

Passionen & begejstringen skal være drivkraften

BYSSOMMER ER NY LEVERANDØR TIL GAVE- OG ISENKRAMBRANCHEN. BAG VIRKSOMHEDEN STÅR JESPER SOMMER, OG STRATEGIEN ER AT SKABE TÆTTE SAMARBEJDER MED DESIGNERE, HVOR HAN STÅR FOR PRODUKTION, LAGERFØRING, SALG OG MARKEDSFØRING, MENS DE STÅR FOR DET KREATIVE.

Tekst: Pia Finne

LEDELSE: Det handler om begejstring, glæde og passion, når Jesper Sommer fortæller om sin nyetablerede virksomhed "bySommer", hvor strategien er, at skabe samarbejder med designere og kunstnere, hvor bySommer står for indkøb, lagerføring, markedsføring og salg, mens designerne kan gøre det, de er gode til, nemlig at designe.

BySommer har hovedsæde i Ålborg, og Jesper Sommers fokus i den nye virksomhed er at forhandle og udvikle produkter

til gave- og interiør branchen. Jesper Sommer er bestemt ingen novice i netop den branche. Han er uddannet hos Marie Sohl, hvor han endte som salgschef. Herefter har han været hos Bahne som butikschef, som salgschef hos Trip Trap, markedsdirektør for Trip Trap i Tyskland og sidst administrerende direktør og salgsdirektør i Rikki Tikki Company i 11 år.

Spørger man Jesper Sommer, hvorfor han vælger at starte egen virksomhed, lyder svaret:

"Jeg har altid forsøgt at have et stærkt kundefokus i alt, jeg har haft med at gøre. Af samme grund er det en fordel, at arbejde indenfor samme velkendte branche, ligesom det er naturligt at benytte det store netværk, jeg har fået oparbejdet gennem 20 års branchekendskab. Samtidig opstod tanken om, at jeg gerne ville være selvstændig", fortæller Jesper Sommer, der fik lejlighed til at tænke disse tanker på en månedlang ferierejse til Thailand og Bali med sin kone og sine to drenge efter, at han stoppede hos Rikki Tikki Company.

"Som det sikkert er mange bekendt, var jeg hos Rikki Tikki Company i 11 år, indtil vi i foråret 2013 nåede til en skillevej, hvor vi ikke længere var enige omkring strategien og ansættelsesforholdet, og hvor vi i sidste ende måtte skilles. Det personlige brud med Rikki Tikki Company var ikke let, for det har været 11 spændende og gode år i samarbejdet med ejeren, fantastiske kolleger, mange spændende designere og kunder. Jeg er stolt over at have medvirket til at bygge fundamentet for den virksomhed, men nu ser jeg fremad", lyder det.

Efter hjemkomst fra ferien, opsøgte Jesper Sommer nogle investorer, der driver et multinationalt grossist selskab ved navn

”Jeg har altid forsøgt at have et stærkt kundefokus i alt, jeg har haft med at gøre. Af samme grund er det en fordel, at arbejde indenfor samme velkendte branche, ligesom det er naturligt at benytte det store netværk, jeg har fået oparbejdet gennem 20 års branchekendskab. Samtidig opstod tanken om, at jeg gerne ville være selvstændig.”

Jesper Sommer



Jesper Sommer står bag selskabet bySommer.

Entertainment Trading. De har mange års erfaring med at drive stærke brands med salg af produkter til det meste af verden indenfor blandt andet spilindustrien, legetøj, skønhed og tøjbranchen og har med et stærkt kapital- og distributionsgrundlag udviklet virksomheden meget hurtigt.

"De havde længe haft en ambition om at investere i andre typer virksomheder, og så føltes dialogen pludselig meget spændende for begge parter. Vi blev hurtigt enige om en konstellation, hvor jeg skal fokusere på at være konceptudvikler og salgsudførende. De ville stille kapital og deres team af kompetente folk til rådighed for at kunne sikre driften i hverdagen", fortæller Jesper Sommer.

Entertainment Trading har i forvejen 44 ansatte i Ålborg-området og besidder stærke kompetencer inden for marketing, købmandskab, logistik og lagerdrift. "Det er en stor fordel for mig, at jeg ikke skal etablere mig med disse stabsfunktioner selv, men

kan træde direkte ind i rollen omkring at finde produkter og skabe et salg af disse", fastslår Jesper Sommer, der allerede har de første aftaler på plads om salg til kunder af produkter, der rammer den kommende julehandel.

Kunderne skal huske mig

BySommer som virksomhedsnavn har Jesper Sommer valgt helt bevidst netop for at kunne trække på det langvarige og store netværk, han har i branchen.

"Men det vigtigste argument ligger mere i, at ordet sommer tænkes positivt. Vi kan alle lide sol og sommer, og at bruge "by" er et vigtigt parameter i min salgsstrategi, idet jeg åbenlyst signalerer, at jeg ikke umiddelbart selv vil udvikle kollektioner, men ønsker at samarbejde med designere og kunstnere og repræsentere deres produkter på markedet".

Faktisk, fortæller Jesper, er det essentielt for ham, at designerne er med i et tæt sam-

arbejde, så man i fællesskab kan udvikle brandet.

"Deres brand er deres ét og alt, og det skal jeg forvalte på bedste vis og have respekt for. Det illustrerer jeg egentlig bedst ved at designerens kollektion føres "bySommer". Det vil altid være designeren, der skal være i fokus mod markedet – såvel ind- som udland"

Jesper Sommer begynder salget i Skandinavien og i Tyskland; de markeder, hvor han har et netværk og en fortid.

"I de lande, mit netværk ikke dækker, er det ambitionen, at de skal påvirkes via Entertainment Tradings udenlandske selskaber. Således er det på sigt muligt, at jeg kan udnytte kapaciteten og det naturlige tilhørsforhold til de salgskontorer, der allerede er etableret i England, Dubai, Hongkong, Indien og Brasilien.

Og Jesper Sommer glæder sig til for alvor at komme i gang,

"Jeg har savnet den mindre virksomheds energi og puls samt nærværet med kollegerne i et snævert team", siger han og slutter af med at slå fast, at han fremover ser store muligheder i at teame op med de rette partnere og designere rundt omkring i verden og udvikle et stærkt fundament af kollektioner. ✖

