

BØRSEN.

Spillehallen.dk tjener millioner trods benhård konkurrence



"Vi har haft den tanke, at vi skulle digitalisere den fysiske spillehal - ikke bare vores produkt, men hele konceptet. Det er sådan, vi skiller os ud," siger Spillehallen.dk's adm. direktør, Erik Boye Hansen. Foto: Christian Klindt Sølbeck

■ AVISEN | Af Kevin Grønnemann

14. NOV. 2016

Eksklusivt for kunder

29 pct. af de danske gazeller ser skærpet konkurrence som den største barriere for deres vækst. Skil jer ud, er rådet fra et selskab, der har overlevet det hele

Hvad gør man, når konkurrenterne presser ens virksomhed fra alle sider? En mand, der har mere belæg end de fleste for at svare på det spørgsmål, er Erik Boye Hansen.

I sin tid som adm. direktør for onlinekasinoet Spillehallen.dk har han kæmpet mod angreb fra internationale sværvægttere, små udfordrere og en enkelt statsejet gigant i form af Danske Spil.

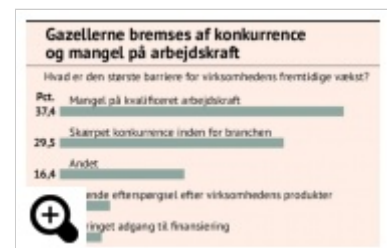
Og så har han overlevet en vaskeægte brancherevolution i midten af 00'erne, hvor virksomheden gik fra at producere fysiske spillemaskiner til at drive onlinecasino.

RELATERET INDHOLD

Tilføj søgeagent

Danske Spil
TNS Gallup

Grafik



"Var vi ikke hoppet med på onlinebølgen, så tror jeg, at vi var lukket," siger Erik Boye Hansen.

Artikler

I stedet står Spillehallen.dk nu med et årligt overskud på 12,4 mio. kr. og selskabets første gazellekåring.

Pressede gazeller

Men konkurrencen stopper ikke af den grund. I en undersøgelse blandt 393 af årets 1790 gazellevirksomheder er Erik Boye Hansen blot en af flere, der har erklæret, at den største barriere for gazellevirksomhedens vækst er den benhårde konkurrence.

Det er en melding, som næsten hver tredje gazellevirksomhed i år har givet. Virksomhederne fortæller i rundspørgen, at skærpet konkurrence er en langt større barriere for vækst end f.eks. lav efterspørgsel, bureaukrati eller mangel på finansiering.

Adskil dig fra de andre

Erik Boye Hansen er ikke i tvivl om, hvordan virksomhedsejere og topchefer skal overkomme hård konkurrence.

"Man er nødt til at prøve at se på, hvordan man kan differentiere sig fra konkurrencen," siger han.

I Spillehallen.dk's tilfælde har løsningen været at fortsætte selskabets tradition med at bygge sine egne spillemaskiner - nu blot i onlineform.

"Hvis ikke vi selv havde udviklet vores spil, så tror jeg ikke, at vi havde haft succes," siger Erik Boye Hansen.

Virksomheden har lavet digitale kopier af de klassiske spillemaskiner, som selskabet har produceret siden 1972 under navnene Compu-Game og Dansk Automat Expert A/S.

"Vi har haft den tanke, at vi skulle digitalisere den fysiske spillehal - ikke bare vores produkt, men hele konceptet. Det er sådan, vi skiller os ud," siger Erik Boye Hansen.

Bl.a. betyder det, at kun én spiller kan benytte Spillehallen.dk's "maskiner" ad gangen, og at onlinespillene bliver efterladt, som den seneste bruger forlod dem - nøjagtig som i en fysisk spillehal.

Reklamer er livsvigtige

Et andet vigtigt eksempel på, hvordan virksomheder kan skille sig ud i et marked med benhård konkurrence, finder man i reklamer. Det har også været vitalt for Spillehallen.dk, fortæller Erik Boye Hansen.

Organisationer

Læs artikel i e-avisen



"I dag er det hele et spørgsmål om, hvor meget man har råd til at gøre opmærksom på sig selv," siger han og tilføjer:

"Hvis du har set fjernsyn for nylig, så ved du, at der er rigtig mange spilvirksomheder, der reklamerer."

Spillehallen.dk bruger ca. 25 pct. af sin indtægt fra maskinerne på marketing. Et tal, der også er snit i branchen.

Det skyldes, at konkurrencen bl.a. kommer fra mastodonter som Bet365, der bruger milliarder årligt på reklamespots med Samuel L. Jackson, og Danske Spil, der ifølge en opgørelse fra TNS Gallup har været Danmarks største annoncør blandt alle virksomheder tre år i træk.

"Vi tror stadigvæk på, at vi kommer til at vokse. Men det kan godt være, at væksten bliver lidt langsommere, end vi kunne ønske," siger Erik Boye Hansen.

kegr@borsen.dk

SE OGSÅ Følg gazellekonferencen fra Kolding på borsen.dk

© Dagbladet Børsen

Ifølge lov om ophavsret er det kun tilladt at tage én papirkopi til privat brug. Yderligere kopiering må kun ske efter aftale med Dagbladet Børsens chefredaktion. Henvendelse skal ske til Peter Utzon på e-mail: peut@borsen.dk
