

## PÅ ANDRA SIDAN SUNDET Lauritz.com



Auktionssajten har sitt huvudkontor i Herlev strax utanför Köpenhamn. Bengt Sundstrøm köpte Lauritz Christensen Auktioner 1998 och lanserade sajten ett år senare. "Hela vår verksamhet bygger på att vara tillgängliga", säger vd:n Mette Rode Sundstrøm.

# Auktioner utan klubbba

**Herlev.** Efterfrågan på vintagemöbler och designklassiker har gett second hand-branschen ett rejält uppsving. På tolv år har danska nätauktionssajten Lauritz.com växt och omsätter drygt 800 miljoner kronor. Sverige är bolagets snabbast växande marknad.

Rader av skinnsoffor, fätöljer och antikbetsade skåp står uppställda i lagerlokalen nordost om Köpenhamn. Varje möbel, smycke och prydnadssak i den stora hallen är märkt med nummer, värdering och en kort beskrivning.

– Nittiosju procent av allt

som kommer in säljs, berättar Mette Rode Sundstrøm som tog över som vd för Lauritz.com 2001.

– Vi har 100 000 besökare på sajten varje dag och då hittar man köpare.

Tempot är högt. Varje dag avslutas omkring 1500 nätauktioner med allt från

konstföremål, tavlor och möbler till kläder och samlarobjekt.

– Våra lokaler ligger ofta i utkanten av stan för att underlätta för dem som kommer med bil. Vårt showroom i Malmö är ett undantag, säger Mette Rode Sundstrøm

och stannar till vid en vit schäslong.

– Auktioner här i Danmark har alltid varit väldigt elitistiska. Vår idé bygger på att hela processen ska vara mer tillgänglig och demokratisk.

**Marknaden för** begagnade varor har växt explosionsartat i Danmark. Enligt annonstidningen Den Blå Avis handlade danskar begagnade varor för 70 miljarder danska kronor förra året, en ökning med 40 procent jämfört med 2009.

Det ökade intresset för "brugt" syns i resultaten som Lauritz.com visar upp. På tolv år har verksamheten mångdubblats och växt till en omsättning på drygt 830 miljoner kronor. I år förväntas omsättningen stiga med ytterligare 10–15 procent.



Mette Rode Sundstrøm.

– När jag startade Lauritz.com var det många som sa: Det går inte att sälja konst på nätet. Internetförespråkarna menade att all verksamhet skulle finnas online, att man varken skulle ha butik eller varuhus. Vi har tagit det bästa av två världar och det har varit en succé från allra första början, säger Bengt Sundstrøm.

**I veckan öppnades** den elfte butiken i Danmark. I Sverige finns bolaget i

Malmö, Helsingborg, Stockholm, Örebro och Norrköping. Ytterligare en filial planeras innan årsskiftet.

– Sverige är vår snabbast växande marknad, säger Bengt Sundstrøm och berättar om planerna: är årlig tillväxt på mellan trettio och femtio procent och sju nya auktionshus inom tre år.

Planer finns på att etablera verksamheten i flera europeiska länder, bland annat Storbritannien. Nästa år öppnar Lauritz.com sitt första showroom i belgiska Antwerpen, en specialbutik med klockor och smycken.

**Börjar marknaden i Danmark mättas?**

– Nej, det trodde vi för länge sedan. Men det finns ingen gräns. Vi har i dag 200 000 kunder i Danmark och det finns 2,6 miljoner



Åke Ekman från Skanör kikar runt medan hans vän hämtar en möbel. "Jag handlar aldrig på Lauritz, jag har för mycket möbler hemma, men det är kul att gå och titta", säger han.



Varorna ska hämtas från varuhuset inom en vecka. Kenni Svensson och Kojo Frimpong från Brdr Jensen Møbeltransport lastar in möbler som ska transporteras till Århus.



Martin Pettersson Wängdahl.

## Bukowskis har breddat sig med nätet

Det svenska auktionshuset Bukowskis, som för ett par år sedan lanserade sajten Bukowskis Market, expanderar också.

I går öppnade sajten fjärde butik och nät-auktionsbolaget finns numera i Malmö, Göteborg Stockholm och Helsingfors. Verksamheten har växt till över 20 000 unika besökare varje dag, berättar Martin Pettersson Wängdahl som är platschef i Stockholm.

– Vi har väldigt många internationella kunder och en stor del av föremålen transporteras utomlands, säger han.

Liksom Lauritz.com har Bukowskis Market visningslokaler där köparna har möjlighet att titta på föremålen som läggs ut på nätet.

– Men de flesta köper utan att ha sett föremålen, säger Martin Pettersson Wängdahl.

Nätauktionerna har lett till att Bukowskis, som länge varit en profilerad kvalitetsauktion, har nått nya målgrupper.

– Vi har ett bredare sortiment än de traditionella slagauktionerna. Det är viktigt att vi ser till att ha något som passar alla målgrupper, säger Martin Pettersson Wängdahl.

– Men vi är fortfarande en kvalitetsauktion.

Både Bukowskis traditionella verksamhet och Bukowskis Market har fått draghjälp av det stora intresset för andrahandsföremål.

– Den genuina samlaren är utdöende. I dag lägger vi mycket pengar på bostäder, och det finns ett stort fokus på heminredning. När kunder vill hitta möbler och föremål som går i linje med sin bostad så kommer auktioner naturligt in i bilden.

SARA ASSARSSON



Danska designföremål och lampor utgör en stor del av sortimentet. Den uppstoppade påfågeln har Mette Rode Sundstrøm tingat till sitt kontor. Antika leksaker och samlarobjekt är en växande produktkategori.



# ger klirr i kassan

hushåll, säger Bengt Sundstrøm.

**Vilka är era konkurrenter?**

– Det finns egentligen ingen som har en liknande verksamhet, men det är klart att traditionella auktionshus som Bukowskis och Bruun Rasmussen vänder sig till våra kunder, liksom Blocket och Ebay. Framför allt i Tyskland är Ebay väldigt stort. Även Ikea och andra inredningsbutiker är konkurrenter. Vi säljer 40 000 tavlor om året och många av kunderna är folk som aldrig köpt något annat än en plansch.

**Bakom en glasvägg i den stora hallen hänger vintageplagg, signerade fotbollströjor och Louis Vuitton-väskor.**

– Vintagekläder är en re-

lativt ny kategori och står för omkring tre procent av omsättningen, förklarar Mette Rode Sundstrøm.

– Men det är en kategori som växer starkt. Vi försöker få så mycket bredd i vårt sortiment som möjligt.

Möbler är själva kärnan i verksamheten och står för omkring en tredjedel av all försäljning.

– Vi förknippas framför allt med danska designklassiker.

– Många av våra kunder köper också sin första riktiga konst hos oss. Det är folk som aldrig tidigare gått på auktion, säger Mette Rode Sundstrøm.

**I en annan del av lokalen väntar hundratals varor på att värderas, katalogiseras och numreras. I princip allt med ett värde över 800 kro-**

nor tas emot. Tolv procent av det klubbade priset går till Lauritz.com. Därefter får säljaren betala tjugo procent till Lauritz.com.

Auktionerna sker helt och hållet på nätet. I visningslokalerna kan potentiella köpare titta på varorna innan de lägger ett bud.

– Vi har fått en ny kundkrets, säger Bengt Sundstrøm som förklarar till de starka tillväxttalen. Då vi varken har dyra kataloger, klubbor eller fina salonger håller vi kostnaderna nere.

En franchisemodell har gjort det möjligt för företaget att expandera relativt snabbt. Varje filial – förutom butikerna i Köpenhamn, Stockholm och Malmö – drivs av en agent som själv står för lokal och personal. Men, menar Bengt Sundstrøm, att hitta

rätt samarbetspartner har också varit en av de största utmaningarna.

– Det är svårt att hitta partners. Det krävs en investering, mellan en och två miljoner kronor, en lokal på omkring 1500 kvadratmeter och sju anställda för att få igång verksamheten, säger Bengt Sundstrøm.

– Vi har inte haft några finansiärer utan jag har satsat mina egna pengar. Visst, vi har växt från 12 till 800 miljoner kronor, men jag tycker att det ska gå ännu snabbare. Jag är en otålig typ, säger han.

FOTO: JENNY LEYMAN  
naringsliv  
@sydsvenskan.se

TEXT: SARA ASSARSSON  
naringsliv  
@sydsvenskan.se



### FAKTA

#### Lauritz.com i siffror

830  
miljoner kronor omsattes 2010.

28  
miljoner kronor var vinsten för 2010.

280  
anställda har auktionssajten.

200  
länder finns representerade bland besökarna på sajten.

2,5  
miljoner kronor såldes ett konstföremål från 1600-talet för.