

Fischer Lighting

En virksomhedscase



**GRØN
OMSTILLINGSFOND**

Indhold

Introduktion til casen	3
Om Fischer Lighting	3
Vigtige partnerskaber	4
Fokus på forretningsudvikling	5
Markedsforståelse	6
Rådgivning og kompetencebehov	7
Kontakt Grøn Omstilling	8

Udarbejdet for Erhvervsstyrelsen af Alexandra Instituttet A/S i samarbejde med Orbicon.
Februar 2015.

Konsulenter fra Alexandra Instituttet A/S: Camilla Kølsen og Trine Plambech
Konsulent fra Orbicon: Carsten Schwensen

Alexandra Instituttet A/S
Åbogade 34
DK-8200 Aarhus N



Introduktion til casen

Fischer Lighting Aps er en lille dansk virksomhed, og denne case handler om, hvordan virksomheden arbejder med grøn omstilling og den tilhørende forretningsudvikling. Casen berører både de motivationer, der driver virksomheden i dens arbejde, og de udfordringer den møder undervejs.



Om Fischer Lighting

Fischer Lighting blev etableret i 2013 som et datterselskab af den næsten 100 år gamle elinstallationsvirksomhed Røder & Mortensen.

I Fischer Lighting har man opfundet og patenteret en løsning med et apparatur, som gør, at man kan genbruge og ombygge eksisterende lysarmaturer (af typen downlights), så der kan installeres mere energivenlige LED-lyskilder heri. De armaturer, der typisk anvendes i danske virksomheder i dag, kan ikke benytte den mere energivenlige LED-lyskilde, og da tilbagebetalingstiden på køb og opsætning af nye armaturer typisk ligger på over 5 år, afholder det mange virksomheder fra at skifte.

Løsningen som Fischer Lighting har udviklet gør, at det meste af det gamle armatur kan genbruges, samtidig med at det gøres i stand til at anvende energisparende LED-lyskilder.

"Vores løsninger gør det muligt at genbruge de eksisterende armaturer, hvilket er billigere og sænker tilbagebetalingstiden til 1-5 år. Samtidig opnås der store miljømæssige gevinster, og man får mulighed for at beholde de gamle armaturer, som jo ofte er valgt ud fra nogle arkitektoniske synspunkter. Der er dermed alt mulig grund til at få udskiftet de gamle lyskilder med det samme".
Lars Elmvang, Strategisk Direktør, Fischer Lighting.

Man har selv udviklet produktet i firmaet. Ideen til produktet opstod i forbindelse med energirådgivning, som blev udført i moderfirmaet Røder & Mortensen. Her havde man en del projekter på bl.a. hoteller, hvor det var åbenlyst, at det ikke kunne betale sig at skifte armaturerne.



Før ombygning



Efter ombygning

Der har været tale om en løbende produktudvikling. Selve ideen blev for alvor konkretiseret i 2012, hvor man over en 1-årig periode brugte omkring et mandeår på at videreudvikle ideen. Det var primært den samme tekniske person i firmaet, som arbejdede på dette. Den første prototype var klar i 2013. Efterfølgende har Fischer Lighting taget patent på opfindelsen.

Fischer Lighting har fået støtte gennem Grøn Omstillingsfonds acceleratorprogram Nye Grønne Forretningsmodeller¹.

Vigtige partnerskaber

Fischer Lighting har indgået partnerskab med en dansk plastproducent til at forestå selve produktionen af de nye apparaturer. Fischer Lighting har i første omgang valgt at lægge deres produktion i Danmark ud fra den betragtning, at det er vigtigt med hurtige leveringstider, og at det er vigtigt at kunne have tæt kontakt til leverandøren. Disse faktorer har vægget mere end muligheden for eventuelle lavere produktionsomkostninger i udlandet. Det har desuden vist sig, at der har været en del udfordringer med at få produktionen op at køre, så virksomheden vurderer, at det var den rigtige beslutning at have producenten tæt på.

Fischer Lighting har desuden indgået partnerskab med firmaet Green Investors. Formålet med dette partnerskab er, at Green Investors vil kunne tilbyde en attraktiv finansieringsmodel til kunderne til Fischer Lightings nye energi- og ressourcebesparende apparatur. Modellen indebærer bl.a., at kunderne vil kunne få dækket omkostningerne i forbindelse med investeringen, mod at Green Investors får anpart i den deraf følgende besparelse. Kunderne behøver således ikke i større stil selv at skulle finde pengene til at gennemføre investeringen. Begge firmaer vurderer, at der er store muligheder i denne finansieringsmodel.

En af de udfordringer, som Fischer Lighting møder i forhold til at skulle lancere finansieringsmodellen over for kunderne er, at man i det daglige primært har kontakt til

Virksomheden har i dag en administrerende direktør, en strategisk direktør og en deltidsansat medarbejder, som arbejder med planlægning og markedsføring. Derudover har virksomheden netop ansat en salgsschef, med ansvar for at føre den grønne forretningsmodel ud i livet.

det tekniske personale i virksomhederne, som ikke er dem, der kan træffe beslutninger om finansieringsforhold. Dette vil ofte foregå på CEO niveau. Da Fischer Lighting i mange tilfælde ikke selv har denne adgang til kundevirksomhedernes ledelse, har det medvirket til, at beslutningsprocesserne vedrørende køb har trukket ud.

Vedrørende partnerskabet med moderfirmaet Røder & Mortensen, udtaler Lars Elmvang, Direktør, Fischer Lighting:

“Vi kan bruge det meget i begge ender. Fischer Lighting har stor nytte af Røder & Mortensens setup, kundenetværk, administration, økonomisystem m.v., mens Røder & Mortensen profiterer af at kunne udføre selve installationsarbejdet for Fischer Lighting”.

Gennem branchenetværket skabes der også løbende partnerskaber.

“Netværket er meget vigtigt inden for branchen, det er vigtigt at kende de rigtige personer”. Lars Elmvang, Direktør, Fischer Lighting.

1. En grøn forretningsmodel er en forretningsmodel, der sikrer en mindre påvirkning af miljøet, er økonomisk rentabel og understøtter minimering af ressourceforbruget i et eller flere led i en virksomheds forretning (leverandører, kunder eller i selve fremstillingsprocessen). Typisk indeholder grønne forretningsmodeller nye typer af samarbejder med kunder, leverandører eller på anden vis aftaler, som understøtter mere miljørigtige løsninger i bred forstand. Eksempler på grønne forretningsmodeller kan f.eks. være cradle-to-cradle, tilbagetagning eller funktionssalg.

Fokus på forretningsudvikling

Fischer Lighting har haft meget gavn af relationen til moderfirmaet Røder & Mortensen i forbindelse med opstarten af forretningen. Blandt andet har moderfirmaets kundenetværk været en meget værdifuld støtte, som har gjort, at man ofte har haft mulighed for at komme hurtigere og nemmere igennem til kunderne.

Den første mulighed for at lave et pilotprojekt med opsætning af det nye apparatur opstod under et møde med Bygningsstyrelsen om virksomhedens ydelser inden for energioptimering. På mødet opstod en mulighed for at kunne præsentere den nye Fischer Lighting opfindelse for Bygningsstyrelsen. Da styrelsen netop var i gang med at indhente tilbud på energibesparende løsninger, inviterede de Fischer Lighting med i udbudsrunderen. Fischer Lightings løsning viste sig dels at være markant billigere end de øvrige modtagne tilbud, dels at have længere levetid.

Dette førte til, at Bygningsstyrelsen i første omgang gerne ville teste Fischer Lightings produkt af i en af deres bygningsopgange. Efterfølgende har styrelsen efterspurgt flere leverancer fra Fischer Lighting, da de har været meget tilfredse med resultatet af testningen af prototypen. Fischer Lighting vurderer på den baggrund, at det er rigtig vigtigt for nye produkter, at de bliver testet i realistiske omgivelser og af rigtige kunder. Det er meget nemmere at markedsføre et produkt, der har gennemgået en grundig test.

Fischer Lighting fremhæver, at hvis ikke muligheden havde været der for støtte gennem Grøn Omstillingsfond, så ville den grønne forretningsudvikling have taget meget længere tid, og det ville være forgået mere tilfældigt.

“Vi har mange andre ting i hverdagen, vi ville ikke have satset så massivt [på den grønne forretningsmodel]. Vi har også mange andre projekter, så det er svært at dedikere den nødvendige tid, medmindre man har presserende deadlines (...). Det er netop hvad Grøn Omstillingsfond har været effektiv med – fastholdelse på deadlines; det at vi vidste, at vi skulle lave en præsentation, skabte et ekstra pres – vi er blevet udfordret maksimalt”. Lars Elmvang, Direktør, Fischer Lighting.

Fischer Lighting har brug for at differentiere sig fra andre elinstallatører på et mættet marked. Virksomheden forventer, at det netop er det, som den grønne forretningsmodel kan gøre. Fischer Lighting, og i særdeleshed Lars Elmvang, har selv styret og faciliteret processen omkring udviklingen af en grøn forretningsplan med støtte fra Grøn Omstillingsfond til bl.a. at få sparring til at udfordre forretningsplanen.

Fischer Lightings kunder er primært kontorer, offentlige som private, hoteller, lufthavne samt detailsektoren, hvor lyset typisk er tændt mange timer hver dag. Disse virksomheder og institutioner står til at kunne spare mange penge på deres elregning, hvis de får implementeret løsningen. Beregninger viser, at virksomheder, der implementerer løsningen, vil kunne spare op mod 50-75 % af deres nuværende elforbrug og derved spare samfundet for CO₂-udslip.

Markeds- forståelse

Arbejdet med markedsforståelsen er sket gennem kontakt med eksisterende kundenetværk i det danske marked, messedeltagelse i Danmark og afdækning af et muligt eksportmarked. Messedeltagelsen har også givet kontakter i udlandet, der måske kan udvikle sig til egentlige partnerskaber, hvor Fischer Lightings produkt kan introduceres til andre kundesegmenter end de nuværende.

Indenfor markeds- og salgsfremstød har Fischer Lighting i første omgang haft fokus på det hjemlige marked. Her har man et indgående kendskab til behovet (erfaringerne gennem Røder & Mortensen) og en række af de potentielle kunder. Danmark er endvidere længere fremme end de fleste andre lande i forhold til at fokusere på energibesparelser, så det har virket naturligt at starte med det hjemlige marked først. Driverne på det danske marked er først og fremmest muligheden for at opnå energi- og ressourcebesparelser.

Selvom der i første omgang har været fokus på det hjemlige marked, er Fischer Lighting opmærksomme på vigtigheden af at holde et øje på udlandet også.

”Den tekniske udvikling inden for området går hurtigt, og man ved derfor ikke, hvor længe den nuværende opfindelse holder. Så døren til udlandet skal holdes åben”. Lars Elmvang, Direktør, Fischer Lighting.

Fischer Lighting er derfor også begyndt at sondere terrænet i forhold til det potentiale, der kunne ligge i det udenlandske marked. Her har bl.a. Væksthuset været behjælpelig, og man har fået DTU og diverse ambassader i udlandet til at være behjælpelige med at vurdere markedsforholdene for denne type produkt.

Fischer Lighting deltog sidste år for første gang i Building Green messen i Forum, hvor det nye produkt blev lanceret.

”Det var lidt en test af, hvordan markedet uden for Røder & Mortensens kundekreds tog imod produktet”. Lars Elmvang, Direktør, Fischer Lighting.

Deltagelsen i messen var en stor succes, og der var stor interesse for Fischer Lightings produkt. Det kastede en række interessante kontakter af sig. Bl.a. har Fischer Lighting efterfølgende været ude at kigge på opgaver for danske boligforeninger.

Fischer Lighting fik også i forbindelse med messen gode udenlandske kontakter og har nu bl.a. fået kontakt til en mulig partner i Holland, som laver noget tilsvarende inden for et andet segment. Fischer Lighting blev ligeledes på messen kontaktet af handelskamre fra forskellige lande og har efterfølgende haft besøg fra den australske og new zealandske ambassade.

Fischer Lighting forventer, at der vil være et stort markedspotential for virksomheden, hvilket kan føre til mange arbejdspladser i Danmark.

Rådgivning og kompetencebehov

Fischer Lighting har valgt at sammensætte et Advisory Board til at rådgive og sparre om strategisk vigtige forhold i forbindelse med den videre udvikling af virksomheden.

”Det er specielt hele det markeds-mæssige og finansielle område, som vi søger at opgradere gennem dette Advisory Board samt den operationelle erfaring med at drive en lille virksomhed gennem processen fra opstart til salg”. Lars Elmvang, Strategisk direktør, Fischer Lighting.

Processen har resulteret i, at tre personer foreløbigt er blevet identificeret til Advisory Board: Den tidligere CFO for McDonalds i Danmark og nuværende Direktør i Green

Investors; en tidligere direktør fra branchen med ekspertise i salg og markedsføring. Derudover søger virksomheden efter en person, som har været gennem samme rejse, som Fischer Lighting skal igennem (fra virksomhedsidé til salgsvirksomhed).

På det tekniske område har Fischer Lighting selv kompetencerne (qua Røder & Mortensen), inklusiv den praktiske erfaring med installation og opsætning m.v.

Kontakt Grøn Omstilling

Erhvervsstyrelsen
Langelinie Allé 17
2100 København Ø

Tlf: 35 29 10 00
E-mail: groenomstilling@erst.dk
www.groenomstilling.dk

