



Byggskymning  
i Tyskland efter  
praktfiaskon

18-19



Han sitter på  
framtiden för  
familjefirman

PS

30-31

"Valet avgör vilket  
företagsklimat  
vi ska ha."



ANNIE LÖÖF (C) PÅ DEBATT

3

# Dagens industri

STOCKHOLMSBÖRSEN



OMXS, EN VECKA



OMXS, I ÅR



ARGÅNG 38 · NUMMER 193 · PRIS 30 KRONOR · VECKA 36 · 2014

LEDARE 2 · DEBATT 3 · NYHETER 6-15 · VÄRLDEN 16-17 · ANALYS 21-27 · ENTREPRENÖR 29 · PS 30-31



## ENSAMT VID BORDET

EN AV FÅ: Jessica Nilsson, i dag investeringsansvarig på Northzone, lyckades ta in riskkapital flera gånger till sitt matkassebolag Hello Fresh.

### It-riskkapitalist: "Finns inga kvinnliga sökanden"

Samtidigt som tre kvinnliga entreprenörer inom digital teknik backas upp av riskkapitalbolag får 82 företag med enbart manliga grundare del av kakan. "Det finns helt enkelt inte några

kvinnliga entreprenörer att investera i. Mindre än 1 procent av de förslagen vi får kommer från kvinnor", säger Staffan Helgesson på riskkapitalbolaget Creandum.

NYHETER 6-7

### 24 punkter för fler jobb

Alliansen presenterade i går sin jobbpolitik. Bland annat föreslår de bättre betalt till lärlingar.

NYHETER 8



### Slår till med stora klubban

Danska auktionshuset Lauritz.com tar in 375 miljoner via en börsnoterad obligation på Nasdaq-OMX.

NYHETER 9

### IMF RYTER TILL FÖR FLER SVENSKA BOSTÄDER

8

### Klättrar med kommunerna

It-företaget Hypergene växer snabbt genom att utveckla beslutsstöd åt svenska kommuner.

29



Höstens viktigaste val.



Besök nya mobilpassade volkswagentransportbilar.se



Transportbilar

Caddy Proline från 139.000,- exkl moms, Caddy EcoFuel från 167.800,- exkl moms, Caddy Maxi Life från 211.500,- inkl moms, Cross Caddy Skop från 188.000,- exkl moms. Bränsleförbrukning Caddy Skop bl köening från 4,9 l/100 km (129 g CO<sub>2</sub>/km). Vi reserverar oss för eventuella ändringar och avvikelser. Bilarna på bilden kan vara extrautrustade.



Tf redaktör:  
Mattias Bergman  
ps@di.se  
08-573 650 00



GRUNDPÄLARE. Grundaren Georg Sörman syns i porträttet högst upp.



SKYLSTIL. Skyltningen har fått pris.



FÖR FRAMSTEG. Anders Sörman-Nilsson och mamma Birgitta Sörman, vd i Sörmans, ska tillsammans lotsa klädbolaget in i framtiden, samtidigt som rötterna

ska bevaras.

FOTO: SAMMY STEEN

INGEN FLUGA. Företaget satsar på stil snarare än korta trender.

# Framtidsexpert tar

## Fjärde generationen tar sig an familjens anrika klädbolag

Som föredragshållare och framtidsstrateg har han jobbat med amerikanska jättar som Apple, Johnson & Johnson, Cisco och IBM. Men utgångspunkten för att lära jättarna om framtiden har alltid varit något så ålderdomligt som en herrekipering med snart 100 år på nacken.

Nu lotsar Anders Sörman-Nilsson familjens bolag genom digitaliseringen.

Med den anrika klädbutiken Georg Sörman på Kungsholmen i Stockholm som referens har Anders Sörman-Nilsson blivit ett känt namn som framtidsstrateg och föredragshållare. It-jättar, banker och varuhuskedjor vill höra honom tala om hur de ska lyckas attrahera kunder och hur de ska kombinera gamla analoga värden med nya digitala möjligheter.

För när man förut talade om ett Kodakmoment som något med stark positiv koppling, är företaget i dag ett av de mest kända exemplen på hur fort det kan gå utför. Ingen vill råka ut för ett "Kodak moment" i dag. "Även världens mest framgångsrika företag är rädda för att bli inaktuella. Man har sett hur fort det kan gå med Kodak

**"Du kan tänka dig hur jobbigt det är för mamma att ha en framtidsstrateg som springer omkring och frågar om varför vi gör så och så."**

och Nokia, för att ta två exempel", säger Anders Sörman-Nilsson, som delar sin tid mellan Australien och Sverige.

### Mamma på vd-posten

I det egna företaget Thinqe arbetar han med framtidsstrategier för stora bolag. I familjeföretaget tillhör han fjärde generationen och har nu beslutat sig för att jobba närmare Georg Sörmans vd, mamma Birgitta Sörman.

"Du kan tänka dig hur jobbigt det är för mamma att ha en framtidsstrateg som springer omkring och frågar om varför vi gör så och så. Mamma är kulturbäraren och mån om att respektera tradition, historia och vår nuvarande kundkrets. Jag står för hur vi ska jobba mot en yngre kundgrupp. Det är en kreativ dynamik, men vi är inte överens om allting."

Butiken startades av Anders Sörman-Nilssons morfars far under första världskriget, 1916. Verksamheten har överlevt 1920-talets depression, andra världskriget och på senare år utmaningarna från outlets, digitalisering och nät-handel.

"Jag känner mig säker på att vi kommer att finnas kvar länge än. Men det är klart att vi precis som andra butiker tvingats till rationaliseringar för att möta ändrade konsumentbeteenden."

### Ingen försäljning på nätet

Men näthandel har Georg Sörman, med tolv anställda, inte börjat med ännu. Gammaldags kan man tycka. Och även om det är på gång återkommer Anders Sörman-Nilsson till att det handlar om att ta vara på klädernas analoga känsla.

# över arvet

"Vi ska vara noga med att inte kasta bort det fysiska i kläder och kvalitet, samtidigt som vi måste vara anpassningsbara. På nätet mäter man klick och uppmärksamhet sekunder. När vi har events i butiken mäter vi hur länge kunderna stannar i timmar", säger Anders Sörman-Nilsson.

### Ratar snabba trender

Butiken är så långt från råa betongpelare, minimalism och elektronisk musik som man kan komma. Inredningen består fortfarande till stor del av möbler från NK:s möbelsnickeri från 1930-talet. Prisnivån på kläder från märken som Gloverall, Barbour och Oscar Jacobson är hög.

"Vi ser en retrorenässans och ökad efterfrågan på hantverk och hållbarhet. Vi försöker stå emot det snabba modet – att man köper ett plagg för bara en säsong. Vi erbjuder skrädderi, klädvård och bra service."

Som marknadsförare och föreläsare har Anders Sörman-Nilsson pratat mycket om hur man fångar yngre vuxnas hjärtan. Det handlar även om jobbet i butiken om. Och då är digitaliseringen ett hot, men också en stor möjlighet med kanaler som Tumblr, Instagram och Youtube.

"25-30-åringar kommer in och har en otrolig respekt för klassiska varumärken som Eton och Resteröds. De är pålästa och kan ha en väldigt högkvalitativ diskussion med oss."

### Föll inte för juridiken

Anders Sörman-Nilssons egen väg till titeln som framtidsstrateg började med studier i Australien. Som färdig jurist började han på en av de största byråerna i Melbourne, Clayton Utz.

"Jag fick bra lön men det tog mig tre veckor att inse att det inte passade mig. Så började jag på en varumärkesbyrå som efterhand bad mig hålla föredrag och

### Kunskapen blev en bok

Sedan dess har han startat egna bolaget Thinqe och bland annat skrivit boken "Digilogue" som handlar om kombinationen digitalt och analogt, något som på många sätt tar avstamp i familjeföretagets utmaningar.

"Jag har bra känsla för detaljhandel och lärar de bästa idéerna från företagen jag föreläser för och ser hur vi kan ta tillvara dem här i vår lilla butik", säger Anders Sörman-Nilsson.

CARL-JOHAN LEJLAND

carl-johan.lejland@di.se



08-573 650 89

Di Konst & auktion

KARIN GRUNDBERG WOLODARSKI

karin.grundberg@di.se

08-573 651 09

## Konstbranschen har kalkylkramp

Stockholms konstscen erbjuder just nu internationella storheter som Irving Penn (1917–2009) på Amells konsthandel och Damien Hirst (född 1965) på McCabe Fine Art.

Priserna för Irving Penn-fotografierna, med många motiv som aldrig tidigare visats i Sverige, ligger på cirka 200 000 kronor till drygt 1,5 miljoner kronor. Och Damien Hirsts psalmmålningar från 2008, med färgstarka fjärlingsvingar arrangerade i symmetriska former, kostar runt 1,6 miljoner kronor styck.

Prissättningen på Hirst-sågs vara mycket attraktiv och har hittills lockat köpare från Sverige, Storbritannien och Schweiz.

"Toppkvalitet för ett rimligt pris. Man får mycket för pengarna", säger en konsthandlare om nivån för Hirst, som är en av samtidens både mest älskade och hatade konstnärer. Utställningarna vittnar om att huvudstaden är köpstark och drar hit internationella samlare.

Men samtidigt som konstgiganter säljs kämpar såväl Stockholms Auktionsverk som Bukowskis med för stora kostnadskostnader. Trots en stark omsättning blev det, som Dagens industri uppmärksammade i början av augusti, röda siffror för Bukowskis förra året. Förlusten landade på 5 miljoner kronor. Och konkurrenten Stockholms Auktionsverk redovisade samtidigt en vinst på blygsamma 6 miljoner. Detta kan jämföras med en vinst på 30 miljoner kronor för Stockholms Auktionsverk året före Lehmankraschen.

Auktionshusen vittnar också om allt hårdare konkurrens i takt med att auktionsmarknaden blivit alltmer global. Dyrbara satsningar på it-lösningar och attraktiv prissättning krävs för att locka kunder. Allt fler kunder får det allt enklare att förhandla bort säljprovisionen.

Intresset för konst viker alltså inte, men affärsmodellen utmanas och måste förnyas.

Karin Grundberg Wolodarski är reporter på Di och skriver om konst.



Di Sudoku

		6	9					
			3				6	4
		8		4		9		5
	4			9		3		
9								1
	3		7					2
2	9		8		6			
7	1				5			
					7	4		

Rutorna ska fyllas i så att varje rad, vågrätt och lodrätt, och varje 3x3-ruta, innehåller siffrorna 1–9 utan att någon siffra förekommer två gånger. Lösningen finns på sista sidan i dagens tidning.