

Iværksætter

Navn: Thomas Bjerg
Firma: Very
Grundlagt: 2006

Kan du starte en trend?
Det spørgsmål kan buzz-
marketingfirmaet
Very svare ja til

En trend begynder ofte i undergrundsmiljøer som hiphop, kunst, mode og clubbing. Det er her, de nye tendenser opstår, og det forsøger folk som trendspottere at udnytte til kommercielle formål.

Men iværksætteren Thomas Bjerg tror ikke på trendspotting. Når en trend først ruller i undergrundsmiljøet, er det for sent at reagere på. Derfor vil han starte trends med sit firma Very, der er et buzzmarketingbureau, som har specialiseret sig i at arbejde med trends i subkulturer og frontløberne her. For eksempel Carlsbergs Somersby Cider, som Very arbejdede med, længe før den blev introduceret på markedet. Flaskerne blev præsenteret ved en pre-launch på D'Angleterre, til modefester og på Den Kongelige Ballet. Formålet var at integrere produktet hos forskellige subkulturer og dermed få skabt en buzz om det inden den officielle lancering.

Thomas Bjergs firma så dagens lys i sommeren 2006. Det var efter tre år, hvor grundlæggeren havde samlet navne, adresser og telefonnumre på folk fra diverse subkulturer. I dag har han syv ansatte plus flere løst tilknyttede medarbejdere, og kunderne tæller navne som Tuborg, Schweppes og Budweiser.

Hvor kommer ideen fra?

Den kommer fra de undergrundsprojekter, jeg har været med på tidligere – som onsdagsnatklubben Very Disco og Diesel New Art. Men ideen er meget simpel. Der er mange enkelte personer inden for blandt andet tøjbranchen og pladebranchen, der laver buzzmarkedsføring, hvor man via sit netværk får adgang til undergrunden. Det nye er at lave et bureau, hvor virksomheder har adgang til det netværk.

Hvordan har du selv fået netværket?

Jeg har arbejdet i mode- og reklamebranchen og drevet projekter i forskellige subkulturer, hvor jeg er kommet i kontakt med en masse mennesker. Hver gang, jeg har mødt en ny person, har jeg skrevet folk ind i min database.

Hvor mange subkulturer har du adgang til?

Jeg har en database med omkring 25-30 subkul-



Thomas Bjergs firma
Very har specialiseret
sig i at skabe trends
med kontakter i
landets undergrund.

“ Det er folk inden for kunst, mode, hiphop, skate og clubbing, der fortæller os, hvad der rykker i miljøet lige nu.

turer med navne på folk, som vi opdaterer cirka hver anden uge.

Hvordan kommer du i kontakt med dem?

Vi har såkaldte plannere inden for flere subkulturer. Det er folk inden for kunst, mode, hiphop, skate og clubbing, der fortæller os, hvad der rykker i miljøet lige nu. Vi er nødt til at have tilknyttet folk, der er en del af kulturen, for jeg er ikke selv en del af alle subkulturer.

Hvor mange er med i databasen nu?

Cirka 1.500 med navn og adresse. Ud over det har vi mailadresser på cirka 8-10.000 mennesker.

Hvor kommer navnet Very fra?

Det kunne også have heddet Just eller Simple.

THOMAS' råd til andre iværksættere:

- 1 Omgiv dig med dygtige folk. Personale, venner, advokater og bogholdere kan give dig andre input, og husk dem, når det går godt.
- 2 Hold omkostningerne nede. Lad være med at leje 480 kvadratmeter, hvis du kun skal bruge 20. Det må ikke blive for smart.
- 3 Husk at nyde det, mens du er i det.

Det var vigtigt for mig, at det udtrykte noget, som var mellem ting. Det skulle være et tillægsord, som du kan sætte til alt. Så må du selv finde ud af, om det er very good eller very bad.

Hvad var jeres store gennembrud?

Det var cirka to måneder efter, vi begyndte. Der lagde Schweppes deres første pose penge, og resten af året blev fantastisk, fordi det gik fra bare at være en ide til en forretning. Det er noget, jeg stadig får kuldegysninger af at tænke tilbage på.

Hvor meget havde du i startkapital?

Jeg lånte en halv million kroner i banken og lavede et ApS, der kostede 125.000 kroner. Det er ingen hemmelighed, at der i forretningsplanen er lagt op til, at jeg på et tidspunkt gerne vil sælge det.

Hvorfor fik du ikke bare en investor?

Jeg ville ikke have en investor. Jeg vil ikke arbejde fra 9-16, hvor en anden skal fortælle mig, hvad jeg skal. Jeg mente også, at konceptet var så stærkt, at jeg ikke havde brug for det.

Hvordan ser din arbejdsdag ud i dag?

Jeg er ikke blevet millionær, men jeg har et job, hvor jeg er min egen chef. Jeg møder ikke før klokken 10, men jeg er heller ikke hjemme for 20 i hverdagen. Kunderne arbejder fra 9-17, mens kulturen arbejder fra 17-02 om natten. Så det er blevet en livsstil. Det er mit liv.