



ETT SAMLAT URVAL AV TEXTER 2016

Mina uppdragsgivare säljer lägenheter, torkskåp och bilar. Mina uppdragsgivare skapar lönsamma möten, väcker ungas läslust och ger cancer fingret. Bland mina uppdragsgivare finns stylister, arkitekter, mässarrangörer, butikskommunikatörer, bildbyråer och samtalsterapeuter – och en struktör. Mina uppdragsgivare gör tusen saker. Jag skriver texter – och tänker kreativt och strategiskt för deras bästa. Jag heter Mattias Åkerberg. Jag är din copywriter.

mattias@pleasecopyme.se
www.pleasecopyme.se
0708 73 77 75



Webbtexter för 55 kvadrat (presentationstext)

DU ÄR HÄR. VÄLKOMHEM.

Vi heter 55 kvadrat, men förmedlar lägenheter som både är större och mindre än så. Hos oss hittar du hem.

Vi är en liten fågel i en bransch med många påfåglar. Vi flyger fritt, vi värnar om våra säljare och köpare – och vi hittar alltid hem. Vårt revir är Östra Centrum. Vi är Hanna, Madeleine och Christina. Vi är 55 kvadrat.

VI ÄR RÄTT HEMKÄRA AV OSS.

Vi är 55 kvadrat, men förmedlar lägenheter som både är större och mindre än så. Vi startade i januari 2015, men har redan 20 års erfarenhet som fastighetsmäklare. Vi hittar hem, och sammanför lyckosamt den som säljer och den som köper. Men vi är inte som "alla andra mäklare". Nä, påfågarna i vår bransch får gärna göra sin grej. Vi gör vår. Vi är som liten fågel; vi flyger fritt, värnar om våra säljare och köpare – och hittar alltid hem. Vårt revir är Östra Centrum i Göteborg. Här, på hörnet i korsningen Stockholmsgatan – Härlandavägen, finns vårt lilla* kontor – och de här kvarteren kan vi som om de vore vår egna bakficka. Till oss är du alltid välkommen in på en kopp för att prata renovering, marknadsvärde eller vädret (om du hellre vill snacka sport rekommenderar vi Paddingtons eller Glenns). Vi är Hanna, Madeleine och Christina. Vi är 55 kvadrat. Vi arbetar alltid tillsammans med begåvade heminredare, fotografer och textförfattare för att presentera de lägenheter vi säljer på bästa möjliga sätt. Kolla gärna in de hem som vi förmedlar just nu – och hör av dig när du vill att vi tar hand om försäljningen av din lägenhet (snart, hoppas vi!).

Varma hälsningar
Hanna, Christina och Madeleine
55 kvadrat

*Du kan säkert gissa hur många kvadratmeter ...



Lägenhetstexter för 55 kvadrat – www.55kvadrat.se

BAGAREGÅRDEN / STORRGATAN 7C

Vill du bo i en ljus tvåa i Bagaregårdens kanske vackraste hus? Då har du hittat hem nu. På Storkgatan finns din nästa bostad. Med vitmålade brädgolv. Med lantligt kök. Och med en pampig kakelugn i vardagsrummet.

LJUS TVÅA MED KRONJUVEL I VARDAGSRUMMET

Välkommen hem till Storkgatan! Varför Caroline och Nicklas flyttar från den här rymliga, ljusa tvåan är en gåta. Å andra sidan öppnar det dörren för dig. Planlösningen är smart; från hallen ser du in i alla rummen. Så var börja? I köket. Hemmets hjärta går i lantlig stil med cremevitt och rostfritt. Golvet är i norrlandsfuru och tapeten är to die for. Tillbaka genom hallen når du vardagsrummet. Rummet badar i vitt, och genom fönstren strömmar ljuset in. Här står lägenhetens kronjuvel: den breda kakelugnen med detaljer i mässing. Från vardagsrummet kommer du till sovrummet, som ligger vägg i vägg med det fräscha badrummet med badkar (och förberedd plats för tvättmaskin). Också sovrummet är ljust och luftigt med vitmålade brädgolv, precis som i vardagsrummet. Lägenheten ligger i Bagaregårdens kanske vackraste hus – med ett torn på hörnet! – och med bara en minut till närmaste hållplats. Välkommen på visning!



Lägenhetstexter för 55 kvadrat – www.55kvadrat.se

BAGAREGÅRDEN / LANDERIGATAN 6B

NYRENOVERAD TVÅA MED ÖPPET KÖK OCH KAKELUGN

Det har börjat regna när de sista gästerna lämnar inflyttningsfesten. Du hör dem rassla nerför trappan innan du stänger dörren. Ljudnivån går från sorl till nästan noll. Inifrån er nya tvåa sjunger Hozier "From Eden". Du dröjer dig kvar lite i den ljusa hallen, blickar ner på det marockanska kakelgolvet. Här stod det nyss skor huller om buller, nu ligger där ett kvarglömt paraply och en halsduk. Du hänger upp paraplyet på mässingstången, och viker ihop halsduken på hatthyllan. På väg mot köket kikar du in i sovrummet. Efter en lång kväll av intryck och snack och vin är du gött trött, men den där molnmjuka sängen får vänta lite till. Först vill du varva ner, sedan ta en dusch i badrummet intill. Du hör hur mannen i ditt liv har börjat handdiska glaset. Du kliver in i det härliga långa rummet som det nyrenoverade köket och vardagsrummet skapar. På köksbänken balanserar högar av tallrikar. Ni ler mot varandra. "Mer vin?" frågar han. "Ja, why not?" svarar du. "Wine not!" Ni skrattar milt. Du tar med dig glaset in i "salongen" – som flera av gästerna propsade på att få kalla ert nya vardagsrum. Du glider fram över det vitvaxade furugolvet. Du hör röster nedanför det spröjsade fönstret, kollar ut. Era sista gäster har inte kommit längre. Det är lugnt på Landerigatan, och träden glittrar i nattregnet. Du lägger in ett vedträ till i kakelugnen, och sjunker ner i soffan. Tv visar något svartvitt om Édith Piaf. "Du ... här kommer vi att trivas", säger mannen din från köket. Du höjer ditt glas till svar, och det svaret säger allt. Välkommen på visning!



Lägenhetstext för 55 kvadrat – www.55kvadrat.se

BAGAREGÅRDEN / STOCKHOLMSGATAN 40S

KOMPLETT KOMPAKT-ETTA MED SOVALKOV

Välkommen hem till Stockholmsgatan 40s! Om den här lägenheten vore en karaktär i Star Wars, då skulle den alla gånger vara Yoda, du vet jedi-mästaren som bäst beskrivs som "small in size but wise." På 27 ljusa kvadratmeter ryms så mycket smart: badrum, klädkammare, sovalkov med förvaring, en hall – och ett vardagsrum med kök (eller ett kök med vardagsrum). Det är kompakt och det är komplett – här finns allt du behöver. Och om solen skiner och du vill ha mer space, då bor du i föreningen som har en av stans bästa innergårdar. Köket är förresten nyrenoverat, och avgiften är mycket låg. Och näst efter den smarta planlösningen är chansen stor att din blick fastnar på golvet, som är vackert grålaminerat och nåtat i strukturen (alltså som däckat på en träbåt). Lägg också märke till dörren till klädkammaren, "fönstret" i badrummet och takrosetten i köket. Och minns vad Yoda alltid brukar säga: "Size matters not." Välkommen på visning!



Webbtexter för Kulturrådet / Paus – du och en bok **www.duochenbok.se**

Paus – du och en bok är en satsning för att få fler idrottande unga att läsa böcker på sin fritid. Över hela landet jobbar idrottsföreningar och bibliotek tillsammans för att väcka läslusten hos unga. Bakom satsningen står med Riksidrottsförbundet/SISU Idrottsutbildarna och Kulturrådet*.

Vårt mål är att vända den negativa trenden; färsk forskning visar att många unga i Sverige läser sällan och har svårt att förstå lite svårare texter. Att läsa av lust – och utan krav – ger unga ett rikare språk, en större förståelse för världen – och en bättre chans att förstå olika typer av texter. Tillsammans kan vi väcka läslusten hos unga!

Tema: Lästräning

“Läsning är för hjärnan vad motion är för kroppen.”

Så sa den engelske författaren Joseph Addison (1672-1719). Den som vill bli bättre på något vet att det enda sättet är att öva, öva, öva. Det är samma sak för idrott som för läsning. Den som läser ofta och mycket förstår snart mer, läser snabbare och får ut mer av att läsa böcker. Att läsa ger dig en starkare hjärna och ett större hjärta. Men för att nå dit behöver du ta i med alla dina krafter. Testa själv, och se hur du gör framsteg!

Börja här!

Vad kan jag göra?

Du som är idrottsledare/tränare eller bibliotekarie kan engagera dig i Paus genom att:

- Kolla in Paus-webben för att få inspiration och kunskap. Vi kommer kontinuerligt att uppdatera webbplatsen med nytt och inspirerande material. Håll utkik – eller prenumerera på vårt nyhetsbrev! [Jag vill prenumerera \(utan kostnad\)](#)
- Kontakta biblioteket eller idrottsföreningen där du bor, och börja lära känna varandra (för att senare kunna jobba tillsammans)
- Starta en bokcirkel i din idrottsförening, eller uppmuntra en bibliotekarie att komma på besök för att inspirera till läsning. [Jag vill ha fler tips](#)



Webbtexter för Svenska Mässan – Mässor och möten
www.massor.svenskamassan.se

**Vi skapar möten som ger lönsamma affärer.
Vill du också bli utställare?**

Våra utställare återkommer år efter år. Det är lätt att förstå varför. Som utställare på våra mässor gör du lönsamma affärer och hittar nya kunder.

Här har du världens möjlighet att:

- Göra många och lukrativa affärsavslut direkt på plats
- Ta marknadsandelar från dina konkurrenter
- Bygga upp en stark kunddatabas genom personliga möten
- Skapa ett nytt nätverk – och underhålla dina affärsrelationer

Av alla tänkbara mediekkanaler är mässan den mest personliga. Här möter du gamla såväl som nya kunder ansikte mot ansikte. Det blir ett möte på riktigt. Som utställare hos oss möter du människor som du annars inte hade träffat, och dessa möten leder ofta till att du får göra affärer som annars inte hade uppstått. Sådana möten och affärer kan bara en mässa skapa. Som utställare får du alltid:

- Gott om tid att samtala, ställa frågor och ge svar till dina kunder
- Ett omvänt säljbesök - kunden kommer till dig!
- Möjlighet att visa och förklara fördelarna med din produkt/tjänst
- Chansen att göra personliga och nya affärer

Gör som tusentals lönsamma företag redan gör: bli utställare på någon av våra mässor och mötesplatser. Det är lönsamt och enkelt.

Fyll i kontaktformuläret så kontakter vi dig direkt och berättar mer om hur det funkar steg för steg – före, under och efter mässan.



Presentationstext för Grey Deco

**Vill du höja värdet på ditt hem?
Låt oss göra stylingen.**

Styling säljer. Så när du bestämt dig för att sälja ditt hem är det klokt att också bestämma vem du låter homestylera det inför fotografering, visning och försäljning. Vi på Grey Deco har passionen, känslan och möblerna som höjer värdet och ger ditt hem ett bländande första intryck.

Att styla ett hem inför försäljning tycker vi är det roligaste jobbet i världen. Därför ger vi alltid 110 procent och utför jobbet med stor omsorg och noggrannhet. Vi använder oss alltid av kvalitetsmöbler från attraktiva varumärken samt utvalda second-hand-fynd. När du anlitar oss får du en personlig och gedigen homestyling som gör dig helnöjd och som säljer ditt hem på bästa tänkbara sätt.

Vi som driver Grey Deco har lång erfarenhet av inredning och homestyling. När vi stylar ditt hem ser vi till att rätt känsla löper genom alla rum. Vi ser till att allt går ton i ton, både i stil och färg. Vi ser till att höja värdet på bostaden. Så låt oss göra jobbet. Vi ses hemma hos dig!

Jobbannons för Ung Cancer

Är det här en jobbannons för dig? Tänker dig läsa den för att ta reda på det? Och om det är det, skulle det passa dig att börja jobba hos oss den 1 september? På heltid? Är du förresten utbildad journalist eller copywriter? Eller är du bara en jävel på att skriva, och vill använda dina ord för att förbättra livet för unga vuxna som har drabbats av cancer? Gillar att skapa säljande texter, pressmeddelanden, projektplaner och fondansökningar? Är du road av att hela tiden ställa frågor? Känns den här tjänsten som klipp och skuren för dig? Fixar du att skriva blogginlägg, tweets och statusuppdateringar också? Är du noga med detaljerna (som att det nyss stod "klipp" när det skulle ha stått "klippt")? Kan du uppskatta nyanserna? Så bra. Kan dina ord väcka känslor, skapa debatt och engagera andra? Vill du vara med och förändra? Så bra. Och vill du i så fall också skicka ett mejl där du berättar om dig själv till jobb@ungcancer.se? Senast den 1 juni? Så bra. För då var det här en jobbannons för dig.



Hemsidetexter för Nimoverken (www.duharfel.se)

DU HAR FEL. HÄR ÄR SANNINGEN OM TORKSKÅP.

Ordet "lagom" finns bara i svenskan.
Morötter ger bättre mörkerseende.
Och guldfiskar har ett uselt närminne.

Det är lätt att tro på allt det där, att ta en myt för sanning.
Det verkar ju rimligt, men är falskt. Likadant är det med torkskåp.
Myten säger att de är energislukande, långsamma, dyra och tar en massa plats. Men det är inte sant.

Rätt använt är torkskåpet en miljövänlig vitvara som är skonsam mot både kläderna och plånboken. Så ligger det till. Att kunna erkänna att man haft fel är stort. Att kunna ändra sig är ännu större. Att ta steget och köpa ett torkskåp är större än störst. Den här tidningen avslöjar sanningen om torkskåp. Är du beredd att tänka om? Låt oss i så fall börja med att fråga ...

VARFÖR TORKSKÅP?

Folk har många föreställningar om torkskåpet som faktiskt är falska. De har fått allt om bakfoten. Sanningen får vi fram när vi frågar torkskåpet direkt. Och sanningen är att:

Jag är tyst.

Med ett torkskåp slipper du störande dunkdunkdunk-ljud från en torktumlare halva natten. Du får en lugnare hemmiljö, och du får sova bättre och längre.

Jag är snabb.

Med ett torkskåp får du tid över till annat. Du behöver bara hänga in tvätten, sätta på värmen en timme eller två – eller skippa värmen och ställa dörren på glänt över natten – så blir det torrt.

Jag är smart.

Med ett torkskåp sparar du pengar och energi. Om du använder ett modernt torkskåp i en timme varje dag blir årskostnaden ungefär 330 kronor (cirka 200 torkningar per år). Det kallar vi energiekononiskt.



Kampanjtext för Volvo Cars (lansering av XC90)

MIN HYLLNING TILL GÖTEBORG

Från köksfönstret ser jag ut över hela staden. Varje morgon står jag här, väntar på att kaffet ska bli klart, så att jag med händerna om två koppar får tassa tillbaka till sängen, krypa ner bredvid min fru. Jag står vid fönstret och tittar ut. Jag ser bilarna susa förbi, jag ser pendeltågen anlända som gula streck. Jag ser Skansen Lejonet, Skansen Kronan, och vidare hela vägen ut till Älvsborgsbron, Kattegatt, Nordsjön, Atlanten. Jag ser kranarna, fabrikena, tinnarna, tornen. Jag tänker: Den här staden har ett ruffigt yttre, har valkar i händerna. Innanför det yttre: ett hjärta som bultar tungt, som pumpar mod och nyskapande ut i varje kvarter. Mitt Göteborg har det som många andra städer saknar. Jag släpper staden med blicken, men den släpper aldrig taget om mig. Jag tassar tillbaka till sängen. #madebygöteborg

Text till kampanjen Hur gör man? (www.hurgorman.nu)

Jag är en man med tummen mitt i handen. Jag är en sådan man som inte kan backa med släp. Jag kan inte hantera en slagborr, inte snickra en altan och inte byta olja på bilen. Jag får googla för att säkert veta skillnaden mellan en stjärnskruvmejsel och en insektsnyckel (för att inse att det faktiskt heter insexnyckel, och bli en aning road av det). Det är så mycket man ska kunna för att vara man, och det är så mycket av det där som jag inte kan. Jag är en ohändig man.

Detta till trots har jag knixat mig fram i livet, lyckats ducka, smita undan eller bara stå där med händerna i fickorna, valhänt, fumlig, passiv. Det vore att ljuga att säga att det där inte rör mig i ryggen, för det gör det. Jag önskar verkligen jag kunde slå i en spik, sätta upp regler och förstå vad som är trefas och vad som är tvåtaktare, det gör jag verkligen. Och en tanke gäcker mig: Är jag mindre man för att jag inte kan allt det där? Och jag vet redan svaret:

I helvete heller att jag är! Jag må vara ohändig, men kom alltid ihåg att en händig man är lika mycket man som en ohändig man (och vice versa). Det är och förblir en sanning. Och därom är det slutdiskuterat. En ohändig man – en sådan man är jag. En sådan man jag är!



Webbtext för Hansen – medarbetarporträtt

Conny Lingmerth, Commercial Director
“En bra ledare är modig och empatisk”

Han föddes i småländska Eksjö, och växte upp i en familj som driver både resebyrå och bussbolag. Ändå var det på vippen att Conny Lingmerth blev officer. Men den militära karriären tog slut innan den ens hade börjat. Istället valde han resebranschen – ett smart val med facit i hand.

– Fast det är klart, säger Conny, att i vissa projekt kommer de militära takterna väl till pass. Jag står fortfarande för ordning och reda. Men för det mesta varken vill eller behöver jag peka med hela handen. Mitt ledarskap handlar om att ta ansvar – och föra en dialog.

Sedan 1998 arbetar Conny som kommersiell chef på Hansen. Sedan dag ett har han varit de stora kundernas man, med ansvar för avtalskunder inom såväl bilindustrin som läkemedelsindustrin, och involverad i alla våra mega-event. I över tio år nu har Conny jobbat med Volvo Ocean Race. Och för såväl kunder som medarbetare är han som en ledare, som ser till att varje projekt blir genomfört och lyckat.

– I ett möte nyligen sa en av våra större kunder: “Conny, honom kan man alltid lita på.” Det gjorde mig enormt glad. För mig är förtroende ingenting vi bara får; det förtjänar vi. Sedan gäller det att vi alltid levererar det vi lovar. När det finns ett väl fungerande samarbete med kunden, då kan vi uppnå otroliga saker tillsammans. Längs den resan finns jag med och peppar, coachar – och säkerställer att allting håller en hög nivå. Jag tillför trygghet och inspiration, genom att alltid påminna om målet – och hur vi tillsammans kommer att fira segern efteråt.



Webbtext för Hansen – medarbetarporträtt

Caroline Algotsson, Project Coordinator
"Jag har koll – så att kunden slipper ha det"

Har du tänkt på hur allting på en konferens, resa eller event ofta "bara funkar"? Det är ordning och struktur utan att du som är där behöver tänka på det. Det är sällan en slump. Snarare är det resultatet av hårt arbete, där en koordinator som Caroline har koll på varenda detalj.

– Mitt jobb handlar om struktur och fullständig kontroll. Jag finns med bakom kulisserna, som en backup för projektledaren och som en trygghet för uppdragsgivaren. Till mitt jobb hör att registrera, boka, avboka, göra listor, uppdatera dem, planera logistikflöden och se till att folk hittar rätt och trivs på plats.

Caroline har varit en del i Hansen-teamet sedan 2011, med uppdragsgivare som Specsavers, Oriflame och Volvo Ocean Race – ett projekt som sträcker sig över fem världsdelar och pågår i många månader. Med dubbla koordinatorroller hade Caroline fullt upp.

– Tempot är ofta högt, visst, men för mig är det här mer en livsstil än ett yrke faktiskt. Att få bidra till att skapa upplevelser för andra människor är min drivkraft. För att hålla koll tar jag hjälp av mina kollegor, och använder excel-ark, flaggor i mejlprogrammet, post-its och CRM-system. Fast allt det där behöver kunden aldrig bry sig om. För dem ska allt bara funka. Det är mitt jobb, och det är jag mycket glad för.



Webbtext för ABAKO – presentationstext

ABAKO är ett arkitektkontor i Göteborg med arkitekter, inredningsarkitekter, ingenjörer och visualiserare. Sedan starten 1973 äger och driver vi vårt företag tillsammans. Då var vi fyra, nu är vi 40. Och vi siktar mot att bli ännu fler. Är du intresserad av att inleda ett samarbete med oss? Har du en fråga? Eller vill du jobba hos oss? Hör av dig till någon av våra kontaktpersoner eller ring 031-85 67 00.

Webbtext för David Stiernholm – presentationstext

Hej. Jag heter David Stiernholm och är struktör. Varje dag hjälper jag människor och företag att bli mer effektiva genom att skapa bättre ordning och struktur. Jag erbjuder föreläsningar, kurser och personliga sessioner. Läs mer om mina tjänster.

Trist? Nä, smart.

Kanske tycker du att struktur låter väldigt tråkigt. Jag tycker att struktur är befriande och lustfyllt. Låt mig förklara: För tolv år sedan jobbade jag som projektledare för ett stort handelsföretag. Jag hade en fullspäckad kalender, men ingen koll. Mitt skrivbord var belamrat, mitt huvud var fullt och jag löste alla mina projekt på uppstuds. Den där totala bristen på struktur fick mig att må dåligt och känna mig stressad – till och med på helgerna. Jag behövde förändring, och började se mig om efter en lösning.

Den lösningen heter struktur. Idag har jag verktyg, tankesätt, metoder och rutiner som gör mig effektivare, flexiblare och – faktiskt – lyckligare! Inom Stiernholm Consulting hjälper jag dig och dina arbetskamrater att upptäcka struktursmarta sätt att jobba.

Sedan starten 2004 har många organisationer, företag, universitet och högskolor valt att anlita Stiernholm Consulting (läs här vad de tycker). Mina uppdragsgivare är allt från väletablerade storföretag till entreprenörsföretag i uppstartsfas. Och de finns i nästan alla branscher – över hela landet. Det som förenar dem är ett fullspäckat arbetsschema, och en vilja att förändra sina rutiner.



Webbtext för David Stiernholm

Vill du få mer gjort på kortare tid?

Då har du hamnat rätt. David Stiernholm är Sveriges ende struktör, och lär varje år tusentals människor på företag, myndigheter, kommuner, organisationer och universitet hur de ska göra för att bli mer strukturerade och nå personlig effektivitet.

Broschyrtext för Karlsborgs kommun

Det här är Lisa. Året är 2012 och hon har precis fyllt 11 år. Hon är ett av ungefär 1 200 barn som bor i Karlsborg. Det är för henne – och för alla andra unga i kommunen – som vi har tagit fram Vision 2020. Det är ett dokument som berättar hur vi tillsammans ska utveckla Karlsborg in i framtiden – allt för att ge Lisa och hennes kompisar en så bra start i livet som möjligt. För trots att vi har en kommun med många fördelar finns det mycket här som kan bli bättre.

Mycket är bra i Karlsborgs kommun. Som möjligheten att hitta ett härligt boende till exempel. Lisas familj är en av många som bor med utsikt över vackra Vättern. Precis i närheten ligger campingplatser, golfbanor och historiska miljöer. Familjen har nära till naturen med sjöar och vattendrag. Och här finns många föreningar att vara engagerad i, många arbetsgivare att jobba för – och goda förutsättningar att driva eget företag.



Pressmeddelande för Scandinav Bildbyrå

Hej! Vi har någonting att berätta.

Idag, tisdagen den 18 februari, byter vi namn. Bildarkivet.se blir Scandinav Bildbyrå. Mycket kommer att vara samma som tidigare, men med det nya namnet kommer också en del förändringar. Vi fortsätter att vara personliga och engagerade i allt vi gör. Vi fortsätter att erbjuda förstklassiga genrebilder med skandinaviska motiv. Och vi fortsätter att leverera bilder med skyhög kvalitet och fördelaktiga priser.

Som Scandinav Bildbyrå kommer vi att bredda vår marknad, ytterligare höja vår nivå samt förstärka vårt team. Vi har redan ökat vår personalstyrka för att ge dig bästa tänkbara service. Vi tänker jobba hårdare för att ge dig bilder som verkligen berör. Och under 2014 kommer vi att lansera Scandinav Selected – en inspirerande bildkollektion med både nya lovande och etablerade fotografer (som älskar fotografi lika mycket som vi gör). Håll utkik!

I samband med att vi blir Scandinav Bildbyrå lanserar vi den nya webbplatsen bildbyrå.scandinav.se. Dessutom medverkar vi på branschdagen Årets Byrå på Stockholm Waterfront den 18 februari. Kom gärna och besök vår monter innan prisutdelningen börjar.

Vill du komma i kontakt med oss?

Mejla eller ring vår vd Josef Rönnquist.

Du når honom på 0736-991175 eller josef@scandinav.se



Gästkrönika i CAP & Design

Fy fan för att vara jag!

Jag är arg, förbannad. Du kommer snart att förstå varför.
Jag är en text på webben.

Att vara en text på webben, det är jag inte direkt ensam om; det finns nu snudd på 2 miljarder (!) hemsidor out there, och det är ingen vild gissning att ungefär 100 procent av alla dessa innehåller åtminstone några rader text. Men jag är, som jag sa, både arg och förbannad.

Jag råkar nämligen vara en välskriven text. En genomtänkt och genomarbetad text. Det är inte jag som påstår det, nä egenskryt är inte min starka sida. Det är hen som har skrivit mig, och andra som har läst mig, som säger att jag är intressant och har någonting att komma med. Att jag är värd att läsa. Det ligger många timmar bakom mig. Timmar av tankar, jobbjobbjobb och göra-om har gjort mig till den jag är idag: en välskriven text på webben, värd att läsa.

Det som gör mig förbannad är vad webben gör med mig. Webben är fyrkantigt mallad, och den mallen är skapad av tekniska utvecklare som tycker att det är viktigare att jag ser schysst ut på alla plattformar än att jag är lätt för ögon att läsa. Jag är plötsligt sedd som ett objekt, som ett element som bara ska finnas där. För "ingen läser



ju ändå vad det står”. Så de fläker ut mig över långa rader, sätter mig i punktstorlekar som kräver att läsaren är Sherlock Holmes – och de struntar fullständigt i det där med att dela mig i stycken, förse mig med mellanrubriker eller emellanåt servera det jag har att säga i form av en punktlista.

Allt det här gör mig arg och förbannad. Jag förtjänar ett bättre öde. Jag är skriven för att bli läst, och jag är banne mig värd att läsa. Det är helt enkelt inte värdigt. Kolla bara på bilder och filmer och illustrationer: de får visa upp sig i fullskärm, de gör sig utmärkt väl på webben. Men vi texter, vi ska inte vara i fullskärm, ska inte börja i den vänstra delen av skärmen för att löpa på löpa på löpa på till den högra kanten, och sedan begära att läsarens ögon ska ta sig heeela vägen tillbaka till där nästa rad börjar för att åter starta en intervallsprint. Nä, vi behöver webbformgivare som står upp för oss. Vi behöver webbutvecklare som förstår oss. Då får vi läsare som läser oss. För en text som jag SKA kunna gå att läsa som ett rinnande vatten. Jag är skriven för att läsas, utan minsta motstånd eller besvär – på webben såsom på papper. Amen.



Broschyrtexter för samtalsterapeut Lisbeth Olofsson (Samtal.info)

Livet blir inte alltid som man vill eller har tänkt sig. Problemen hopar sig, konflikter uppstår, självkänslan sviktar, kärleken sviker eller någon i din närhet går bort. Insidan tar stryk. Det finns många anledningar att gå i samtalsterapi. Vilken är din?

Se klart – förstå dig själv

Vi kan inte styra allt som händer, men hur du reagerar och agerar kan du göra någonting åt. Genom att prata om det som hänt – och händer – kan du se situationen klarare. I samtalsterapi lär du känna dig själv, och blir medveten om varför du känner som du gör. Du får också lära dig att hantera dina känslor och din situation.

En inre förändring

Att gå i samtalsterapi är varken konstigt eller ovanligt. Det är inte konstigare än att gå till gymmet eller fråga din bankman om ekonomiska råd. Skillnaden är att samtalsterapi handlar om en inre utveckling och förändring. Du förtjänar ju att må bra på alla plan i livet. I terapisaftalen bygger du upp din självkänsla, lär dig att förstå dina känslor – eller samlar mod att fatta livsavgörande beslut.



Ur boken Shift Happens (Uppdragsgivare: Företagarna)

Börja här:

Nära 100 000 företagare står inför en stor förändring. Kanske är du en av dem som de närmaste åren kommer att sälja ditt företag. Den här boken är för dig.

Hela tanken med boken är att underlätta ditt ägarskifte. Det är bra för dig, bra för företaget och bra för tillväxten i Sveriges landsbygdskommuner. I det mångåriga arbetet med boken har vi gjort studier och intervjuer med företag som har genomgått eller tänker genomgå ägarskifte. Shift Happens är en vägledande handbok som sammanfattar processen att gå från tanke till handling, från nuet till genomförandet. I fem lättlästa kapitel får du råd om förberedelser, regler och hur du undviker fallgropar.

Vi som skrivit boken är själva företagare som har genomgått en ägarskiftesprocess. Vår förhoppning är att våra samlade erfarenheter och arbetet med denna bok ska hjälpa dig till ett smidigare ägarskifte.

Börja nu:

“Framtiden är vår skjorta, medan nuet är vår hud.”
Eugène Ionesco, dramatiker (1909-1994)

Var står du idag? Det är den första frågan som du behöver svara på inför ett ägarskifte. När du vet det är det lättare att bestämma vart du ska gå.

Idag lever vi i en värld med ett högt uppskruvat tempo och ökad konkurrens. Förr bekymrade vi oss för de lokala konkurrenterna; idag är det de globala konkurrenterna som bekymrar oss. Och vad väntar i morgon?

En föränderlig värld ställer stora krav på dig som företagare. Att kunna mycket om det mesta hade varit det bästa, men vi får vara nöjda om vi kan lite om det mesta. Att vara intresserad av omvärlden och nuet är en framgångsfaktor.



Webbtexter för Caliptus – intro- och presentationstext

Vår styrka är att vi är annorlunda.

Vem vill vara som alla andra? Det vill inte vi. Vid en första anblick kan vi säkert likna "vilken kreativ byrå som helst", men titta närmare. Visst, vi älskar också att skapa, planera och genomföra marknadsföringsaktiviteter i butik. Men det finns mer:

Det som särskiljer oss är vår djupa kunskap om hur du kreativt marknadsför snabbrikliga konsumentprodukter. Den kunskapen kombinerar vi med möjligheten att varje dag genomföra över 1200 butiksaktiviteter – med 100-procentig täckning i Sverige, Danmark, Norge och Finland. Vi har svaren på frågor som:

- Hur ska vi öka varumärkeskännedomen hos våra kunder?
- Var kan vi interagera med våra kunder?
- Vilka misstag bör vi undvika för att öka vår lönsamhet och vårt förtroende?

Det här sammantaget gör oss till ett annorlunda val. Och ett bättre val. Det bevisar vi varje vecka i butiker, stadskärnor, stränder och andra platser där din målgrupp befinner sig. Så välj oss nästa gång. Vi lovar att göra skillnad för dig.

Vi är unga, nytänkande – och nordiska

För att förstå vilka vi är behöver du göra en tidsresa till 2003 – året då Caliptus startade. Då gjorde Nokia de coolaste telefonerna, och Barry White sjöng fortfarande för oss. Ingen trodde att en finanskrisen stundade. Ingen visste då att vårt lilla kontor utanför Stockholm skulle komma att bli en av Nordens största aktörer inom butiks- marknadsföring. Våra två grundare samsades på 20 kvadratmeter. Men vårt löfte var desto större: att i allt vi gör alltid leverera högsta kvalitet. Och trots att vi var en ung uppstickare kom våra kunder omedelbart uppskatta vår kunskap och kreativitet. Våra kunder blev fler, och inom loppet av ett par år kunde vi fyrdubbla vårt kontor.

Under de tio år som gått har vi fortsatt att växa. Men vårt löfte är detsamma. Den stora skillnaden: nu sträcker sig vår marknad över hela Norden.



Intervju med Filip Nilsson (ur det analoga månadsbrevet Please copy me #9/2013)

”Jag längtar efter att vara nybörjare”

Det är försommar i Göteborg när vi möts för att äta frukost på det lilla hotellet vid Grönsakstorget. Strålarna värmer den kyliga luften. Filip Nilsson har tagit cykeln från Sankt Sigfrids plan; för honom innebär den här dagen början på ett långt sommarlov. Vi slår oss ner i soffan vid fönstret. Lågmält och ödmjukt berättar han om sin passion och Paris och när reklam blir populärkultur.

För ett år sedan nu blev det officiellt: Filip slutar som kreativ chef på Forsman & Bodenfors. Beslutet förvånade många i branschen. I nära 25 år (han har anställningsnummer 6) har han varit med om att göra den lilla uppstickaren till en av de bästa reklambyråer – inte bara i Sverige, utan i världen. Men nu väntar Paris.

Har du tröttnat?

– Nej. Tröttna är ett starkt ord, det betyder att du tycker att det är tråkigt, och så känner jag inte. Men en känsla har smugit sig på att jag nog måste ändra på någonting innan det riskerar att bli tråkigt. Efter så många år på samma byrå upplevde jag – det är rätt naturligt – att saker och ting upprepade sig. Jag hamnade i ett läge där jag kunde välja att antingen köra på – eller att göra någonting annat.

Och du valde att göra någonting annat. Varför?

– För att jag inte vill tröttna. Och för att det vore kul att prova något annat. Och för att jag känner en enorm stark längtan efter att vara i början av någonting, att vara nybörjare. Jag skulle vilja borra djupare i det här med film, till exempel. Under en långhelg i Paris tillsammans med min tjej Cornelia föll mycket på plats. Vi bestämde vi oss där och då: ”Vi flyttar hit, tillsammans med barnen”. Och i augusti flyttar vi.

Det låter ju underbart. Så nu hoppar du av branschen?

– Det var tanken. Jag skulle kombinera livet i Paris med att jobba med film, tänkte jag. Numera är film det som ligger mig varmast om hjärtat; jag känner samma starka lust till det som jag tidigt i min karriär kände till reklam. Under alla mina år på byrån har jag jobbat rätt mycket med reklamfilm, men jag har ändå massor kvar att lära.



Så jag gjorde konkreta planer på ett samarbete med en kompis som är regissör härhemma. Men nu blir det inte så. Egentligen säger det sig självt: det är en rätt dålig idé att vara nyinflyttad i Paris, kanske jobba där några dagar i veckan, och samtidigt sitta i en massa telefonmöten eller på ett flygplan till och från Sverige hela tiden. Jag skulle inte vara närvarande någonstans. Jag tänkte: vänta lite nu, det är ju Paris som är grejen, att leva där ihop, vara i nuet – och kanske till och med kunna ta det lite lugnare. Då blev valet enkelt.

Filmgrejen får vänta?

– Ja, jag fick tänka om, och bestämde mig för att istället hitta ett jobb i Paris. Redan tidigt, när det blev känt att jag hade sagt upp mig, hade folk börjat höra av sig med erbjudanden om jobb och uppdrag. Jag blev nog lite frihetsberusad då; plötsligt var det okej att träffa vem som helst och prata projekt, utan att vara illojal. När vi var i Paris passade jag på att träffa en man som hade grundat en av stadens största reklambyråer – jag tror de är mellan 400 och 500 som jobbar där. Det är en duktig byrå som jag har stor respekt för. Det var väl egentligen ett rätt förutsättningslöst möte. Vi hade avsatt en halvtimme, men vips hade det gått tre timmar. Vi hade mycket gemensamt visade det sig; han är i min ålder ungefär, och har en bakgrund och en roll som påminner om den jag har haft. Det uppstod en lust, både hos honom och hos mig, och plötsligt fanns det en plan. I september börjar jag där som kreativ chef, fast mitt i produktionen, på golvet – det är viktigt för mig. Och istället för att, som jag hade tänkt, ta ett steg tillbaka blir det nu en period till med hårt arbete för med att göra riktigt bra reklam. På franska.

Oui, et que pensez vous de votre français?

– En fait, je ne sais pas vraiment, car je n'ai pas utilisé le français quotidiennement depuis longtemps, même si j'ai en effet vécu en France il y a deux ans. J'ai aussi des nombreux amis français et j'ai Cornelia, qui est professeur de français, donc, je pense m'améliorer rapidement. Et je sais que je peux arriver à bien parler le français en peu de temps!

Tur det. Vad tycker du om fransk reklam?

– Det finns en niddbild av fransk reklam, som nog är rätt sann, att "det finns inget problem som inte går att lösa med en snygg tjej och en dyr fotograf". Den franska reklamen är ofta mer dekorativ och visuell än idébaserad, men jag upplever att reklambranschen i Frankrike på ett uppfriskande sätt lever i symbios med andra delar



av kulturlivet. Och även om snittet av fransk reklam är rätt "cheesy" ska vi inte glömma bort att den bästa franska reklamen är av yttersta världsklass. Se bara på björnfilmerna för Canal +, som är världens just nu mest belönade reklamfilm. Och i vilket land man än kommer till är 95 procent av all reklam skit. Det handlar om att göra reklam som tillhör de andra fem procenten.

Har du en tidsplan för det här nya steget?

– På sätt och vis. Vi har sagt att vi ska ge Paris ett år. Om vi trivs stannar vi längre, om det inte känns bra flyttar vi hem tidigare. Under det första året kommer jag att försöka jobba fyra dagar i veckan.

Beskriv känslan att, efter 25 år på Forsman & Bodenfors – det du kallat "det enda jobb jag någonsin haft" – snart vara ny på jobbet.

– Jag går in i det här med öppna ögon, och det känns härligt att få börja med ett vitt papper. Det är lite som att komma till en ny skola; här kan jag forma min roll mer, och kanske välja att bli någon annan. Jag ser stora möjligheter nu att vara mer lustdriven, och mindre ansvarsfull. Jag ska göra mitt bästa för att tillföra något och lyfta andra, men ingen förväntar sig att jag ska ta ansvaret för helheten. Den är den stora förändringen: jag behöver inte vara så klok – och det är en lättnad. Jag har under så lång tid känt ett enormt stort ansvar för Forsman & Bodenfors, det har varit fantastiskt roligt, så jag beklagar mig inte en sekund, men det är en jökla skön omväxling nu.

Men känner du inte pressen på dig att prestera?

– Jag ser det inte som en press. Istället är det en drivkraft för mig att leva upp till de höga förväntningar som jag vet att mina nya kollegor har på mig. Det vore ju inte kul att bli en besvikelse.

Under dina år på F&B har du vunnit priser i guld och titan, och blivit utsedd till en av världens mesta kreativa personer. Vad har du kvar att uppnå?

– Att uppnå mer i reklambranschens ögon, det känner jag faktiskt ärligt inte alls att jag behöver. Däremot behöver jag – för att jag ska tycka att det är roligt – finnas i ett sammanhang där man strävar efter att göra reklam som är bra på riktigt. Att göra reklam bara för att göra reklam är för mig själva innebilden av helvetet; det är totalt meningslöst. Också att göra okej reklam är nästan meningslöst. Men att göra jävligt bra reklam, det är sjukt svårt. Och just därför är det så lustfyllt. Det är som en drog. Och om jag nu ska jobba vidare med reklam ett tag till, då måste jag försöka göra det jäkligt bra.



– Jag tycker det är roligt att göra reklam som tar plats och blir populärkultur. Det har alltid drivit mig, detta att göra någonting bra – och sedan få visa det för miljoner människor. När jag började i branschen var det sidan 3 i DN som var grejen, nu är det kanske en reklamfilm på tv:n en fredagskväll. Och jag har verkligen varit bortskämd med att få vara med och sätta agendan. Nu senast med Karim, mannen i Comviq-kiosken, som har blivit omtyckt och om-snackad på ett sätt vi inte hade kunnat räkna med. Det ger mig en stor kick. Tänk att få vara med och skapa något som sätter agendan i Frankrike, att kunna gå runt i Paris och vara stolt över reklam som vi har gjort på byrån. Det vore väldigt spännande, när jag tänker på det nu.



Intervju med Palle Stenberg, vd för Nudie Jeans för projektet Hej kreatör! – ett samarbete mellan Mattias Åkerberg och Pär Ljung (augusti 2014)

Palle Stenberg: "Jeans kan göra världen rättvisare"

Du får i uppdrag att skriva om modebranschen i Göteborg. Du mejlar till Palle Stenberg, vd på Nudie Jeans, och han svarar "Kom förbi på en kaffe, vi sitter på andra våningen i Antikhallarna". Du går dit, uppför marmortrappan.

Du gör din hemläxa innan du går dit, tar reda på ett och annat om modebranschen i Göteborg. Du får veta att historien om KAPPAHL – som idag har nära 400 butiker och 5 000 anställda – började i källarlokal i Kallebäck, och att många modevarumärken sedan dess har följt deras exempel med Göteborg som hem. Du väljer ut några värda att nämna: Twist & Tango, Velour, Elvine, Jumperfabriken, Dr Denim, Tenson, Atlas Design – och Nudie Jeans.

Du inser att närheten till Textilhögskolan och textilindustrin i Borås, och skolor som Tillskärarakademin och HDK har bidragit till att göra Göteborg till en betydande modestad. Här finns också Röhsska, landets enda modemuseum. Och modemässan Fresh Fish, som varje år visar upp och belönar lovande modeformgivare. Våren 2014 valde Svenska Moderådet för första gången att komma till Göteborg för att presentera säsongens viktigaste tendenser – och för att göra nya trendspaningar. Du läser att Nudie Jeans nyligen fick ta emot branschorganisationen HABITs Hederspris, för att de "med omistlig känsla för design har fört företaget till den absoluta jeanstoppen."

Upprörd på tåget hem

Du stiger in på Palles kontor. Det är som att stiga in i en annan tid. En bred marmortrappa med läderlindade ledstänger leder dit, och härinne: låga skinnfåtöljer och mörka träpaneler. På väggarna hänger jeansplagg. Du undrar inte så mycket om det där priset egentligen. Du är mer nyfiken på tänket bakom varumärket – och det som hände efter den där modegalan i Stockholm i november 2013.

Du frågar, och Palle svarar:

– Efter prisutdelningen gick vi ut och festade hela natten, och förmiddagen efter tog vi tåget hem mot Göteborg. Jag såg fram emot att sova en stund. Jag skulle bara kolla nyheterna snabbt först, och fick då läsa svarta rubriker om hur representanter för kommunala



bolag hade kvittofuskat i samband med fastighetsmässan i Cannes. Jag blev så jävla upprörd. I mitt tacktal hade jag berättat om vår kärlek till Göteborg, hur bra vi trivs med att ha huvudkontoret här och vad staden betyder för varumärket Nudie – och så får jag nästa dag läsa det här! Jag tänkte: antingen så håller jag käften, det hade nog varit det smartaste, eller så skriver jag ett brev till Anneli Hulthén (kommunstyrelsens ordförande). Jag har aldrig varit speciellt bra på att skriva, jag stavar som en kratta, men de där raderna ... de bara rann igenom mig. Jag läste inte igenom det knappt, bara skickade det, och lade mig ner för att sova.

Jag vänder mig till dig. Chefen, vd:n, kaptenen, generalen, högsta hönset, ja du som styr skutan Göteborg. Om uppgifterna stämmer i dagens UG så får det vara nog nu. Jag orkar helt enkelt inte se detta förfall, fullkomlig brist på känsla vad som är rätt och fel, vad som är mitt och ditt. [...] Nu måste du en gång för alla lösa upp den knut av obehaglig kultur som håller på att bryta ner allt framtida hopp eller så får du lämna över kontrollen av skeppet Göteborg till någon annan. Lycka till för du är just nu vårt sista hopp precis som Bruce Willis var i filmen Armageddon.

Du hinner undra var det där kommer ifrån för Palle, den där viljan att agera och säga sin brutalärliga åsikt. Han berättar att båda hans föräldrar är domare – ”morsan på tingsrätten, och farsan på kamrarrätten, innan han gick i pension”. De har lärt honom att säga vad han tycker, menar han. Och de har fått honom att stå upp för rättvisa.

– Tio minuter senare ringde min telefon. ”Ja, hej det är Anneli Hulthén”. Jag hann tänka: ”Vad har jag nu gjort?” Jag sa: ”Jag sitter på tåget. Kan jag ringa dig lite senare?” Det var bara för att köpa mig tid ... jag blev rätt stressad. Jag mejlade henne: ”Kanske kan vi ta en fika och snacka?” ”Jag återkommer med en tid som passar”, svarade hon.

Näst mest lästa

När du skickar ett mejl till en kommunalvald politiker blir det med ens en offentlig handling, öppen för alla att ta del av. Det hade Palle inte en tanke på. Snart fick Göteborgs-Posten nys om brevet. Nytt telefonsamtal: ”Vad har du att säga om ditt brev till Anneli Hulthén? Och får vi publicera det?” Palle hade inget mer att säga, men stod till 100 procent för det han hade skrivit. Han gav sitt okej att publicera det (även om det inte hade varit hans tanke från början).



– Herregud ... det som hände sedan. Jag fick så mycket mejl och sms. Jag har sparat varenda ett. De ringde från radion och från Debatt, men jag tackade nej, jag hade sagt allt jag ville säga om saken. Jag lät stormen klinga av. Runt nyår mejlade en kompis mig: "Ditt brev till Hulthén var den näst mest lästa texten på GP under hela 2013". Det är helt otroligt. Och då skrev jag brevet i november!

Vill vara oberoende

I den skinnfåtöljen där du sitter nu, där satt Annelie Hulthén en tidig onsdagsmorgon några veckor senare. Palle bjöd på kaffe och ostfralla. De två satt i flera timmar och hade "en fantastiskt trevligt samtal". Exakt vad de sa, det vill Palle låta bli att kommentera. "Det var ett samtal mellan henne och mig – och ingen annan." Så talar en rättskaffens man.

– Om jag drömmer om att bli politiker? Nej. Jag tror att man blir som man umgås, och jag vill inte bli som dem. Jag brinner för en rättvis värld, eller åtminstone en rättvisare. Om vi hjälps åt och gör det som är rätt, då är jag övertygad om att vi kan minska klyftorna. Men en sådan fråga behöver du inte vara politiker för att driva. Mitt engagemang finns här, och jag gillar att vi på Nudie är just oberoende. Vi har valt att inte ta in några investerare. Alla beslut vi fattar här är för varumärkets bästa på lång sikt.

Allt på jeans

Nudie Jeans har funnits sedan 2001. Maria Erixon Levin och Joakim Levin startade upp, och snart anslöt Palle Stenberg. Alla tre hade då hunnit skaffa sig gedigen erfarenhet inom jeansbranschen. Maria var chefsdesigner på Lee, Joakim drev en second hand-butik, och Palle kom närmaste från Levi's huvudkontor i Helsingborg.

– Jag har jobbat med jeans sedan jag var 16. Jag är från Alingsås, och där bodde Maria och Joakim också. Maria hade en JC-butik, och efter två veckors praktik där blev jag kvar. Vi hade redan då en plan om att någon dag göra någonting tillsammans. Efter ett par år i Kinna och Malmö flyttade jag tillbaka till Göteborg 2002. Vi satt på ett kafé på Vasagatan minns jag, när vi bestämde oss för att säga upp oss från våra jobb – alla tre – och satsa 100 procent på Nudie.

Stora och goda

Idag har företaget 45 medarbetare på kontoret i Göteborg, och egna butiker och försäljningskontor i Tyskland, USA, Norge, Spanien, Japan, England och Australien. När du ber Palle räkna efter meddelar han att "det blir väldigt många människor – om man räknar



med produktionen också ... gud, jag vågar inte ens gissa". Men vad han säkert vet är att ungefär 150 människor någonstans i världen varje dag går till ett Nudie-kontor. Det är han märkbart stolt över. På samma sätt som han är stolt över vad varumärket står för.

– Vi har redan från starten trott att det går att tjäna pengar och samtidigt ta ansvar, att det går att förena nytta med nöje. Vi vill vara de goda, men gärna bli stora också. Vi vill att de människor som jobbar för oss ska må bra, och vi vill göra jeans på ett sätt som inte innebär en fara för miljön. Vi använder därför enbart ekologisk bomull, och ser till att våra fabriker har slutna reningsverk, så att inga miljöfarliga medel därifrån någonsin kommer ut i naturen.

Gråtande globala gäster

Du frågar Palle om det finns en gräns för hur stort han vill att Nudie ska växa sig, för att inte riskera att förlora själen i företaget. Någon sådan gräns eller risk ser han inte. Men det är inte "stort" han drömmer om att varumärket ska bli, det är "etablerat". Han menar att Nudie fortfarande är "en fis i rymden i den här stora jeansbranschen". Men om de lyckas etablera varumärket på fler marknader och göra det mer känt, då köper fler människor deras jeans, och då blir det bättre både för miljön och för de människor som jobbar för oss, menar Palle.

– För varumärket Göteborg, precis som för varumärket Nudie, är det människorna som gör skillnaden. För att skapa samhörighet ordnar vi två gånger varje år en kick-off här i Göteborg. Folk kommer hit från hela världen – 100 pers från 26 länder – och vi gör vårt yttersta för att visa dem vad varumärket står för i grunden och på lång sikt. Det är en magisk upplevelse varenda gång. Du vet, många av våra internationella producenter och säljare är vana att gå på fina krogar, bo på femstjärniga hotell och hänga med coola människor. De kommer till Göteborg – och blir förälskade. De bara tackar för att de har fått komma hit. Jag har sett vuxna människor stå ute på BÖTTÖ i solnedgången och gråta, för att det är så vackert och mäktigt. Den här stan har så mycket att vara stolt över. Det enda jag egentligen saknar är ett fotbollslag som håller internationell klass – och en flyglinje direkt till New York.

– Vi trivs med att sitta i Göteborg. Det känns att det är en gammal handelsstad; vi är vana vid att göra affärer här, och vi har en hamn där varor kommer in och går ut. Vi är nära resten av världen också, det är bara ett hav och så ligger ett annat land där. Men från dag ett har vi vetat att den svenska marknaden är alldeles för liten för oss. Vi är ett globalt företag. Jag är oftare i New York än i Stockholm.



Och som svensk har vi lätt att göra affärer med människor i andra länder. Folk älskar Sverige! Vi pratar hyfsad engelska, vi är allmänbildade, prestigelösa och bryr oss inte så mycket om hierarkier. Dessutom är vi oberoende. Vi kan göra affärer med araber, kineser, fransmän, engelsmän, ryssar och amerikaner. Det ska vi vara stolta över och rätta om. När jag hör snacket om att "Sverige måste gå med i Nato", då tänker jag: nej nej, det är det största misstaget som en svensk regering kan göra – då försvinner en av våra största framgångsfaktorer, att vi är oberoende.

Text: Mattias Åkerberg / mattias@pleasecopyme.se / 0708 73 77 75

Uppdragsgivare

55 kvadrat mäklari
Svenska Mässan
Blocket Jobb
Kulturrådet
Ung Cancer
Chalmers
Icebug
Nimo
WSP
Hansen
Goovinn
Grey Deco
Print Power
Komplett.se
Care of Sweden
GöteborgsVarvet
David Stiernholm

Mattias Åkerberg, frilanscopywriter

mattias@pleasecopyme.se

www.pleasecopyme.se

0708 73 77 75