



Pressmeddelande

2006-12-20

Nils Tunebjer ny VD och delägare i koncept- och designbyrån BAS – satsning på förstärkt detaljhandelserbjudande

Nils Tunebjer, namnkunnig varumärkesexpert och riskkapitalist, förvärvar 60 procent av aktierna i BAS. Företaget grundades 1988 och är idag Sveriges ledande koncept- och designbyrå inom detaljhandeln. Med Nils Tunebjer som ny VD planerar BAS för fortsatt expansion, med fokus på ett heltäckande kommunikations- och affärserbjudande till företag inom nordisk och internationell detaljhandel.

Nils Tunebjer, en av grundarna av bland annat riskkapitalföretaget RPE, konsultnätverket RCA och reklambyrån Garbergs, besitter omfattande erfarenhet av affärs- och konceptutveckling inom svensk detaljhandel.

– Jag känner väl till BAS verksamhet och har under åren varit en köpare av deras tjänster såväl i Sverige som internationellt. Sedan starten för snart 20 år sedan har de lyckats bygga en marknadsledande position avseende rådgivning och konceptutveckling till detaljhandeln och varumärken, inte minst genom framgångsrika samarbeten med företag som tex. IKEA, Axfood, Stadium, Paus, Ahold och Lindex. Med BAS som plattform ska vi bygga ett bredare och starkare erbjudande, som kombinerar en knivskarp kommersiell analys med koncept och design som möter konsumenten, säger Nils Tunebjer, nytilträd VD i BAS Brand Identity.

Köpet innebär dessutom att BAS knyter till sig RCA, ett nätverk av seniora konsulter med stor erfarenhet från detaljhandeln. Inom RCA återfinns bland andra Christel Kinning, tidigare VD för Polarn och Pyret och Berit Hafstad tidigare VD för Body Shop.

BAS har 25 anställda och beräknas omsätta 25 Msek under 2006. Tillsammans med RCA är man totalt 40 konsulter. Grundaren Claes von Hauswolff kvarstår som advisor. Företaget för diskussioner med ytterligare aktörer och räknar med att inom kort kunna presentera nya förvärv.

– Detaljhandeln utvecklas snabbt både i Sverige och internationellt. Konkurrensen om konsumenterna är stenhård idag. Framgång på detaljhandelsmarknaden kräver innovativa koncept och nyskapande design vilket vi har levererat på BAS under 18 år. Kombinationen av affärsutveckling, design och förstärkta resurser att fullfölja affärsstrategier kommer att ge positiva effekter för våra kunder, säger Marie Wollbeck Kreativ Chef på BAS.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Nils Tunebjer, nytilträd VD BAS Brand Identity, tel: 070-9629 629
Marie Wollbeck, Kreativ Chef, BAS Brand Identity, tel: 08-24 05 32
Eller gå in på www.basbrandidentity.se

Om BAS Brand Identity

BAS verksamhet är helt inriktad på att optimera kundens möte med varumärket, främst inom detaljhandelsområdet, där kunden oftast möter varumärket i form av en butikskedja eller produkt. Uppdragen kan innebära allt från sortimentsstrategi och förpackningar till kommunikation och design av hela koncept och butiker. BAS är också aktiva inom flera andra områden t ex koncept för köpcentra och fastigheter till, grafisk design. BAS grundades 1988 och har idag 25 anställda. Företaget ägs av Nils Tunebjer, Johan Törnquist, Marie Wollbeck och Lotta Thunberg

Om Nils Tunebjer

Nils Tunebjer tog sin ekonomexamen vid Handelshögskolan 1981. Han började sin karriär som marknadsförare på Sandvik. 1987 började han som VD på Garbergs och var med om att lansera TV-reklam i Sverige. Garbergs rönste stora framgångar och under 1990-talet inleddes en omfattande satsning på integrerad kommunikation där bla verksamheter inom DM, PR, internetkommunikation, butikskommunikation och varumärkesstrategi etablerades. 2003 lämnade Nils reklamvärlden och var med och startade RPE, ett riskkapitalbolag med fokus på svensk detaljhandel. Företaget förvärvade bland annat Lagerhaus, som senare såldes till Åhléns, och StjärnaFyrkant, ett av Sveriges ledande telekomförsäljningsbolag. Under våren 2006 deltog RPE som investerare i förvärvet av MQ-kedjan.