

EN GRAFISK PIONJÄR

arkitektkopia

Historien om familjeföretaget Arkitektkopia

VAD SÄNI ATT
NI KOM IFRÅN ?

MR
ARKITEKTKOPIA

DAPRAS



Kanske har du träffat honom någon gång? Kanske har han störtat in – oanmäld – på ditt kontor och sagt att han har ett ”litet familjeföretag som heter Arkitektkopia” och bara önskar fem minuter för att berätta vad han har att erbjuda?

Östen Grankvist och hans fru Inga grundade Arkitektkopia utan pengar, men med stor övertygelse. 1951 såg makarna Grankvist en annons med texten ”Arkitektkopia till salu”. Östen erbjöd säljaren dubbla köpeskillingen. Östen lovade att de skulle arbeta av skulden och säljaren gick med på uppgörelsen.

Det här är början på ett företags födelse, ett företag som varit med om uppgångar och nedgångar i snart sextio år. Framgångarna och förmågan att hänga med i utvecklingen hade aldrig funnits om inte Inga och Östen trott så mycket på sina idéer, arbetat så hårt och haft ett sådant personligt förhållningssätt till sin personal och sina kunder.

Östen och Inga lämnade över till sin son Ulf, som sedan slutet av 1980-talet har lotsat Arkitektkopia vidare in i framtiden.

Den här skriften innehåller anekdoter, citat och korta berättelser om Arkitektkopias fantastiska resa – hittills!



Östen och Inga behöll företagsnamnet och flyttade firman till ett gammalt ölkafé på Brahegatan i Stockholm.

På den här tiden fanns ett sextiotal kopieringsföretag i Stockholm och konkurrensen var stenhård. Under 50-talet hette den största ljuskopieringsfirman Allkopia AB. De hade på den här tiden nästan hundralet anställda, ungefär lika många som alla de andra tillsammans.



ARKITEKTHOPIAS BARNDOM

När den första riktiga byggkrisen drabbade Stockholm under 60-talet hade Arkitektkopia redan investerat i andra produkter som reprografi och mikrofilm. Dessutom hade Östen skaffat sig många kunder inom industrin. Arkitektkopia klarade därför krisen, men Allkopia var nästan helt borta i slutet av 60-talet, liksom de flesta andra. Östen köpte upp dem och plötsligt hade Arkitektkopia närmare 130 anställda. Det var här, i Arkitektkopias vagga, som flera företagsköp blev avgörande för framtiden.

HISTORIEN I KORTHET

50-TAL När Östen kopierar kartor åt kommunerna ser han att många bostadsområden planeras i Stockholm. Östen vädrar affärer. Behovet av kartor och ritningar kommer att bli stort och därför bestämmer han sig för att ge rabatt till dem som lägger all sin kopiering hos Arkitektkopia. Ett drag som visar sig vara mycket lyckat. Leveranserna sker med cykel och moped. Det tar tid att åka fram och tillbaka med kartor, rullar och ritningar. Östen vill finnas ”där kunden finns” för att kunna ge bästa service. Han satsar därför på lokalkontor i Sundbyberg och Bandhagen. Han startar också en reproavdelning i huset på Brahegatan.

60-TAL Byggbranschen får ny luft under vingarna när regeringen bestämmer att en miljon bostäder i Sverige ska byggas på tio år. Arkitektkopia växer så det knakar och som mest finns 17 filialer i Stockholm i slutet av 60-talet. Den första budbilen införskaffas, och den kör Östen själv för att han vill vara nära sina kunder och samtidigt hålla ”lite koll” på konkurrenterna.

70-TAL Östen får veta att ett nytt storsjukhus ska byggas i Linköping och passar på att köpa in sig i ett företag i närheten. Snart öppnas även filialer i Norrköping och Nyköping. Vid slutet av 70-talet har Arkitektkopia vuxit ytterligare. Nu finns företaget även i Göteborg, Malmö och Örebro.

80-TAL Arkitektkopia blir mer och mer rikstäckande. I Gävle och Umeå startas de första franchiseföretagen. Vid decenniets slut är Arkitektkopia det största kopieringsföretaget, sett till antalet anställda – 850 stycken!

90-TAL Sonen Ulf, som övertar företaget i slutet av 80-talet skapar en ny plattform varefter Arkitektkopia fortsätter att växa. Ulf satsar också hårt på att genomföra förändringar vilket bland annat leder till att Arkitektkopia är ett av de första bolagen att profilera sitt miljöarbete. Eurografixnet (idag Globalgrafixnet) bildas för digital distribution internationellt. Arkitektkopia är en av initiativtagarna.

2000-TAL Franchisekedjan växer ytterligare, från 6 till 24 stycken. Den nya digitala tekniken gör sitt stora genombrott. Östen har hela tiden funnits i bakgrunden och idag vid snart 90-års ålder, besöker han fortfarande kunder, nosar upp nya affärer och funderar kring framtida satsningar och strategier.

ENTREPRENÖRSANDAN

Entreprenörsandan föddes redan när Östen som liten torparson gick runt som 4-5-åring och sålde tidningar och blomfröer till tanterna i brukssamhället Fåglavik på Västgötaslätten.

Östen hade olika sätt att upptäcka en bra affär. Han höll koll på vad som stod i tidningarna och letade efter artiklar som handlade om nya byggprojekt. Sedan lyfte han helt enkelt luren och ringde till de som var inblandade och frågade om Arkitektkopia kunde stå till tjänst med något.

”En arkitekt är den som blir inkopplad först av alla och då säger jag: om du får ett nytt projekt, snälla ring mig och tala om för mig vem det är som håller i projektet. Och så ringer jag upp och säger att jag heter Östen Grankvist från Arkitektkopia och jag har hört att ni ska bygga. Till exempel blev jag tipsad om Scania-Vabis av en kund och då fick jag alla deras jobb sen. Då var det inte bara elkonsulten, konstruktören och landskapsarkitekten utan vi fick hela produktionsbiten”, berättar Östen.

Östen har varit noga med att gå på magkänslan när det gäller affärer. Det ska kännas rätt.

"Gör det ont i magen då satsar jag inte på en grej. Min mor sa: gör det ont i magen pöjk, så ska du inte göra det. Om du tänker slå till och det gör det minsta ont i magen, då ska du avstå, men känns det behagligt då ska du nypa till ordentligt" enligt Östen.

Idag består Arkitektkopia-kedjan av butiker på 32 orter, 24 franchisetagare och 8 helägda bolag. Även franchisetagarna består av familjer som arbetar hårt och som likt Östen och Inga börjat i en liten skala och vuxit genom god service och bra sortiment. Entreprenörsandan genomsyrar hela kedjan.



VIKTIGA BESLUT

När det gällde att fatta viktiga beslut hade Östen en egen strategi. Han frågade fem personer om råd. Östen handplockade personer bland personal, leverantörer och kunder. Sedan talade han med dem var och en för sig utan de andras vetskap. Det fungerade oftast utmärkt, endast en gång upptäcktes en sådan ”utredning”. En anställd hade förstått hur det gick till och blev mycket uppbragt och sa: här sitter vi flera personer på firman och utreder samma ämne, var för sig, det är slöseri med tid. Men Östen hade sin goda förklaring: *”Gör man en utredning i grupp så blir det den som pratar högst som får igenom sina idéer. Jag vill veta vad alla tycker och tänker”*. Om tre personer tyckte samma sak, då genomdrev han idéerna.

HANDLINGSKRAFT

Östen har aldrig gjort skillnad på människor och är således inte rädd för att prata med vare sig myndighetspersoner eller höga chefer.

”I duschen ser du inte skillnad på en torparson och en finansminister”, som han brukar säga.

En morgon blev alla budbilar i Stockholm stoppade med körförbud. Åkeribranschen hade fått monopol på budkörningarna och det kunde bli ödeläggande för hela kopieringsbranschen, där kunderna var helt beroende av snabba leveranser. Östen skyndade sig därför upp till Länsstyrelsen där han fick träffa en kvinnlig tjänsteman. Efter bara några minuter hade han fått henne att förstå hur angeläget det var att budbilarna måste fortsätta köra – och Östen gick därifrån med ett intyg för hela branschen. Bilarna kunde rulla vidare redan samma dag!

En annan gång hade regeringen ändrat byggmomsen så att konsulterna fick ta ut den lägre momsen och alla jobb skulle gå via dem. Det här gjorde att kopieringsföretagen inte kunde vara med och konkurrera på lika villkor. Då besökte Östen finansminister Gunnar Sträng och påtalade för honom hur galet detta var. Finansministern tyckte också att det lät tokigt men det krävdes ett beslut i riksdagen för att få en ändring av momssatserna. Östen fick vara med och skriva ett lagförslag, en proposition, tillsammans med regeringens tjänstemän. Och snart röstade riksdagen ja till förslaget.

”Man kan inte säga att det inte går förrän man har försökt”,
är Östens reflektion.

SERVICEANDAN

Kundservice har alltid varit Östens ledord. Det började redan den dagen när en sjöman som var van att ta sin pilsner i det gamla ölkaféet på Brahegatan kom in. Han satte sig ner och beställde, ovetandes om att ölkaféet inte fanns kvar. Eftersom det var en mycket stor och kraftig sjöman gick Östen till närmaste affär och köpte en pilsner till mannen, som uppskattade servicen och tackade med att ge 10 öre i dricks. Förmodligen grundlades denna del av Arkitektkopias kultur redan då – ”att se till så att kunden alltid får vad hon eller han vill ha”.

”Det var så här i kopieringsföreningen att någon sa: man ska inte skämma bort kunderna. Då opponerade jag mig och sa: det ska man visst göra. För man ska vara så bra att kunderna inte kan undvara ens tjänster”, säger Östen.

Om det var svårt att få ett möte med någon (de flesta hade ju fulltecknad agenda) så bad Östen om att få träffa personen i fem minuter. Sedan höll han vad han lovat och traskade därifrån efter sina fem minuter.



”Säljare kan ju prata i evigheter. Det där var en snabb en, tänker de då, och så vågar de träffa mig igen”, berättar Östen.

Östen tycker inte om oärlighet och mygel, och har egentligen bara gett en typ av ”mutor” genom åren, nämligen bullar och tårtor. Han kallar det skämtsamt så, för det finns inget bättre än att komma upp med fika till någon när man ska prata affärer. Det blir kanske inte så mycket affärer, utan gärna idrott, och det har banat väg för många samarbeten. Och hans idrottsintresse är genuint, det föddes en solig dag när han som sexåring gick med sin moster på en fotbollsmatch. Det var Elfsborg som spelade, och Östen blev frälst.

Än idag är han ett stort Elfsborg-fan och följer alla matcher.

”Kan du gissa vad Arkitektkopias färger kom ifrån”, säger han och ler lurigt. Sedan spricker han upp och skrattar – Elfsborg förstås!

Ett annat sätt att skapa personliga kontakter var att föra anteckningar från sina möten. Det kunde vara små detaljer som gjorde att Östen nästa gång han träffade personen kunde fråga: hur gick det med hunden, är hon frisk nu? Hur var det på er dotters bröllop?

Det är ett genuint intresse för människor som gör att Östen minns detaljer kring sina kunder och sin personal där pennan gav honom lite hjälp på traven.

Att leveranserna skulle fram i tid till varje pris var ett måste och många gånger ryckte Östen själv ut i ilfart. En gång när Arkitektkopia arbetade med bygget av Essingeleden blev det extra bråttom.

”De ringde och sa: ritningarna måste ut nu! Så jag åkte dit och vinglade ut på balkarna med ritningarna i handen, och jag har höjdskräck också, men ska det fram så ska det fram”, berättar Östen.

Ibland blir det dock fel, alla är vi mänskliga. Östen var och är fenomenal på att ställa saker till rätta om något blivit fel och ta hand om upprörda kunder.

”Det finns inget så avväpnande som att säga: vad kan jag hjälpa dig med, när någon är arg”, förklarar Östen.

Sedan följer han upp genom att ringa och fråga hur det gått, blev problemen lösta? Fungerar det bättre nu? etc... Östen säger också:

”Pondus och prestige – det är inte mycket att ha, utan det som är bra att ha, det är att veta hur man får fram jobbet. Det är bara så”.



**DE ANSTÄLLDA OCH DET
GODA HJÄRTAT**

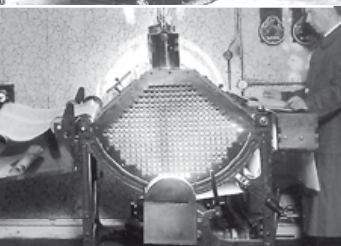
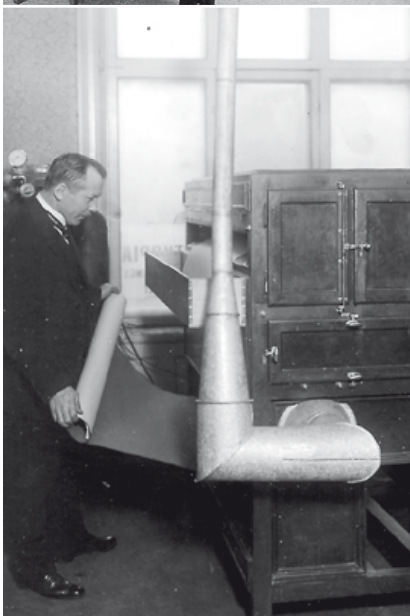
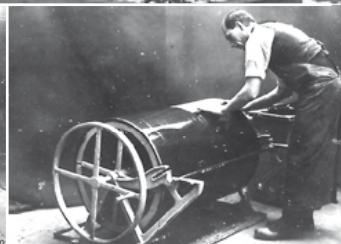
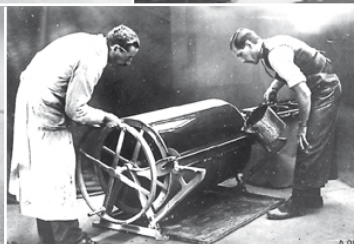
Om någon i personalen hade problem så ställde Östen och Inga alltid upp, det kunde vara ekonomiska bekymmer, eller kroppsliga eller själsliga besvär. Ibland tog de ur egen ficka när det behövdes pengar, och ibland såg han själv till att hämta och skjutsa någon till jobbet om de hade det tufft med privatlivet. Det här har gjort att många varit mycket lojala och de flesta har stannat mycket länge i företaget. En av dem som varit med sedan 50-talet var Jan Stensö. Han har känt Östen sedan 1953.

”Alla är lika för honom och det tycker jag är hans allra bästa personlighetsdrag. Östen gjorde ingen skillnad på ett cykelbud eller en marknadschef. Han sa vid ett tillfälle: ”har du inget cykelbud, då kan du inte heller leverera ritningar, och då har du inga kunder. Och har du inga kunder, då behöver du ju ingen marknadschef heller”, berättar Jan.

Det är viktigt för Östen att ha en personlig kontakt med sina anställda. Han lyssnar på hur de mår och vad de tycker, och på samma gång får han veta hur företaget mår och vad det behöver. På 80-talet ringde han runt till varenda anställd och önskade God Jul.

Som mest hade företaget 850 medarbetare runt om i Sverige och där någonstans insåg Östen att han inte längre kunde prata med varje enskild medarbetare, det skulle ha tagit honom flera veckor. Men idag ringer han runt till varje lokalkontor ute i landet vid juletid. Och om man tjuvkikar i hans lilla svarta almanacka så kan man se att han har bockat av med ett litet rött kryss när han önskat God Jul...

Östen hade till och med en god relation till sina konkurrenter. Många gånger var det så att han köpte upp konkursmässiga företag istället för att bara låta dem försvinna och bli en konkurrent mindre. Ofta fick han ju bra personal och kunder på köpet, men vissa gånger kunde han bara inte stå och se på när någon gick i personlig konkurs. När han tog över efter konkurrenten, så kunde han låta ägaren behålla den lägenhet som ofta hörde till företaget.



TEKNIKINTRESSET

Arkitektkopia har hela tiden legat i framkant vad gäller teknikutveckling. Östens stora teknikintresse föddes på allvar i det militära. Där låg man långt fram i utvecklingen och använde sig av avancerad teknik. Östen fascinerades av allt det nya och blev själv kunnig i signalering och radar teknik.

När Östen startade Arkitektkopia tillsammans med Inga hade han bra kunskap om vad som hände på teknikfronten ute i världen. Östen pratade ofta om "dateriet" och många trodde att han var galen och skrattade åt hans idéer. Han var övertygad om att man i framtiden skulle göra sina ritningar med hjälp av datorer. En kund skissade till och med en karikatyr av Östen där han satt framför en stor dator som spottade ut en massa ritningar. Men skrattar bäst som skrattar sist, tio år senare hade Östens vision blivit verklighet. Datorerna hade kommit för att stanna.



Östen har samarbetat med arkitekter, byggföretag, konsulter, kommuner och organisationer för att komma fram till nya lösningar. Han har frågat, vad behöver ni? Vad tror ni på? Hur ser er marknad ut just nu? De anställdas kunskaper och nyfikenhet har också bidragit till att Arkitektkopia lyckats ligga i framkant när de gällt utveckling och teknik.

Ulf är mycket intresserad av att företaget fortsätter utvecklas inom teknik och har ett stort intresse för miljöfrågor. Under 2000-talet har Arkitektkopia arbetat mycket hårt med certifieringar inom både kvalitet och miljö. Miljöarbetet har länge varit Ulfs hjärtebarn och utvecklingen av den digitala tekniken går hand i hand med Arkitektkopias miljöarbete. Dokument kan skickas mellan datorer istället för att transporteras med bil.

”Utan tekniken hade det aldrig gått att minska belastningen på miljön så mycket som vi gjort”, säger Ulf.

Arkitektkopia blev ofta först med att utveckla ny teknik, ibland kostade det på, men för det mesta blev det succé. Konkurrenterna väntade tills Arkitektkopia prövat det nya – först då vågade de också investera.

TEKNIKUTVECKLINGEN I KORTHET

60-TAL Östen tänkte hela tiden framåt och det började hända saker på det tekniska området. Xerox-tekniken skulle ersätta fotostat och stencilering. Arkitektkopia låg i framkant och köpte in en av de första maskinerna i Sverige. Östen försökte hela tiden se nya potentiella områden att satsa på och han startade ett av Sveriges första färglabb och en mikrofilsavdelning.

70-TAL Östen försökte alltid att utveckla produkter och tjänster tillsammans med sina kunder. Ett exempel var Lantmäteriet som behövde ett verktyg för att få perfekt passning. Tillsammans med en vän i USA, Kaj Gartz, utvecklade Arkitektkopia en ny produkt, KGH-stansning. Kaj har varit Östens bollplank, vän och ”upppfinnarkollega” genom alla år. Han har arbetat på NASA och är lite av en upppfinnarjocke. Både han och Östen var nytänkare av stora mått. Många himlade med ögonen och förstod inte vad Östen pratade om när han kom med nya idéer. Om Östen var osäker på något så kunde han ringa Kaj i USA. Det gjorde honom oftast glad igen för då visste han att han tänkt rätt.

80-TAL Overlay-tekniken erbjöd ett nytt sätt att samordna och presentera information från flera ritningar i olika skikt. Vissa var skeptiska, men det skulle visa sig bli en stor framgång. Några år senare introducerade Arkitektkopia CAD-projektering i kombination med overlaytekniken.

Snart presenterade Arkitektkopia ännu en ny, amerikansk metod – fotooverlay. Istället för att rita av fasaden manuellt så fotograferar man bit för bit för att därefter återskapa den på ritning.

Det var nu som det visade sig att Östen haft rätt – datorerna fick en avgörande roll i produktionen. Och när Globenarenan byggdes var det en server hos Arkitektkopia som blev spindeln i ett nät med femtiotal datorer, mellan vilka filer med ritningar och instruktioner skickades via modem.

90-TAL Arkitektkopia fortsatte att vara pionjär även på 90-talet. Man hittade nya lösningar som gjorde att man kunde sända dokument över gränserna digitalt genom ett nätverk. Det gör att man kan få dem producerade nära kunden nästan var som helst.

2000-TAL IT-tekniken gav stora möjligheter att effektivisera processer och informationsflöden. Arkitektkopia hade under de senaste åren satsat mycket just på tekniken och förstod att byggsektorn i framtiden skulle bli de största användarna av datakommunikation och nättjänster.

Tjänsten Byggnet etablerades i slutet av 90-talet och början av 2000-talet för att på ett aktivt sätt möta ny teknik. Samtidigt erbjöds kunderna en modern lösning med ett modernt arbetssätt. Under inledningen av 2000-talet fick också Arkitektkopias stora färgutskriftscenter ett genombrott. Sedan dess har husväggar och arenor täckts av bilder, allt ifrån PPM-val till konståknings-VM.



ANDRA OM ÖSTEN

”Östen Grankvist, det är Arkitektkopia, det har alla kunder alltid sagt”. (*Jan Stensö*)

”Första gången jag märkte Östens temperament var på ett ölkafe där han lyfte ut en ganska så storvuxen man som hotade en av de övriga kafégästerna. Jag menar att Östen verkligen lyfte honom en decimeter över golvet ända ut på gatan med kommentaren: *”Det är väl f.. att man inte kan få äta ifred”*. Både den utkastade mannen samt övriga kafégäster sa inte ett ljud på en lång stund medan Östen slog sig ner igen vid vårt bord och fortsatte sitt ätande som om inget hade hänt.” (*Jan Stensö*)

”En kväll när vi höll på att köra ut de första jättestora utskriften som kommit från Globen, det var kanske hundra ritningar, och då skulle de plottas på plast, polyesterfilm som man gjorde på den tiden, då kom Östen in och sa: *”Fy vad kul, det här är jätteroligt!”* Vart ska de där nånstans?” Ja, de ska ju ut till Hovetbyggarna imorgon bitti. *Då ska jag köra dit dem*, sa han. Så han stod och väntade där, det tog en och

en halv timme och till slut var jobbet klart och så tog han fram 1000 kronor ur portmonnän och så sa han: *”Nu grabbar, ska ni gå ut och äta middag och ha riktigt kul allihop så åker jag ut med det här. Åh, nu måste jag sticka, Inga sitter och väntar i bilen, hon är nog arg som ett bi.”* Då har hon suttit en och en halvtimme och väntat, men hon var väl van. Jodå klockan 07.00 nästa morgon så var Östen där och lämnade ritningarna till arbetschefen ute på Globen. Så han blev utnämnd till Sveriges dyraste bud av Globenprojektet. Men han ville träffa kunden och han ville visa att det var något nytt som vi hade gjort.”
(Mats Lenngren)

”Östen är en typisk entreprenör. En entreprenör går på magkänsla, inte på boken, regelverket, det är bara en formalitet som man måste följa ibland och helst inte. Man intervjuar människor, man skaffar sig någon slags uppfattning om saker och det man tror på, det satsar man på. Det som känns bra i magen det kör man på. Han är ju den gamla sorten, som t ex Ingvar Kamprad och Hans Werthén. Han har ju också gått någon utbildning hos Marcus Wallenberg, det var ju den gamla sortens företagsledare.

Allt detta märks på hur han värderar magkänslan och omtanken om medarbetarna, samtidigt är det en liten klurig baktanke bakom, för om folk mår bra så gör de också bra prestationer på arbetet så det har man igen. ”Han var otrolig när han ringde runt och önskade god jul till varenda medarbetare, varenda chaufför, varenda person i företaget skulle få en personlig hälsning.” (*Harriet Elfver-Blom*)

När det var möten, med en massa kunder inbjudna, då gled han in i rummet och ställde sig lite i bakgrunden, han ville liksom aldrig vara i mitten utan han skulle vara i bakgrunden, och då sitter han och lyssnar och då ser han jaha, den där Peter där borta, han är emot det där. Och sen när mötet är slut då går han fram till Peter och säger: ”Jaha, vart ska du då?” Då svarar Peter surt: ”Jag ska till kontoret”. ”Var ligger det då? Hur kommer du dit?” ”Jag åker taxi.” ”Jag kör dig” säger Östen. Då får han in honom i bilen (och det är ju en upplevelse i sig). Och då är det få som fortfarande är negativa för då har han redan sålt in sin idé. Så det är mycket psykologi och taktik i det där, det ska man inte underskatta. (*Mats Lenngren*).



HEDERSPRIS

Östen Grankvist och Svante Torell

År 2005, efter över femtio år i branschen, blev Östen tilldelad Stockholms Byggnadsförenings hederspris. Motiveringen löd:

”Årets hederspris tillfaller Östen Grankvist, Arkitektkopias skapare, för att han, under många decennier, tillhandahållit ett informationshanteringssystem som gagnat alla parter inom bygg- och fastighetsbranschen. Branschen har genom hans förtjänst därmed haft ett modernt, pålitligt och effektivt verktyg att förmedla, sprida och hålla reda på all den information som hanteras i bygg- och förvaltningsprocesserna. Östen Grankvists entreprenörskap, nyfikenhet och entusiasm har gjort att Arkitektkopia kunnat medverka i den teknik- och metodutveckling som givit byggbranschen bland annat overlayteknik, avancerad grafisk illustrationsteknik, projektdatabashantering och numera 3D-projektering. Under hans ledning har Arkitektkopia blivit det ledande företaget inom sitt område i sin bransch.

Några stora projekt som Arkitektkopia deltagit i:

Hötorgsskraporna i Stockholm • Kaknästornet • Essingeleden i Stockholm • Globen • Regionsjukhuset i Linköping • Kulturhuset i Stockholm • Polishuset i Stockholm • Arlandas nya inrikesterminal • Öresundsbron • Universeum och Världskulturmuseet i Göteborg • Turning Torso i Malmö



arkitektkopia

HEMLIGA FORMLER

Östens hemliga formler, intages två gånger dagligen, omskakas väl.

Övertalningsstrategin: Ge dig inte, tjata, tjata, tjata.

Bli en bra människokännare: Intressera dig för människor, fråga och lyssna. Ta reda på vad de har för intressen och anteckna detaljer.

Bry dig om folk, använd ditt hjärta.

Vädra affärer, läs tidningsartiklar, ring upp byggare och be dina kunder tipsa dig.

Var inte rädd för myndigheter.

Säg inte att det inte går förrän du har försökt.

Se till att tänka: Vad gör vi om ett år, två och fyra år?

Omge dig av duktiga medarbetare.

Våga fråga andra om råd.

Använd din magkänsla.

Var nyfiken.

Satsa på ny teknik.



KÄNNER DU TILL EN
BRA HISTORIA OM ÖSTEN
ELLER ARKITEKTKOPIA?

SKICKA DEN TILL OSS!

Arkitektkopia AB
Att. Marknadsavdelningen
Box 30124
104 25 Stockholm
Märk kuvertet med: historia

Eller e-posta till:
info@arkitektkopia.se

-”Jag har helt enkelt gett kunden det han eller hon vill ha, det bara blev så. Det är kunderna som bestämmer hur stor man blir. Det är ganska enkelt eller hur? Det är bara att gå upp och fråga: Vad vill ni ha hjälp med mer?”

(Östens eget svar på Arkitektkopias framgångssaga)

arkitektkopia

PÅLITLIGA – PÅHITTIGA