

SVERIGES TYNGSTA AFFÄRSMAGASIN!

affärs världen

Nr 8 • 20 februari 2008 • 108:e årgången • 73 kronor



ODELLS ÄNGEST

Statens försäljningar går
med myrsteg – vi vet varför



LF CHECKAR UT

Därför säljer försäkringsjätten
alla aktier på Stockholmsbörsen



Ekotrendbrott

Plötsligt är maten på allas läppar. Är det en modefluga eller
en omställning som utmanar hela livsmedelsindustrin?



**UPPUMPAD: DÄRFÖR
RASAR Q-MEDS AKTIE**

**CASE: SÅ KAN
TELIA STYCKAS**



**SIWE: BISTÅND
FÖR BYRÅKRATER**



Tre unga företag som fortsätter växa

Det har hänt en hel del på de unga företag som Affärsvärlden skrev om för ett år sedan. Gamla affärsidéer har skrotas, och nya har växt fram. Två av företagen är besvikna på stora återförsäljare som Ikea och Lindex.

DÅ: 7 MAJ 2007: "HON KÖR ÖVER JANTELAGEN"

■ GR8 Company hittade affärsidén i Storbritannien och USA där uthyrning av supersportbilar är en väl etablerad sektor. Men den svenska marknaden, där debatten om huruvida städhjälp i hemmet är något omoraliskt, känns mer skakig.

– Det som är bra för oss är att svenska 40-talister verkar ha släppt jantelagen, sade Malin Hasslegren, vd på GR8 Company.

Målgruppen är bilälskare som av praktiska eller ekonomiska skäl hellre

hyr ett lyxåk än äger det själv. Eller helt enkelt vill ha möjligheten att ta en Ferrari till vardags, en Bentley Continental för en tur med storkunden och kanske en Lamborghini Gallardo som helg-nöje. Priset för evigt klubbmedlemskap ligger på 75 000 kronor. För att kunna använda någon av supersportbilarna under exempelvis elva dagar tillkommer 59 940 kronor.

I maj 2007, en månad efter lanseringen, hade tio personer tecknat medlemskap. ■

"VI GÖR POJKDRÖMMEN TILL VERKLIGHET"

NU: Malin Hasslegren, vd, tycker att det går "jättebra" för GR8 Company, mycket tack vare att man nu utökat sitt utbud med presentkort.

– Det gör att vi har en jämn fakturering, presentkortet säljs även utanför hög-säsongen för våra medlemskunder, vår och sommarmånaderna, säger hon.

Presentkortet erbjuds i samarbete med Live it, ett upplevelseföretag.

GR8 Company har dessutom fått draghjälp i sin marknadsföring från ett lite oväntat håll: bilhandlarna som säljer superlyxbilarna.

– Vi får förfrågningar från folk som fått tips om oss från säljare på bilföretagen. Det är kanske inte så konstigt, eftersom vi ju köper deras bilar.

VID STARTEN VAR hon och hennes kompanjon, Eric Moschos, oroliga för att konceptet, som var helt nytt på den svenska marknaden, skulle ha en lång inkörsperiod. Antalet medlemmar har visserligen mer än fördubblats sedan i våras, till 23 personer. Men fortfarande finns ett motstånd hos potentiella kunder, tycker Malin Hasslegren.

– Det är trist att vissa fortfarande tvekar och väljer att äga en bil, trots att det kostar mer i både tid och pengar. Folk blundar för värdeminskning, inköpskostnader och även svårigheten att sälja dessa unika bilar. Nya bilar är inte, och kommer aldrig att bli, en bra investering.

Det är flest privatpersoner som använder tjänsten, men GR8 Company har även en hel del företagskunder, något

som Malin Hasslegren är positivt förvånad över.

– Företag hyr våra bilar när de till exempel vill belöna sina toppsäljare. En stor bank har kundaktiviteter där de låter kunderna känna på skillnaderna mellan att köra en Porsche och en Ferrari.

Helt okontroversiellt är det inte att erbjuda en tjänst som så tydligt riktar sig till verkligt välbeställda kunder. Malin Hasslegren har inte själv fått några kommentarer, men däremot läst en hel del på nätet.

– Det kan stå i någon blogg att "vad kul, som Malin Hasslegren är positivt förvånad över.

– Det kan stå i någon blogg att "vad kul,



DYRGRIPAR. Malin Hasslegren, vd på GR8 Company, var nervös i början för att bilarna skulle skadas när de var utlånade. Men så här långt har de inte fått minsta repa. "Våra medlemmar är bilälskare som är ansvarsfulla och duktiga förare."

nu har folk med mycket pengar fått något nytt att roa sig med", lite ironiskt sådär.

Själv talar hon inte om sina kunder som rika lyxlirare, utan vill beskriva dem som personer med äkta kärlek till bilar.

– Det är något speciellt med relationen till bilar för en del. Pojkar som lekte med sina bilar som barn, och nu bara njuter av att bläddra i någon biltidning. Vi gör att deras dröm plötsligt blir verklighet.

Affärsidén med GR8 Company är att erbjuda tillgång till en exklusiv klubb. Just exklusiviteten och att medlemmarna är

så pass få gör att kunden blir kung på riktigt, tycker Malin Hasslegren.

– Medlemmarna får komma till tals väldigt mycket, till exempel om vilka bilar vi ska köpa in. Det måste ju vara bilar som efterfrågas.

I DAG ÄGER FÖRETAGET sex supersportbilar. De är tillsammans värda närmare 15 miljoner kronor.

I början var det oroligt när dyrgriparna var ute på vägarna.

– Jag var väldigt nervös för att det skulle

hända något. Det var inte alls kul den första natten som en bil var ute, säger Malin Hasslegren.

– Men det har faktiskt inte blivit en enda skråma på någon av bilarna. Våra medlemmar är bilälskare som är ansvarsfulla och duktiga förare, det innebär ett stort värde för oss att det inte händer något med bilarna. Det skulle ju bli dyrt.

LINDA VIKSTRÖM

linda.vikstrom@affarsvarlden.se

FLER ENTREPRENÖRER SOM LYCKATS