og hvad man får i betalingsversionen.

I boksene finder du eksempler på nogle af de tjenester og værktøjer man kan komme gratis i gang med. Der findes mange flere.

Carsten Holløse,
Væksthus Sjælland



GODE RÅD VED BRUG AF WEB/CLOUD TJENESTER:

- Sørg for at sikre dine egne data, hvis brugen af tjenesten er væsentlig for forretningen. Se efter "Eksport-Data" funktioner.
- Test altid med nogle af dine egne e-mail-adresser inden du bruger tjenesten til kundekommunikation.
- Check om der er specielle krav til din internetbrowser eller computer. Det er ikke altid, at alle variationer understøttes.
- Gem e-mails med kodeord, licensnøgler og log-in information. Lav evt. en folder med navnet "E-kvitteringer" og gem alle sådanne e-mails i denne til fremtidig reference.

MARKEDSINFORMATION:

- Statistik, Danmarks Statistik, www.statbank.dk
Man kan hente meget brugbar statistik om det danske marked på Statbank i den offentligt tilgængelige statistik. Kan bruges til at beregne potentiel markedsstørrelse.
Alternativer: www.doingbusiness.org (global oversigt), www.epp.eurostat.ec.europa.eu (EU statistik)

PERSONLIGE/GRUPPE VÆRKTØJER:

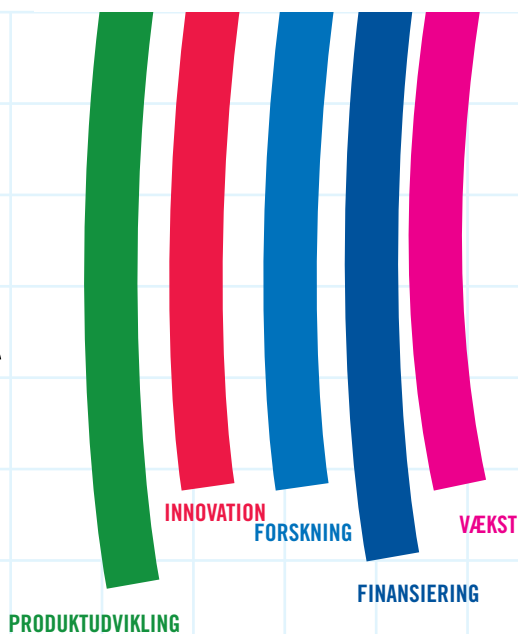
- Fælles filer/dokumenter. Dropbox, www.dropbox.com
Et godt personligt værktøj til at dele dokumenter og filer på tværs af PC/Mac, smartphone og web. Synkroniserer, deler og laver backup af dine filer. Gratis op til 2 GB data.
Alternativer: www.explore.live.com/windows-live-skydrive (op til 25 GB), www.box.net (op til 5 GB)
- Virksomhedens eget sociale medie: Yammer, www.yammer.com
Har man medarbejdere spredt over flere lokationer, kan man lave sit eget interne sociale netværk, hvor medarbejderne kan dele status, filer, billeder og meget andet.
Alternativer: www.socialtext.com (engelsk), www.grou.ps (gratis, engelsk)

SALG OG MARKEDSFØRING:

- **Kundeundersøgelse:** SurveyMonkey, www.surveymonkey.com.
Værktøj til at udsende online spørgeskemaer til kundeundersøgelse, tilfredshedsundersøgelse m.fl. Er nemt at komme i gang med og på dansk.
Alternativer: www.limesurvey.com (kræver teknisk indsigt), www.wufoo.com (nemme skabeloner)
- **Blog:** Wordpress, www.wordpress.com
Omfattende værktøj hvor man kan oprette en komplet blog uden betaling. Mange funktioner er gratis, dog kræver det betaling, hvis man skal have eget domænenavn på sin blog. Er på dansk.
Alternativer: tumblr.com (engelsk), blogger.com (Googles blog værktøj)
- **E-mail nyhedsbreve:** Mailchimp, www.mailchimp.com
Avanceret værktøj til styring af alle e-mail nyhedsbreve. Gratis op til 1000 modtagere. Kræver lidt teknisk flair at udnytte alle funktioner. På engelsk.
Alternativer: www.constantcontact.com (engelsk), www.ubivox.com (dansk, dog kun 10 dage gratis)



BESTIL VÆKSTKORTET PÅ WWW.VHSJ.DK



VækstKortet

Vejen til vækstmidlerne

På Vækstkortet finder du 25 af de vigtigste puljer og støtteordninger for små og mellemstore vækstvirksomheder i Region Sjælland



GØR UDFORDRINGER TIL MULIGHEDER

Hos Væksthusene kan virksomheder på Danmarks regning få lagt deres Vækstplan og gjort udfordringer til muligheder.