

Med sikte på expansiv nät

Det började för 35 år sedan, år 1979, med gotländska vykort med öns butiker som trogen kundkrets. Med tiden och i takt med kundernas önskemål och behov har sortimentet vuxit och kundkretsen blivit större och minst lika trogen.

Fast den ekonomiska potentialen finns där inga vanliga territoriella gränser sätter stopp; det handlar om näthandel och om den egna webbutiken kasse.nu.



text: Lars Knapsjö
lars@screen-marknaden.se
foto: Eric Windahl

Det var samma år som Björn Borg blev världsmästare i tennis, Margret Thatcher blev premiärminister i England och Ulf Adelsohn dansade i bastkjol på Filippinerna; alltså år 1979, som Leif Hörling så smått startade en försäljning av gotländska vykort till öns alla souvenirbutiker. En verksamhet som ökade i takt med den tilltagande turismen. Det här var alltså 11 år efter det att dåvarande statsminister Olof Palme (S) dragit

i gång det som nu är den traditionella Almedalsveckan från ett lastbilsflak bredvid kruttornet i Visby.

FRÅN PARASOLL TILL PÅSAR

Vykortssortimentet utökades med lite sommarleksaker, gotländska souvenirer av allehanda slag och semesternyttigheter som brassestolar och parasoller. Allt var ett ganska givet gotlandssortiment som tog sikte på öns alla butiker. Målsättningen var att uppfylla deras behov av ett turistrelaterat sortiment.

1986 registrerade Leif Hörling bolaget Immenco GotlandsGrossisten AB och framtiden såg lovande ut.

1999 anställdes Fredrik Stanius som säljare och lite alltiallo vid sidan av Leif Hörling. Och på den vägen är det. År 2007 köpte Fredrik Stanius hela företaget och Leif Hörling är kvar, om än nu bara två dagar i veckan.

– Redan tidigt behövde butikerna även påsar till vårt gotlandssortiment, men det var först för 12–15 år sedan som vi mer på allvar satsade på att ha ett lite bredare och tilltalande förpackningssortiment, berättar Fredrik Stanius.

– I dag har gotlandssortimentet en jämn och ganska hög omsättning, men



Handel



Fredrik Stanius.

det är på förpackningssidan, som vi verkligen har expanderat.

STARTADE KASSE.NU

Om Immenco GotlandsGrossisten har en geografiskt avgränsad kundkrets till just Gotland, så är det raka motsatsen för kasse.nu, som inte alls har några gotländska webbkunder utan här finns hela kundkretsen på fastlandet och det är en ständigt expanderande kundkrets.

Det var för drygt tre år sedan, som Fredrik och hans nästan fyra medarbetare startade upp webbutiken kasse.nu och utbudet består av framför allt kassar och påsar.

– Vi samarbetar med landets största tillverkare av förpackning och det är också de som trycker åt oss, förklarar Fredrik Stanius.

– Det säljs väldigt mycket utan tryck, men vi märker en klar tendens att allt fler kunder i webbutiken vill ha tryck på sina påsar och förpackningar. Man vill helt enkelt synas, exponera sitt varumärke och sitt budskap.

Idag omsätter företaget totalt sett ca 11 miljoner kronor, men med sin allt mer besökta webbutik så ser ökningstalen imponerande ut; 15–20% de senaste åren.

VÅRMÄSSA INLEDER HÖGSÄSONEN

I mars varje år bjuder Immenco in alla sina gotländska kunder till en vårmässa för att presentera årets sortiment och det är då ca 80% av beställningarna för hög-

säsongen läggs. Högsäsongen är från början av mars till mitten av augusti och i oktober bjuder man in till en höstmässa inför julhandeln.

Gotlandsbåtarna och öns ICA-butiker är några av de storkunder som vänder sig till Immenco.

På kasse.nu är reklambyråer en ganska stor kundgrupp, eftersom de i sin tur har kunder som vill ha designade förpackningar och då handlar det inte om vilken påse som helst.

Här finns det påsar och kassar i mängder av olika utförande, för att inte tala om färger; från skrikrosa till blyertsgrått. Här finns smäckra påsar och robusta kassar. Här finns pappkassar och plastkassar och färggranna snören, silkespapper och allt vad som krävs i förpackningssammanhang.

För att kunna få en tryckt påse eller kasse till ett attraktivt pris ligger minimiantalet på ca 3 000 enheter.

FRUKTAR INTE PLASTFÖRBUD

Förra året förbjöd Kina butikerna att lämna ut plastpåsar gratis. Italien har totalförbudit plastpåsar och förbudsdebatten har gått hög inom EU och sista ordet lär inte vara sagt i den frågan.

– Våra plastpåsar tillverkas ironiskt nog i Italien, Turkiet och Asien, men ett eventuellt förbud kommer inte att få någon större betydelse för vår del, säger Fredrik Stanius.

– Vi satsar på påsar och kassar i papp och dessa tillverkas nästan uteslutande i Sverige av miljöriktigt, FSC-märkt pap-



per och bland våra kunder är efterfrågan på pappkassar och -påsar större än på plast.

MAJAS SOCKAR

En typisk Immenco-kund är Maja Klintberg, som driver Majas Sockar. Hon står bl a på Stora Torget i Visby under



Fredrik Stanius och Leif Hörling.

turistsäsongen och säljer lammskinn och genuint gotlandsdesignade sockar i ull och bomull. När kunder får sina sockar, ligger de i en brun, miljövänlig papperspåse med ett svart tryck som berättar mer om både Gotland, Majas Sockar och det material som de tillverkats av. Något som verkar mycket uppskattat av turistkunderna.

Till lokalkunderna får man nästan räkna de politiska partierna och alla olika lobbyorganisationerna under Almedalsveckan, men jämfört med de kunder som är stationerade på ön, blir de ändå marginella.

ATT SYNAS PÅ WEBBEN

När lågkonjunkturen kom omkring 2007 märkte man på Immenco knappast av den. Eftersom man har en stark lokal förankring och nästan är ensam på sin nischade marknad, så har man alltid varje år ökat i omsättning och aldrig gått med röda siffror.

När det gäller webbutiken kasse.nu så vet man inte hur stor den marknaden kan vara och än så länge finns man egentligen bara i Sverige. Näthandeln blir allt mer expansiv och allt fler använder sig av nätet för att göra sina affärer och hitta sina produkter.

– Vi har ett ganska renodlat sortiment på kasse.nu, vilket är en klar fördel, säger Fredrik Stanius.

– Vår marknadsföring består mest i att vi annonserar på Google genom Adwords och att vi satsar på att synas högt upp på de organiska sidorna genom en effektiv sökordsoptimering.

– Vi har testat att annonsera i dagspress och på Eniro, men det har inte gett några märkbara effekter.

– Däremot köpte vi radioreklam när vi flyttade hit till våra nuvarande lokaler och de jinglarna märkte vi att kunderna hört. Fast det påverkar ju inte webbutiken.

VIKTIGT DOMÄNVAL

.nu är sedan många år en av de vanligaste toppdomänerna i Sverige efter .se och .com och förknippas starkt med Sverige. I dagsläget finns fler än 230 000 domäner registrerade under .nu att jämföra med 1,3 miljoner under .se.

– En webbutik kan alltid nå utanför de territoriella gränserna och en satsning gentemot de övriga nordiska länderna kan vara lockande, menar Fredrik Stanius.

– Fast det gäller att fundera på hur man administrativt och ekonomiskt ska lösa olika tull- och fraktfrågor. Norge exempelvis tillhör inte EU och eftersom påsar/kassar kan vara både skrymmande och tunga, så blir transportkostnaderna oerhört dyra.

Dessutom råkar Immenco ut för fraktföretagens Gotlandstillägg på 30-35%

An advertisement for the Roland VersaCAMM VSi-serien. The background is a vibrant blue with a subtle pattern. At the top left, it says 'Imagine. Roland®'. At the top right, there is a logo for 'FOLIE & PAPPER' consisting of a square divided into four quadrants. In the center, the text 'VersaCAMM VSi-serien' is prominently displayed in a bold, white font. Below the text is a large image of the Roland VersaCAMM VSi-serien plotter. The plotter is shown in a side profile, with a large sheet of material being processed. The material features a grayscale image of a woman's face, which is partially obscured by a vibrant, multi-colored floral pattern. The plotter has a control panel on the right side with a small screen and several buttons. At the bottom left, the text 'Folie & Papper Sweden AB' and 'Telefon 031-49 00 80 / 08-785 04 23' is displayed. At the bottom right, the website 'www.foliepapper.se' is shown.

jämfört med sina kollegor på fastlandet och det blir en fördyrande post, som oförskyllt drabbar alla gotlandsföretag.

FYLLER UT LOKALEN

Det kombinerade kontoret, lagret och visningsrummet på Lundbygatan 2 i Österbys Industriområde är den tredje lokalen som Fredrik Stanius huserat i sedan han började på företaget för snart 15 år sedan. För 2,5 år sedan flyttade man in i en ombyggd och fräsch före detta distributionscentral för ICA. Lastkajerna har blivit ett stort show-room på drygt 150 kvm och bakom det finns ett lager på ca 800 kvm, medan det funktionella kontoret ryms på ca 100 kvm.

Fredrik Stanius sambo; Cecilia Ahlgren arbetar på Grant Thorntons Visbykontor och har bl a uppdraget att sköta Immencos räkenskaper, vilket tar ca en dag i månaden. Resten; fakturering, in-/utbetalningar mm sköter Fredrik och hans medarbetare själva och med hjälp av Handelsbankens olika automatiserade tjänster. Det kan under högsäsong bli omkring 150 fakturor i veckan.

MED EGEN DESIGN

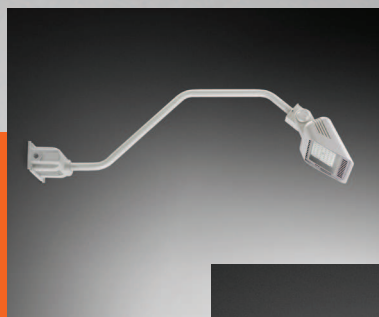


Det ska påpekas, att delar av det sk gotlandssortimentet designats av Fredrik själv och av hans medarbetare. Årets motiv är bl a ett lamm mot en röd bakgrund och finns på souvenirartiklar som tygkassar, toffelset, muggar och kökshanddukar.

Så Fredrik Stanius har åtskilliga strängar på sin lyra. Apropå lyra så är också gitarr och fotboll högprioriterade intresse hos familjens tre söner; August (8 år), Karl (12 år) och Hugo (15 år), fast den senare lockas också av sin nyinköpta moped, som lyser upp garageuppfarten vid villan i Östra Vi.

För Fredrik med sina 42 år betyder träningen ca fyra gånger i veckan en hel del. Just nu handlar det om crossfit, som är en kombination av styrke- och konditionsträning. Det handlar om funktionella övningar som ska utföras under hög intensitet och med konstant variation. Syftet, säger Wikipedia, är att skapa en så komplett och allsidig atlet som möjligt.

Och därmed torde det mesta vara sagt om Fredrik Stanius som företagare, pappa och make i en nog så mansstark familj. ■



Day LED

För belysning av skyltar och fasader.
Utmärkt färgåtergivning. 23W | 4000K
Svanhals, rak arm eller utan arm.
Svart eller vit.



www.masterlite.se