

management

© ägarstrukturer

ILLUSTRATION ANNA SJÖLIN



Rensar upp. Allt fler medelstora grafiska företag köps upp av stora tryckerikoncerner. Ensamma kvar på marknaden blir de mindre tryckerierna.



Den digitala teknikens intåg i den grafiska branschen har de senaste åren inneburit stora strukturella förändringar i och med att tekniken tillåter fler tillämpningar av den digitala informationen. Detta har medfört uppköp och sammanslagningar av bland annat tryckerier, IT-företag med flera. AGI har tittat på branschens ägarstruktur och pratat med några nyckelpersoner om vart branscutvecklingen är på väg.

Fågel, fisk eller ingenting

text | Jonas Hedman | jonash72@hotmail.com



I och med att den digitala tekniken möjliggör allt fler sätt att publicera information på så vidgas den grafiska branschen. (Med grafiska branschen menas här framförallt prepress, tryck och efterbehandling.) Eftersom informationen är digital kan den förhållandevis lätt publiceras även på webben, i handdatorer, lagras i databaser etc. Detta gör att den grafiska sektorn blir ett allt större hörn av IT-branschen där systemlösningar, elek-

tronisk handel med mera kompletterar tryckta medier.

Det blir allt viktigare för grafiska företag att kunna erbjuda flera olika publicerings-sätt för att nå större marknader och på sikt behålla sina kunder. För att kunna göra det behövs bred kompetens inom både tryck, IT och marknadsföring och för att åstadkomma en symbios av detta krävs samarbete mellan dessa typer av företag. Ofta leder det i förlängningen till sammanslagningar och koncernbildningar.

AGI har pratat med ett par personer som är eniga om att trenden går mot större och färre grafiska företag som erbjuder helhetslösningar i större omfattning.

Att den grafiska sektorn blir allt bredare och mer komplex gör den också mer svårbegriplig för investerare. 1990 fanns det

fem börsnoterade grafiska företag (Elanders, Tryckindustri, Strålfors, Bong och Graphium) – i februari 2002 är det fyra (Graphium är uppköpt av finska Edita). Det finns givetvis många anledningar till att de inte är fler: börsintroduktion kräver ett stort kapital och en stor arbetsinsats i form av bland annat administration.

Det blir svårare och svårare att definiera vad den grafiska sektorn är vilket resulterar i att få förstår sig på att investera i "grafiska" aktier.

Kompetens och teknik hörnstenar

Hasse Hedberg är ansvarig för branschfrågor på Grafiska Företagens Förbund och har de senaste åren sett en trend som pekar mot att de fler och fler stora och mellanstora grafiska företagen, framförallt tryckerier, går ihop och bildar koncerner och liknande.

– Det blir allt viktigare att bredda sitt utbud och inte bara erbjuda tryck. Ska man göra det måste man vara väldigt nischad och specialist inom ett specifikt område. Jag tror att mindre tryckerier får svårt att överleva på sikt om de inte breddar utbudet och erbjuder någon form av andra tjänster vid sidan av det traditionella trycket, säger Hasse.

– Det krävs pengar för att investera i kompetens och teknik, vilket är nödvändigt för att hänga med i utvecklingen, och det har få mindre tryckerier råd med. Detta kan få till följd att de större kapitalstarka koncernerna tar över kunder också på mindre orter eftersom de kan erbjuda fler tillämpningar av tekniken, fortsätter han.

– Genom koncernbildning och företags-samarbete finns också flera samverkans-fördelar i form av bland annat bredare kompetens, effektivare administration och rationellare inköp, säger Hasse.

Viktigt att bredda sortimentet

Tillsammans med Elanders är Intellecta, före detta Tryckindustri, en av de största tryckerikoncernerna som breddat sig →



management

ägarstrukturer



FOTO JONAS HEDMAN

Hasse Hedberg

→ allt mer till att täcka IT, webb och kommunikation i olika former. Koncernchefen Lars Fredrikson ser också en tydlig strukturförändring och branschglidning där digitala informationsbärare kommer allt mer. Men han tror att trycksaken kommer spela en mycket viktig roll även i framtiden.

– Den digitala tekniken möjliggör framförallt presentation och lagring av information på flera olika sätt och det är

viktigt att dra nytta av detta och kunna erbjuda kunden olika lösningar. Vi måste idag konkurrera på större marknader och då gäller det att utnyttja och integrera tryck och IT, säger Lars.

– Jag tror att grafiska företag med 20–40 anställda får svårt att överleva på sikt om de inte samarbetar med andra eller blir uppköpta. Denna typ av mellanstora

tryckerier tror jag får svårt att orka med de tunga investeringar som krävs, i form av framförallt tryckpressar, för att hänga med i utvecklingen. Pressarna ska betalas av samtidigt som de kräver beläggning för två- eller treskift för att vara lönsamma. Det är svårt att åstadkomma i en bransch med överkapacitet, menar han. Däremot tror jag att små närtryckerier kommer att leva vidare på sina lokala kunder ett bra tag till. För många kunder kommer tillgänglighet och hög grad av personlig service även fortsättningsvis att vara viktigare än den senaste tekniken, fortsätter Lars.

– Det är viktigt att hålla god lönsamhet och det gör man bäst genom att bredda sortimentet. IT, media- och affärskommunikation är viktiga delar i den grafiska sektorn som blir allt vidare. Intellecta kommer att fortsätta strukturförändringen där de digitala publiceringsformerna växer mer än det traditionella trycket. Idag jobbar två tredjedelar av Intellectas personal inom grafisk produktion.

Olika typer av strukturförändringar

I januari 2001 köptes tryckerikoncernen Graphium upp av Edita som ägs av finska staten och är en av Finlands fem största grafiska koncerner. Edita Sverige trycker direktreklam, tidningar etc och står för 30

procent av koncernens totala omsättning. Erik Arthur är vd för Edita Sverige sedan maj 2001 och ger andra branschexempel där de stora aktörerna blivit fler:

– Jag har jobbat 20 år i konsumentelektronikbranschen på bland annat Phillips och Hitachi och sedan 70-talet har det där blivit färre men större fabriker runt om i Europa. Genom sammanslagningar har distributionsledet effektiviserats och även om den branschen inte är lika splittrad som den grafiska så tycker jag man kan se paralleller, säger Erik.

– Kostnadseffektivitet, investeringsbehov och teknikutveckling är centrala delar i den grafiska sektorn idag och för att uppfylla dem måste man bredda sitt utbud, fortsätter han. Det är svårt att överleva som grafiskt företag genom att enbart trycka.

– Tekniken som den har utvecklats kräver annorlunda kompetens och båda kostar pengar. Få företag har båda och därför tror jag att vi kommer se mer av företags-samarbeten och koncernbildningar där teknik och kompetens samordnas under ett gemensamt paraply, avslutar Erik. ●

Fotnot. För den som vill läsa vad Elanders vd Kjell Thörnbring tycker, så intervjuades han i AGI nr 339, december 2001.

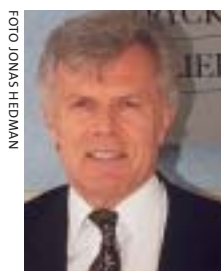


FOTO JONAS HEDMAN

Lars Fredrikson

Viktigt även för små tryckerier att bredda sig

● Henningsons Tryckeri i Borlänge har 14 anställda och är storleksmässigt utrypen för ett genomsnittligt svenskt tryckeri. De har tre arkpressar, en fyrfärgs- och två tvåfärgs, men även originalframställning, prepress och bokbinderi. Vd Dan Henningson är av uppfattningen att även mindre tryckerier måste bredda sig och erbjuda kunderna mer än bara en trycksak för att i ett framtidsperspektiv kunna överleva.

– Trycksaksproduktionen är hörnstenen i vår verksamhet men marknadskommunikation i form av databaslösningar, webbsidesproduktion och annan parallellpublicering blir en allt viktigare del, berättar Dan.

– Vi är ett relativt litet tryckeri och har 75 procent av våra kunder inom tio mils radie. Vi vill vara en mediaaktör som kan erbjuda våra kunder flera typer av publicerings sätt. Detta är

viktigt för att på sikt överleva. De tryckerier som inte följer med i den tekniska utvecklingen tror jag får det svårt, fortsätter han.

– Sedan 1999 är vi med i den virtuella koncernen Prinfo som innehåller ett 60-tal tryckerier i Norden varav 17 i Sverige. Det är inget ägandeskap utan vi samarbetar när det gäller teknikutveckling, vidareutbildning med mera. Det gör att olika tryckerier kan specialisera sig på olika områden och sedan dela med sig av dessa till övriga, förklarar Dan.

– Vi har kommit långt med ICC-profiler och sammanställer just nu en manual som de övriga medlemstryckerierna kan ta del av. Prinfnätverket är till stor hjälp i utvecklingsarbetet, och vi har sluppit många fallgropar tack vare det. Men även utan Prinfo hade vi satsat på att förnya oss genom parallellpublicering och de mervärden som den digitala tekniken ger.



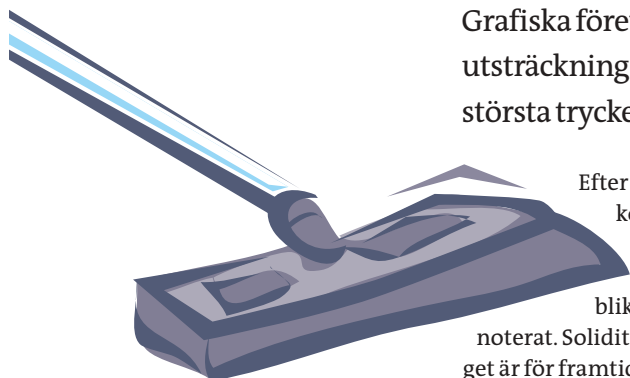
FOTO JONAS HEDMAN

management

ägarstrukturer

Grafiska branschens ägarstruktur

Grafiska företag köper upp andra, blir uppköpta och byter namn i allt större utsträckning. Här presenterar vi en förteckning över de omsättningsmässigt största tryckerikoncernerna i Sverige. Siffrorna gäller den svenska koncerndelen.



Efter faktauppgifterna om respektive koncern följer ägarförhållandet och respektive dotterbolag. "Publ" innebär att aktien är publicerad, det vill säga att bolaget är börsnoterat. Soliditet är ett mått på hur tåligt företaget är för framtida förluster. Om ett bolag inte

ägs till 100 procent av koncernen är antalet procent angivet inom parentes efter bolagsnamnet. Samhall AB är inte med i förteckningen beroende på att endast cirka fem procent av deras omsättning idag är grafisk produktion. Förpackningstryckerier och pappersbruk faller också utanför ramen för denna sammanställning.

STRÅLFORS AB (PUBL)

<p>Huvudkontor: Ljungby</p> <p>Koncernhistoria: Grundades 1919</p> <p>Vd/koncernchef: Per Samuelsson</p> <p>Anställda: 1850</p> <p>Omsättning: 3282 miljoner kronor (2001)</p> <p>Soliditet: 51% (2001)</p> <p>Börsintroduktion: 1984 (finns på Stockholmsbörsens O-lista)</p> <p>Produktionsriktning: Verksamheten är uppdelad i tre divisioner varav division Graphic Solutions innefattar blanketter, spelprodukter och etiketter. Graphic Solutions omsätter cirka 50% av koncernens totala produktion (1663 miljoner kronor 2001).</p> <p>Webbplats: www.stralfors.com</p>	<p>Graphic Solutions</p> <p>Affärsområde Grafiskt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strålfors Svenska AB, Ljungby • Strålfors A/S, Glostrup, Danmark • Strålfors AS, Alnabru, Norge • Strålfors PLC, Cornwall, England • Siaco S.A., Cedex, Frankrike <p>Affärsområde Etikett</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strålfors Svenska AB, Västra Frölunda • Strålfors Svenska AB, Åstorp • Strålfors A/S, Glostrup, Danmark • Strålfors AS, Alnabru, Norge • Strålfors AG, Aesch, Schweiz • Collamat Strålfors AG, Aesch, Schweiz • Strålfors GmbH, Rinteln, Tyskland 	<p>Informations Logistics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strålfors Svenska AB, Stockholm, Uppsala och Ljungby • Strålfors Information Logistics A/S, Glostrup, Danmark • Strålfors AS, Alnabru, Norge • Strålfors PLC, Cornwall, England 	<p>SPI (System and Product Related Information)</p> <p>Affärsområde Lasermax</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strålfors AB, Ljungby • Strålfors A/S, Glostrup, Danmark • Strålfors PLC, Falmouth, England • Strålfors International Inc., Downers Grove, USA • Strålfors NV, Sint-Niklaas, Belgien <p>Affärsområde IT-Supplies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strålfors Svenska AB, Ljungby • Strålfors A/S, Glostrup, Danmark • Strålfors AS, Alnabru, Norge • Oy Strålfors Tietokonetarvike AB, Helsingfors, Finland • Strålfors Tradecom Solutions AB, Västra Frölunda
--	--	---	--

ELANDERS AB (PUBL)

<p>Huvudkontor: Kungsbacka</p> <p>Koncernhistoria: Grundades 1908</p> <p>Vd/koncernchef: Kjell Thörnbring</p> <p>Anställda: 1910</p> <p>Omsättning: 2494 miljoner kronor (2001)</p> <p>Soliditet: 37% (2001)</p> <p>Börsintroduktion: 1989 (finns på Stockholmsbörsens O-lista)</p> <p>Produktionsriktning: Tryck, databaspublicering, webb, e-handel etc uppdelat på två affärsområden.</p> <p>Webbplats: www.elanders.se</p>	<p>Infoprint</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elanders Tryckeri AB, Kungsbacka • Elanders Norge AS, Oslo • Elanders Polska Sp. zo.o, Plonsk • Elanders UK Ltd, Harrogate 	<p>Infologistics</p> <p>Region Väst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elanders Digitaltryck AB, Gbg • Elanders Graphic Systems, Gbg • Elanders Novum AB, Gbg • AB Repronik, Gbg • Elanders Svenskt Tryck AB, Surte <p>Region Syd</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berlings Skogs AB, Trelleborg • Elanders Gummessons AB, Falköping • Elanders Lithorex AB, Landskrona • Elanders Skogs Grafiska AB, Malmö • Elanders Skogs Rulloffset AB, Helsingborg 	<p>Region Öst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arne Löfgren Offset AB, Sthlm • Elanders Anymedia AB, Sthlm • Elanders Anymedia News AB, Sthlm • Elanders Gotab AB, Vällingby • Elanders Käpe AB, Sthlm • Elanders Solutions AB, Sthlm • Elanders Tofters AB, Östervåla <p>Region International</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elanders Hindson Ltd, Newcastle, England • Elanders Hungary Kft, Zalalövö, Ungern • Elanders Publishing AS, Oslo, Norge
---	---	--	---



BONG LJUNGDAHL AB (PUBL)

Huvudkontor: Kristianstad	Anställda: 1700 (varav 450 i Sverige)	• Bong Ljungdahl Sverige AB, Kristianstad och Nybro	• Bongs Konvolutter A/S, Tönsberg, Norge
Koncernhistoria: Företaget Bong grundades 1737 och gick 1997 ihop med Ljungdahl	Soliditet: 28% (2001)	• Bong Suomi Oy, Tammerfors, Finland	• Bong Bjørnbak AS, Hedehusene, Danmark
Vd/koncernchef: Lennart Pihl	Börsintroduktion: 1988 (finns på Stockholmsbörsens O-lista)	• Bong UK, Tongwell	• Bong Belgium, Soignies
Omsättning: 2400 miljoner kr (2001)	Produktionsinriktning: Kuverttillverkning	• Bong S.P.z.o.o, Warszawa, Gdansk, Polen	• Bong Ireland Ltd, Kilkenny
	Webbplats: www.bongljungdahl.se	• Bong Reinhart Schmidt, Wuppertal, Tyskland	• Bong Germany, GmbH, Erkelenz

QUEBECOR WORLD INC., MONTRÉAL, KANADA

Quebecor World European Holding S.A., Luxemburg

Quebecor World Scandinavia AB

Huvudkontor: Skärholmen	Omsättning: 1716 miljoner kronor (2000)	• Sörmlands Grafiska Quebecor AB, Katrineholm	• Interprint Quebecor AB, Skärholmen
Koncernhistoria: Koncernen Tryckerier i Norden AB (TINA) bildades 1994, börsnoterades 1998 och köptes upp av Quebecor samma år.	Soliditet: Ingen uppgift	• Helprint Finland Quebecor Oy, Mikkeli, Finland	• Tryckeri AB Småland Quebecor AB, Jönköping
Vd/koncernchef: Tomas Salzmänn	Produktionsinr.: Allt från kataloger och tidskrifter till små reklamfolderar.		
Anställda: 810	Webbplats: www.quebecor-norden.se		

CONDI PRINT TOOL AB

Huvudkontor: Nässjö	Omsättning: 506 miljoner kr (2000)	• Nässjötryckeriet AB, Nässjö	• NT Värdestryck AB, Nässjö	• CPT Nordic AB, Nässjö
Koncernhistoria: Nässjötryckeriet bildat 1922, koncernen 1987	Soliditet: 61% (2000)	• Mediaprint on demand AB, Nässjö	• NT Mediaprint AB, Nässjö	• NT Plocklager AB, Nässjö
Vd/koncernchef: Anders Norling (tf)	Produktionsinriktning: Blanketttryck; fraktsedlar, lotter, fakturor etc	• SEM Grafik A/S, Halden, Norge		
Anställda: 392	Webbplats: www.nassjotryckeriet.se			

EDITA ABP, FINLAND

Edita Sverige AB

Huvudkontor: Stockholm	Vd/koncernchef: Erik Arthur	Content Division	
Koncernhistoria: Esselte köpte 1990 Norstedts Tryckeri och Skandinaviskt säkerhetsstryck och tog 1991 namnet Graphium AB. 2001 köptes två divisioner upp av finska Edita och vid årsskiftet tog den svenska delen namnet Edita. Huvudkoncernen har tryckerier också i Finland, Estland och Lettland.	Anställda: 400	• Edita Communication AB, Sthlm	• Edita Publishing AB, Sthlm
Omsättning: 470 miljoner kr (2001)	Soliditet: 38% för Edita Abp (2001)	Infocarrier Division	
Produktionsinriktning: Tryck, direktreklam, tidningar, digital information, informationsportaler m.m.	Webbplats: www.edita.se	• Edita Direkt AB, Sthlm	• Edita Norstedts Tryckeri AB, Sundbyberg
		• Edita Ljunglöfs AB, Sthlm	• Edita Graphium i Stockholm AB, Bromma
		• Edita Västra Aros AB, Västerås	• Edita Graphium DR-Produktion AB, Bromma (70%)
		• Edita Graphium i Tandsbyn AB	• Edita Sandlund & Co Grafiska AB, Sthlm

management



ägarstrukturer

TABERG MEDIA GROUP AB

Tabergsgruppen i Taberg AB

Huvudkontor: Taberg
Koncernhistoria: Tabergs Tryckeri startades 1954 och koncernen började växa 1990.
Vd/koncernchef: Jörgen Lind
Anställda: 303

Omsättning: 440 miljoner kronor (2001)
Soliditet: 25% (2001)
Produktionsinriktning: Tryck, digital hantering, print on demand, lager och distribution.
Webbplats: www.tabergsgruppen.se

- Tabergs Tryckeri AB, Taberg
- Rydheims Tryckeri AB, Jönköping
- AB Blomberg & Janson Offsettryck, Bromma – Lindblom & Co Repro AB, Sthlm
- Bratts Tryckeri AB, Jönköping
- Davidsons Tryckeri AB, Växjö
- Handelstryckeriet E H AB, Gbg
- Systemprint AB, Landskrona
- Dataform AB, Kumla
- Häft Design AB, Kumla
- June Litografiska AB, Jönköping
- Document Solution AB, Nässjö, Jönköping och Växjö
- Ruter Media Group AB, Laholm

INTELLECTA AB (PUBL)

Huvudkontor: Solna
Koncernhistoria: Företaget, dåvarande Tryckindustri, startades 1933 och heter sedan oktober 2000 Intellecta.
Vd/koncernchef: Lars Fredrikson
Anställda: 409
Omsättning: 349 miljoner kronor (2000/2001)
Soliditet: 75% (2000/2001)
Börsintroduktion: 1990 (finns på Stockholmsbörsens O-lista)
Produktionsinriktning: Tryck, IT/webb och kommunikation i tre affärsområden.
Webbplats: www.intellecta.se

Pre Publish & Print

- Tryckindustri Information Svenska AB, Solna
 - Artodito AB, Solna
 - Finanstryck AB, Sthlm
 - Graforama AB, Sthlm
- Bröderna Ljungbergs Tryckeri AB, Södertälje
- Duro Grafiska AB, Malmö
- OnTime Lager & Distribution AB, Nacka
- Strållins Tryckeri AB, Grycksbo
 - Relieftryck AB, Solna

Communication

- Intellecta Corporate AB, Sthlm
 - Intellecta Kaunsel A/S, Köpenhamn
- T5 Information AB, Sthlm (49%)

Electronic Media

- Intellecta Interactive AB, Sthlm
- Intellecta Systems AB, Bromma
- DocuSys AB, Västra Frölunda
- Despiro AB, Sthlm (50%)

Hjälp barn med cancer



postgiro: 90 20 90-0

