

Genåbning af Danmark løfter forventningerne i erhvervslivet

Danske erhvervsledere melder om mærkbart løft i salget som følge af den tiltagende genåbning af Danmark. De dystre prognoser, man havde lagt, da corona for alvor ramte landet i marts er nu blevet afløst af optimisme. Der er en tydelig opadgående positiv trend i de generelle forventninger til fremtiden. Det viser Forventningsindekset, udarbejdet af Center for Ejerlede Virksomheder og Ejerlederen.

Af Morten Asmussen, Tænk tanken Mandag Morgen

Genåbningen af Danmark har med nærmest øjeblikkelig virkning løftet stemningen hos dansk erhvervsliv. Lige så hårdt muren ramte, da Danmark blev lukket ned i starten af marts, næsten lige så hurtigt mærkes effekten af genåbningen, lyder konklusionen fra de danske erhvervsledere. Den tiltagende optimisme giver sig også positivt udslag i Forventningsindekset fra Center for Ejerlede Virksomheder, som viser, at langt de fleste virksomheder forventer at være tilbage på fuld omgangshøjde inden udgangen af 2021. Og overraskende mange forventer at klare sig gennem 2020 på fornuftig vis. *“Det er bemærkelsesværdigt så entydigt et positivt signal, der bliver sendt fra de danske erhvervsledere, når vi spørger til deres forventninger. Meget tyder på, at vi ser en overraskende hurtig tilbagevenden til normaltilstanden. Det er i hvert fald sådan, vi må tolke erhvervsledernes egne vurderinger,”* siger lektor på CBS, Jeppe Christoffersen.

Coronakrisens langvarige effekt

Sammen med Professor Thomas Plenborg har Jeppe Christoffersen været med til at udvikle Forventningsindekset, der løbende viser danske erhvervslederes forventninger til udviklingen i den økonomiske situation sammenholdt med situationen før coronakrisen. Og Forventningsindekset viser en klart stigende tendens med et indekstal for 2021 på 97 mod indeks 91 før genåbningens påbegyndelse i starten af maj. Den samme tendens ser man for 2020, hvor indekstallet i øjeblikket ligger på 83 mod indeks 78 før genåbningen. *“Noget af det, vi allesammen forsøger at konkludere på lige nu, er jo, hvor hårdt og hvor længe coronakrisen kommer til at påvirke virksomhederne og samfundet. Ser vi på finanskrisen, så havde den en blød nedadgående og en blød opadgående kurve. Ser vi derimod på coronakrisen, så har den haft en meget hård nedadgående kurve, og med det vi ser lige nu, må vi forvente, at vi kommer til at se en ret stejl opadgående kurve igen,”* vurderer Jeppe Christoffersen og fortsætter:

“Det lader faktisk ikke til, at virksomhederne er meget skræmte over krisen. Et flertal af dem vurderer således, at deres økonomi er god eller meget god på trods af situationen. Samtidig vurderer de fleste, at det bliver godt eller meget godt fremadrettet. Det er et helt afgørende vigtigt signal, de sender. For hvis det er rigtigt, så bliver krisen måske ikke så ødelæggende, som mange frygter.”

[Læs mere om virksomhedsledernes forventninger til fremtiden](#)

Defensive tiltag trukket tilbage

En af de virksomheder, der oplever, at genåbningen relativt hurtigt har givet luft under vingerne igen, er Copenhagen Game Lab i København. Virksomheden udvikler digitale og analoge læringsspil til undervisning, udvikling og formidling. Da Coronakrisen ramte Copenhagen Game Lab tog direktør og indehaver Henning Basballe en række hurtige beslutninger for at imødekomme den bratte opbremsning i ordreindgangen. Det medførte bl.a., at en medarbejder blev opsagt, to blev hjemsendt med lønkompensation og der blev aftalt, at man efter sommerferien ville arbejde ud fra en arbejdsfordeling.

“Da Danmark blev lukket ned, vurderede jeg, at det var nødvendigt at handle forretningsmæssigt ansvarligt. Også fordi ingen vidste, hvordan krisen ville udvikle sig, og hvornår vi ville komme tilbage til normaltstanden. Der var ikke en langsigtet plan for genåbningen af samfundet, og det var i realiteten den største udfordring - uvisheden. Heldigvis kan vi nu konstatere, at genåbningen kommer tidligere og hurtigere end forventet. Omsætningen er hurtigt på vej tilbage, og det vil bl.a. sige, at den arbejdsfordeling, vi har aftalt efter sommerferien med al sandsynlighed ikke bliver relevant,” siger Henning Basballe.

Tæt på normal omsætning

Copenhagen Game Lab har både analoge og digitale aktiviteter i form af både hyldevarer og udviklingsprojekter. Salget af hyldevarerne gik helt i stå, da coronakrisen startede, men ordrerne er begyndt at løbe ind igen på trods af, at man i perioden har indstillet salgs- og markedsføringsaktiviteter. Alt i alt forventer Henning Basballe, at man på grund af erfaringerne i kølvandet på genåbningen kun vil se en absolut minimal nedgang i omsætningen i år. “Som det ser ud nu, så ender vi nok meget tæt på den samme omsætning, som vi opnåede sidste år. Vi er dog en gazellevirksomhed, så vi har ambitiøse vækstplaner. Min vurdering er derfor, at coronakrisen har betydet, at vækstplanerne er udsat et halvt år”

[Tilmed dig Ejerlederens nyhedsbrev og følg med i udviklingen](#)

Vinder noget af det tabte tilbage

Hos virksomheden Alulock, der producerer og sælger stilladser, lifte og stiger oplever man på samme måde, at genåbningen har haft en hurtig og mærkbar effekt allerede. Nedlukningen i begyndelsen af marts ramte virksomheden ganske hårdt, og da marts var ovre kunne man konstatere en omsætningstilbagegang på 60 pct. Direktør Jesper Ryberg Lonardi fortæller, at man på det tidspunkt havde forberedt sig på, at man i værste fald kunne klare en tilbagegang på 50 pct. på hele året. Men genåbningen har hurtigt ændret på prognosen i positiv retning.

“Vi har mange kunder inden for industri, byggeri og blandt de store virksomheder. Mange af dem stoppede ret hurtigt op for at vurdere alvoren af krisen. Derfor gik det meget hurtigt tilbage, da Danmark blev lukket ned. Heldigvis mærker vi en lige så tydelig fremgang på salget nu. Genåbningen kom hurtigere end forventet, og den har haft en mærkbar effekt. Mange af de projekter, der blev sat på pause i forbindelse med nedlukningen er kommet tilbage. Derudover har vi haft et ganske godt salg til private,” siger Jesper Ryberg Lonardi.

Alulock mærker samme fremgang i Tyskland som er et stort marked. Desuden oplever man øget salg igen i Sverige. “Samlet set venter vi at slutte året 20-30 pct. under den forventede omsætning, inden coronakrisen indtrådte,” siger Jesper Ryberg Lonardi. Han mærker en tydelig sammenhæng mellem privatforbrug og øget omsætning og håber derfor, at netop det private forbrug vil blive stimuleret fremadrettet.

Digital salg i fremgang

Wear Group i Silkeborg udvikler, designer og producerer tøj både som private label samt egne mærker. Virksomheden har trods sine kun seks år på bagen en række større retailkæder i Europa som kunder - og kun ganske få danske. Da coronakrisen tog fart besluttede Martin Buus Nørgaard og hans to medstiftere, at vejen gennem krisen skulle gå via tættere tilknytning til kunder, leverandører og medarbejdere.

“Vi stod foran et rekordår for vores virksomhed, og da alt lukkede ned, forberedte vi os på, at vi kunne tabe ca. halvdelen af omsætningen. Alligevel var ikke i tvivl om, at vi ville kæmpe os igennem, og at vi ville gå offensivt ind i krisen. Vi var villige til at satse, om det så skulle koste os et rekordoverskud, og den beslutning har vist sig at være rigtig,” siger Martin Buus Nørgaard.

Digital salg i fremgang

Wear Group i Silkeborg udvikler, designer og producerer tøj både som private label samt egne mærker. Virksomheden har trods sine kun seks år på bagen en række større retailskæder i Europa som kunder - og kun ganske få danske. Da coronakrisen tog fart besluttede Martin Buus Nørgaard og hans to medstiftere, at vejen gennem krisen skulle gå via tættere tilknytning til kunder, leverandører og medarbejdere.

“Vi stod foran et rekordår for vores virksomhed, og da alt lukkede ned, forberedte vi os på, at vi kunne tabe ca. halvdelen af omsætningen. Alligevel var ikke i tvivl om, at vi ville kæmpe os igennem, og at vi ville gå offensivt ind i krisen. Vi var villige til at satse, om det så skulle koste os et rekordoverskud, og den beslutning har vist sig at være rigtig,” siger Martin Buus Nørgaard.

Noget af det, Wear Group bl.a. gjorde var at melde ud til kunder og leverandører, at man var villige til at finde løsninger, der fungerede for alle parter. Hvis nogen i værdikæden havde behov for hjælp, ville man træde til. Dét sammen med en satsning på øget markedsføring og digitalt salg har givet pote for Wear Group, der hverken har afskediget eller søgt hjælpepakker.

“Vi er en lille virksomhed, så det ville ikke give mening for os f.eks. at sende folk hjem, for så ville vi mangle de personer i virksomheden,” siger Martin Buus Nørgaard, der vurderer, at hvor virksomheden tidligere solgte 50 pct. i fysiske butikker og 50 pct. online, så er salget nu op mod 75 pct. online.

“Vi står i en stærk position trods krisen, og det ville vi ikke have opnået, hvis ikke vi var gået offensivt ind i den. Forventningerne til 2021 er en vækst på 15 pct sammenlignet med forventningerne før Coronakrisen”.

Dyk ned i det store ejerleder-univers på www.ejerlederen.dk