

Björn und Lillemor Jakobson

Kinder, Kunst und prominente Kunden

Das Ehepaar Jakobson aus Schweden ist mit dem Kinderausstatter BabyBjörn bekannt geworden – und hat jetzt auch noch eine eigene Kunsthalle eröffnet. **Clemens Bomsdorf (Stockholm)**



BabyBjörn

Gegründet: 1961
Sitz: Solna bei Stockholm
Mitarbeitende: 100

Schweden

Einwohner: 9,5 Millionen
Währung: Schwedische Krone
BIP/Kopf: 396 600 Kronen
Arbeitslosenquote: 8,1 Prozent

Immer noch im Tagesgeschäft aktiv: Lillemor und Björn Jakobson.

Skandinavischer geht es kaum: Björn und Lillemor Jakobson, die vor über 50 Jahren den erfolgreichen Kinderausstatter BabyBjörn gründeten, kommen in einem alten blauen Skoda Octavia angefahren. Understatement ist eine nordische Tugend, ebenso wie die Freude an der Natur. Mit dem Wagen geht es von der Stockholmer Innenstadt zur Insel Värmdö in den Schären der Hauptstadt. Dort gibt es am Ufer, in der Sonne sitzend, Tee aus einer Thermosflasche und dazu Kuchen. «Ist es nicht herrlich hier?», fragt Björn Jakobson rhetorisch und beginnt dann von seiner Segelleidenschaft zu erzählen.

Das einzige unskandinavische an dieser Szenerie ist der Neubau eines Privatmuseums im Hintergrund. Die Kunsthalle «Artipelag» zählt 9000 Quadratmeter und wurde von den Jakobsons finanziert. Eröffnung war im Juni diesen Jahres. Dermassen umfassende Sponsoringaktivitäten im staatlich dominierten Kultursektor kannte man bisher kaum in dem auf Gleichheit und Bescheidenheit bedachten Skandinavien.

Das Ehepaar hat mit BabyBjörn über die Jahrzehnte ein kleines Vermögen

verdient, von dem es nun einen Teil nutzt, um die private Kunsthalle zu finanzieren. Laut Schätzungen dürfte sie gut 35 Millionen Euro gekostet haben; rund zehn Prozent mehr beträgt der Jahresumsatz von BabyBjörn.

Die Qualität muss stimmen

Während der freien Zeit bei vielen Geschäftsreisen haben sie zahlreiche Museen besucht und nun auch ein eigenes gegründet. Anfangs reisten die beiden natürlich nicht so viel, denn nach der Unternehmensgründung 1961 standen erst lokale Märkte im Vordergrund. Die Zahl der Produkte war ebenfalls gering, doch stieg sie allmählich. 1973 kam mit «Hjärtenära» (Schwedisch für «nah am Herzen») der erste Baby-Tragegurt auf den Markt, im Jahrzehnt darauf wurden die USA und Japan als Markt erschlossen. Heute können die Produkte in mehr als 50 Ländern gekauft werden. «Ich gebe es zu, unsere Artikel kosten Geld, aber dafür stimmt die Qualität auch wirklich», sagt Lillemor Jakobson. Das war den beiden stets wichtig: nur Produkte zu verkaufen, hinter denen sie wirklich stehen.

Natürlich schiebt auch die Tochter ihren jüngsten Nachwuchs in einer Karre von BabyBjörn. Das Unternehmen ist auch deshalb so bekannt, weil Prominenz von Madonna bis David Cameron den eigenen Nachwuchs in Karren und Tragen des schwedischen Unternehmens durch die Gegend transportiert. «Das ist natürlich unerhört wichtig und wird es immer sein», sagen die beiden über die prominente Kundschaft.

BabyBjörn ist auch nach 50 Jahren noch ein Familienbetrieb. Nicht nur weil die Gründer nicht an externe Investoren verkauft haben, sondern weil sie nach wie vor ins Tagesgeschäft eingebunden sind – trotz ihres Alters. Lillemor überblickt den Designprozess und Björn ist weiterhin Vorstandschef, aber natürlich lassen die beiden sich beraten – von ihren Kindern und dem externen Aufsichtsratsvorsitzenden.

Und wenn man meinen könnte, dass die demografische Entwicklung mit immer niedrigeren Geburtenraten in den Industrieländern einen Produzenten von Baby-Ausstattung vor Probleme stellt, ist das bei BabyBjörn nicht der Fall. Denn, so die beiden Gründer, «der Unternehmenserfolg hängt vor allem von unserem Einsatz ab und davon, wie wir Möglichkeiten nutzen und unsere Zielgruppe verstehen.» Und bisher sieht es so aus, als gelänge ihnen das auch im hohen Alter noch ganz gut. ■