Branchen hvor sælgerne er lige så passionerede som køberne

ERHVERV: Sportsfiskerbranchen skiller sig ifølge Svendsen Sports direktør ud fra alle de andre, han har arbejdet med.

Af Lars Ahn Pedersen

GADSTRUP: Man skal kunne regne, men også regne den ud.

Det er en af de vigtigste læresætninger for Hans Maasbøl, som indrømmer, at det tog ham noget tid at forstå markedet, da han for snart to år siden blev administrerende direktør for Svendsen Sport, selv om han ikke har en baggrund som lystfisker.

I stedet kom han fra retail-verdenen og havde arbejdet for Royal Copenhagen og modetøjkoncernen DK Company, hvor kunderne også går op i produkterne, men slet ikke på samme niveau som lystfiskerne.

- Lystfiskeri er en livsstil for brugerne. Det er liv og død for dem, og det er altafgørende, at stangen er den rigtige. Det samme kan man ikke helt sige om mode og porcelæn. Det var også nyt for mig, at dem, der har butikkerne, er lige så passionerede som forbrugerne. Halvdelen af markedet består af private labels, fordi der er masser af lystfisker-entusiaster, som gerne vil have deres eget brand, siger han.

Svendsen Sport er blandt de nominerede til Roskilde Erhvervspris 2019. Administrerende direktør Hans Maasbøl (tv) modtager her bevist fra erhvervsdirektør Jesper Steen Christensen fra Danske Bank i Roskilde.

95 procent af salget i Svendsen Sport sker til udlandet. Tyskland er det største marked og står for 29 procent af virksomhedens omsætning, der er budgetteret til 465 millioner kroner i 2019.

> Lystfiskeri er en livsstil for brugerne. Det er liv og død for dem, og det er altafgørende, at stangen er den rigtige. Det samme kan man ikke helt sige om mode og porcelæn.
>
> *Hans Maasbøl, CEO, Svendsen Sport*

Kontant afregning

Når folk brænder så meget for et område, er reaktionerne også derefter, hvis man som virksomhed dummer sig.

- Derfor siger jeg, at man skal kunne regne i denne branche, men man skal også kunne regne den ud. For eksempel kan det være, at vi har et produkt, som det økonomisk set er tåbeligt at lave, fordi det ikke kan tjene sig ind, men hvis vi ikke laver det, bliver vi ikke taget alvorligt af forbrugerne. Hos Royal Copenhagen havde vi det med en sovseskål, som var svær at producere, og som meget få købte, men hvis vi ikke lavede den, manglede den i stellet, siger Hans Maasbøl og tilføjer:

- Heldigvis har jeg dygtige kolleger højt i systemet, som kan hjælpe mig med at regne den ud.

Hans Maasbøl var ikke helt overbevist, da han første gang hørte idéen om en kunstig rotte som lokkemad, med sådan en bider fiskene også på.

Den var sååå stor

De sociale medier handler som bekendt meget om at vise sig frem, så det er ikke overraskende, at de spiller en stor rolle i lystfisker-verdenen.

Her er Hans Maasbøl til gengæld mere på hjemmebane, da en af hans opgaver i Royal Copenhagen var at ændre virksomhedens image fra mormor-stel til noget, de unge ville have stående.

- Vi har 2,6 millioner følgere samlet set på vores brands på de sociale medier. Vores brand Savage Gear har alene 700.000 følgere på Instagram, og vores Savage Gear-designer Mads Grosell er en stjerne i sig selv. Når vi er på messer, står folk i kø efter at få hans autograf, fortæller Hans Maasbøl.

Faktisk har Svendsen Sport 112 pro-staffere, som får penge for at fiske med firmaets grej og vise billeder af det på de sociale medier.

FAKTA

- Svendsen Sport er en af Europas største udbydere af sportsfiskerudstyr.
- Virksomheden blev stiftet i 1977 af den dengang kun 18-årige Lars Erik Svendsen.
- I 2015 solgte han Svendsen Sport til kapitalfonden Maj Invest, men har stadig en ejerandel og sidder i bestyrelsen.
- Svendsen Sport har hovedsæde i Gadstrup og har egne salgskontorer i Sverige, Tyskland, Benelux-landene, Frankrig, Norge, Polen, Tjekkiet, Østrig, Ungarn, Italien, Kroatien, Storbritannien og USA.
- 95 procent af salget er eksport, men kun fem procent foregår herhjemme.
- Svendsen Sport har i alt 180 ansatte, hvoraf cirka 40 sidder i Gadstrup.

Om erhvervsprisen

- Roskilde Erhvervspris gives til en virksomhed i Roskilde Kommune, der i særlig grad har skabt vækst og udvikling i det lokale erhvervsliv, og som bidrager til en positiv branding af Roskilde.
- Kandidater til prisen findes ved indstilling fra erhvervslivet i Roskilde. Alle virksomheder beliggende i Roskilde Kommune kan indstilles til prisen. Frist for indstilling er den 31. oktober 2019.
- I november 2019 vil en udvælgelseskomité bestående af Roskildes borgmester, ErhvervsForums direktør Lara Klingbeil, CEO for Rias A/S Henning Hoss, redaktionsleder på Dagbladet Roskilde Lars Ahn Pedersen, salgschef på Roskilde Avis Patrick Holbek, adm. direktør for CP ApS Julie Bruun og erhvervsdirektør for Danske Bank Jesper Steen Christensen udvælge to finalister.
- Vinderen af prisen vil blive offentliggjort på nytårskuren midt i januar 2020, som Roskilde Kommune arrangerer i samarbejde med lokale erhvervsorganisationer. Deltagerne til nytårskuren stemmer og vælger den endelige vinder blandt de to finalister.
- Læs mere på www.roskildeerhvervspris.dk