

Guld-Harald dømt for luksuskopier

Den tidligere fodboldstjerne Harald Nielsen ser en dom ved Sø- og Handelsretten som en sejr over designvirksomheden Gucci, som ikke fik ret i alle sine kopi-anklager i første omgang. Gucci og en anden producent anker nu sagerne til Højesteret

■ Kopiprodukter

AF JESPER KONGSKOV OLSEN

Det gamle danske fodboldikon Harald Nielsen, også kendt som Guld-Harald, er sammen med sin hustru Rudi Nielsen nu blevet dømt af Sø- og Handelsretten for at lave produkter, der ligger for tæt op ad de kendte italienske producenter af luksustilbehør, blandt andet tasker, Gucci og Bottega Veneta.

Men i den samme sag frikendes Rudi og Harald Nielsen for at have videregivet produkter fra kinesiske Gussaci, der laver tasker og sko, som også minder til forveksling om Gucci.

Den sidste sag har Gucci nu anket til Højesteret, og det er nu mere en sag mellem den italienske og den kinesiske producent Gussaci på dansk grund.

»Der er tale om en stribe produkter fra Gussaci, men det er det samme mønster på dem, der er problemet, så det er i grove træk den samme vurdering, der skal laves af produkterne. Vi mener, at de ligger alt for tæt på Gucci og vil have dem stoppet på dansk grund,« siger advokat Jeppe Brogaard Clausen fra advokatfirmaet Maqs, som repræsenterer Gucci og Bottega Veneta samt den franske producent Hermès.

For Hermès' vedkommende drejer striden sig om to tasker fra Rudi og Harald Nielsen, som ifølge Hermès ligger for tæt på deres meget kendte Birkin-taske.

Sø- og Handelsretten har i dommen, der kom for nylig, givet Rudi og Harald Nielsen et rap over fingrene for henholdsvis en taske, der til forveksling ligner en kendt Bottega Veneta-taske i flet, som blandt andre kronprinsesse Mary ofte ses med, samt to typer sko, som til forveksling ligner Gucci-sko.

Derudover finder dommerne i Sø- og Handelsretten, at nogle bæltter og handsker, som Rudi og Harald Nielsen har solgt i adskillige år, også er for tæt på Gucci-

design. Men da det netop er produkter, som har været solgt på det danske marked gennem en længere årrække, mener dommerne, at Gucci skulle have opponeret mod disse langt tidligere, hvorfor Rudi og Harald Nielsen faktisk får lov at fortsætte med at sælge disse bæltter og handsker.

Skal skrive til kunder

Rudi og Harald Nielsen er som en del af dommen nu forpligtet til at skrive ud til deres kunder, at nogle produkter er blevet bedømt som værende kopier af Gucci og Bottega Veneta.

Men ifølge Harald Nielsen er sagen en storm i et glas vand. Han kalder den irriterende at skulle bruge tid og kræfter på.

»Vi vil snarere skrive rundt til vores kunder, at vi har vundet sagen. De fleste af punkterne med Gussaci er jo blevet afvist. Vi vil også skrive til kunderne, at de ikke skal lade sig chikanere af modpartens advokat,« siger Harald Nielsen.

Han peger på, at det er periferer produkter i hans sortiment, som Gucci og Bottega Veneta er faldet over.

»For skoens vedkommende var det vareprøver, som vi havde liggende på lageret, og som de tog med, da de kom med fageden sidste år. For taskens vedkommende

de er det en, vi har solgt fra 2004 til 2007, hvor den i øvrigt først blev varemærke-gistreret af Bottega Veneta,« siger Harald Nielsen.

Den tidligere fodboldstjerne føler sig chikaneret af de store luksusproducenter.

»De har også været efter os med Hermès, hvor de har tabt, og det er da ret irriterende, at de bliver ved,« siger Harald Nielsen og fortsætter:

»Vi er modfolk, og vi vil da ikke sælge noget, som er en kopi af noget andet. Vi sætter vores eget navn i og prøver at markedsføre det, længere er den ikke.«

Som en konsekvens af dommen fra Sø- og Handelsretten slås det samtidig fast, at Rudi og Harald Nielsen ikke fremover må sælge produkter med særlige Gucci-kendetegn.

Det drejer sig om en særlig rød-grøn stribe, et særligt bidsel på skoene samt det karakteristiske »G«, som Gucci bruger som sit varemærke.

Harald Nielsen finder det uforståeligt, at Gucci kommer efter ham nu.

»Det har vi jo solgt siden 1972, og vi har haft handsker, sko og tasker i Magasins og Illums julekataloger i mange år. Jeg synes, det er meget mærkeligt,« siger Harald Nielsen.

Harald Nielsen har en særlig tilknytning til Italien, da det var her, han slog igennem som professionel fodboldspiller i 1960'erne. Først i Serie A-klubben Bologna, siden i Inter, Napoli og Sampdoria. Skiftet til Inter gjorde ham med en overgangssum på 2,5 mio. kr. til verdens dengang dyreste fodboldspiller.

jesper.kongskov@borsen.dk



Guld-Harald i kamp mod Gucci

Det danske fodboldikon Harald Nielsen kæmper i retten mod luksusgiganten Gucci og Hermès, der anklager hans og hustruen Rudi Nielsens firma for at kopiere de verdensberømte dametasker.

Harald Nielsen har en særlig tilknytning til Italien, da det var her, han slog igennem som professionel fodboldspiller i 1960'erne. Først i Serie A-klubben Bologna, siden i Inter, Napoli og Sampdoria. Skiftet til Inter gjorde ham med en overgangssum på 2,5 mio. kr. til verdens dengang dyreste fodboldspiller.

Harald Nielsen har en særlig tilknytning til Italien, da det var her, han slog igennem som professionel fodboldspiller i 1960'erne. Først i Serie A-klubben Bologna, siden i Inter, Napoli og Sampdoria. Skiftet til Inter gjorde ham med en overgangssum på 2,5 mio. kr. til verdens dengang dyreste fodboldspiller.

Børsen den 30. december 2009



Glunz & Jensen i plus for første gang i fire år

■ Resultater

AF KNUD TEDDY RASMUSSEN

Oms.	Egenk.	Ansatte	Dagskurs
-21%	+8%	+87	+3,1%

Glunz & Jensen A/S

Koncern, mio. kr.	'09/10	'08/09
Nettoomsætning	258,7	326,1
Bruttoresultat	67,1	68,9
Drift - EBITDA	23,5	-3,9
Af- & nedskrivninger	14,5	41,2
Primær drift - EBIT	9,0	-45,1
Finans, netto	-1,6	0,7
Ord. res. før skat	7,4	-44,4
Årets resultat	5,5	-44,8

Egenkapital	111,8	103,5
Balancesum	204,4	218,5
Renteb. gæld, net.	23,9	39,6

EBIT-margin, pct.	3,5	-13,8
Egenkap. forr. pct.	5,1	-35,7
Egenk.andel, pct.	54,7	47,4
Finansiell gearing	0,2	0,4
Udbytte, kr.	0	0
Antal ansatte, gns.	325	238

Adm. direktør: Keld Thorsen
Best.forsmand: Ulrik Gammelgaard
www.glunz-jensen.com

Trods et brat fald i omsætningen - fra 326 mio. kr. til 259 mio. kr. - er det i det seneste regnskabsår lykkedes for den børsnoterede Ringsted-virksomhed Glunz & Jensen, der udvikler og sælger produktionsudstyr til den grafiske industri, at få vendt skuden så effektivt, at underskud er blevet til overskud.

En positiv nyhed var ventet, eftersom allerede tallene for første halvår gav en klar indikation af, hvad der var på vej - med en pæn stigning i aktiekursen til følge.

I går kom så regnskabet for hele det forskudte regnskabsår, der løb til og med maj 2010. Og selv om tallene først blev offentliggjort hen på eftermiddagen, undgik det ikke markedets opmærksomhed, hvorefter aktien fik lagt 3 pct. til kursen, der landede på omkring 33.

Over hele året nåede virksomheden et resultat før særlige poster (ebit) på 9 mio. kr. mod sidste års minus på 19,3 mio. kr.

Det er første gang siden regnskabsåret 2006/2007, at virksomheden giver overskud. Og når det nu igen er lykkedes i en virksomhed, der leverer udstyr til en presset branche, så skyldes det

i høj grad, at der er skåret voldsomt i omkostningerne. Den seneste runde blev taget i foråret. Og i alt er der foretaget omkostningsreduktioner på 25 mio. kr.

»Men vi har samtidig lanceret nye produkter og sat fuld fokus på salget,« siger adm. direktør Keld Thorsen,

der kom til ved årsskiftet efter blandt andet at have arbejdet med en *turnaround* hos etiketproducenten Strålfors Information Logistics.

Når Glunz & Jensen til sin tid lukker bøgerne efter indeværende regnskabsår, ventes de at vise en omsætning, der er faldet yderligere en anelse - samt et resultat på niveau med sidste år.

Det vil trække ned, at efterspørgselen efter såkaldte pladefremkaldere er på retur i den grafiske branche.

Miljøvenlig metode

Til gengæld ventes der vækst i de to øvrige forretningsområder. Det er såkaldt *punch-and-bend*, som er maskiner til at skære og bukke de trykplader, der bruges i offset-trykkerier. Den teknologi kaldes for ITCP og er en moderne og mere miljøvenlig metode til at fremstille trykplader.

Finissen består i, at fremkaldelse ikke er nødvendig. Og den slags lader der til at være et stort marked for i specielt Asien og Sydamerika.

Ud over de tre traditionelle forretningsområder er yderligere et ved at dukke op hos Glunz & Jensen.

Teknisk set har det altid været der. Men allerede kort efter sin tiltræden bebudede Keld Thorsen, at han ville sætte turbo på salget af for-

Thrane-optimisme i den forsigtige ende

■ Regnskab

AF KNUD TEDDY RASMUSSEN

Det kan forekomme lidt forsigtigt, når Thrane & Thrane, der udvikler satellitkommunikationsudstyr, vælger at opjustere sine forventninger til indtjeningen en smule i indeværende regnskabsår.

Opjusteringen kommer nemlig allerede efter første kvartal i virksomhedens forskudte regnskabsår, og det er normalt det dårligste. Derudover er kommunikationsspecialisten kommet ud på den anden side af større rationaliseringer inden for både udvikling og produktion. Endelig er virksomheden i den heldige situation, at de vigtigste konkurrenter på de største forretningsområder har hjemme i Japan, hvor møntfoden yen i dag ligger omkring 50 pct. højere, end den gjorde for blot et par år siden. Det giver Thrane & Thrane en konkurrencefordel.

»Og det er dejligt,« siger adm. direktør Walther Thygesen fra Lyngby-virksomheden, der sidder på en stor del af verdensmarkedet for udstyr til satellitkommunikation til lands og til vands – samt i mindre grad i luften.

I det kvartal, der sluttede med udgangen af juli 2010, noterede man en omsætning på 251 mio. kr., hvilket er 15 pct. højere end i det foregående og mere pressede regnskabsår, hvor specielt omsætningen på det maritime område faldt med 20 pct. Til gengæld voksede den del af forretningen, der leverer udstyr til satellit-jordstationer med 20 pct. Resultatet af den primære drift steg i kvartalet fra 5 til 39 mio. kr., svarende til en overskudsgrad på 15,4 pct.

Og det er netop på indtjeningen, at ledelsen har valgt at opjustere forventningerne til hele året. Omsætningen

Oms.	EBIT	Egenk.	Dagskurs
+15%	+605%	+9%	+4,9%

Thrane & Thrane A/S

Koncerntal, mio. kr.	1. kv. '10/11	1. kv. '09/10
Nettoomsætning	251,4	218,3
Bruttoresultat	87,4	52,8
Distrib. & adm. omk.	48,7	47,3
Primær drift - EBIT	38,7	5,5
Finans, netto	-3,3	-3,3
Resultat før skat	35,4	2,2
Perioderesultat	26,5	1,3

Egenkapital	857,5	788,2
Balancesum	1.612,8	1.624,0
Renteb. gæld, net.	242,5	410,6

EBIT-margin, pct.	15,4	2,5
Egenkap. forr. pct.	3,1	0,2
Egenk. andel, pct.	53,2	48,5
Finansiell gearing	0,3	0,5
Antal ansatte, gns.	596	635

Adm. direktør: Walther Thygesen
Best. formand: Waldemar Schmidt
www.thrane.com

forventes fortsat at lande i intervallet 1075-1125 mio. kr. Samtidig forventes overskudsgraden nu at nå 12-14 pct. mod tidligere forventninger på 11-13 pct.

Opjusteringen, mener Walther Thygesen, er et realistisk bud på fremtiden.

Hos Danske Bank mener aktieanalytiker Poul Ernst Jessen dog, at det er til den lidt forsigtige side, men ikke at det nødvendigvis er nogen dårlig idé.

»Han er forsigtig. Men hvis jeg var ham, ville jeg heller ikke være mere optimist på det, jeg meldte ud. Hvis vi nu får et *double-dip*, eller der kommer et andet problem i de næste kvartaler,

så skal han ud og nedjustere igen. Derfor ville jeg også tage det gradvist og vente, til der var kommet mere i sækken. Hvis tingene går i den rigtige retning, så er der jo basis for, at han kan komme ud og opjustere senere,« siger Poul Ernst Jessen.

Thrane & Thrane lever af at producere udstyr til at kommunikere via satellit fra steder på jorden, hvor andre teknologier, for eksempel mobiltelefoni, må give op.

Til lands og til vands vurderer selskabet at sidde på cirka 85 pct. af verdensmarkedet for det højteknologiske udstyr.

På land nyder Thrane & Thrane blandt andet godt

af, at stadig flere nødhjælpsorganisationer og militære enheder har brug for stadig mere effektiv data- og radiokommunikation. Samme behov findes på havet, hvor stadig mindre skibe skal forsynes med avanceret kommunikationsudstyr.

Store ambitioner

Med en markedsandel på under 10 pct. kan man dog ikke påstå, at virksomheden dominerer i luftrummet.

»Men det har vi en masse ambitioner på,« siger Walther Thygesen om virksomhedens løsninger til for eksempel private jettfly.

Ud over de mere traditio-

nelle kundegrupper håber Thrane & Thrane blandt andet at tiltrække helt nye, for eksempel serviceteknikere, der kører i regnskove og med et nyt produkt, Explorer 325, kan få en 440 kilobyte bredbåndsforbindelse hjem til hovedkontoret via satellit.

Et andet og relativt nyt nicheområde er udstyr til modtagelse af satellit-tv på skibe. Her er antennen den største udfordring, fordi den skal kunne sidde på et skib i bevægelse og alligevel sikre rolige billeder på mandskabets tv-skærme.

knud.rasmussen@borsen.dk

FYR OP UNDER DIN FORRETNING

GLOBAL TRENDS

NETWORKING

BUSINESS GOES SOCIAL

E-BIZ

SHORT CUTS

Inspiration og gode råd fra kendte iværksættere

Martin Thorborg

Andrea Rudolph

Peter Aalbæk Jensen

Se program og køb billet på www.ivaerk.dk

iværk & vækst 2010

FORUM COPENHAGEN 10. & 11. SEPTEMBER

HØVEDSPONSORER:

Børsen

Amino

MAMUT

ERHVERVS- OG BYGGESTYRELSEN

CODAN

ARRANGØR:

MULTIDATA

FORSKELLEN ER MENSKELENE BAG