

Shippingfirma vil fordoble

Holship i Holbæk går mod strømmen og udvider med jysk afdeling, ligesom to nye svenske kontorer er under overvejelse. Samtidig er 20 lastbiler med virksomhedens logo på vej ud på landevejene

■ Logistik

AF KNUD TEDDY RASMUSSEN

Mange i branchen stønner lige nu på grund af den globale krise. Men i shippingvirksomheden Holship har ledelsen besluttet at udvide forretningen.

I sidste uge åbnede Holbækvirksomheden en jysk afdeling på Århus Havn.

Nye kontorer i Stockholm og Malmø er under kraftig overvejelse som supplement til dét, man i dag har ved Gøteborg.

Via aftaler med forskellige vognmænd vil omkring 20 lastbiler om få måneder gøre Holships logo kendt på de danske veje.

Og hvis alt går som forventet, vil den danske del af virksomheden fordoble sin omsætning til næste år.

»Det mener i hvert fald de folk, vi har ansat til den forretning,« siger direktør Torben Ranners, som udgør den daglige ledelse sammen med sin bror Michael, der har ansvaret for forretningsudvikling i familievirksomheden.

Men hvorfor ekspandere midt i den værste krise i mands minde?

Det er der to grunde til. Og de supplerer mildest talt hinanden ret godt.

2008 blev et godt år for Holship. Ganske vist faldt bruttoavancen til 30,2 mio. kr. mod 37,3 mio. året før. Men samtidig voksede bundlinjen i perioden fra 1,3 til 5,4 mio. kr.

Penge på kistebunden

Med lidt penge på kistebunden er tidspunktet netop nu det helt rigtige til at udvide. I branchen er mange nemlig så trængte, at de i den grad er til at tale med, når der skal indgås aftaler om f.eks. underleverancer.

»Ja, det må man sige,« kommenterer Michael Ranners.

Men, som hans bror tilføjer, så har man trods alt ikke presset underleverandørerne så meget, at f.eks. en vognmand ikke også kan få en fornuftig forretning ud af samarbejdet.

»Vi får jo ikke noget ud af en vognmand, der går konkurs. Det her er »people business«. Og som en mindre virksomhed skal vi leve af at give en personlig service, hvor vi gør noget ekstra for kunden. Vi skal ikke bare flytte gods fra A til B. Det er der så mange, der kan,« siger Torben Ranners.

Den nye afdeling i Århus og planerne om »egne« biler



Michael Ranners (til venstre) og Torben Ranners udgør den daglige ledelse i familievirksomheden, Holship i Holbæk. Med de fortsatte udvidelser ønsker de at sende et signal om, at man satser på en fremtid som skandinavisk distributør. Foto: Kim Nielsen

hænger i øvrigt uløseligt sammen.

Med det nye samarbejde med vognmændene afleverer Holship så at sige ikke bare en forsendelse til dem, der nu engang har

tid og plads til at håndtere den. Fremover lejer virksomheden hele lastbiler, som stadig tilhører den enkelte vognmand – men altså udelukkende skal køre med Holships logo.

»Når vi selv kontrollerer en hel bil, så har vi også selv styr på, hvordan vi vil tjene penge på den,« siger Michael Ranners.

Og så er der den nye Århusafdeling:

»Hvis man vil noget med bilmarkedet, er det et must at være i Jylland,« siger Torben Ranners.

Med de fortsatte udvidelser ønsker Holship-ledelsen at sen-

omsætningen på et år

Sejt slagsmål med kommunen

Om kort tid indleder speditjonsvirksomheden Holship sit tredje, retslige slagsmål med Holbæk kommune.

Det ligger lige for at sammenligne med sagen fra Fredericia, hvor kommunen afviste at forlænge det lokale skibsværfts lejemål, fordi man ønskede at bygge nye boliger på havnekajerne.

»Men vi er faktisk blevet behandlet værre,« mener Holship-direktør Torben Ranners.

Han hentyder til, at Fredericia-sagen i det mindste kunne kaldes for et rent snit.

I Holships tilfælde bebudede kommunen ganske vist allerede i 2000, at man ville lukke erhvervshavnen til fordel for boligbyggeri.

»Men her har man brugt salami-me-

toden og eksproprieret lidt ad gangen. Vi har allerede haft to sager, fordi vi ikke kunne blive enige om erstatningen. Og nu er en tredje så på vej,« siger Torben Ranners.

Efterlyser klar beslutning

Ifølge Holship-ledelsen ville det have været langt mere reelt, hvis kommunen så at sige havde jaget virksomheden væk i ét hug og betalt en erstatning.

Det ville for det første have udløst, hvad Holship kalder for en mere anstændig erstatning. Det ville desuden have givet virksomheden fuld klarhed over, hvor længe man kunne disponere over hvilke arealer. Og det ville gøre det meget lettere at drive

forretningen, hvor aftaler med kunder ofte løber over flere år, lyder argumentet.

»Som lokal speditør i Holbæk er det f.eks. lidt svært at udleje lagerplads til en kunde, når vi ikke ved, hvor længe vi er her,« siger Michael Ranners med henvisning til, at den slags aftaler ofte løber over fem-ti år.

Fremtiden ligger i Køge

Som situationen ser ud i øjeblikket, ligger Holships fremtid i Køge, hvor der som tidligere omtalt satses kraftigt på erhvervshavnen.

Her ejer Holship allerede halvdel af en virksomhed. Men hvordan og hvornår en flytning skal ske er endnu ikke besluttet. teddy

Generations-skifte må vente

På nær en sjat ejer brødrene Ranners' far, Lars Ranners fortsat aktierne i selskabet Holship Holding, hvor man er godt på vej til at have samlet alle virksomhedens aktiviteter i diverse datterselskaber. Og det er der ikke planer om at ændre på lige nu – selv om man sonderer forskellige muligheder for et generationsskifte.

På den længere bane ligger det nemlig i kortene, at virksomheden skal overgå til de to sønner og deres søster, som – måske – også kan se en fremtid i branchen. Hun har dog tid til at overveje situationen. Hun er i dag 11 år gammel.

teddy

de et signal om, at man satses på en fremtid som skandinavisk distributør. Gennem flere år har man haft afdelinger i både Danmark, Norge, Sverige og Finland.

»Og vi har besluttet, at det også skal være vores fokusområde fremover. Der er nemlig ikke ret mange, mindre spedi-

tører, som udelukkende arbejder i Skandinavien,« siger Torben Ranners.

Forskel på landene

Der er dog temmelig stor forskel på forretningerne i de enkelte lande.

I Danmark hentes ca. halvde-

len af omsætningen på stevedore – altså last- og losning af fragtskibe, mens resten er almindelig spedition via sø, luft og vej.

I Sverige ligger 60 pct. på lagervirksomhed, hvor man bl.a. driver et pakkelager for Nintendo. Resten er almindelig spedition.

I Norge ligger 60 pct. af omsætningen på et noget specielt område – nemlig vask og distribution af de plast-kasser, som på de kanter bruges til at transportere frugt i. Omkring 20 mio. af slagsen bliver det til på årsbasis. Almindelig spedition står for resten af forretningen i det norske selskab, der ledes af

Ranners senior og med 4,4 mio. kr. var det af selskaberne, der sidste år præsterede den største bundlinje.

Endelig er der så Finland, hvor stort set hele forretningen udgøres af sø- og luftfragt.

knud.rasmussen@borsen.dk

Annonce

Det danske erhvervsliv betaler dyrt for det kommende postægteskab

Den kommende fusion mellem Post Danmark og svenske Posten AB vil betyde mindre postkonkurrence i Danmark, og det vil gøre det sværere for konkurrenter at få fodfæste. Det er til skade for de danske virksomheder, som kommer til at betale en stor del af bryllupskagen. Men post behøver ikke at betyde standardiserede formater eller være dyr, mener Henrik Bohn, adm. direktør for Swiss Post International Skandinavien i Danmark, som tilbyder løsninger inden for udenlandsk post, et område med stor konkurrence og lave priser for virksomhedspost.



Ægteskab kan betyde standardiserede formater

Det er kun de formelle rammer i ægteskabet mellem Post Danmark og svenske Posten AB, der mangler, før postfusionen mellem de to postdistributører inden længe bliver en realitet. Det betyder reelt, at konkurrencen på det danske postmarked bliver mindre, end den er i dag for indenlandsk post.

»Det er synd for det danske erhvervsliv, at konkurrencen på det danske postmarked bliver endnu mindre. De danske virksomheder betaler i forvejen en meget høj pris for kun at have én udbyder på en stor del af postmarkedet,« siger Henrik Bohn, som er adm. direktør for Swiss Post International Skandinavien i Danmark og fortsætter:

»Det danske erhvervsliv efterspørger i høj grad løsninger, der kan matche deres forskelligartede behov og ikke standardiserede formater, som en fusion kan betyde. Hos os handler det ikke om mainstream størrelser, som kunden skal forsøge at tilpasse indholdet efter, men om at finde det format, der passer bedst til kundens ønsker og behov og derved skabe de helt rigtige løsninger.»

Post behøver ikke være dyr

Swiss Post International Skandinavien er en dynamisk partner på det nordiske postmarked, som lever op til erhvervslivets krav både i forhold til leveringstider, priser og designfrihed.

»Mange af vores kunder bliver ret overraskede over, hvor meget post de kan få af sted, især hvis de bruger os til deres internationale forsendelser. De danske virksomheder er vant til, at priserne er meget høje, men faktisk behøver det slet ikke at være tilfældet. Vi er i topklasse inden for international post, både når det gælder løsning og pris, og det er de færreste, der kan sende så meget post for den samme porto,« siger Henrik Bohn og slutter: »og som altid i schweizisk topkvalitet.«

www.swisspost.dk

Swiss Post International Skandinavien

Swiss Post International Skandinavien er en uafhængig leverandør af internationale brev- og masseforsendelser fra hele Skandinavien. Blandt kunderne er primært små og mellemstore eksportvirksomheder i forskellige serviceindustrier samt en række andre virksomheder og organisationer, forlag, forsikringselskaber og finansielle institutioner. Alle har de det tilfælles, at de har brug for international rækkevidde og lave forsendelsesomkostninger.

SWISS POST 