



En ung veteran

søger nye veje - også på Sportex



Indehaver Henrik Jørgensen, All About Sport, som er det nye navn for det hidtidige Rucanor Danmark omgivet af displays med basisvarer.

Indehaveren af agenturet for Rucanor, Henrik Jørgensen begyndte i firmaet som 13-årig. Nu er han gået i offensiven med nyt navn, ny strategi, ny medarbejder og nye agenturer

All About Sport er det nye navn for det danske firma bag Rucanor, og der er flere nyskabelser, men basis er forsat det samme, nemlig Henrik Jørgensen og distribution af det solide Rucanor-brand, som Henrik Jørgensen har været indehaver af de seneste tre år.

Af Per Bang



ALL ABOUT SPORT



Henrik Jørgensen vandt Sportex's Messe Make Over, og fik god coaching af Dorthe Sommer

“Jeg har manglet lidt overblik over, hvor jeg egentlig vil hen med virksomheden. Den proces er jeg virkelig kommet i gang med nu”

Rucanor er blevet udtrukket til en Messe-Make-Over op til den kommende Sportex, og det har sat yderligere skub i en udvikling, som Henrik Jørgensen havde sat i gang for et halvt års tid siden.

“Jeg har haft coachingsamtaler med erhvervscoach Dorthe Sommer, og det har virkelig givet mig meget. Jeg har haft en positiv udvikling med Rucanor, og jeg har haft meget fokus på omsætning og organisation. Jeg har manglet lidt overblik over, hvor jeg egentlig vil hen med virksomheden. Den proces er jeg virkelig kommet i gang med nu,” siger han.

Henrik Jørgensen er 34 år, men har alligevel været involveret i Rucanor gennem 20 år.

“Jeg begyndte efter skoletid, da jeg var 13-14 år med at pakke varer. Det betyder, at jeg har et rigtigt godt kendskab til butikkerne. Siden gik jeg på handelsskole og kom i lære hos Rucanor i et par år. Da jeg var færdig, blev jeg ansat som juniorkonsulent. Dengang var vi to

på kontoret, to sælgere på landevejen og en salgschef.

Salgschefen skiftede på et tidspunkt job, og efter yderligere et par skift af salgschef blev jeg overtalt til at tage jobbet. Jeg var kun 25 år, og det var simpelthen en for stor mundfuld,” fortæller Henrik Jørgensen.

“Jeg stoppede og gik over i modebranchen. Samtidig blev det danske agentur overdraget til Getro, men nogle år senere kontaktede Rucanor Benny Rasmussen, som drev sportsbutikker, men som var interesseret i at overtage firmaet, hvis jeg ville være med. Da

jeg samtidig savnede sportsbranchen, passede det fint. Rucanor var i mellemtiden gået fra et salg på 15 mio. kr. om året til en halv mio. kr.”

“Benny Rasmussen døde desværre pludseligt, og Rucanor tilbød så mig ansættelse direkte. Jeg meddelte dem, at jeg kun var interesseret, hvis jeg selv kunne overtage agenturet, og det skete den 1. januar 2007 i Rucanor Danmark.”

“I perioden, hvor jeg var ansat hos Benny Rasmussen, havde vi fået omsætningen op på 1,8 mio. kr. og den er siden mere end fordoblet.

Jeg besluttede i sommer at ansætte en merchandiser/juniorkonsulent. Jeg har fundet en ung, dygtig fyr, som skal servicere kunderne på Sjælland, når han tiltræder om kort tid. På sigt håber jeg, at der bliver basis for at ansætte en sælger i Jylland også.”

Nye agenturer ind
Rucanor Danmark har de seneste



Rucanor har en lang række produkter, der knytter sig til vandsport - eksempelvis snorkler, svømmebriller og beachbolde.



Et af de nye agenturer hos All About Sport er outdoor mærket High Peak.

halvandet år også stået for det svenske marked, men det sker ved hjælp af en svensk agent, og det er et fint supplement til aktiviteterne i Danmark.

"Rucanor har udviklet sig rigtig fint de seneste tre år med konstant øget omsætning og en masse nye kunder. Jeg besluttede på et tidspunkt at kigge efter supplerende agenturer, og fra 1. august sidste år har jeg fået outdoor mærket High Peak og badetøjsmærket Blue Chips. Det er produkter, som ligger indenfor samme kategorier som Rucanor og dermed sup-

afhængig af Rucanor. Der har været en periode under den gamle ejer, hvor jeg kunne se, at kollektionsdelen begyndte at halte lidt, og der gik det op for mig, at jeg er meget ensidigt knyttet til Rucanor.

Nu er der kommet nye ejere, og kollektionerne og Rucanor i det hele taget er i gang med at opgradere markant indenfor design, kvalitet, logistik osv.," siger Henrik Jørgensen.

"Mit firma kører meget som et privat foretagende, hvor jeg ikke bruger flere penge, end jeg har tjent, så jeg tager ét skridt i

"Ud over at supplere produkterne handler det også om, at jeg gerne vil være lidt mindre afhængig af Rucanor"

plerer fint. Målet er at være totalleverandør indenfor de kategorier, hvor vi bevæger os med Rucanor," siger Henrik Jørgensen.

Rucanor Danmark er nu blevet til All About Sport bl.a. som en konsekvens af, at firmaet har fået supplerende brands ind.

"Ud over at supplere produkterne handler det også om, at jeg gerne vil være lidt mindre

udviklingen ad gangen. Jeg kan tydeligt mærke, at der er størst omsætning hos de kunder, som jeg besøger ofte, og derfor har jeg ansat en merchandiser."

Potentiale i basisvarer

Rucanor omfatter dels basisvarer og dels kollektion. I Danmark er omsætningen fordelt omtrent fifty-fifty på de to områder.

”Jeg ser det største potentiale indenfor basisvarerne. Det er produkter, som stort set aldrig sælges til nedsatte priser, fordi de ikke er modeprægede”



Badetøjsmærket Blue Chips er nyt hos Rucanor. Det supplerer flere af de andre produkter bl.a. strandtøjet fra sommerkollektionen.

Basisvarerne er opdelt i syv linjer, der hver har sin minishop-in-shop. De syv linjer er Accessories, Fitness, Neoprene & Bandages, Protection, Racket Sports, Water Sports og Diverse.

Dertil kommer en lang række specialprodukter, som knytter sig til de syv minishops-in-shops.

”Jeg ser det største potentiale indenfor basisvarerne. Det er produkter, som stort set aldrig sælges til nedsatte priser, fordi de ikke er modeprægede. Nogle af dem er sæsonprægede, men vi har tre dages leveringstid fra Holland, så der kan hurtigt suppleres op.”

”Jeg er godt klar over, at Rucanor er et B-brand, som ikke får en central leverandøraftale med kæderne, men jeg går efter at være det bedste B-brand. Vi ligger med produkter i en rigtig god kvalitet til prisen og et godt indtjeningspotentiale.”

”Vi kører med en vinter- og en sommerkollektion, og det er også produkter, som ligger i mellemprisklassen. Den type produkter passer ganske godt til den aktuelle

markedsituation. For to år siden var det svært at få plads til en jakke til 1000 kr. i en sportsbutik, for de skulle helst koste 2.000, 3.000 til 4.000 kr. – og tilsvarende på sko og andet. Sådan er det ikke i dag, og faktisk kan vi i kraft af et lavt omkostningsniveau i grossistledet sikre butikkerne en god avance,” siger Henrik Jørgensen.

Ekstra indsats på Sportex

Rucanor har specielt indenfor sko en række modeller, som godt kunne gøre sig i modebranchen, men Henrik Jørgensen lægger vægt på, at Rucanor udelukkende er et sportsbrand.

”Jeg har vækstet under finanskrisen i kraft af en målrettet indsats for at øge antallet af forhandlere i sportsbranchen, og den strategi skal vi følge, selv om der også skal være plads til fornyelse.

Faktisk har jeg arbejdet på at få nedsat en sparringsgruppe med folk, der dels kan få ideer og dels kan hjælpe mig med at få ideer afprøvet.”

Nye ideer har All About Sport også fået til den kommende indsats på Sportex i kraft af den Messe-Make-Over, som firmaet har vundet. Da denne artikel skrives, har Henrik Jørgensen haft det første møde med Mikkel Brohus fra MiBro & Andersen ApS, der rådgiver om messedeltagelse.

”Vi har kastet nogle bolde op i luften, og der bliver ikke tale om nogen helt radikal ændring af selve standen, men der skal arbejdes med at fokusere på lidt færre produkter, og så skal vi arbejde med forberedelserne,” fortæller Henrik Jørgensen.

”Jeg skal have lavet flere aftaler på forhånd. Jeg er lidt for tilbøjelig til at tage et nej for et nej og er lidt tilbageholden med at prøve igen.

Jeg har typisk stået på standen alene, og jeg er helt klar over, at vi skal være to eller tre personer, så vi kan få fat i de potentielle kunder, der kommer forbi standen, mens jeg taler med andre.”

”Jeg ligger i hal 1, hvor mange kunder kun kommer én gang og ikke går så meget rundt, så det gælder om at være der og være klar, når kunderne er der. Jeg bliver under ingen omstændigheder meget udfarende og aggressiv.

Det er vigtigt for mig, at mine brands og min adfærd hænger sammen. Rucanor og de øvrige brands er ikke trendsættere, men trendfølgere, så der skal ikke ske alt for voldsomme ændringer. Det vil heller ikke passe til mig – jeg er nok lidt konservativ,” siger Henrik Jørgensen.

