

dlh.

PASSION FOR WOOD

passion for wood

#1 2009

TIL ALLE MEDARBEJDERE I DLH-GRUPPEN

GENNEM KRISEN

I SIDSTE KVARTAL 2008 RAMTE DEN GLOBALE FINANSKRISE FOR ALVOR DLH. PÅ FÅ MÅNEDER FALDT OMSÆTNINGEN VOLDSOMT PÅ NÆSTEN ALLE MARKEDER, OG GRUPPEN MÅTTE NEDJUSTERE FORVENTNINGERNE. MEN DER KOMMER EN DAG EFTER KRISEN – OG MED DET OGSÅ EN OPKLARING FOR DLH.

LÆS SIDE 2-5

MILJØPOLITIKKEN REVIDERET



DLH har fået revideret sin miljøpolitik, så den er mere tidssvarende. Læs side 6

MYGGENET ENDELIG DELT UD



Flere tusinde myggenet er nu delt ud til CIBs medarbejdere og deres familier i Congo-Brazzaville. Læs side 10-11

FAKTABOKS OM FINANSKRISEN

Koncernledelsen i DLH har iværksat en lang række aktiviteter, som skal være med til at styrke virksomheden i den nuværende situation, herunder:

Nedbringelse af varelagre: På tværs af organisationen arbejdes der hårdt på at nedbringe varelagrene og dermed kapitalbindingen. Der er bl.a. oprettet en netbaseret varebørs til at støtte dette arbejde.

Restrukturering: Der er set på alle organisatoriske enheder, så selskabet og organisationen styrkes. Der er sket en del tilpasninger på tværs af organisationen i såvel salgs- og produktionsenheder som i selskabets hovedkontor i Danmark.

Produktionskapacitet: Produktionskapaciteten er blevet tilpasset, så den hænger bedre sammen med afsætningsmulighederne i det reducerede marked.

IT/GTS: Udrulningen af GTS fortsætter, ligesom der er iværksat yderligere projekter til IT-understøttelse af forretning og vidensdeling.

Interne processer: At gøre tingene rigtigt og i rigtig rækkefølge er altid vigtigt, og ikke mindst i pressede tider. Derfor iværksættes programmer til styrkelse af de interne processer.

Rapportering og økonomisk kontrol: Der er iværksat en udvidet økonomisk rapportering, som skal sikre selskabet mod ubehagelige overraskelser.



Sorte skyer, men opklaring

I sidste kvartal 2008 ramte den globale finanskrisen for alvor DLH. På få måneder faldt omsætningen voldsomt på næsten alle markeder, og gruppen måtte nedjustere forventningerne. Men der kommer en dag efter krisen – og med det også en opklaring for DLH.

For DLH kommer 4. kvartal 2008 formentlig til at gå over i historien som det "sorte kvartal". For første gang i DLH's historie som global virksomhed faldt omsætningen nemlig markant på stort set alle markeder – fra Asien over Afrika og Europa til Sydamerika og USA.

"Vi har tidligere oplevet vanskeligheder på enkelte markeder eller regioner, men vi har aldrig tidligere oplevet, at hele verden er stoppet op så hurtigt," fortæller administrerende direktør Jørgen Møller-Rasmussen, der i fjerde kvartal måtte nedjustere forventningerne til årets resultat med mere end DKK 100 mio.

Dermed var der – med Jørgen Møller-Rasmussens egne ord – ingen tvivl om, at DLH stod og står på en 'burning platform', hvor der skal handles og er blevet handlet. Blandt andet i form af beklagelige, men helt nødvendige tilpasninger af organisationen,





i horisonten

herunder afskeden med en lang række gode og arbejdsomme kollegaer.

Hele branchen ramt

Men uanset krisens omfang og historiske dimension, er der også lyspunkter. Et af dem er, at DLH's konkurrenter er lige så hårdt eller hårdere ramt.

"Hele branchen er under et stort pres i disse tider, og det bliver uden tvivl de stærkeste, der vinder. Og vi er nu engang i kraft af vores størrelse, globale tilstedeværelse og økonomiske soliditet blandt de stærkeste," siger Jørgen Møller-Rasmussen og nævner også DLH's tilstedeværelse gennem hele værdikæden – fra skov til slutbruger.

Dertil kommer, at DLH's ledelse hører til blandt de meget erfarne i branchen.

"Vi har alle hver især oplevet krisetider, så vi ryster ikke på hånden. Og et af de første initiativer er at få nedbragt vores varelagre overalt i verden," fortæller Jørgen Møller-Rasmussen.

Formålet er at frigøre likviditet, det vil sige penge, så koncernen bliver mere selv-

finansierende og dermed mindre afhængig af bankerne.

Varelagre skal ned

"Vi skal have nedbragt vores varelagre med mindst DKK 300 millioner, så vi bliver mindre sårbare – også selvom vi får en længere leveringstid på visse varer," siger Jørgen Møller-Rasmussen og peger blandt andet på, at prisen for at låne penge er steget voldsomt i kølvandet på finanskrisen.

Jørgen Møller-Rasmussen ser dog allerede nu tegn på, at krisen aftager.

"Siden sommeren 2007 er prisen på råvarer – herunder også træ – faldet voldsomt. Men vi ser nu tegn på, at råvarepriserne vil stabilisere sig, fordi producenter simpelthen lukker deres anlæg. Derfor tegner 2009 trods alt til at blive en smule bedre end 2008," siger han og fortsætter.

"Denne krise er en af de værste i DLH's nyere historie, og vi er hårdt ramt. Men vi er meget solide, og der kommer også en dag efter krisen. Derfor tror jeg, vi vil komme ud af krisen som en stærkere virksomhed."

Værdier vigtigere end nogensinde

Værdierne er vores faste holdepunkt og vigtigere end nogensinde, lyder det fra administrerende direktør Jørgen Møller-Rasmussen midt i det finansielle stormvejr, der har ramt verden og DLH.

"Det er nu, vi for alvor skal være åbne – helt konkret ved at give hinanden indsigt i vores dispositioner, fx angående varelagre, så vi med fælles hjælp kan få dem bragt ned til hele gruppens bedste. Og det er nu, vi for alvor skal være professionelle ved hele tiden at vurdere vores forretning. Vi har på den ene side ikke råd til at løbe unødige risici, men vores forretning må heller ikke gå i stå. Den balance kræver en høj grad af professionalisme og ikke mindst entrepreneurship," siger han og understreger, at det i krisetider ofte er de mest opfindsomme og innovative, der klarer sig bedst.

"Vores 100-års-historiebog er spækket med eksempler på, hvordan selskabet har manøvreret sig helskindet gennem kriser ved hjælp af netop disse værdier."



Finanskrisens påvirkning af DLH

Hongkong: Filialchef Flemming Thomsen

"Den globale krise ramte Asien senere end den vestlige verden, men vi oplevede store problemer i sidste kvartal 2008, hvor efterspørgslen faldt drastisk, og vi blev ramt af en lavine af annulleringer og genforhandlinger af kontrakter. Jeg vurderer, at vi har taget de store smæk i 2008, og at priserne på træ nu er så langt nede, at yderligere fald virker utænkeligt. Vi ved også, at mange leverandører - inklusive os selv - har skåret ned på produktionen, så vi ser allerede nu en bedre balance i markedet. Det er ikke usandsynligt, at vi vil se en stigende efterspørgsel senere i 2009, når lagrene er blevet arbejdet ned," siger Flemming Thomsen.

USA: Executive vice president Christian Mengel

"Generelt er byggeindustrien nærmest gået i stå. Først var det byggeriet af privatboliger, men nu er det også gået i stå i erhvervsbyggeriet. IWPA (International Wood Products Association) fortæller, at omsætningen i træindustrien ligger på 35-40 pct. af tidligere års niveau. Derfor regner vi også med, at vi kommer til at se konkurrencer inden for vores sektor," siger Christian Mengel.

Polen: Direktør Jerzy Karpinski

"Vi oplever, at de polske pengeinstitutter har skærpet deres kreditpolitik, så det er blevet sværere for virksomheder at låne penge. Det betyder mindre aktivitet i byggeriet, og det kan vi naturligvis også mærke. Men jeg tror, at DLH Polen vil blive mindre ramt af krisen end andre lande. Vi er et af de hurtigst voksende markeder, og Polen er stadigvæk et attraktivt land for investorer. Vores valuta er blevet devalueret i forbindelse med finanskrisen, og det betyder faktisk, at vi er blevet mere konkurrencedygtige som eksportør af træprodukter. Det kunne muligvis give forretningsmuligheder i DLH-Gruppen, hvis vi udnytter den situation og satser mere på eksportforretningen i Polen," siger Jerzy Karpinski.



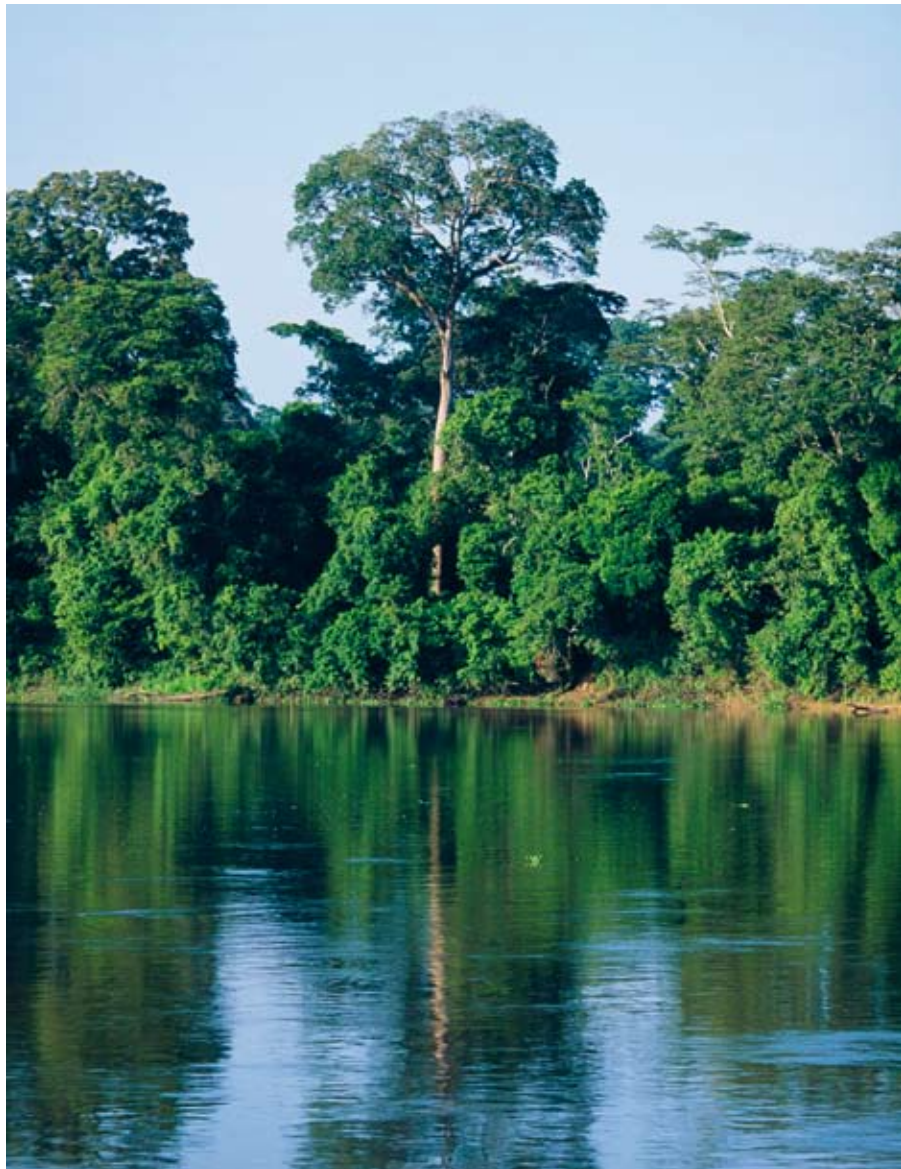
Grøn profil en styrke i krisetider

DLH's grønne profil er en styrke, der vil gøre det lettere at komme godt gennem 2009 og 2010. Det vurderer chef for Miljøafdelingen, Erik Albrechtsen.

"Forbrugernes bevidsthed omkring bæredygtigt træ vokser hele tiden. Og samtidig ser vi, at kravet om miljørigtigt træ forstærkes i både USA og EU," siger han.

For DLH betyder det, at både FSC- og VLO-certificeret træ, bliver mere attraktivt. Men også gruppens omfattende Good Supplier Program tegner til at blive en vigtig konkurrenceparameter, når EU stiller krav om, at træimportørerne har effektive kontrolsystemer på plads. Den globale økonomiske krise vil endvidere fremskynde offentlige projekter til fastholdelse af beskæftigelsen, og netop den offentlige sektor stiller ofte krav om certificeret træ.

"Vi har investeret rigtigt i tide, og vi er derfor foran mange af vores konkurrenter. Det vil komme os til gode i svære tider, men endnu mere, når markedet er normaliseret," siger Erik Albrechtsen.



Miljøkommunikation

Bæredygtighed er en af de centrale værdier i DLH's værdigrundlag, og vores indsats for miljøet følges af mange øjne. Derfor skal vi være opmærksomme på, hvordan vi kommunikerer.

Af miljøkoordinator Peter K. Kristensen/miljøchef Erik Albrechtsen

I DLH har vi en ambitiøs miljøpolitik, hvor vi melder klart ud, hvordan vi vil medvirke til at bevare de skovressourcer, som vores virksomhed er afhængig af. Åbenhed er central for at have en velfungerende miljøpolitik, men det er ikke altid en nem opgave at kommunikere om miljøindsatsen i DLH.

Kommunikation og værdier

Kommunikation er en vigtig forudsætning for, at DLH's værdier leves ud. I bund og grund handler alle værdierne om kommunikation og om at kommunikere og handle på en fælles måde. Derfor vil der i hvert nummer af Passion for Wood være et indlæg om kommunikation og værdier.

Vores historik viser, at miljøområdet kan være en kompleks størrelse, og DLH er til tider blevet misforstået i pressen og af NGO'erne. Derfor er kommunikation vigtig, og derfor skal vi være systematiske i vores kommunikation udadtil.

Det er vigtigt, at vores budskab kommer ud – men samtidig er det vigtigt, at vores budskaber er enslydende, så der ikke opstår tvivl om, hvad vi står for. Dette forsøger vi at sikre gennem gå-hjem-foredrag, aktuelle historier på hjemmesiden eller i Passion for Wood samt ikke mindst via den personlige kontakt.

I Miljøafdelingen laver vi bl.a. road shows for vores sælgere i Europa, hvor vi giver dem en introduktion til vores miljøpolitik. Vi fortæller om de tiltag, som DLH gør for at skabe en bæredygtig træproduktion, samt hvad der sker på det politiske plan i Europa og globalt. Men vi skal ikke oversælge miljøbudskabet. At kommunikere vores miljøindsats handler kort og godt om at fortælle om det, vi gør. Og det er en god historie.

Læs den selv på vores hjemmeside, hvor du bl.a. finder vores nyreviderede miljøpolitik: www.dlh-group.com/Environment.aspx.

Miljøpolitikken skal bruges

DLH har fået revideret sin miljøpolitik, så den er mere tidssvarende i forhold til et DLH, som er større end sidste gang, miljøpolitikken blev opdateret, og i forhold til klimadebatten. Samtidig giver den mere konkrete anvisninger til, hvordan man som virksomhed og medarbejder i DLH kan gøre en indsats for miljøet.

Med udgangspunkt i grundlæggende DLH-værdier som ansvarlighed og åbenhed har DLH netop fået revideret sin miljøpolitik, som sidst blev opdateret i 2004. Og miljøkoordinator Peter K. Kristensen understreger, at miljøpolitikken ikke kun er et dokument, der skal være fint at skue. Den skal bruges, og derfor er den i den nye udgave blevet mere struktureret og operationel.

"Det betyder, at vi har inddelt miljøpolitikken i afsnit, der er målrettet de enkelte stakeholdere. I løbet af foråret opsætter vi endvidere mere specifikke miljømålsætninger for de enkelte lande i DLH-koncernen," fortæller Peter K. Kristensen.

Et levende dokument

Det er hensigten, at den nye, reviderede miljøpolitik fremover skal være et levende dokument på internettet, der indeholder aktuelle nyheder, og som løbende opdateres med informationer om, hvordan DLH når sine mål.

Peter K. Kristensen forklarer, at miljøpolitikken er bygget op i to versioner. Den første del beskriver den overordnede miljøpolitik for DLH, og den kan hentes som PDF-fil på hjemmesiden. Den anden del er en webbaseret version, der indeholder specifikke målsætninger, og som løbende opdateres.



"Jo flere der står bag vores miljøpolitik, des bedre. Det sikrer, både at miljøpolitikken har den nødvendige gennemslagskraft, og at den er aktuel i forhold til vores omverden," siger miljøkoordinator Peter K. Kristensen.



Samlet flok bag miljøpolitikken

Den nye miljøpolitik har både været igennem en intern høringsproces i DLH og til høring hos eksterne stakeholdere.

"Jo flere der står bag vores miljøpolitik, des bedre. Det sikrer, både at miljøpolitikken har den nødvendige gennemslagskraft, og at den er aktuel i forhold til vores omverden," siger Peter K. Kristensen.

Han nævner som eksempel, at klimaområdet har fået et selvstændigt punkt i miljøpolitikken, fordi klimadebatten i langt højere grad end tidligere er kommet på dagsordenen.

De vigtigste nye elementer i DLH's miljøpolitik

- Miljøpolitikken er blevet inddelt i afsnit, der er målrettet de enkelte stakeholdere
- Miljøpolitikken er udvidet med et dynamisk dokument på hjemmesiden, der beskriver udviklingen i de konkrete målsætninger i miljøpolitikken
- Klimaområdet er kommet med som et selvstændigt punkt

Derfor skulle DLH have en ny miljøpolitik

- DLH er vokset til dobbelt størrelse
- DLH er blevet skovejer
- Verden er forandret – mere fokus på miljø og på regnskovens rolle i klimasammenhæng

Certificeringsguide

Ud over en ny miljøpolitik har Miljøafdelingen også udgivet en certificeringsguide. Guiden skal fungere som et støttedokument til sælgerne i DLH, så de bedre forstår begreberne i forbindelse med en certificering.

www.dlh-group.com/Environment.aspx

Miljørigtigt design med FSC

DLH støtter FSC Design Award, der skal skabe øget fokus på miljørigtigt design. I 2008 var det designstuderende Jonas Pedersen, der løb med prisen for en fleksibel og let garderobeløsning, der kan justeres efter brugerens behov.

FSC Design Award er stiftet af FSC Danmark og blev den 27. november 2008 afholdt for tredje gang. Formålet er at sætte fokus på bæredygtighed og træ på en ny og anderledes måde, så arkitekter og designere i fremtiden har større kendskab til bæredygtigt træ og er bevidste om de miljømæssige perspektiver i valget af materialer. Som sponsor støtter DLH konkurrencen ved at levere alt det træ, som benyttes af deltagerne.

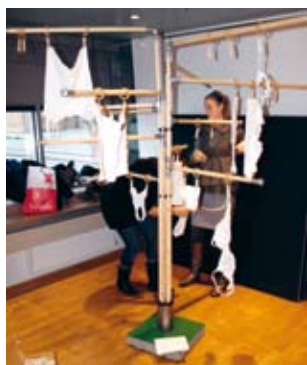
"Konkurrencen er fint i tråd med vores miljøpolitik, og vi vil gerne øge kendskabet til FSC-certificeret træ. Vi er naturligvis heller ikke blinde for, at deltagerne – dagens designstuderende – i fremtiden kommer til at sidde på alverdens tegnestuer, hvor de afgør, hvilket træ der skal benyttes til for eksempel møbler," siger miljøkoordinator Peter K. Kristensen.

Ud over vinderen blev der udpeget ni designs ved FSC Design Award. De i alt ti designs bliver i løbet af 2009 udstillet på en lang række forskellige udstillinger og messer.



Dommer Tobias Jacobsen sammen med vinderen, Jonas Pedersen, og vinderproduktet, Extrude.

Fotograf: Michael Daugaard - Pressebillede fra FSC Danmark



Passion for Wood bliver FSC-certificeret

I DLH har vi en målsætning om, at alle vores publikationer skal trykkes på FSC-certificeret papir, og det gælder naturligvis også Passion for Wood.

Beslutningen om at trykke Passion for Wood bæredygtigt betyder, at bladet fremover udkommer i A4-format på grund af det begrænsede udbud af FSC-certificeret papir.

"Når vi opfordrer vores kunder til at efterspørge FSC-certificeret træ, så er det helt naturligt, at vi selv efterspørger FSC-certificerede produkter – også når det gælder det papir, som Passion for Wood trykkes på," siger miljøkoordinator Peter K. Kristensen.

Vi skal være tæt på kunderne

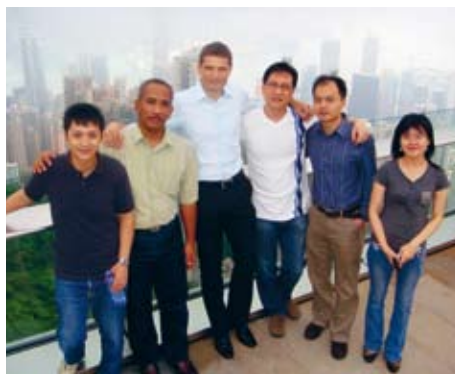
Hongkong-kontoret fungerer primært som spydspids for træhandel med Kina, der er verdens største importør af træ. 70 pct. af Hongkong-kontorets salg af træ sker til Kina, og selv om der på kort sigt kommer udfordringer i forbindelse med den globale finanskriser, så udgør det kinesiske marked, ifølge filialchef i DLH Hongkong, Flemming Thomsen, et meget stort potentiale fremover. Men han understreger, at man skal ud til kunderne for at få succes i Asien.

"Det er meget vigtigt at have personlige relationer til kunderne i Asien. Derfor er vi til stede lokalt med kontorer i både Hongkong og Shanghai og med lokale salgsmedarbejdere i Guangzhou, i Jakarta og i Kuala Lumpur," fortæller Flemming Thomsen.

DLH profilerer sig også ved at deltage i messer og via annoncer i relevante fagblade, men den personlige kontakt har topprioritet.

Det asiatiske marked ændrer sig konstant

Den lokale tilstedeværelse er, ifølge Flemming Thomsen, også vigtig for at være på forkant i forhold til trends i markedet.



Filialchef i DLH Hongkong, Flemming Thomsen, med nogle af DLH's salgsmedarbejdere i Asien. Fra venstre er det Jaffy Lam (Hongkong), Edi Nugroho (Jakarta), Flemming Thomsen (Hongkong), Jeffrey Kin (Shanghai), Tony Ni (Shanghai) og Shirley Zhang (Guangzhou). Billedet er taget i forbindelse med et regionalt salgsmøde, hvori der indgik en tur til The Peak, som er et af de højeste punkter i Hongkong med udsigt ud over finansdistriktet.

"Markederne i Asien er meget dynamiske, og forretningen ændrer sig konstant for DLH i Asien. Derfor søger vi hele tiden nye forretningsmuligheder og skærer uprofitable forretningsområder væk. Vores træforret-



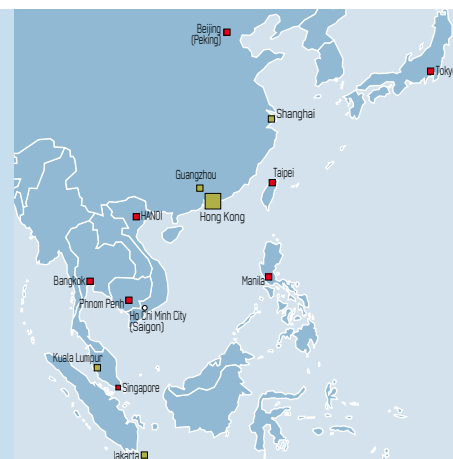
Medarbejdere i DLH Shanghai med koncerndirektør Robert Hunink og filialchef Flemming Thomsen. Billedet er fra en kinesisk nytårsmiddag, hvor værten var en af DLH's faste kunder - Yie Wan Xiang fra Tianyi Wood Co., Ltd. (nr. tre fra højre).

ning i Asien er i konstant udvikling, og derfor er det helt afgørende for DLH, at vi er til stede lokalt," forklarer Flemming Thomsen.

OM DLH HONGKONG

Hongkong-kontoret er DLH's hovedkvarter for salg i Asien, nu også Vietnam, som i kraft af sin størrelse dog er en separat forretning. DLH Hongkong fungerer som forbindelsesled mellem kunderne i Asien og DLH's egne virksomheder og opkøbskontorer i Afrika og Sydamerika samt en række eksterne leverandører i USA og Europa. DLH sælger direkte til fabrikker og distributører i de enkelte lande i Asien. Markedsføringen af DLH's produkter sker primært via personlige relationer mellem DLH's lokale salgsmedarbejdere og kunderne.

Organisationen består af hovedkontoret i Hongkong med fire medarbejdere, et kontor i Shanghai med yderligere fire medarbejdere samt tre lokale medarbejdere i Guangzhou, Jakarta og Kuala Lumpur. Omsætningen var i 2008 på ca. DKK 300 mio., inklusive salg af varer fra Afrika, som hovedsageligt bliver bogført i tt Timber i Basel, mens DLH Hongkong står for selve salget.



ne

DLH's kontor i Hongkong har eksisteret som handelskontor siden 1996, og med den store fremgang i særligt den kinesiske økonomi er der her et stort potentiale for DLH.



Tony Ni fra DLH Shanghai ser på kævler fra Gabon i Zhangjiagang Port, som er verdens største indskibningshavn for tropisk træ.



Hovedkontoret for DLH Hongkong ligger på 16. etage i en ejendom midt i Hongkong. Lin og Flemmings lejlighed ligger i Discovery Bay på øen Lantau uden for Hongkong, og de tager hver dag færgen ind til Hongkong for at komme på arbejde. Der bor 17.000 indbyggere i Discovery Bay, som er bilfri og populær blandt udstationerede. Færgeturen tager 25 minutter, og der er trådløst internet, så folk kan arbejde på vej til og fra arbejde. På billedet ses Flemming Thomsen, der netop er ankommet med færgen til Hongkongøen fra Discovery Bay.



KORT OM FLEMMING THOMSEN, FILIALCHEF I DLH HONGKONG

Flemming er 43 år og oprindeligt handelsuddannet i ØK. Han har været udstationeret i Asien siden 1988 og startede i 1998 ØK's trækontor i Hongkong op. Efter DLH's overtagelse af ØK's træforretning blev Flemming filialchef i DLH Hongkong.

Privat er Flemming gift med Lin, der er fra Malaysia, og som arbejder for en rekrutteringsvirksomhed i Hongkong. I fritiden spiller han squash for et klubhold, der spiller i 1. Division Masters (40+). "Det er socialt anlagt, men mange af spillerne har spillet på højt plan i deres yngre dage, og når det går løs på banerne, så spilles der for at vinde", fastslår Flemming Thomsen. Der bliver også af og til mulighed for dueller mod kolleger i DLH under besøg rundt om i verden, eller når kolleger er i Hongkong.

DLH-VÆRDIERNE PROFESSIONALISME OG ANSVARLIGHED GIVER PONDUS I ASIEN

DLH's værdier er vigtige, når der skal sælges træ i Asien, og særligt DLH's professionalisme og arbejde med bæredygtighed afføder respekt, når salgsmedarbejderne møder kunderne.

"Kinas private erhvervsliv har af gode grunde en kort historie, og det er klart, at når vi fortæller, at vi har 100 års erfaring i branchen, så giver det noget pondus. Vores miljøindsats er også med til at vise, at vi arbejder i det lange perspektiv med skovdrift. I den forbindelse understreger vi naturligvis også, at vi ejer verdens største certificerede regnskov," siger Flemming Thomsen, som også forventer øget salg af certificeret træ i Asien fremover, som følge af den generelle fokus på at beskytte verdens ressourcer.

DLH's status som en global, professionel aktør understøttes også af, at DLH har det bredeste træsortiment i Asien og ofte kan fungere som 'one stop shop' for kunderne.

GODE KUNDERRELATIONER TIL KINA

Selvom Kina er en stor producent og forbruger af træprodukter, har landet selv begrænsede ressourcer. Derfor er det nødvendigt at importere hovedparten af træet til den kinesiske forarbejdningsindustri. Kina er en af verdens største eksportører af træprodukter og har haft en enorm vækst i eksporten det seneste årti. Møbler og panelprodukter udgør 70 pct. af eksporten, men også gulvprodukter er en stor industri i Kina, hvor der produceres 250 millioner m² om året – heraf eksporteres en tredjedel.

DLH Hongkong formidler også handel med gulve og bordplader fra Kina til DLH Polen og DLH England.

"Vi forsøger generelt at tilskynde til, at vi i DLH benytter Kina som leverandør af forarbejdede træprodukter. Det hjælper nemlig til at skabe stærke relationer med de kinesiske producenter, når vi kan sælge det rå træ til dem og tilbagekøbe forarbejdede produkter. Det er en god model for alle, fordi arbejdskraften i Kina er billig," siger Flemming Thomsen, der vurderer, at Kinas store hjemmemarked vil fortsætte med at stige. Det vil yderligere styrke DLH's salg af træ til Kina.

Myggenet

til alle CIB-ansatte i Congo



Flere tusinde myggenet er nu delt ud til CIBs medarbejdere og deres familier i Congo-Brazzaville. Det er resultatet af den indsamling, som fandt sted i anledning af DLH's 100-års-jubilæum.

Af CSR-kordinator Rikke Jensen



Flørt genkendelige blå T-shirts har et team på seks personer fra DLH, CIB og myggenetproducenten Vestergaard Frandsen arbejdet hårdt for at uddele myggenet til samtlige CIB-medarbejdere og deres familier i Congo-Brazzaville.

Uddelingen fandt sted i de to større byer, Pokola og Kabo, samt i landsbyerne Mokobo, Ndoki og Loundoungou. CIB-medarbejderne blev inviteret indenfor i hold og fik undervisning i, hvordan nettene skal hænges op, og hvordan de vaskes. Begge dele er vigtigt for, at myggenettene virker efter hensigten.

Undervisningen foregik på det lokale sprog, lingala, og alle havde mulighed

for at stille uddybende spørgsmål. Efter undervisningen fik hver medarbejder udleveret tre net plus en brochure med tegninger og forklaringer på såvel fransk som lingala.

"Også før uddelingen fik modtagerne information om myggenettene. Vi havde bl.a. lavet en undervisningsfilm på lingala, hvor lokale skuespillere på humoristisk vis viste og forklarede, hvordan man bruger nettene," fortæller projektleder og CSR-kordinator Rikke Jensen.

Filmen er flere gange blevet sendt på den lokale tv-station, Canal Pokola. Aftenen før den første uddeling i Pokola blev uddelingen igen annonceret – denne gang

optrådte hele 'myggenetholdet' direkte på den lokale tv-station.

Malaria koster mange liv

Uddelingen af myggenet er et vigtig led i forebyggelsen af malaria i området. Lige så vigtigt er det at følge op på nettene effekt. Dels for at tjekke, om nettene bliver brugt, som de skal – dels for at måle, om antallet af malaritilfælde reduceres.

CIB og DLH vil derfor i samarbejde med Vestergaard Frandsen løbende følge op på projektet over de næste tre år.

"Vi starter med en kort rundspørge i landsbyerne efter en uge, og efter en måned gennemfører vi den første store



Myggenettene overrækkes.



Det krævede god organisation at sørge for, at alle fik deres net. Her ses stablerne af myggenet og registreringen af, hvem der har fået.



Urma Sabo giver undervisning på lingala til alle modtagere.

undersøgelse, som vil omfatte 200 husholdninger. Vi har udviklet spørgeskemaet i samarbejde med Vestergaard Frandsen, der også vil behandle informationerne," forklarer Rikke Jensen.

Sideløbende med dette vil hospitalet i Pokola registrere antallet af malariatilfælde, så man kan vurdere den konkrete effekt af myggenettene. Håbet er, at samarbejdet mellem CIB, DLH og Vestergaard Frandsen kan bidrage med ny viden til forskningen i malaria, og hvordan man forebygger sygdommen, som hvert år kræver mange menneskeliv i området.



Myggenetholdet annoncerer uddelingen på Canal Pokola. Repræsentanter fra Vestergaard Frandsen, CIB's socio-økonomiske team og DLH.

Sådan ser pakkerne med myggenet ud - og de flotte T-shirts, designet af Vestergaard Frandsen og DLH.

Timber Exchange på tværs af DLH's lagre

Et nyt værktøj har åbnet nye muligheder i bestræbelserne på at nedbringe DLH's varelagre. Gennem en enkel, internetbaseret portal kan alle DLH's datterselskaber nu få indsigt i og handle med hinandens lagre.



Samhandlen mellem DLH's datterselskaber har traditionelt været reaktiv og kun baseret på konkrete forespørgsler. Med gennemsigtighed i varelagre på tværs af datterselskaber kan Timber Exchange rette op på dette.

Det er et af de hurtigst gennemførte projekter i DLH i lang tid. Og et af de mest enkle. Ikke desto mindre tyder alt på, at den nye Timber Exchange bliver et værdifuldt værktøj i arbejdet med at nedbringe koncernens varelagre.

"Timber Exchange åbner op for, at alle, på tværs af datterselskaber, lande og kulturer, kan se hinandens langsomt omsættelige varelagre – og dermed hjælpe hinanden med at få nedbragt lagrene," fortæller direktør Hroar Bay-Smidt.

Timber Exchange er ifølge Hroar Bay-Smidt et godt eksempel på, at enhver krise indeholder muligheder.

"Vores selskaber udveksler allerede i dag informationer om lagervarer, men det har mere været brugt reaktivt og kun i forbindelse med konkrete forespørgsler. Derfor tog vi beslutningen om portalen to dage før jul. Den 13. januar gik vi i luften, og i dag – efter blot tre uger – har vi registreret mere end 70 brugere, flere end 660 vareposter og en livlig aktivitet. Det har været positivt at se den opbakning, der har været til denne første del af initiativet," siger han og understreger vigtigheden af, at organisationen er i stand til at handle hurtigt i tider som disse.

"Lakmusprøven kommer, når vi virkelig skal hjælpe hinanden af med lagrene. Forskellige specifikationer på tværs af landegrænser og ekstra transportomkostninger kan jo begrænse andre salgsenheders muligheder for et salg. Men jo mere man prøver på

Wiki: Sapele

Begrebet 'wiki' kommer fra internettet, hvor 'wiki' er en betegnelse for et opslagsværk eller et leksikon. 'Wiki wiki' betyder hurtig på hawaiiansk og er altså hurtig information.

Træsarten sapele har en særlig plads i DLH, hvor vi har handlet med sapele siden midten af 1950'erne. I dag er omsætningen med sapele over DKK 300 mio. Sapele er hovedtræsarten blandt afrikanske træsorter, ligesom den også er det i DLH's skovkoncession, CIB i Congo-Brazzaville. På grund af sin dominerende rolle er sapele også en trendindikator for markedsudviklingen for tropisk træ fra Afrika.

Sapele indgår i gruppen af mahognitræsarter og vokser i hele det tropiske regnskovsbælte i Afrika. Den kan nå en højde på over 50 meter og en diameter på 80-140 cm. Enkelte træer bliver over to meter i diameter. De fleste træer, der fældes, har en alder på 150-250 år. Sapele bruges til finer og krydsfiner, men hovedparten bliver forarbejdet til savet træ og anvendes bl.a. til døre, vinduesrammer, paneler, møbler og gulve.





Adgang til Timber Exchange kræver et log-in, der kan fås ved at sende en mail til supply chain manager Henrik Larsen: henrik.larsen@dlh-group.com.

noget, jo bedre bliver man til at lykkes med det, og der er brug for at prioritere salgsopgaven netop nu," siger Hroar Bay-Smidt.

I tråd med DLH's værdier

Ud over den rent tekniske mulighed for samhandel genererer børsen en hidtil uset gennemsigtighed samt en dialog mellem datterselskaber og afdelinger på tværs af verdensdele.

"Filosofien bag Timber Exchange er helt rigtig og et godt eksempel på, at værdier som åbenhed og transparens understøtter forretningen og dermed firmaets cash flow, som der er fokus på i disse tider," siger Hroar Bay-Smidt.



"Timber Exchange åbner op for, at alle, på tværs af datterselskaber, lande og kulturer, kan se hinandens varelagre – og dermed hjælpe hinanden med at få nedbragt lagrene," fortæller direktør Hroar Bay-Smidt.



Nyt hovedkvarter for DLH Finland Oy

DLH overtog hårdtræsaktiviteterne fra den finske virksomhed Puukeskus OY i juni 2008. Ved fusionen med den eksisterende trævirksomhed, Viilukeskus Oy, fik DLH's finske trævirksomhed ændret navn til DLH Finland Oy, og der er nu etableret et nyt hovedkvarter i Helsinki. Der er ti medarbejdere i Helsinki samt syv i Turku, som alle ledes af landecheff Ritva Saari, og hun fortæller, at alle i Helsinki er glade for de nye lokaler.

"Med nyt hovedkvarter og nyt navn føler vi os nu for alvor som en del af DLH-Gruppen," siger Ritva Saari.

Se DLH-filmen på hjemmesiden

Jubilæumsfilmen om DLH er nu udkommet i en redigeret version, der fungerer som en profileringsfilm af DLH. Den er bl.a. rettet mod investorer, jobsøgende, kunder og pressen. Hensigten er at give et samlet billede af DLH som en verdensomspændende koncern inden for handel med træ og som en virksomhed med stort fokus på social ansvarlighed – Corporate Social Responsibility (CSR).

Profilmulmen er engelsksproget, da det er DLH's koncernsprog. Se den selv på hjemmesiden på linket: http://www.dlh-group.com/About-the-DLH-Group/Profile/DLH_video.aspx.



Se tingene fra flere vinkler

Christian Mengel, executive vice president i USA, har været i træbranchen siden 1971, og selv om han er dansker og dansk statsborger, har han ikke boet i Danmark siden 1973. Til gengæld har han fået indblik i mange forskellige kulturer og værdier rundt omkring i verden.

Derfor er det måske ikke underligt, at DLH's globale og multikulturelle værdier står centralt for Christian Mengel.

"Vi er en global og multikulturel virksomhed. Det betyder, at vi som medarbejdere i DLH skal se tingene fra flere vinkler, når vi i hverdagen samarbejder med kolleger fra andre lande med andre sprog og andre kulturer," siger Christian Mengel.

Han nævner som eksempel, at en e-mail fra en leverandør i Brasilien til afdelingen i USA naturligvis ikke er skrevet på formfuldendt engelsk, og måske skal det, der står i e-mailen, forstås på en lidt anden måde, end hvis e-mailen var fra en samarbejdspartner i USA.

Se forretningen i globalt perspektiv

Den globale selvforståelse er, ifølge Christian Mengel, ikke kun vigtig i den daglige kommunikation, men også generelt for DLH's forretning.

"Det er vigtigt, at vi åbner vores øjne for de muligheder, der kan være i andre lande. Vi skal se tingene i det store perspektiv – også selv om vi er placeret lokalt og har lokale budgetter," siger Christian Mengel, der selv tænkte 'globalt', da han sidste år var på Filippinerne efter et forretningsophold i Ho Chin Minh City i Vietnam.

"Her så jeg nogle varer, som ikke var interessante for os i USA, men som jeg mente kunne bruges i Vietnam. Jeg foreslog derfor leverandøren at kontakte DLH i Vietnam for at starte et samarbejde," fortæller Christian Mengel.



OM DLH USA

DLH Nordisk, Inc. blev etableret i 1986 og har 20 medarbejdere, hvoraf de to arbejder for Træ- & Pladedivisionen. Afdelingen i USA har kontor i Greensboro, der med sine 250.000 indbyggere er den tredjestørste by i staten North Carolina (NC). DLH's afdeling i USA er en såkaldt 'wholesale importer', der sælger træ i hele USA fra lagre i Savannah/Statesboro Georgia, Huntersville NC og senest også i Los Angeles. Der handles med varer inden for fire produktområder:

- Savet træ (33 %) fra Afrika og Brasilien
- Terrassebrædder (30 %) fra Brasilien og Asien
- Gulvbrædder (27 %) fra Sydamerika
- Forarbejdet træ (10 %) primært fra Asien

DLH har yderligere to virksomheder i USA: Inter-Continental Hardwoods i Currie, NC og PW Hardwood i Brookville, Pennsylvania.

NÆSTE STOP: FINLAND

Christian Mengel har valgt at give stafetten videre til landechef for DLH Finland, Ritva Saari, i Helsinki. "Ritva er en af Finlands førende og mest succesrige 'timber traders'. Hun leder DLH's kontorer i Finland og de baltiske lande. Ritva kan bidrage til DLH med en række nye specialprodukter," siger Christian Mengel.



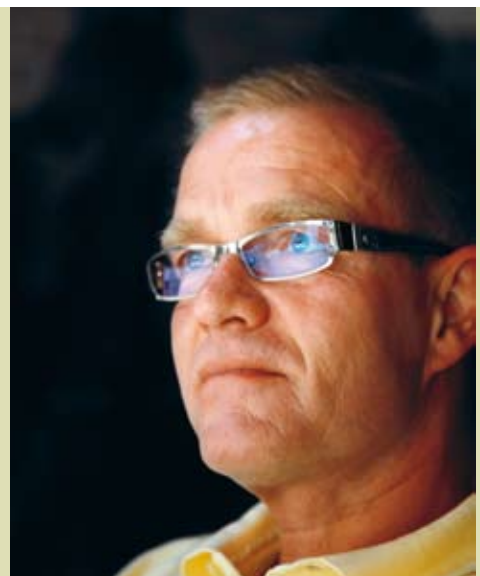
Billeder fra Inter-Continental Hardwoods, Currie, North Carolina.



OM CHRISTIAN MENGEL

Christian Mengel har siden 1999 været executive vice president i DLH Nordisk, Inc., hovedsageligt med ansvar for indkøb fra Asien. Han er 56 år og startede sin karriere i ØK, hvorfra han har været udstationeret til Hamborg, Singapore, Malaysia, England og Brasilien. Siden 1989 har han boet i USA, hvor han det seneste år har været formand i IWPA, den amerikanske træimportørforening.

Christian er gift med norskfødt Benedicte, der er hjemmegående. I fritiden nyder de begge friluftslivet i det naturskønne Greensboro, der ligger i staten North Carolina. Det bliver til mange gåture med hunden Sophie, sejlads på en af de omkringliggende søer samt skiløb i bjergene, der ligger to timers kørsel fra Greensboro.



Direktør i med- og modvind

Jørgen Møller-Rasmussen har stået i spidsen for DLH i mange gode år. Nu er tiderne skiftet, og DLH's ledelse står over for store udfordringer. Den administrerende direktør sidder i den røde stol.



JØRGEN MØLLER RASMUSSEN,
ADM. DIREKTØR, I DEN RØDE STOL

Hvordan kan DLH gå fra rekordoverskud og gode tider til pludselig at være i krise?

Den finansielle krise har på det seneste udviklet sig til en decideret økonomisk krise, hvor især byggeriet er meget hårdt ramt. Det påvirker i sagens natur DLH direkte, da vi leverer store mængder træ til netop byggesektoren. Dertil kommer, at prisen på råvarer, herunder træ, faldt drastisk i 2008.

Sidst, men ikke mindst har finanskrisen betydet, at der er mangel på kontanter overalt i verdenssamfundet. Derfor er det på kort tid blevet markant dyrere at finansiere selv sunde og solide forretninger, hvilket har betydet, at vores store og omfattende varelagre nu belaster gruppens økonomi unødigt hårdt.

Alt sammen har det betydet, at vi forventer et større underskud i 2008.

Kan medarbejderne i DLH have tillid til, at ledelsen vil føre DLH sikkert gennem krisen?

Ja. Det er svært at finde en ledelse med højere anciennitet og mere erfaring med både gode og dårlige tider end direktionen i DLH.

Og vi er ikke bare fast besluttede på at føre DLH-Gruppen ud på den anden side – som en stærk, solid og tilpasningsdygtig virksomhed. Vi er også enige om, hvad der skal til, og vi er for længst gået i gang med at tilpasse os til markedet. Det bliver vi ved med i det omfang, det er nødvendigt.

Burde vi ikke spare alle de grønne initiativer væk først?

Nej. Vi har gennem årene investeret millioner på bæredygtighed og social ansvarlighed, og vi har ikke i sinde at gamble med den investering. Vores grønne profil bliver hele tiden et stadigt stærkere aktiv for os, og det er uden tvivl et af de parametre, der vil adskille os fra konkurrenterne i fremtiden. Så lad det være sagt en gang for alle: DLH er og bliver en miljøbevidst og grøn virksomhed – i gode tider og i dårlige tider.

Hvad kan vi forvente af fremtiden?

Det er umuligt at lægge en præcis plan for, hvad der kommer til at ske. Men alle kan



forvente, at vi gør, hvad der er nødvendigt for at imødekomme udviklingen og sikre vores virksomhed. Det betyder også, at alle kollegaer må forberede sig på forandringer, for det bliver en turbulent og forandringspræget tid, vi går i møde. Til gengæld bliver det også en spændende tid, hvor alle får mulighed for at vise, hvad de kan.

Passion for Wood udgives 2-4 gange om året på dansk, engelsk og fransk og redigeres af en bredt sammensat redaktionsgruppe, bestående af:

Peter Engelsted Jonassen (HR) (ansv),
Peter K. Kristensen (Miljø),
Martin Rolander og Helle Esbensen (Marketing),
Natalie Graf (Hårdtræsdivisionen),
Gitte H. Reimer (Træ- & Pladedivisionen),
Journalister Michael K. Nielsen og Lars Bo Kirk (eksterne).
Design og produktion: Boje & Mobeck



HAR DU ET BIDRAG TIL PASSION FOR WOOD?

Har du forslag til en god historie, eller har du kommentarer eller ideer til bladet? Så vil vi meget gerne høre fra dig. Du kan sende dit forslag til Helle Esbensen, DLH-Gruppen, Skagensgade 66, 2630 Taastrup, Danmark eller på e-mail: helle.esbensen@dlh-group.com.