



Företaget Art4m grundades februari 2007.

Tre månader senare är det premiär för webbsajten www.art4m.se. Den vinner förstapriset Årets Hemsida 2007 vid Promotionbiets prisutdelning i januari 2008.

Ett år senare i samma tävling vinner de titeln Årets Hemsida 2008 igen och utmärkelsen Årets Promotionföretag 2008! September månad i år flyttar de till större lokaler och när branschtidningen *PRomotion* ringer har de precis undertecknat avtalet för ett medlemskap i Gosh Promotion. Inte illa för att vara ett nystartat företag men bevisligen ändå möjligt!

Prisbelönt uppstickare med cybertekniken som vapen!

Text: Erika Braun

Till sist så fick vi till det! Fredagen den 2 oktober klockan 14 har vi avtalat tid för en telefoninterjvu. Egentligen skulle denna intervju ägt rum i början av året – efter deras två priser i Promotionbiet. Vi försökte sy ihop ett möte i Jönköping nu i augusti, men planen sprack. Fast det brukar ju bli som det ska.

För nu finns det ännu mer att skriva om. Inte nog med att de redan första verksamhetsåret kammade hem priset Årets Hemsida 2007 i Promotionbiets tävling. Utan de gjorde om bravaden året därpå och passade även på att vinna förstapriset i grenen Årets Promotionföretag 2008.

Jag minns hur han stack ut ur mängden på prisutdelningen redan 2007. En lång blond kille, alltid leende i sällskap med en kortare, blond lika leende kvinna vid sin sida. Kvinnan heter Tinta Björkvall. De är ett par och har två barn tillsammans. De är också arbetskollegor och driver företaget tillsammans. Inte från början utan när försäljningen rullade igång knappt ett halvår efter starten. Numera är de fyra personer. Tre med bakgrund som formgivare (Caj, Tinta och Ninni

Jutfelt) och en projektledare, Lisa Comnell, som kommer närmast från Gosh Promotion.

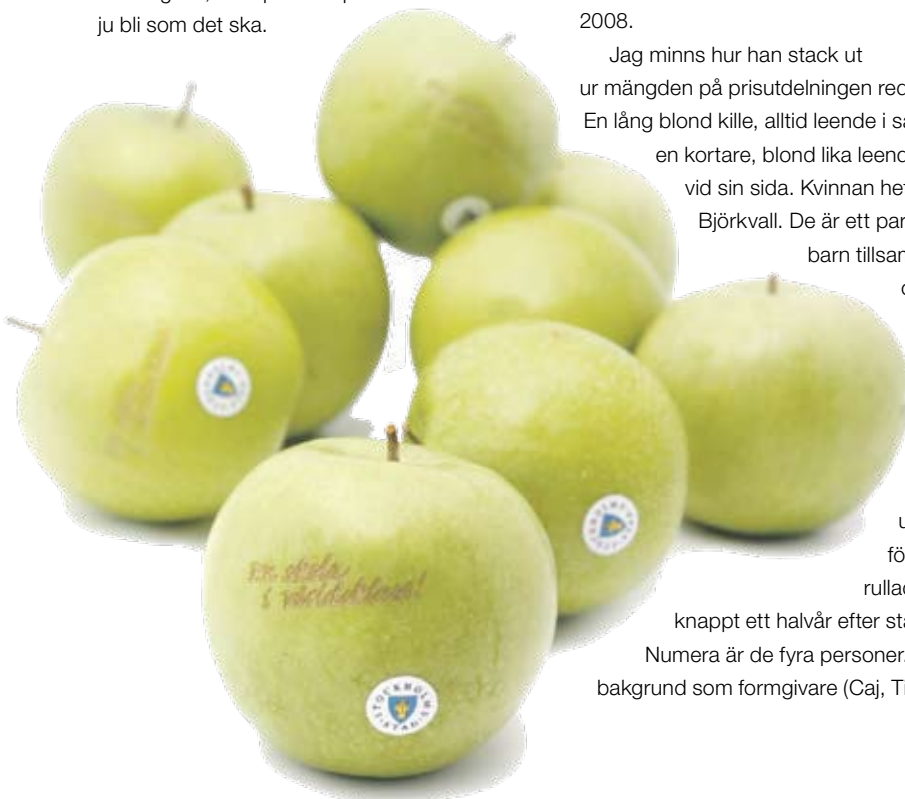
SNABB TILLVÄXT

Förutom sina utmärkelser har de fördubblat sin omsättning från 3,7 det första verksamhetsåret till 7,3 miljoner det andra verksamhetsåret. Nu i september invigde de sina nya lokaler på 300 kvadratmeter som de delar med filmbolaget Eframe i Lilliehoffska Palatset vid Medborgarplatsen på Södermalm i Stockholm.

Enligt juryns motivering är ingenting omöjligt för detta proaktiva företag, kända för sin snabbhet, skicklighet och kreativitet. Hur har de burit sig åt?

– Visserligen är företaget nytt men jag har jobbat i branschen i över 20 år. Först hos mina föräldrar som drev ett företag, som från början var ett grossistföretag inom detaljhandeln. Jag var aldrig särskilt intresserad av detaljedet utan fastnade istället tidigt för möjligheten att göra brandade produkter, berättar Caj Ehrling.

Företaget hade exklusiva tändare som de sålde som give-aways till Volvo, SAS, ABB med flera. En utmärkt idé visade det sig. Under 1990-talet byttes tändarna ut mot moderiktiga sidenslipar och scarfsar från Italien. Även det





Art4ms nya lokaler i Lillienhoffska Palatset vid Medborgarplatsen på Södermalm i Stockholm. Foto: Eframe

Bild sid 12 nederst till vänster. Äpple med lasermärkning gjordes på uppdrag för Utbildningsförvaltningen i Stockholm, togs fram inför utdelningen av Kunskapspriset på Stockholms Stadshus. Foto: Alessandro Aiello

Pennfodral specialframställt för Lärarnas Riksförbund. Foto: CE/Art4m



en succé. Caj passade på att utbilda sig på Beckmans Designskola, gick några kurser på RMI-Berghs och kompletterade det med webbuttbildning på dåvarande Icon Medialab.

Förutom ett par kortare anställningar efter att familjeföretaget såldes är det som egen företagare han trivs som bäst. Han har startat och varit delägare i flera företag. Ju fler delägare desto fler viljor som ska samsas. När viljor

krockar och samsynen spretar valde Caj att lämna. Med två tomma händer, nästan, en massa idéer och visioner i huvudet startar Caj Ehrling företaget Art4m Design & Promotion AB.

– Jag hyrde in mig i ett nätverk på Söder i Stockholm. De tre första månaderna la jag nästan all tid åt att bygga företagets struktur. Nu kunde jag göra som jag ville utifrån mina samlade erfarenheter och förverkliga alla nya idéer som jag haft i skallen, berättar han.

Som den teknikfreak och Mac-användare han är var det naturligt att bygga en hemsida med webbshop och utarbeta bra rutiner från order till leverans med hjälp av befintliga dataprogram som används optimalt.

”MAN SKA KUNNA KÄNNA PRODUKTERNA PÅ NÄTET”

– Min vision är att besökarna ska kunna känna produkterna på webben. Bilderna ska vara så bra och texten så informativ, pedagogisk och inspirerande att man ska kunna fatta beslut direkt.

Som en bättre självserveringsbutik på nätet. Det frigör tid och vi kan hjälpa kunder i större projekt som kräver personlig kontakt och ibland skraddarsydda lösningar, berättar Caj.

Tanken att ta fram kataloger och skicka till kunder är därför främmande för dem. Det visar sig också att de inte heller har något showroom som de flesta av sina kollegor!

– När vi har kundmöte har vi vår bärbara dator med oss. Vi brukar visa exempel på jobb som vi har gjort tidigare och försöker komma med lösningar utifrån kunders behov, snarare än att utgå från produkter, förklarar Caj vidare.

När vi behöver visa ”verkliga” produkter har vi tillgång till flera av våra leverantörers showroom här i Stockholm. Det är svårt att mäta sig med dem.

Kundstocken täcker ett brett spektra. Allt från mindre, till mellanstora och stora företag i de flesta verksamhetsområdena. Många är It-relaterade.

VARFÖR SKA MAN VÄLJA ART4M?

– Vi erbjuder helhetslösningar och leveranssäkerhet. Dessutom är vi tre formgivare i företaget, vilket är ovanligt för branschen. Vi konkurrerar inte med priset utan vill istället vara prisvärda, svarar Caj.

Originalitet för kunden är något som vi också eftersträvar. Vi vill kunna erbjuda våra kunder produkter som inte alla andra



Från vänster Tinta Björkvall, Ninni Jutfelt och bakre raden Caj Ehrling med Lisa Connell. Foto: Eframe



har. Mycket hittar vi på branschmässan PRomotion Expo i Jönköping och Formex. Utöver det håller vi ögon och öron öppna för att hitta produkter som inte alla har, fortsätter Caj Ehrling.

Deras ambition är att utöka sitt sortiment med fler ekologiska, svenska och närproducerade produkter för att skona miljön. Samma dag vi talas vid har de beslutat sig för att gå med i kedjan Gosh Promotion.

– Vi blev nyfikna på dem och pratade med dem i augusti på PRomotion Expo.

Vi delar samma inställning att man är starkare tillsammans. Vår bransch behöver ett starkt ansikte utåt mot slutkunder och marknaden, där vi visar vår kompetens och inte minst vårt berättigande när det gäller att bygga och stärka varumärken. Sedan är det bra att man kan utbyta erfarenheter och hjälpa varandra, fortsätter han.

Förutom medlemskapet i Gosh Promotion har han även tackat ja till att arbeta aktivt i föreningen med bl a att bygga varumärket Gosh.

– Vi vill att ett medlemskap i Gosh ska vara

ett kvalitetsmärke för slutkunden. För att nå dit måste vi ställa krav som bl a kunskapsnivån och ekonomisk stabilitet, säger Caj.

LEVA SOM MAN LÄR

Ett sätt att visa sitt berättigande är ju att leva som man lär. På frågan om de brukar ge gåvor till sina kunder är svaret ett rungande JA!!

– Det är vår corebusiness och självklart vill vi föregå med gott exempel. Vi brukar hitta på någon liten julklapp och sedan en sommarpresent, som stämmer överens med vårt varumärke, fortsätter han.

I somras fick deras kunder en vinkylare gjord i wettexdukmaterial. Ett finurlig produkt som man blöter och sedan trär över vinflaskan, när vattnet avdunstar går det åt energi som gör att vinflaskan kyls ned.

– Vi försöker också fostra våra kunder att de inte ska helt välja bort promotionprodukter utan kanske välja något mindre, när lågkonjunktur råder, berättar han.

Något som dock förvånar Caj är att leverantörerna är så dåliga på att ge. Under högkonjunkten översköljdes man av gåvor men

sedan kom det knappt en julhälsning.

– Jag menar inte att det ska vara något dyrt eller märkvärdigt utan det är snarare tanken som räknas och att visa att även de tror på sitt berättigande, säger Caj Ehrling.

En annan uppmaning Caj har till leverantörerna är att de ska utveckla sina hemsidor mer aktivt, skapa neutrala webbsidor precis som neutrala kataloger. Det är framtiden och det skulle definitivt underlätta arbetet redan idag!

Företaget är nu inne i fas två, stabiliseringsfasen av den snabba tillväxten som har varit. De har känt av konjunkturen, inte så mycket men dock. Fast det börjar vända menar han, flera kunder har signalerat det. Vad fas 3 ska innehålla har han inte hunnit fundera på, men förändringar sker dagligen. Det gäller att vara lyhörd för dem och inte minst snabb i svängarna.

Om drygt fyra månader är det åter dags för Promotionbiets prisutdelning och branschfest. Undrar om vi får se dem prispallen igen? Och i vilken gren eller vilka grenar blir det i så fall?

Hos oss får du Glädje Trygghet Säkerhet

