

Jesper Nielsen og Pandora smykker Tyskland:



En oprykker fra Vestegnen

Af Steen Uno

For blot få år siden kunne kun de største prominente bundesliga-klubber få ham til at tænde på tysk foran tv-skærmen.

I dag betragter den dynamiske danske forretningsmand Tyskland som sit livs vigtigste og kæreste banehalvdelen.

På kun tre år har 38-årige Jesper Nielsen med enkle, men imponerende effektive virkemidler haft stormende succes med at indynde sig og sætte sine aftryk i titusindvis af tyske, østrig

ske og schweiziske kvindehjerner.

Pandora lyder trylleordet. Sidste år accelererede Jesper Nielsen omsætningen på de dansk designede Pandora-smykker fra 26 til 72 mio. euro på sit eksplosivt ekspanderende tysksprogede marked.

I 2008 satser den uhyre ambitiøse upcomer - eller oprykker - fra den københavnske vestegn på at øge sit firma KasiGroups omsætning på Pandora yderligere til svimlende 200

millioner euro.

"For bare nogle få år siden anede jeg knap nok, hvor Ruhr-distriktet lå. Kun på dårligt *autobahn*-tysk var jeg lige akkurat i stand til at bestille en bratwurst.

I dag betragter mange af mine tyske venner og forretningsforbindelser mig som en typisk tysk forretningsmand med pinlig orden i sagerne, stor ærlighed og business-moral.

Det gør mig kun ekstra stolt, når de af og til endda kalder mig for *halvtysker*,



for det er dag ikke længere kun bundesliga-bold, men alt, der er tysk, som jeg bare er blevet helt tosset med," siger Tysklands danske "Mr. Pandora".

Jesper Niensens tyske forretningseventyr begyndte så småt i 2003, da han en weekend havde sagt ja til at hjælpe en god ven med at sælge hans smykker i Norge.

Salget gik over al forventning.

Så strygende, at han kort efter besluttede at følge succes'en op og investere to ferieuger på også at forsøge sig som smykke-sælger syd for den danske grænse.

"Jeg opdagede, at jeg faktisk havde både talent og flair for at sælge. Så jeg startede min fars bil og kørte til Hamburg med min smykkekollektion.

I løbet af nul komma fem havde jeg skaffet mig tre rigtig gode kunder, og min matematik fortalte mig, at hvis jeg kunne skaffe tre, så kunne jeg da helt sikkert også skaffe 300 og endnu flere.

Faktisk havde jeg indgået aftaler med langt over 500 smykkeforhandlere i Tyskland, da jeg på en smykkemesse i København tilfæl-

fældigt stødte på en salgsdirektør, som jeg ganske hurtigt forhandlede mig til rette med om eneretten til at forhandle det danske Pandora-brand i Tyskland, Østrig og Schweiz.

Det var begyndelsen på dette helt utrolige eventyr, som jeg også selv tit kan have svært ved helt at fatte omfanget af," tilføjer Jesper Nielsen.

På tre år er den succesrige danske forretningsmands smykke-imperium vokset fra først en, siden tre – Jesper Nielsen, hans mor Dorthe og søster Anette – til i starten af 2008 at tælle nu ikke færre end 85 danske og 40 tyske, østrigske samt schweiziske medarbejdere.

Mr. Pandora styrer sit tyske smykkeeventyr fra et summende travlt kontordomicil i den københavnske forstad Brøndby, 15 km vest for Tivoli og den danske hovedstads centrum.

Jesper Nielsen er født og opvokset i Brøndby, som i den tyske sportsverden kendes for sit fodboldhold, den danske eks-mesterklub Brøndby IF, der bl.a. tidligere besejrede FC Bayern i Champions League.

"At det endte med at blive smykkebranchen, hvor jeg

fandt og skabte mit store forretningsmæssige gennembrud, ser jeg selv som lidt af en tilfældighed.

Jeg har ganske vist altid betragtet mig selv som entreprenør med stort E og føler, at jeg nærmest er født som iværksætter.

Jeg er helt ustoppelig, når jeg har hittet på noget nyt og øjner perspektiverne i den ny idé.

Jeg elsker at fostre nye gode idéer, og jeg er da efterhånden også blevet rimelig ferm til at det, hvis jeg skal rose mig selv en smule.

Pandora har for længst overgået alle mine dristigste drømme og forventninger ved på så utrolig kort tid at have udviklet sig til en så gigantiske stor succes.

Men p.t. pusler jeg også med nogle andre ting, som jeg også tror på vil kunne erobre og slå sig igennem på min ny tyske, østrigske og schweiziske forretningshjemmebane," røber Jesper Nielsen hemmelighedsfuldt.

Hans iværksætter-gener debuterede, da han som blot 25-årig stod som ny bestyrer af tre tankstationer og senere også et par supermarkeder.

Forinden havde han brugt et år på at forsøge at slå sig igennem som professionel håndboldspiller i den mangeårige danske mesterklub Kolding.

"Min træner fortalte mig, at jeg da sikkert nok kunne nå mit mål, hvis jeg trænede jernhårdt og gav projektet fire-fem år mere.

Men selv om jeg er tosset med sport, så er jeg alligevel en alt for utålmodig sjæl til at kigge så langt ud i fremtiden og vente på måske at kunne få succes.

Så jeg kvittede jeg mine store sportsambitioner og returnerede til København for at opsøge "lykken, rigdommen og berømmelsen" et andet sted - og altså i en helt anden boldgade," rekapitulerer Jesper Nielsen.

Den endte han således med at finde i Hamburg og senere også i en række andre tyske byer, hvor han konsekvent styrede bilen ind mod *stadtmittle*, fandt gågaden og opsøgte alle de lokale smykkebutikker fra en ende af.

"Det faldt mig ikke særlig svært sådan at gå lige ind fra gaden og præsentere mig selv og mine varer. Kun sproget var en rimelig vanskelig hurdle.

Det gør det jo unægtelig noget svært at nå på bølgelængde og etablere tillid til en vild fremmed tysk forretningsmand, når man kun kan samtale på meget gebrokkent tysk.

Jeg lærte mig dog hurtigt at kunne begå mig på helt

hæderligt "juveler-tysk".

Hverdags-gloserne lærte jeg først for alvor, da jeg mødte min tyske kæreste Claudia i Kiel, hvor jeg nu bor det meste af ugen, mens jeg farter rundt for at forhandle nye kontrakter på plads i de tyske, østrigske og schweiziske byer," siger Jesper Nielsen.

Han har fra dag 1 trivedes som en fisk i vandet med den ordnede og systematiske, men også imødekomende tyske forretningssjæl, moral og kultur.

Og dét selv om Pandora-direktøren fra start gjorde en dyd ud af at erobre det tyske smykkemarked *uden* slips og habit.

"Jeg har det princip, at jeg kun stikker i jakkesæt ved bryllupper og begravelser.

Sådan har den tyske forretningsverden lært mig at kende og acceptere mig. Mere stilige er tyskerne heldigvis heller ikke.

Jeg opdagede hurtigt, at de faktisk godt kunne lide min uformelle facon og fair måde at forhandle på."

Jesper Nielsen vurderer selv, at hans hurtige gennembrud og kæmpesucces på det tyske marked skyldes disse tre ting:

Det helt rigtige produkt i form af det både smukke og geniale smykkekoncept.

En gennemført og vellykket pr-branding, som på rekordtid har løftet navnet Pandora op til eksklusivitet og genkendelse.

Og endelig: Jesper Nielsen selv.



"Pandoras eksplosion som brand og vores ekspansion på det store tyskesprogede smykkearked er - ja, ren *weltklasse*.

Det er min personlige fortjeneste, at jeg var dygtig til at opfange signaler og omsætte idéerne på det helt rigtige tidspunkt.

Desuden har jeg efterfølgende også været god til at sætte mine hold i min danske virksomhed såvel som hos mine tysksprogede samarbejdspartnere," siger Mr. Pandora.

"Det er nemlig en af mine styrker, at jeg er rimelig god til at skabe relationer og udvikle dem konstruktivt. Tit ser jeg mig selv som en fodboldtræner, der siger til en ny spiller:

Jeg har købt dig til at spille på højrefløj, og du må arbejde hårdt på at blive så dygtig som mulig på den plads. Hvordan venstreback på vores hold spiller, skal du ikke bruge kræfter på at bekymre dig om.

Som coach er det min opgave at få holdet til at fungere og swinge, at levere varen og vinde de gode sejre," siger Jesper Nielsen - *oprykkeren* fra Vestegnen ...