



NYTT MÅL. Om några år vill New Waves vd Torsten Jansson ta sig an marknader i Sydamerika, berättade han för dagens moderator Henrietta Westman.

FOTO: JACK MIKRUT

Di Fakta

Gasellträffen i Stockholm

- **Plats:** Clarion Hotel Sign.
- **Publik:** Närmare 400 personer.
- **Talare:** Torsten Jansson, vd för New Wave, Ernst Westman, vd för Boule Diagnostics, samt en panel med bland andra Tobias Franzén, vd för The Amazing Society.
- **Moderator:** Henrietta Westman, Dagens industri.
- **Pristagare Årets Exportgasell:** Jacob Youssef, Candy People.

”Hög närvaro är viktigt”

Torsten Jansson tipsade exportsugna på Gasellpremiären

Börja på nära håll, välj gärna en liten marknad och se till att läsa på.

Det rådet gav New Waves vd Torsten Jansson till exportsugna företagare vid vårens första Gasellträff.

Konjunkturen är stark i Stockholm och antalet Gasellföretag i länet växer snabbt. I fjol uppgick de till 338, en ökning med 19 procent jämfört med året innan.

Huvudstaden var också värd för vårens första Gasellträff på tisdagen. Omkring 400 personersamlades på Clarion Hotel Sign vid Norra Bantorget för att lyssna på bland andra New Wavegrundaren Torsten Jansson, som gav några goda råd till företagare

som vill utöka sin närvaro utomlands.

Han betonade att man bör vara beredd att lägga väldigt mycket tid och engagemang på en ny marknad. ”Det är viktigt med hög närvaro. Jag har haft 250 resdagar per år i 20 år. Det blir inte lättare att driva företag när du går in i ett annat land”, sa han.

Torsten Jansson gav rådet att läsa på ordentligt, försöka lära sig språket och sikta in



VINNARE. Jacob Youssef, som driver företaget Candy People, blev årets Exportgasell.

FOTO: JACK MIKRUT

sig på marknader som är förhållandevis lite konkurrensutsatta. För New Wave blev exempelvis Schweiz ett lyckokast.

”Men för oss har England varit tuffast att lyckas i.”

Ett annat råd är att gå ifrån kontaktnätet.

”Jag etablerar mig hellre i ett land där vi vet att vi har en bra person än följer en given etableringsplan.”

Profilkädesbolaget finns nu på 20 marknader. 90 procent av produktionen sker i Asien, och Sverige står för mindre än en fjärdedel av försäljningen.

Torsten Jansson avslöjade också att nästa stora marknad att ge sig in på är Sydamerika – men det ligger ett par år bort.

”Men jag har köpt språkurser i spanska”.

Vi premiärträffen utsågs även godisdistributören

Candy People årets Exportgasell.

”Det betyder jättemycket för mig och mina kolleger”, säger bolagets vd Jacob Youssef.

Bolaget grundades 1982 och utvecklar, distribuerar och marknadsför lösgodis. 60 procent av försäljningen går på export till totalt 40 olika marknader.

I dag har bolaget 30 anställda i Malmö och 100 globalt. Jacob Youssefs tips till andra bolag som vill exportera är att alltid vara öppna för nya människor.

”Försök att vara en internationell medborgare, anpassa dig efter landet, knyt kontakter och ha kul på vägen, det är viktigast”, säger han.

Årets första Gasellträff var även startskottet för Gasellspränget. Utmärkelsen går till det företag som har störst chans att bli Supergasell inom fem år.

Under vårens Gasellträffar i Stockholm, Luleå, Västerås, Jönköping och Malmö får två kandidater presentera sina företag för en expertjury.

Ett av företagen går vidare till nästa steg efter en publikomröstning. I steg två utser en jury de två slutliga finalisterna som möts i det sista steget – finalen vid Gasellträffen i Göteborg.

OLOF SANDSTRÖM
olof.sandstrom@di.se
08-573 652 28

Di Hur blåser vindarna i din bransch?



Anton Ullenius och Marcus Alestam, redovisningskonsulten Trimer:

”Det känns som att det går bra för hela konsultbranschen nu. Vi märker att det är stor efterfrågan på våra tjänster att kombinera it och redovisning”.



Pernilla Aronsson, byggbemannaren Helpman Entreprenad AB:

”I byggbranschen blåser det på alla håll och kanter och det beror ju på att det ska byggas väldigt mycket. Det är också en lite fyrkantig bransch som nu börjar ställa om.”



Thomas Blendow, Linda Eriksson och Marcus Bouvin, mediethuset Blendow Publishing:

”Juridiken blir bara viktigare, så det är högkonjunktur för oss. Digitaliseringen och professionaliseringen är de viktigaste trenderna i vår bransch.”