

Krisen skaber mulighed for vækst

Det århusianske telemarketingfirma FGT Business Research har travlt, fordi virksomhederne begynder at målrette deres salg i Danmark og udlandet

■ Telemarketing

AF OSKAR LUND

Den økonomiske krise skaber paradoksalt nok nye vækstmuligheder for det århusianske telemarketingfirma FGT Business Research, der har specialiseret sig i at finde nye kunder til store og små virksomheder.

»I mine 21 år i branchen har jeg aldrig oplevet, at der var så mange nye projekter i pipelinen i januar. Men det er selvfølgelig, fordi krisen tvinger virksomhederne til virkelig at målrette deres salg både på eksportmarkederne og det danske marked,« siger direktør Michael Flintholm.

Han stiftede FGT Business Research i december 2004 som et iværksætterprojekt, der i høj grad har vist sig at være levedygtigt. Firmaet beskæftiger i dag 10 fastansatte medarbejdere og 30-40 freelancere til løbende opgaver.

Enkelt fortalt er forretningsgrundlaget at opspore nye kunder både i Danmark og i udlandet til virksomheder, så de får en strøm af nye kundeemner, som efterfølgende skal bearbejdes.

Kunderne er både store koncerner og små firmaer lige fra Grundfos til en iværksætter, der vil undersøge salgspotentialet for sin opfindelse på det tyske marked.

Michael Flintholm er oprindeligt uddannet cand. mag. med hovedfag i historie og bifag i kunsthistorie

FGT Business Research A/S	
2007/08	
Ejer	Michael Flintholm
Bruttofortjeneste	4,7 mio. kr.
Resultat før skat	1,9 mio. kr.
Egenkapital	529.000 kr.
Antal ansatte	10

fra Aarhus Universitet. Men da det viste sig at være absolut brødløse fag, besluttede han sig for at få et job i erhvervslivet.

Han blev PR-medarbejder hos B&O, var i midten af 1980'erne med til at stifte et af de første telemarketingbureauer i Århus og blev medejer af Scanad Reklamebureau.

I 2004 valgte han at stå på egne ben og stiftede Flintholm Global Telemarketing, nu FGT Business Research.

»Når vi bruger ordet global i vort firmanavn, skal det tages helt bogstaveligt. Vi opererer over hele kloden og identificerer kunder, uanset om målgruppen befinder sig i Danmark eller Kina,« siger Michael Flintholm.

Mange af de freelanceansatte i firmaet er udlændinge, som bor i Århus. De kommer fra både Japan, Brasilien, Spanien, Frankrig, Tyskland og England.

En del af dem er dygtige polakker, hvoraf en netop er blevet fastansat.

»Vi er ikke et analysebureau, men arbejder praktisk med opsporing af kundeemner på business-to-business-markedet,« siger Michael Flintholm.

Forventer vækst

I 2007/2008 øgede FGT Business Research sin bruttofortjeneste med 18 pct. til 4,7 mio. kr. fra 4 mio. kr. året før. Overskuddet før skat



blev på 1,9 mio. kr. mod 1,5 mio. kr. i 2006/2007.

»Vi forventer fortsat at kunne vokse, men hvor meget tør jeg ikke spå om. Vi tager forsigtigt en måned ad gangen, men januar tegner sig godt, og kunderne har brug for at målrette deres salg,« siger Michael Flintholm.

oskar.lund@borsen.dk

Krisen tvinger virksomhederne til at målrette deres salg, og det har skabt nye vækstmuligheder for FGT Business Research, der opsporer nye kundeemner i Danmark og udlandet til virksomheder. Det siger direktør og stifter Michael Flintholm. Foto: Jens Hassel/Chili