Kungen av Glasriket

På ruinens brant fick Orrefors Kosta Boda ny ägare i somras.
Det var lite anonyma snabbväxaren New Wave Group, som plötsligt kom i strålkastarljuset. Där trivs vd Torsten Jansson. Med blå jeans, stor prilla och smittande entusiasm blev han kung i Glasriket och fick krisföretaget att lyfta. På köpet har New Waves börsvärde redan överträffat det långsiktiga målet på fem miljarder.

New Wave Group har något av sagoskimmer över sig. Efter lumpen trodde Torsten Jansson att han skulle kunna tjäna pengar på att screentrycka t-tröjor. Det gjorde han och sålde sedan företaget för några miljoner, men fick betalt i köparföretagets aktier, som blev värdelösa. Men då köpte han, uppbackad av banken, tillbaka företaget för en krona. Det var 1990 och nu omsätter New Wave Group tre miljarder i 60 dotterföretag.

Var helst Torsten Jansson rör sig blir det glada miner, som i måleriet på Kosta glasbruk. Bara det är en Janssoneffekt värd mycket. Foto: Lena Gunnarsson

Räddare i nöden
Till de mer kända hör Craft i Borås, med funktionella idrottkläder för både elit och motionärer och Orrefors Kosta Boda. Craft hade gått i konkurs två gånger innan det räddades av New Wave 1996. Orrefors Kosta Boda gick mot undergången i dansk ägo innan Torsten Jansson kom in i bilden och som privat delägare och ordförande i JC har han fått dess aktiekurs att stiga med några hundra procent.

Positiva förväntningar
Därför talas ofta om Janssoneffekten. Den består till stor del av positiva förväntningar, som bygger både på vad denne superentreprenör har åstadkommit tidigare och den sprudlande energi och det goda humör han för med sig in i varje sällskap och rum.
New Wave Group vill ha bra relationer överallt.
- Man måste bry sig om samhälle, medmänniskor, medarbetare, leverantörer och kunder. Det är viktigt att våra kunder tjänar pengar och att leverantörerna får en viss vinst, men inte för hög.

Läsarkommentarer

▸Kommentera artikel
▸Läs kommentarer (0 st.)

Lyhörd
Torsten Jansson är lyhörd och omtänksam. Men den som jobbar med honom får vara beredd att jobba hårt.
- Det viktigaste för mig är att motivera människor. Jag ställer hårda krav, men aldrig hårdare än jag skulle ställa på mig själv.
Det är en tuff måttstock. Många kan vittna om att omgivningen har svårt att hänga med i hans tempo.
- Det är full fräs. Allt ska ske med blixtens hastighet, säger Eva Hardling, på huvudkontoret i Kungälv.
Som en blixt från klar himmel kom också nyheten att New Wave Group gick in i Orrefors Kosta Boda. Det hade varken glasvänner eller börsen väntat sig.
- Köpet kommenterades till och med på kultursidorna. Jag fick 4 000 mejl och sms jämfört med tio när vi köpte Craft, säger Torsten Jansson.

Risksatsning
Han kallade köpet en risksatsning och börskursen dök för New Wave.
- Men vi fick det vi saknat, premiumvaror av yppersta klass till företagsmarknaden och två mycket starka varumärken, säger Torsten Jansson.
Han blev arbetande styrelseordförande för Orrefors Kosta Boda, bytte den ut hårt kritiserade vd:n Håkan Cöster mot Magnus Andersson från Sagaform, minskade formgivarkåren från 20 till tolv (som stod för 98 procent av försäljningen) och bantade administrationen med 60 personer.

Tuff målsättning
Torsten Jansson bytte också ut företagets målsättning. Det skulle på tre år öka omsättningen från 650 miljoner till en miljard, öka antalet anställda från 650 till tusen och ge 150 miljoner i vinst.
Som ett kvitto på att målsättningen hade bäring kunde han i höstas rapportera att omsättningen ökade för första gången sedan 1999 och att verksamheten dessutom gick med vinst.

Då blev det hallelujastämning på börssidorna. New Wave Groups aktier värderades till över fem miljarder och Torsten Jansson äger själv drygt en tredjedel av dem.

Förtjänst efter vinst
Men det är fler än han som haft nytta av den stabila värdetillväxten.
- De som hängde på vid börsintroduktionen 1997 har klarat sig mycket bra, säger koncernens ekonomichef Krister Magnusson.
Han kan berätta att den som blir dotterbolags-vd oftast får gå ned i lön.
- Det handlar om högst 50 000 i månaden plus tjänstebil. Men i gengäld finns optionsprogram som gör att våra chefer har väldigt höga inkomster när hela koncernen går bra, säger Krister Magnusson.

Djupt engagerad
- De som slutar gör det oftast för att de prioriterar andra saker, fritid till exempel, säger Torsten Jansson.
För att vara koncern-vd engagerar han sig ovanligt djupt i nyköpta bolag.
Han bodde två år i Borås efter övertagandet av Craft, har bott halvårsvis i England och Schweiz och finns nu på halvtid i Glasriket.

Ömsesidig nytta
Där har Orrefors Kosta Bodas egna formgivare börjat skapa textil- och smidesprodukter åt Kosta Linnewäfveri respektive Orrefors Jernverk.
- Ta Bertil Vallien som formgivare och Orrefors i varumärket på exklusiv köksutrustning. Med den kombinationen är 90 procent av slaget vunnet, säger Torsten Jansson.
Han har byggt upp New Wave Group till ett av Europas största företag inom så kallade profilkläder och presentreklam, det vill säga kläder och liknande som företag köper in till personal och kunder och sätter sina logotyper på.
Med New Waves 15 000 återförsäljare i 17 länder i Europa räknar Torsten Jansson med ökad försäljning av glaspresenter till företag.
Omvänt räknar han med att Orrefors Kosta Boda öppnar dörren för New Wave i USA.
Där har glasjätten nästan en fjärdedel av sin omsättning.

Anders Karlsson
anders.karlsson@smp.se
0478 - 311 50
Onsdag 1 Februari 2006 05:00

▸Utskriftsversion ▸Tipsa om artikeln