



Sidste år fik Simon Gjerø mulighed for at leje sig ind i en butik i forbindelse med et backpackerhotel på én af byens små charmerende handlegader.

北京卡片 BEIJING POSTCARDS

SMALT KONCEPT FANGER

Sinolog Simon Gjerø har formået at omsætte sin egen livslange fascination af kinesisk kultur og historie til et forretningskoncept, som stille og roligt vinder ind i kinesernes hjerter.

Af Heidi Høyer

» **SIMON GJERØ** henter mig ved nordøstlige indgang til Den forbudte By og fører mig gennem hutongens snørklede labyrint til hans lille lejlighed, som mest af alt ligner et kinesisk loppemarked.

De tætpakkede rum emmer af den fascination af al kinesisk, som har brændt i ham lige siden, han som ti-årig forelskede sig i den nye

KINESERNE

pige i klassen. Hun kom direkte fra Kina, hvor hendes forældre havde været udstationeret og lærte ham at tælle til ti på kinesisk. I kælderen derhjemme fandt han en skattekiste med gammelt porcelæn fra hans tipoldefar.

"Det var en helt vildt nørdet interesse at have, og porcelænet var i virkeligheden fra Japan, men det betød ingenting," husker Simon.

Filmen *Den sidste Kejser* slog for alvor benene væk under den dengang 13-årige dreng, og siden gik Kina i blodet på ham. En kandidatgrad i kinesisk blev redskabet til at fordybe sig i hans lidenskabelige interesse for Kina. I dag bor fast han i den kinesiske hovedstad og

smykker visitkortet med titler som underviser, rejseleder, journalist, tolk og forfatter.

Genvunden stolthed

For to år siden kunne han også tilføje virksomhedsejer til titlerne, da han sammen med en kammerat startede firmaet *Beijing Postcards*. Forretningskonceptet går ud på at opstove gamle kinesiske fotografier og genoptrykke dem på postkort, kalendere, notesbøger og plakater.

"Idéen voksede frem under arbejdet med min bog *Kaldet til Kina* om danske missionærer i Manchuriet. I min research stodte jeg på

»

» så mange fantastiske billeder, der fortalte uendelig meget om Kinas kultur og historie gennem tiden, så jeg tænkte, at det måtte kunne bruges til noget," fortæller Simon Gjerø.

I første omgang satsede han på turister og bosatte udlændinge som aftager af sine kulturhistoriske produkter, fordi han umiddelbart ikke regnede med at kineserne ville være interesserede i de gamle billeder.

"Men jeg kan mærke, at kineserne gennemlever en historisk revival. Hvor de før synes, at de gamle billeder var pinlige og viste Kina som en gammeldags og tilbagestående nation, begynder de nu at være stolte og bevidste om deres egen historie – specielt, når de får den fortalt af en ikke-kineser," vurderer han, der gennem sine studier og efterhånden mange års erfaring med det kinesiske samfund har et stort indblik i kinesernes mentalitet. I organisationen *Friends of Old Beijing*, hvor Simon Gjerø gør en frivillig indsats for at bevare de gamle hutong-kvarterer i byen, mærkes også et markant skifte i interessen for den kulturhistoriske arv. Før var 80 pct. af medlemmerne udlændinge, men i dag består foreningen af 80 pct. kinesere og 20 pct. udlændinge.

Ting tager tid

Den kinesiske te er drukket op, og vi begiver os igen ud i de smalle trafikerede gader for at stikke hovedet ind i den lige så smalle butik, hvor *Beijing Postcards* har til huse. Simon har netop modtaget et prøvetryk på en håndtaske, som han håber på bliver et salgshit.

"Postkort og kalendere er kernen i vores forretning, men vi vil gerne udvide med alle former for merchandise for at komme ud til så mange som muligt," siger han om strategien. Udover butikken i en af de populære handeleggader har *Beijing Postcards* over 70

udsalgssteder i hele Kina:

"Man skal ikke regne med at tjene penge fra day-one i det kinesiske marked. Men alting kan lade sig gøre i Kina, hvis man har tålmodighed til at vente på den rigtige løsning," råder den erfarne Kina-kender og fortsætter:

"Som vesterlænding bliver man ofte frustreret over, at en aftale ikke bare er en aftale, forhandlinger er noget helt andet, og omstændigheder kan nemt ændre en kontrakt, som man lige troede var i hus. Det er ekstremt vigtigt at give sig mere tid for eksempel til at spise sammen, end vi er vant til i dansk erhvervsliv. Det viser respekt og er en del af de indledende manøvrer til at gøre forretninger med kineserne."

Ifølge Simon Gjerø er Kina et paradoksalt samfund, fordi mange ting kan tage enormt lang tid samtidig med, at der er ekstremt kul på udviklingen. Som forfatter til Politikens *Turen går til Beijing* har han svært ved at følge med i opdateringen, og dele af guidebogen er næsten forældet allerede inden, tryksværten er tør.

Mange mennesker, hård konkurrence

Alene i kraft af folkerigdommen er Kina et interessant marked – også for danske iværksættere. Især inden for design og arkitektur, som er stærke områder i Danmark, vurderer Simon Gjerø:

"Man skal ruste sig med tålmodighed og have en lang horisont på sine investeringer. For selv om der er mange kinesere, er konkurrencen behård, og det er svært at tjene penge."

Men har man som Simon Gjerø fundet en lille niche, som bare interesserer et par promille af alle kinesere, har man allerede et potentielt marked, der er langt større end hjemmemarkedet i Danmark. ■



Simon Gjerø har utallige jern i ilden, så der er ofte bud efter ham på telefonen.



Tasker med påtryk af de gamle fotografier, er Simon Gjerøs seneste idé.

FAKTA OM SIMON GJERØ

- Født i 1974
- Startede på Aarhus Universitet i 1995 og blev cand.mag. i moderne og Øsien-studier i 2002
- Tilbragte i alt to år af studietiden i Chengdu, Kina
- Arbejdede sideløbende som rejseleder
- Ansat på Redding Højskole i januar 2004
- Sagde ja tak til jobtilbud hos Euro-Center China i januar 2005
- Udgav i 2008 bogen "Kaldet til Kina" om danske missionærers liv og virke i Manchuriet i første halvdel af 1900-tallet (www.kaldettilkina.dk)
- Arbejder for bevarelse af Beijings gamle kvarterer i organisationen *Friends of Old Beijing*
- Har startet netværksportalen www.lifein.com, som en hjælp til expats i Kina og til danske virksomheder, som skal udsende medarbejdere til landet