

Historisk chance for

central magtposition



Finanskrisen, faldende omsætning og høje priser er en giftig cocktail for de danske producenter af byggematerialer. Vejen ud af krisen er klar, og producenterne står oven i købet med muligheden for at positionere sig på en helt ny måde

Af Peter Hartung

En ny generation af byggematerialer, der er mere miljøvenlige, energibesparende og langt billigere end de nuværende. Det er vejen ud af krisen for de danske producenter af byggematerialer, som også skal gentænke deres rolle i processen og skabe sig en ny platform som en del af branchen og ikke bare som leverandør.

Det mener Johan Galster, som er strategisk rådgiver og udviklingsdirektør i 2+1 Idébureau med ansvaret for enheden Building Identity, der tilbyder strategisk bygherrerådgivning med speciale i innovation, identitet og forretningsudvikling.

– Aktørerne skal turde tage et opgør

– DI Byggematerialer arbejder for at skærpe bygningsreglementets energikrav til bygninger, så man fremrykker de planlagte stramninger med fem år. Vi har i dag teknologien og produkterne, som kan leve op til de krav, der først gælder fra 2015. Det fremmer innovationen, når der stilles store krav på hjemmemarkedet, og det vil på sigt styrke de danske virksomheders eksportmuligheder, siger Anne Windfeldt Trolle.

med deres rolle som materialeleverandører. De skal gå fra at være reaktive leverandører af delydelser til at være proaktive leverandører af hele basispakken på tværs af eksisterende brancheskel. De skal redefinere sig som serviceleverandører, der leverer kundetilpassede ydelser i form af bæredygtige pakkeløsninger direkte fra fabrik til den halve pris, siger Johan Galster.

Det mener branchedirektør Anne Windfeldt Trolle, DI Byggematerialer, også er vejen frem.

– Vores medlemmer vil meget gerne gå fra rollen som simple leverandører af materialer til at være rådgivende leverandører. Vi skal bidrage til, at det samlede byggeri bliver bedre og bil-

ligere blandt andet ved at reducere fejl og mangler, siger hun.

Markedet tæt på bunden

DI Byggematerialer gennemfører hver måned en måling af medlemsvirksomhedernes aktuelle salg. Her har de foreløbige resultater i 2009 været i tråd med resten af branchens udvikling, og over en bred kam melder byggemateriale-producenterne om nedgang i salget.

Ifølge den seneste måling, foretaget i starten af april 2009, melder 57 procent af de virksomheder, der har deltaget i undersøgelsen, om en omsætningsnedgang på mellem 10 og 50 procent sammenlignet med marts 2008, medens 5 procent har måttet tåle en omsætningsnedgang på mere end 50 procent.

– Det er vores vurdering, at markedet er meget tæt på bunden nu, og at vi kommer til at ligge her et års tid endnu. Men vi håber, at producenterne af byggematerialer til trods for krisen vil fokusere på bæredygtighed og innovation. De skal positionere sig, så de har de rigtige produkter klar, når der atter kommer gang i markedet, siger Anne Windfeldt Trolle.

DI Byggematerialer sporer ikke den store optimisme hos medlemmerne på kort sigt. 22 procent af virksomhederne forventer, at salgsindekset for andet kvartal 2009 vil lande på 50-75 procent af omsætningen i samme periode året før. 51 procent af virksomhederne tror, >>



– Byggeriets parter er tvunget til at indgå i fælles innovationsprojekter på tværs af fagskel, og her kan byggematerialeindustrien meget vel stå med det længste strå, fordi de kan levere hele pakker på samlebånd, siger Johan Galster, der er udviklingsdirektør i 2+1 Idébureau.

at deres omsætning vil ligge på 75-90 procent i forhold til samme kvartal 2008. Kun godt 4 procent tror, de vil klare sig bedre i år end sidste år.

– Men vi hører også fra vores medlemmer, at de tror, det bliver bedre mod slutningen af 2009 – og at det for alvor bliver bedre næste år. Halvdelen tror på en vending i første halvdel af 2010, mens den anden halvdel tror, vendingen først kommer i andet halvår 2010, siger Anne Windfeldt Trolle.

Fortsat innovation

– Finanskrisen øger selvfølgelig virksomhedernes fokus på omkostninger. Det får dem til at sætte skub i procesinnovationen, mens man godt kan frygte, at det vil gå ud over udviklingen af nye produkter. Det er noget, vi advarer imod. Vi mener, de skal fortsætte det vigtige arbejde med at udvikle produk-

ter til fremtidens byggeri, siger Anne Windfeldt Trolle. DI Byggematerialer har spurgt medlemmerne om deres holdninger til innovation i en krisetid, og her svarer over halvdelen, at de har planer om at øge udgifterne til udvikling af nye produkter under krisen, så det ser umiddelbart ud til også at være tilfældet. Og det kan blive producenternes chance for at få en ny rolle i bygge- og ejendomsbranchen.

Johan Galster er nemlig ikke i tvivl om, at byggematerialeindustrien lige nu står med en historisk mulighed for at indtage en fremtidig central magtposition i byggebranchen:

“De tider er forbi, hvor man har råd til en hær af brancheopdelte håndværkere og rådgivere, der går rundt på en ufleksibel byggeplads og producerer 87 kilo affald pr. bygget kvadratmeter. Alle omkostninger, som ikke giver kunden direkte nytteværdi, vil blive reduceret til et minimum, og samtidigt vil kravene til byggeriets effektivitet og samlede energiregnskab være maksimale.”

Johan Galster, 2+1

– Producenterne vil kunne byde ind på tre afgørende faktorer i det fremtidige marked, nemlig omkostningsreducering, energireducering og maksimering af kundetilpassede ydelser. Efterspørgslen på komplette, præfabrikerede løsninger vil radikalt forskyde magtbalancen over i byggematerialeindustrien på bekostning af bl.a. entreprenørerne, forudser han.

Fokus på energien

DI Byggematerialer ser også store muligheder i markedet for energi-fokuserede produkter og er derfor blandt andet med i det brede brancheinitiativ EnergiByg, hvor også Dansk Byggeri, Danske ARK, FRI, Tekniq og DI Energi-branchen deltager.

Formålet med projektet er at kortlægge potentialer for energibesparelser og CO₂-reduktioner i bygningsmassen og afdække segmenter, hvor der især kan sættes projekter i gang med henblik på energibesparelser i bygninger samt at undersøge mulighederne for integration af bygningernes energiforbrug med det overordnede forsyningsystem.

Design af ny strategi

Og det er den rette vej frem selv at være med til at sætte dagsordenen. For byggebranchen og særligt byggematerialeindustrien står over for et afgørende paradigmeskifte, fordi kravene netop ændrer sig, siger Johan Galster:

– Jeg arbejder med kunder flere steder i værdikæden, som i de seneste 15 år alene har kæmpet for at følge med ordretilvæksten, og som nu kommer til mig med den eneste formulerede

strategi at optimere deres eksisterende ydelser, mens de venter på, at markedet kommer igen. Problemet er bare, at det marked, som vi kendte, kommer ikke igen, siger Johan Galster.

Han ser det som en seriøs udfordring, at branchens aktører arbejder med så reaktive forretningsstrategier. I stedet for at vente på, at markedet løser sig selv, bør byggeriets parter nemlig være en del af selve løsningen.

Den industrielle tankegang

– Vi har bygget alt for dyrt og for ineffektivt i for lang tid. Vi bør lære af alternative brancher, som tele-, medicinal- og flyindustrien, som radikalt har formået at udfordre deres eksisterende

markedsstandard og skabe ny vækst gennem brancheglidninger, reducere af omkostninger og fokus på kundens værdi, siger Johan Galster. Anne Windfeldt Trolle kan godt følge Johan Galsters pointe.

– Man har talt om at industrialisere byggeriet i mange år, uden at det for alvor er blevet til noget. Enten er de produkter, der kommer ud af det, ikke gode nok, eller også er det simpelthen ikke det, kunderne efterspørger. Vi har set et firma, der satsede på at bygge arkitekttegnede boliger ud fra en industriel tankegang, gå konkurs. Vi skal fortsætte med at udforske mulighederne, men det løser ikke alt, siger Anne Windfeldt Trolle.

Johan Galster oplever ofte, at den vigtigste opgave som strategisk rådgiver er at hjælpe virksomhederne med at afmontere deres eksisterende selvforståelse. Først herefter kan man designe en kontraststrategi for, hvordan man udfordrer vanetænkningen.

– Byggebranchen har i de gode tider levet i et beskyttet værksted. Man har optimeret de eksisterende løsninger – hvilket i praksis resulterede i lokal sub-optimering. Med andre ord har tagpladeproducenten ingen værdi fået ud af vinduesproducentens innovationsindsats. Den luksus kan ingen tilade sig i dag eller i fremtidens marked, siger Johan Galster. ■

Priserne har toppet

Af Peter Hartung

Priserne på byggematerialer er steget betydeligt under mange års højkonjunktur, hvor materialeomkostningerne ved nybyggeri løbende er blevet målt af Danmarks Statistik. Indekset har bevæget sig fra 100 i første kvartal 2003 til indeks 122 i fjerde kvartal 2008. Især i perioden 2006-2007 steg byggematerialer voldsomt – op til 20 procent.

– Der var jo en grund til, at byggematerialer blev dyrere under højkonjunktoren. Efterspørgslen var med til at drive priserne opad, samtidig med at råvare- og transportomkostningerne steg, forklarer Anne Windfeldt Trolle.

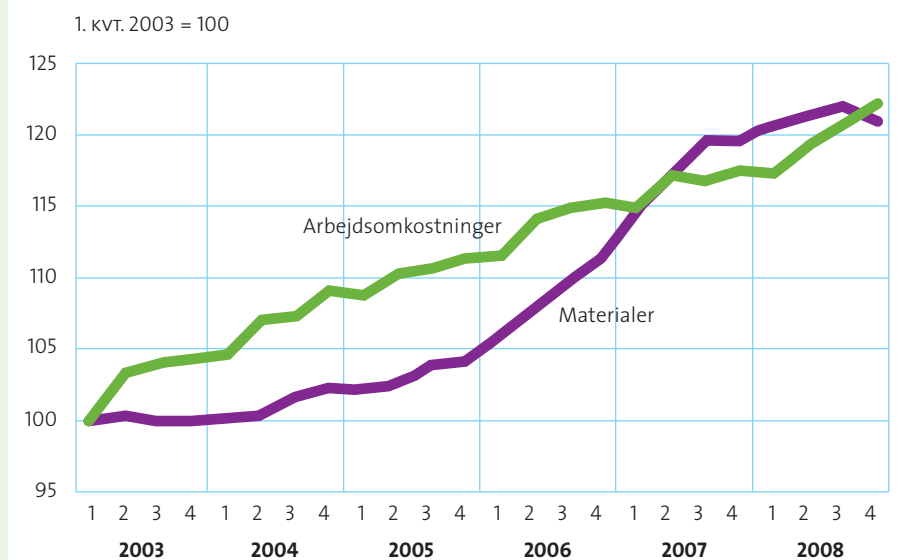
Meget tyder på, at priserne har toppet. Materialeomkostningerne ved nybyggeri faldt ifølge Danmarks Statistik med 0,8 procent fra 3. til 4. kvartal 2008. Det er første gang i fire år, at indekset falder. Faldet i materialeomkostningerne skyldes primært markante prisfald på råolie og på jern og stål.

– Jeg hører fra medlemmerne, at mange nu sætter priserne ned, mens andre forsøger

at holde priserne for at kompensere delvis for nedgangen i omsætningen. Når visse virksomheder mister 50 procent af omsætningen, kan man ikke også forlange, at de skal sænke prisen til det halve. Så kan man

ikke overleve. Derfor vil vi hellere fokusere på at levere bedre ydelser i form af service og rådgivning. Her kan vi absolut bidrage til at sænke byggeriets samlede omkostninger, siger Anne Windfeldt Trolle. ■

BYGGEOMKOSTNINGSDINDEKS FOR BOLIGER



Kilde: Danmarks Statistik

Laudrup frontfigur på udlejning af Odenses Munkebjerg Park

ODENSE: Odenseanske Barfoed Group har fundet et alternativt markedsføringstiltag i forhold til udlejning af boliger. Barfoed har således indgået et samarbejde med Brian Laudrup og Lars Høgh omkring markedsføring af Munkebjerg Park i Odense M., hvor Barfoed Group er i gang med at opføre 188 moderne ungdomsboliger i Odense M – tæt på Syddansk Universitet og uddannelsesmiljøet i Odense samt det nye sygehus.

Munkebjerg Park bliver Danmarks mest moderne ungdomsboliger tegnet af arkitektfirmaet Juul Frost og med et meget højt understyrsniveau i boligerne.

Brian Laudrup og Lars Høgh er netop i gang med at rejse hele Danmark rundt med deres street-fodboldturnering. Barfoed Group og Munkebjerg Park er blevet en betydelig sponsor på turneringen, og det er yderligere en

del af aftalen, at Laudrup & Høgh skal medvirke i markedsføringen af Munkebjerg Park blandt andet i form af events på sportsfaciliteterne, når byggeriet er færdigt og udlejningen går i gang.

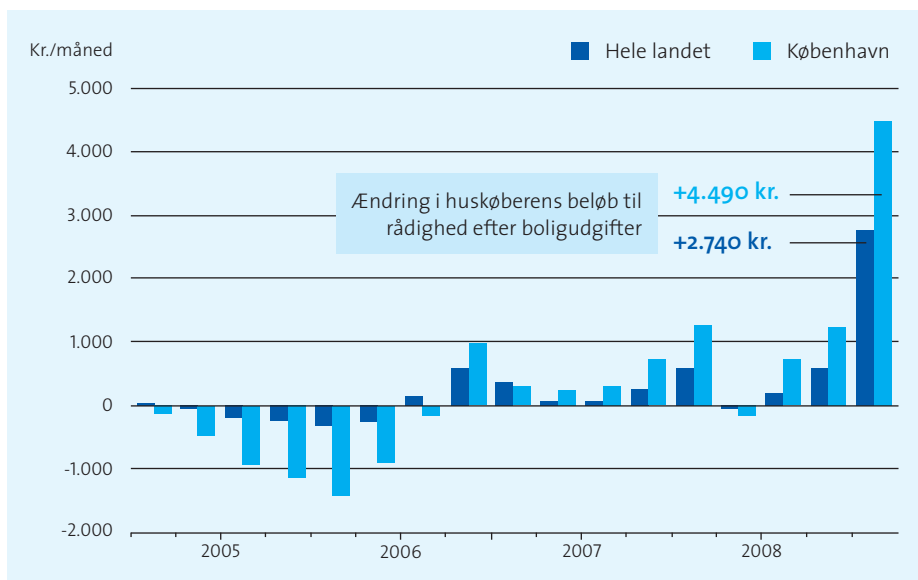
Samtidig drøfter parterne allerede en udvidelse af samarbejdet på andre projekter.



– Vi bygger fremtidens ungdomsboliger, og vi har valgt at indrette området som et campusområde, som man ser i blandt andet USA, hvor beboerne har mulighed for at dyrke sport og fitness gratis lige uden for deres bolig. Det er derfor en spændende mulighed for koncernen, at samarbejde med to af Danmarks største sportsprofiler nogensinde, og vi finder det naturligt at bruge sportsprofiler i markedsføringen af udlejningen af byggeriet, da netop sport og fitness har været en vigtig brik i hele udviklingen af Munkebjerg Park, siger koncerndirektør Frederik Barfoed. Her sammen med til venstre Brian Laudrup og til højre Lars Høgh.

Rekordstigning i førstegangskøberens råderum

Førstegangskøbere har i løbet af det seneste år fået mere end 4.000 kr. mere til rådighed efter boligudgifter på grund af faldende priser og renter. Dermed er den potentielle købergruppe på boligmarkedet udvidet betragteligt. Rådighedsbeløbet er beregnet ud fra den gennemsnitlige regionale indkomst for en familie med 2 voksne og 0 eller 1 barn.



Kilde: Nykredit

REKORDÅR FOR HHM

HILLERØD: 2008 blev – ovenpå rekordåret 2007 – endnu et rekordår for entreprenørfirmaet HHM i Hillerød. Resultatet for 2008 blev et overskud på 12,8 mio. kr. før skat ud af en omsætning på 323 mio. kr., der er fordoblet siden 2004. Adm. direktør Svend Pedersen forventer en omsætning, der ventes at blive 10-20 pct. mindre i 2009.

Svend Pedersen ser en omlægning til den grønne linje med lavenergibyggeri inden for såvel erhvervsbyggeri som boliger som et vigtigt fundament for at fastholde konkurrenceevnen i de kommende år. Her har HHM allerede gjort sig bemærket ved blandt andet at deltage aktivt i udviklingen og byggeriet af en daginstitution i Kregme, der bliver Danmarks første institution opført i lavenergiklasse 1. Et projekt, der er udviklet sammen med Niras og Site Arkitekterne.

Nybolig Erhverv København A/S flytter grænser og skaber merværdi

Nybolig Erhverv København A/S udfordrer grænserne for traditionel erhvervsmægler-virksomhed. Vi integrerer vores mangeårige mæglererfaringer med kompetencer indenfor analyse, værdiansættelse og Capital Markets. Således tilbyder vi de essentielle rådgivningsydelser nødvendige ved struktureret ejendomstransaktioner.

Mægler

- Køb og salg
- Leje og udlejning
- Ejendomsinvestering

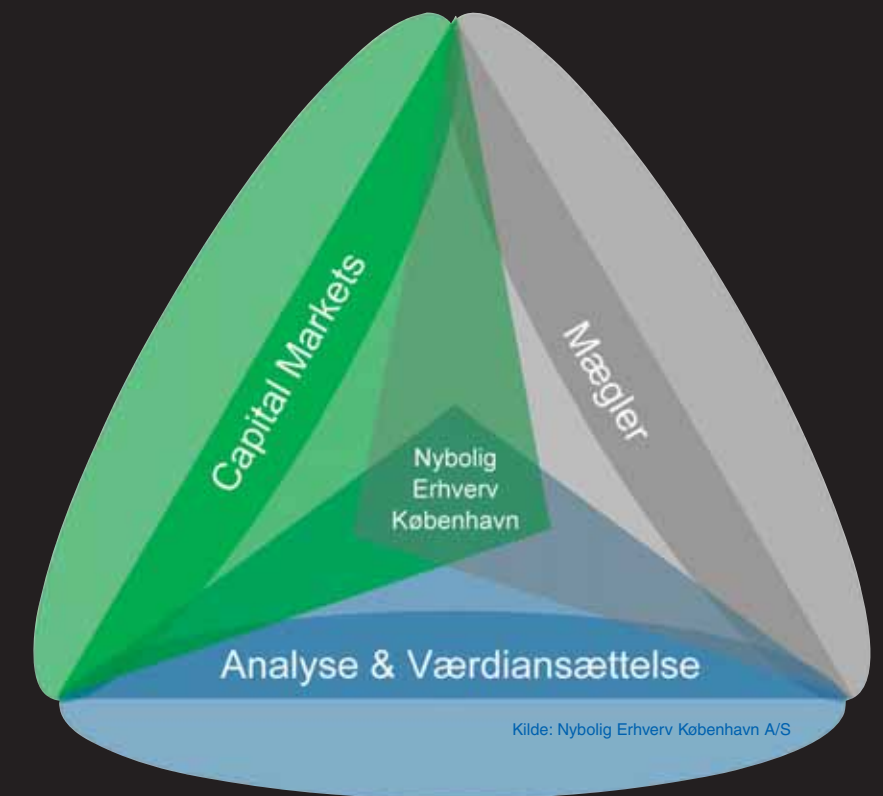
Analyse & Værdiansættelse

- Markedsanalyser
- Ejendoms- og porteføljevurderinger
- Strategisk ejendomsrådgivning

Capital Markets

- Struktureret salg
- Due Diligence
- Fusion og opkøb
- International ejendomsrådgivning
- Projektrådgivning

Kontakt os for en præsentation af, hvordan vi skaber merværdi for dig og din virksomhed.



Nybolig Erhverv København A/S

Kampmannsgade 1, 4
1604 København V
Tlf. 3364 6500
1604@nybolig.dk

Frederiksværksgade 35, 1
3400 Hillerød
Tlf. 3364 6500
3401@nybolig.dk

En del af en landsdækkende kæde med internationale relationer

