

13 företag om hur de ställt om för att klara coronakrisen

Under coronapandemin har förändrade konsumtionsvanor, resmönster och restriktioner påverkat näringslivet. Vissa branscher och företag har gynnats av att förändringen skapat ökat efterfrågan, andra har fått uppleva hur efterfrågan har minskat. Till denna rapport berättar 13 företag från olika branscher och olika delar av Skåne om hur de har påverkats och ställt om verksamheten för att klara krisen.

FOTO: NEWS ØRESUND



Blomsterbutik växer med fler hemleveranser

Hanna Arvidsson tog över Flora Blommor i Svedala i januari 2020 och har fått anställa fler under året som gått med coronapandemin. Antalet hemleveranser har ökat och hon tror att det nya sättet att handla kommer att finnas kvar.

– Det har varit mindre spring i butiken medan buden har ökat kraftigt. Vi har ökat i omsättning under pandemin och jag har fått anställa fler. Det är för att vi ska hinna med alla leveranser. Sen har branschen drabbats och det har varit väldigt ostadigt på inköpsfronten. Mina kollegor som har butiker i köpcenter eller i storstäder har drabbats hårt. Många handlar mer på hemorten och åker inte in till stan, säger Hanna Arvidsson, och fortsätter:

– Jag tror att utvecklingen med leveranser kommer att fortsätta öka. Hela sättet att handla på har förändrats under pandemin. Jag tror att många fler kommer att beställa blommor och få det levererat och butiksservicen att minska. Då gäller det att hitta andra kanaler för att få rotation i butiken, bland annat med samarbetspartners. Vi kommer jobba åt det hållet.

"Utomhus har varit en säkrare miljö under corona"

Under 2020 fyrdubblades antalet besökare hos Multilevel Ziplines och Klätterpark i Hässleholm.

Multilevel Ziplines och Klätterpark startade verksamheten 2018. Förra året blev ett rekordår för bolaget.

– Vi fyrdubblade antalet besökare 2020 jämfört med 2019. Branschen säger samma sak, alltimellan stark till mycket stark säsong. Fler har intresserat sig för friluftsliv och aktiviteter. Utomhus har varit en säkrare miljö under corona, säger Magnus Pålsson, initiativtagare och instruktör.

Eftersom de inte tar in mer än 30 aktiva på samma gång i parken som dessutom är stor till ytan har de inte behövt anpassa antalet besökare. Vad som är en coronaeffekt i det ökade intresset och inte är svårt att avgöra, tycker Magnus Pålsson.

– Vi öppnade 2018, sen började fler känna till oss och så kom corona. Det är svårt att säga vad som är på grund av corona, men konsekvenserna av att vi är mer kända, corona och annat har ökat vårt besöksantal, säger han.

Årets sommarsäsong kan utvecklas på flera vis, tror Magnus Pålsson, men Multilevel fortsätter satsa i anläggningen och har dubblat antalet anställda så att personalstyrkan är 3–4 personer fler jämfört med förra året.

– Människor är mer medvetna om allvaret nu än de var 2020 och är extra försiktiga. Samtidigt är vaccinationerna igång och restriktionerna kan lätta lite. Det är svårbedömt, men vi fortsätter att investera. Vi har en satsning på en dubbelt så lång zipline än de vi har nu som vi hoppas är klar i sommar. Då känner jag att vi har den produkten vi velat ha.



FOTO: MULTILEVEL

Ökad omsättning för lanthandel när fler vill ut i naturen

Fler hemmajobbande bybor och fler lokala turister som vandrat i den omliggande naturen under coronapandemin har ökat antalet besökare och även omsättningen för Torna Hällestads Lanthandel utanför Lund.

För ett år sedan, i början av pandemin, märkte Torna Hällestads Lanthandel utanför Lund en positiv effekt för verksamheten när fler handlade lokalt samtidigt som antalet besökare till de omgivande naturreservaten ökade. Utvecklingen har hållit i sig, berättar ägaren Per-Anders Hjort.

– För vår verksamhet har pandemin inte varit negativ, det har snarare gjort att den har stabiliserats. Vi har haft en stor tillströmning och har satsat. Flera timanställda har fastanställts och omsättningen ökade, från 11–12 miljoner, till 15 miljoner förra kalenderåret, säger han.

Verksamheten har fått anpassas, bland annat har kvällsrestaurangen lagts ner och antalet



FOTO: NEWS ØRESUND

konferensbokningar har gått ner drastiskt medan take away och lunchserveringen har ökat. Kombinationen med butik, restaurang och bageri och den geografiska placeringen ligger bakom framgången, menar Per-Anders Hjort.

– Vi ligger i ett område med sju naturreservat runtomkring oss. Folk går i skogen och kommer sen till oss. Det har varit problematiskt för många i städerna, men vi på landet med en annorlunda karaktär har nog klarat oss bättre, säger han.

Mer tid hemma och pengar som läggs på renovering positivt för bygghandel

Magnus Detterholm, vd på bygghandeln Optimera Svenska AB med huvudkontor i Malmö som främst säljer till lokala byggare men även direkt till kund, ger en positiv bild av företagets utveckling under det senaste året.

Hur har ert företag påverkats under coronapandemin?

– Vi är i en bransch som har varit vinnare i pandemin och har inte behövt utnyttja något permitteringsstöd utan kunnat köra på och försökt bedriva vår verksamhet så coronasäkert det bara går. Vi har haft en positiv utveckling i omsättning. Det är tydligt att folk har investerat i sina hem istället för att åka på charterresa, de pengarna har man lagt på ett nytt trädäck eller renovering.

Har ni ställt om er verksamhet?

– Vi erbjuder kunder att ringa eller maila in sina ordrar och så kan de hämta upp det färdigpackat, men många av våra kunder åker ändå in. Vi har stora lagerhallar där kunderna plockar själva så det är mycket yta och enkelt att hålla avstånd. Sedan har den största anpassningen varit på huvudkontoret där vi i stor utsträckning har jobbat hemifrån och digitaliserat. Det är speciellt när huvudkontoret måste agera på ett sätt och anläggningarna samtidigt måste vara igång.

Ökad efterfrågan för cykelbutik – men uteblivna leveranser ger osäkerhet om framtiden

Cyklern har varit populär som transportmedel under coronapandemin. Det har Per Welinder, ägare av cykel- och maskinutbytesbutiken Gelwel i Höör, märkt av. Förra året upplevde bolaget en positiv utveckling, men en ökad global efterfrågan i kombination med minskad produktion under tider av nedstängning innebär långa väntetider och även uteblivna leveranser.

– Vi märkte en ökad efterfrågan förra året, men i år har vi problem för vi får inga grejer. Det är väldigt långa leveranstider för cyklar och reservdelar idag. Vi har blivit uppmanade att beställa för 2022 nu för att få saker över huvud taget. Normalt kan man komplettera under en säsong, men allting är sålt och det finns inget på lager. Det kan bli ett bakslag, säger han, och fortsätter:

– Det har funnits en ökad efterfrågan globalt, inte bara i Sverige, samtidigt som det också har varit ett produktionsbortfall när länder har varit nedstängda.

Växlade upp för att möta efterfrågan på kemiska produkter till hus och trädgård

Ett ökad fokus på hemma-fixande har även ökat efterfrågan på produkter till hem och trädgård. Familjeföretaget Jape i Hässleholm, som tillverkar egenutvecklade kemiska produkter för bekämpning av påväxt och rengöringsprodukter, har fått anställa och växla upp produktionen, berättar företagets vd Pia af Klinteberg.



FOTO: JAPE

Hur har ert företag påverkats av coronapandemin?

– Positivt. Det har varit ett år med hemma-fixande. Folk har varit mer på hemma-plan och därmed ser man även mer vad som behöver göras och haft mer fokus på hus och trädgård. Så vi har haft en ökad omsättning. Och vi kan relatera 26 procent av omsättningsökningen direkt till corona.

Har ni ställt om er verksamhet under pandemin?

– Ja vi har behövt ställa om utifrån att med ökad omsättning behövdes mer timmar bli a i produktion. Så vi har växlat upp produktionen och även behövt anställa.

Hur ser ni på företagets utveckling i framtiden?

– Positivt. Vi ser tendensen med hemfixandet från förra året håller i sig även i år. Vi tror att det är en bestående beteendeförändring.

Hur har er bransch generellt påverkats av coronapandemin?

– Hela byggbranschen har ju påverkats positivt av det här året hemmfixande. Det faller naturligt att då även företag som tillhandahåller produkter till byggnad, hem och trädgård går bra.

Restaurang vill nå kunder via matbutiker

Med cateringverksamhet och två restauranger har Sadoo Iskandarani's företag Laziza i Malmö haft en tuff period sedan coronapandemin började. Bolagets omsättning har varierat utifrån säsong, men har generellt gått ner med 50 procent under perioden och antalet anställda har halverats. Nu har bolaget gjort några av sina produkter tillgängliga för försäljning i matbutiker. En idé som funnits redan tidigare, men som blivit verklighet snabbare än väntat på grund av coronakrisen.

– Vi har anpassat oss och testat om personalen kan ta maten åt gästerna i vår bufférestaurang, vi har sänkt gränsen för catering från tio till två personer, försökt hålla i kostnaderna och marknadsföra oss på sociala medier. Förra månaden lanserade vi vårt eget märke som gått ut i lokala butiker. Eventuellt kommer vi även in på ICA snart med våra såser och dressingar. Det är en tanke som vi haft sedan långt innan och som påskyndats under pandemin. Nu drar vi fram alla kort ur ärmen. Vi har en fantastisk personal som är med på alla förändringar, säger han.

Sadoo Iskandarani är engagerad i branschorganisationen Visita och vittnar om en bransch med stora utmaningar.

– Det är väldigt svårt och vi räknar med en hög arbetslöshet. Det kommer att komma en stor våg till, restaurangägare som snart har förbrukat sitt kapital och måste ställa sig frågan om de vågar gå in med personlig borgen. Jag tror att det kommer att behövas ytterligare tålmod från banker och myndigheter för att få en säker uppstart också. När man tappat hälften av sin omsättning tar det många år innan man kan fylla ut förlusterna och ligga på mellan 2–3 procent i vinst som annars är vanligt. Sen jobbar vi med människor och många har detta som sitt första jobb, antingen på grund av ålder eller att de inte har varit i Sverige så lång tid. Vår bransch är en språngbräda in i arbetslivet, det hoppas jag att folk ser.



FOTO: NEWS ØRESUND

Läget en räddning för Dalby Gästis som återöppnat under coronapandemin

Dalby Gästis har varit stängt för renovering under flera år och öppnade i höstas upp på nytt, med nya ägare och nya krögare.

– Vi har klarat oss eftersom vi ligger i en by och inte i en stad. Det har varit stängt i sex år och folk har gått och väntat på att det ska öppna igen. Det har funnits ett stort intresse eftersom det är ett hus där många har minnen, det lockar. Många har velat stötta oss för att vi ska överleva. Inför sommaren hoppas man, om det inte går att resa igen som vi är vana med, att många åker runt i Sverige i sommar igen och besöker platser som ett gästgiveri, säger Jessica Sundström, krögare på Dalby Gästis.

När beslutet togs, om att öppna under hösten 2020, var det sensommar och restriktionerna var inte alls lika omfattande för restauranger som de var när det senare var dags att öppna, berättar Jessica Sundström. De har lagt till take away i utbudet, men intäkterna kommer huvudsakligen från gäster som äter på plats i restaurangen.



FOTO: NEWS ØRESUND

Branschen har varit hårt drabbad under coronapandemin, framhåller Jessica Sundström.

– Allting hänger på vad nästa restriktion är eller vad de släpper på från regeringen. Våra händer är låsta. Jag anser att den här branschen är hårdast utsatt och har fått minst hjälp. Vi heter Destination Dalby Gästis och det är vår vision att bli mer än bara ett hus. Sen ligger allt på paus på grund av corona, man vågar inte dra igång för man inte riktigt vet vad som händer. Vi hade tänkt ha fullt sommarprogram med artister och arrangemang, men det vågar vi inte planera för, säger hon.

Pandemin har skapat utrymme för mer digitalisering och hållbarhetsprojekt

Protega i Trelleborg tillverkar brandskyddsfärg och brandtättningsprodukter. Under pandemin har de satsat mer på intern utbildning och digitalisering. I början av 2021 lanserades en ny hemsida och en ny utbildningsplattform, Protega Academy, där företaget kan lära ut användningen av sina produkter på distans. Dan Klittbo, vd på Protega, säger att företaget kommer att satsa mer på export när pandemin är över.

Hur har ert företag påverkats av coronapandemin?

– Det är främst vår export som har drabbats. 2020 hade våra största exportländer lockdowns, vilket gjorde att byggen stod still. Vi hade också som mål att 2020 finna nya återförsäljare ute i Europa och stå på branschmässor, men det har blivit helt inställt.

Har ni ställt om er verksamhet under pandemin?

– Vi har satsat på exempelvis digitala utbildningar. Vi brukar årligen utbilda ca 300 personer inom brandskyddsmålning och brandtätning. Under pandemin har det varit omöjligt med fysiska utbildningar så vi tog tidigt beslutet att omvandla till digitala utbildningar, Protega Academy. Fördelen med det

är bl.a. att de som vill gå kursen kan göra det när de vill och i den takten de själva önskar, samtidigt som vi frigör tid för våra egna medarbetare som tidigare höll kurserna. Vi har även satsat på utbildningar för våra medarbetare i exempelvis Miljö- och hållbarhetsarbete etc. Vi har också passat på att förbättra interna rutiner och processer när ordergången var lite lägre än vanligt. Vi har inte reducerat antalet medarbetare utan sett det som en möjlighet att ge dem mer tid för utbildning och genomföra förbättringar, ex digitalisering och hållbarhetsprojekt.

Hur ser ni på företagets utveckling i framtiden?

– Vi har stor tillförsikt i att svensktillverkat brandskydd med högsta kvalitet och bästa miljöbedömningar fortsätter att efterfrågas, både i det föreskrivande ledet såväl som av brandskyddsmålare och brandtätare. Så fort pandemin lättar, och länder öppnas upp, kommer vi också att satsa mer på vår export.

Hur har er bransch generellt påverkats av coronapandemin?

– Jag tror vår bransch har klarat sig bra i Sverige, byggena har varit igång hela tiden.

Privatkunder och nya koncept har hjälpt hotellkoncernen ESS Group att behålla den fast anställda personalen

Den 27 februari 2020 kom den första avbokningen av en stor konferens hos hotellkoncernen ESS Group som driver 10 hotell och 15 restauranger i Sverige, Norge och Danmark, däribland Ystad Saltsjöbad, MJ's i Malmö och Marienlyst i Helsingör. Sedan gick det fort med nedstängningar i Danmark och Norge och många avbokningar i Sverige. ESS fokus på privatkunder och satsningar på nya koncept har dock gjort det möjligt att behålla den fast anställda personalen.

– Jag minns den första avbokningen när jag var på vårt hotell MJ's i Malmö den 27 februari 2020. Det var från ett internationellt företag som hade en konferens bokad hos oss. Sedan gick det fort. Danmark och Norge stängde ner och vi fick stänga hotellen där som sedan öppnades igen någon månad senare. På den svenska marknaden blev det ombokningar på 98 procent av alla möten. Vi hade dock tur som har flera ben att stå på. Våra resorthotell var etablerade och privatgästerna höll upp beläggningen på hyfsade nivåer men till lägre snittpris, säger Anders Nilsson, operativ chef på ESS Group.

Coronapandemin har inneburit en berg- och dalbana för ESS Group. April-maj 2020 var de värsta månaderna. Sedan kom en återhämtning som varade till oktober där juli blev en ny rekordmånad. Därefter kom andra och tredje coronavågen. Nu hoppas de på en ljusning när allt fler blir vaccinerade och samhället öppnas upp.

– Under året har vi ställt om rejält, nya produkter och bland annat skapat ESS-Time som är en egen tidszon så gästerna får mer tid hos oss och utvecklat vår room service och take away. Vi har även blivit duktiga på digitala möten och hybridmöten samt arbetar hårdare mot lokalmarknaden för att fylla restaurangerna "på våra dåliga dagar", säger Anders Nilsson.

När han blickar framåt ser han en marknad där affärsresenärerna minskar med 20-40 procent och där konferensmarknaden kommer ändras. Traditionella "powerpoint-möten" försvinner mer och mer, kultur och get together-möten ökar liksom kickoffer, incentives och hybridmöten.



FOTO: NEWS BRESUND

The Absolut Company ställde snabbt om för att bidra till produktionen av handsprit

Under våren 2020 gjorde franskgäda The Absolut Company i Åhus en samhällsinsats och började producera etanol för tillverkning av handsprit som under den inledande pandemin blivit en akut bristvara.

– Vi ställde om tidigt i mars 2020 då det rådde en akut brist på handsprit i svensk sjukvård. Totalt kom vi att leverera 100 tankbilar med etanol för tillverkning av handsprit, säger Paula Eriksson, kommunikationschef vid The Absolut Company som ägs av franska Pernod Ricard och som har omkring 300 anställda i Åhus och övriga Kristianstads kommun.

De första 200 000 litrarna med etanol donerade The Absolut Company. Därefter togs ett symboliskt pris.

I den ordinarie verksamheten minskade efterfrågan på vodka som en följd av minskat resande och en hotell- och restaurangbransch som drabbats hårt av olika former av samhällsrestriktioner runt om i världen.

– Vår bransch har påverkats starkt av att människor inte längre kan resa eller gå ut och umgås och roa sig som de brukar. Nu ser vi att en normalisering tycks vara på gång både i Kina och USA vilket är glädjande.

När Paula Eriksson blickar mot framtiden tror hon inte att affärsresande återgår till samma nivåer som tidigare nu när företagen har lärt sig att arbeta digitalt. Möten och events för medarbetare kommer att äga rum mera lokalt, tror hon, medan det privata resandet kommer tillbaka.

Altitude Meetings betalade tillbaka permitteringsstödet – ”sedan gasade vi”

Malmöföretaget Altitude Meetings gjorde som många andra i mötesbranschen när coronapandemin slog undan marknaden – försökte överleva med hjälp av permitteringsstöd. Sedan ändrade de sin strategi, betalade tillbaka stödet och satsade på att expandera med nya digitala koncept. Det gick bra under hösten 2020 men under första kvartalet 2021 har det åter varit tufft berättar vd och huvudägaren Yasemin Arhan Modéer.

– Först gjorde vi som alla andra och sökte permitteringsstöd. Sedan insåg jag att vi måste gasa oss ur krisen. Så vi betalade tillbaka stödet, säger Yasemin Arhan Modéer.

Idéerna tilläts flöda och till slut hade konturen av ett nytt koncept med samhällsengagerade och digitala möten tagit fart med utgångspunkt från de egna lokalerna i höghuset Studio på kajkanten i Malmö.

– Vi slängde oss bokstavligen ut i zoommöten med kunderna i hand. Vecka elva förra året gjorde vi vår första digitala nationella konferens, kunden ställde om på bara 24 timmar, säger Yasemin Arhan Modéer.

Hon betonar att de fick lära sig den nya digitala tekniken efterhand som uppdragen kom in. Uppdrag åt andra kombinerades med egna projekt där Altitude Meetings fick ta risken och söka

extern finansiering. Ett sådant är "Istället för i Almedalen" som nu kommer att genomföras för andra året. Hösten 2020 fick det nya konceptet luft under vingarna och helåret slutade med två nyanställningar och svarta siffror i bokslutet. Sedan började det åter blåsa motvind när pandemin drog ut på tiden och det började uppstå en viss trötthet när det gäller enkla digitala möten.

– Första kvartalet 2021 var en katastrof. Men vi kavlar upp ärmarna och gör stort och smått. Ingen idé får vara för dum, säger Yasemin Arhan Modéer.

– Idag får vi springa dubbelt så snabbt för att få in hälften så mycket intäkter.

När hon summerar erfarenheterna från den digitala omställningen är det tre punkter hon särskilt lyfter fram:

* Digitala möten måste ha en vassare och tydligare profil. De är här för att stanna och kan erbjuda en större publik både över tid och i olika geografier.

* Hybridmöten med digital och fysisk närvaro kommer att öka när restriktionerna försvinner. Men de måste vara anpassade för en digital publik, inte bara videofilmade fysiska möten.

* Resor över dagen kommer att minska både för möten och för talare. Digital medverkan vid fysiska möten kommer att öka.

Klippans bruk klarade krisen genom att ställa om från pappersservetter till toapapper

Coronapandemin slog snabbt och hårt mot Klippans bruk och deras tillverkning av mjukpapper som används för tillverkning av servetter. Räddningen blev att företaget med 78 anställda i nordvästra Skåne snabbt ställde om till ett marknadssegment som inte drabbats av pandemin – toalettpapper.

– Coronapandemin slog hårt mot oss redan i mars 2020. Vi tappade snabbt 70 procent av våra order, berättar Susanne Hägerstrand, marknadsdirektör för Klippans Bruk med anor från 1573 då Skåne fortfarande var danskt.

– Klippan var Danmarks första pappersbruk och 1832 installerade bruket Sveriges första mekaniska pappersmaskin.

Klippan agerade snabbt när coronapandemin slog undan stora delar av deras marknad. 97 procent av

företagets försäljning går på export och då främst till andra europeiska länder. Pappersbrukets kunder är tillverkare av pappersservetter och när allt fler länder i Europa införde coronamotiverade restriktioner för restaurang- kultur- och eventbranscherna rasade efterfrågan på pappersservetter.

– Vi ställde om delar av produktionen till moderrullar för tillverkning av toalettpapper och samtidigt permitterade vi i viss utsträckning personal, säger Susanne Hägerstrand.

Nu hoppas Susanne Hägerstrand på att vaccineringen mot covid-19 ska minska smittspridningen och få allt fler länder att öppna upp för sociala aktiviteter, restauranger, kulturliv, konserter och andra event så att deras försäljning av mjukpapper för pappersservetter kan ta fart igen.

– Servetter är ju en del i det sociala umgänget i samhället, säger Susanne Hägerstrand.