



LYCKAD SAMMANSLAGNING. Therése Brun och Johanna Grimstahl leder kommunikationsbyrån Meramedia sedan i januari 2016. Tre år senare har omsättningen nästan trefaldigats och man har gått

från 8 till 24 anställda.

FOTO: JENS KÄRRMAN

Koll på siffrorna ger ökat mod

Meramedia kan ta snabba beslut tack vare tio nyckeltal

LULEÅ

Mässor, filmer, systemutveckling eller varför inte en egen utbildning. Företagsduon Johanna Grimstahl och Therése Brun väjer inte för nya projekt.

"Vi har nitisk koll på siffrorna. Har man det tårs man vara modig", säger Johanna Grimstahl, delägare och vd.

Den här kyliga dagen är Luleå vykortsvackert med blankis ihammen och frost på marken. Det är den här typen av dagar som Meramedia använder i kampanjer för att få människor att besöka eller flytta till Norrbotten.

Johanna Grimstahl var själv hemvändare när hon 2011 flyttade tillbaka till Luleå efter några år i Stockholm. Att

hon i dag driver kommunikationsbyrån Meramedia tillsammans med Therése Brun är till stor del en slump.

När de i januari 2016 blev vd respektive vice vd för företaget kände de knappt varandra. Therése Brun drev en egen designbyrå som slogs samman med Meramedia.

"Bolagen kompletterade

varandra väl i kommunikationsbranschen. Det var en rent affärsmässig sammanlagning som blev väldigt lyckad på många plan", säger Johanna Grimstahl.

Även på det personliga planet har entreprenörduon klickat, vilket underlättar om man ska driva ett snabbväxande företag tillsammans.

"Vi är olika på många sätt, men det vi har gemensamt är att det måste hända saker. Det måste hända saker hela tiden", säger Therése Brun.

När de tog över Meramedia var de 8 anställda och bolaget omsatte 6,6 miljoner kronor. Tre år senare jobbar 24 personer i företaget och omsättningen har nästan trefaldigats, till 18 Mkr i år.

"Ska vi göra det så ska vi göra det ordentligt. Ungefär så tänkte vi", säger Therése Brun.

Fran början var Meramedia en webbyrå som snickrade hemsidor. I dag jobbar bolaget med strategisk kommunikation i vid bemärkelse. En allt viktigare del har blivit att skapa mötesplatser, exempelvis mässor och konferenser.

Strategin är att ha flera ben att stå på. Det är extra viktigt när den lokala kommunikationsmarknaden i Norrbotten inte är lika stor som i Stockholm.

"Jag tror att hela vår bransch måste fundera på vad vi kan göra mer. Det är svårt att växa om man bara säljer

timme för timme", säger Therése Brun.

Ett av de senaste projekten är bolagets egen akademi, som utbildar lokala företag i kommunikation. En av utbildningarna till våren sker i samarbete med retorikexperten Elaine Eksvårds bolag Snacka Snyggt.

Bolagets princip är att säga ja om det dyker upp en spännande idé.

"Vår viktigaste ledstjärna är att vara ett modigt företag. Vi är duktiga på att ta snabba beslut", säger Johanna Grimstahl.

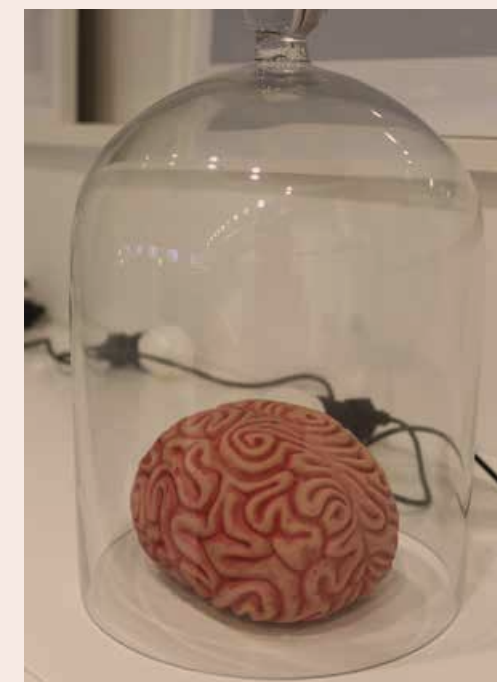
För att kunna agera snabbt har ledarduon skaffat sig järnkoll på bolagets siffror. Från början var de inte särskilt

intresserade av att kontinuerligt följa bolaget utveckling.

"I dag har vi koll på tio olika nyckeltal. Har man den där stenkollen och känner sig trygg i det så är det ganska lätt att ta beslut", menar Johanna Grimstahl.

Ungefär en tredjedel av omsättningen kommer från Sverige utanför Norrbotten. En av bolagets fyra ägare, Victor Åström, driver Meramedias kontor i Göteborg.

Men den röda tråden i verksamheten är den lokala förankringen i Luleå och Norrbotten. Företagets största projekt just nu är att bygga upp ett informationscentrum på 250 kvadratmeter i Gällivare om stadsomvandlingen på



AVGÖRANDE RESURS. På en hylla står en hjärna i plast, den symboliserar att medarbetarnas hjärnor är företagets viktigaste tillgång. FOTO: JENS KÄRRMAN



PÅ GÅNG. Retorikexperten Elaine Eksvårds bolag Snacka Snyggt och Meramedia håller i vår en utbildning i kommunikation för lokala företag. FOTO: JOEY ABRAIT

Di Entreprenörer emellan

Johanna Grimstahl om att ha koll på ekonomin ...

"Det är en jättestor del av vår framgång, att vi har så extremt bra koll på våra siffror. Vi har gjort en resa från att inte vara särskilt intresserade av att mäta olika nyckeltal till att i dag ha tio olika nyckeltal som vi följer. Har man den där stenkollen och känner sig trygg i det, då är det ganska lätt att ta beslut."



Di Fakta

Meramedia

(0920 Media AB)

- **Ägare:** Johanna Grimstahl, Therése Brun, Victor Åström och Thomas Andersson (grundare av företaget).
- **Omsättning 2017:** 15,9 Mkr.
- **Omsättningsprognos 2018:** 18 Mkr.
- **Resultat efter finansnetto 2017:** 1,5 Mkr.
- **Antal anställda:** 24.

orten. I Luleå har byrån varit inblandade uppmärksamade projekt som filmerna "The Luleå way" och uppbyggnaden av Södra Hamn.

Johanna Grimstahls mål när hon flyttade hem var att vara med och utveckla Luleå.

"Man blir extra patriotisk när man är borta från en stad. Förstodro jag att man måste jobba som tjänsteman på kommunen. Jag förstod inte hur mycket inflytande man kan ha som egenföretagare, om man tar det", berättar hon.

Målet kommande tre år är att nå en omsättning på 30 Mkr och samtidigt ha en högre vinstmarginal än branschsnittet.

Olika digitaliseringsprojekt hos kunderna kommer bli allt viktigare. Där har Meramedia, menar Johanna Grimstahl och Therése Brun, det

faktum är att samarbetet mellan henne och Therése Brun hade kunnat ta slut innan det började. När Johanna Grimstahl kom till Luleå hade hon svårt att hitta ett jobb.

Den sista av en lång rad anställningsintervjuer var med Therése Brun. Men på morgonen bokade Johanna Grimstahl av mötet.

"Jag hade en magkänsla att nu pallar jag inte att träffa fler människor. Tänk om jag gått på den där intervjun och så hade Therése råddissat mig. Det hade inte varit bra", säger hon och skrattar.

väl förspant eftersom bolaget började som en webbyrå. "Att vi har folk från it-världen här skiljer oss från många andra kommunikationsbyråer. Redan i dag består 30 procent av omsättningen av ren systemutveckling", säger Johanna Grimstahl.

JENS KÄRRMAN

jens.karrman@di.se

070-160 47 89

Key Account Manager för företagssamarbeten

Över 68 miljoner människor är på flykt från sina hem på grund av krig eller förföljelse. UNHCR är FN:s flyktingorgan som leder internationella insatser för att skydda människor som har tvingats fly.

Sverige för UNHCR – insamlingspartner till UNHCR – söker nu en driven Key Account Manager för företagsgåvor. Tjänsten är på heltid och utgår från kontoret på Linnégatan i centrala Stockholm.

Vill du vara med och bidra till att vi kan fortsätta att vara den starka humanitära organisation som vi idag är?

Läs mer och ansök på sverigeforunhcr.se/job eller LinkedIn.



Foto: UNHCR/G. Goodwin



UNHCR
FN:s flyktingorgan

90 SVENSK INSAMLINGS KONTROLL