

HellingGruppen ABs historia, 1982 - 2015 (32 år)

Företaget har sitt ursprung i den enskilda firman Helling Organisationsutveckling som skapades 1982. Under fritid från arbetet på Saab -Scania Personbilsdivisionen bedrevs verksamhet med bl.a. utbildning, föredrag, artiklar och författande av böcker. Jan Helling avslutade 1992 sin anställning vid Saab Automobile AB i Trollhättan. Efter tio år på deltid under fritid fortsatte verksamhet på heltid i familjeföretaget HellingGruppen AB under ytterligare 12 år, tillsammans i 32 år.

Visioner och värderingar

De värderingar som i hög grad påverkade företagets verksamhet var SIQs grundläggande värderingar för organisationer som kännetecknas av kundorienterad verksamhetsutveckling och ständiga förbättringar. Jan Helling var en av projektledarna som skapade Utmärkelsen Svensk Kvalitet 1990. Dessutom levde företaget med konceptet "Lean företagsamhet". Det är något som kännetecknar strategier och ledningsprinciper hos en ny generation företag vilka strävar efter att skapa effektivitet och kundnytta bortom det som var möjligt i tidigare epoker dominerades av logik och principer för massproduktionen. Jan Helling deltog som Saab's representant under många år under 1980-talet och början av 1990-talet i stora internationella forskningsprojekt som studerade verksamhetens effektivitet hos bilindustrins ledande företag.

Aktiebolagets vidareutveckling

Under början av 1990-talet utvecklades företagets verksamhet avsevärt. För vissa verksamhetsområden skapades särskilda dotterbolag: Helling Företagsutveckling AB, Helling Holding AB och Helling Support AB.

Verksamheten inriktades främst på konsultation och rådgivande insatser för skandinavisk tillverkningsindustri. Med tiden utvecklades verksamheten till att omfatta varierande uppdrag för en bred krets av kunder inom såväl det offentliga som privata näringslivets sektorer.

Under slutet av 1990-talet koncentrerades verksamheten till moderbolaget HellingGruppen AB och dotterbolagen fusionerades. Företaget har blivit ett typiskt nätverksföretag utan tydliga gränser mellan interna och externa resurser för insatser i små och stora företag och projekt. HellingGruppens varumärke beskrevs som: "Ett företag som samverkar i nätverk med många andra".

Från 2004 utvidgades verksamheten i samband med att Sonja Helling började arbeta i familjeföretaget. Sonja Helling är socionom och har en gedigen kunskap om och en lång erfarenhet av arbete inom socialtjänsten, både i kommunal verksamhet, på Länsstyrelse, Socialstyrelsen och som utredare i en parlamentarisk kommitté under Socialdepartementet.

Viktiga kundkategorier

Det har varit såväl små som stora organisationer i både privat och offentlig tjänst. Dessutom har insatser gjorts inom samhällets civila sektor, med organisationer för samhällsutveckling som varken varit kommunala, statliga eller kommersiella företag i privat sektor.

Viktiga marknader och kundkategorier

Det var främst Sverige men även andra skandinaviska länder. Enstaka insatser har även gjorts för företag i Tyskland, Frankrike och Storbritannien. Från början var det främst företag inom tillverkningsindustri samt hälso- och sjukvård, men på senare år blev det även insatser för socialtjänst inom kommunal och statlig verksamhet.

Sonja Helling börjar arbeta i HellingGruppen AB

Sonja Helling har alltsedan 2004 genomfört olika typer av uppdrag i ett flertal kommuner, framför allt inom socialtjänsten. Hon har utvärderat verksamheter, genomfört utbildningar för socialtjänstens olika personalkategorier,

genomfört tillsynsuppdrag för kommuners räkning samt har arbetat som inhyrd chef inom Funktionshinderverksamheten. Hon har också varit mentor för tjänstemän inom socialtjänsten. Hennes konsultverksamhet i företaget avslutades 2012, efter åtta år.

Konkurrensituation och marknadsposition

Företaget saknade konkurrens i vanlig mening. Företaget valde i stället att så långt det varit möjligt att efter behov samverka med kompetenser som fanns inom andra företag och med konsulter i andra företag. Jan Helling fick en stark marknadsposition genom att bli betraktad som en "guru" (särskilt sakkunnig) när det t ex gällde "Kundorienterad verksamhetsutveckling" och "*Lean företagsamhet*". Till detta kom Sonja Hellings mångåriga kunskaper och erfarenheter från arbete inom socialtjänsten inom såväl kommunal som statlig verksamhet.

Framgångsfaktorer

Jan Helling har framför allt haft förmågan att samla in och bearbeta kunskaper från näringslivets mest framgångsrika företag, ledare och andra nyckelpersoner samt att omsätta och förmedla dessa i rollen som 'kunskapsarbetare' vid presentationer samt i artiklar och böcker. Värdefulla kunskaper från effektiva företag i världsklass som han lärt känna genom åren sammanställdes 2009 i en PowerPoint presentation . År 2010 gav han ut boken "Vägvisare till lean företagsamhet", som har kallats "Hellings testamente". Den innehåller hans samlade kunskaper och erfarenheter från insatser som "kunskapsarbetare" i näringslivet.

Verksamheten trappas ner under 2010-talet

Jan Helling avslutade 2010 sin verksamhet som seniorkonsult, föredragshållare samt styrelseledamot i industriföretag.

Under senare år har han ägnat sitt intresse främst åt kulturhistoria med fokus på 1800-tal och 1900-tal. Fakta har samlats in, böcker och bildspel har producerats. Jan Helling har som amatörforskare producerat många kulturhistoriska berättelser som givits ut i form av böcker med motiv från Stockholm, Småland, Närke, Bohuslän och Dalsland. En förteckning med länkar till ett 30-tal böcker och flera artiklar som Jan Helling producerat såväl för näringslivet som senare års kulturhistoriska berättelser finns på Jan och Sonjas hemsida: www.helling.se.

Janne och Sonja Helling avslutade sin verksamhet i familjeföretaget HellingGruppen AB i december 2014.

Vid extra bolagsstämma 2015-01-31 fattades beslut att dottern Anna-Lena Helling-Pettersson och hennes man Joakim Pettersson köper alla aktier och ombildar sin enskilda firma till Glassboa AB.