

Gående reklam till havs

ESKILSTUNA/ÅBO | Rollups, flaggor och dukar, pennor, post-it block, godis, linnekassar, plåsteraskar, nyckelband, t-shirts, jackor, skjortor och kostymer med tryck eller brodyr. Det är bland annat vad Profeel förmedlade andra företag med på Eskilstunabåten. Själva var de levande reklampelare

För just Profeel har det varit många förberedelser inför båten. Eftersom ett av affärsbenen är att sälja profil- och presentreklamartiklar, har de även varit en del av andra företags förberedelser.

–Vi valde att inte stå stilla i en monter den här gången. Erfarenheten från tidigare båtresor är att man blir så låst. I stället vandrade vi runt som levande reklampelare, säger Joachim von Carlsburg.

Kostymer med tryck

En nyhet i deras sortiment är konfektionsvaror, så som kos-

tymer, där företagets logotype kan pryda rockslaget. Detta ville de förstås visa upp och därför vandrade Joachim, brorsan Fredrik, Catrin Lidetoft, Michael Serrander och Fredrik Eklund omkring i sina kostymer. Som pricken över i:et hade de bälten med rullande reklamslinga.

–Vi vill göra oväntade saker. Överraska lite. Vid en företagsgolf för en tid sedan hade alla andra röda tält – vi hade grönt. De andra bjöd på godis och frukt – vi bjöd på ärtsoppa och punch, säger Joachim.

Evenemanget Eskilstunabåten inleddes redan på torsdagen för deras del, då det var påspackningsdags för de företag som ville få med reklam till bussresenärerna.

Mingel bland företagen

Förutom att vandra runt och mingla var de på en del föredrag. Catrin lyssnade på Jan Carlzon och sa spontant efteråt:

–Han har helt rätt och hade många sunda åsikter. Företagare måste våga för att vinna. Det

gjorde vi och så här långt har det gått bra, säger hon.

Fredrik och Michael gick på Carl Jans vinprovning.

–Det var mycket intressant och gav blodad tand. Han inspirerade mig till att lära mer om viner, säger Fredrik von Carlsburg.

Profeel har varit i gång i ungefär 1,5 år och omsätter redan mellan 9 och 10 miljoner kronor. Företaget har fem heltidsanställda, men med extrajobbarna blir de åtta.

–Jag tror att företaget kan växa mycket och att vi kan bli hur många som helst, säger Joachim.

Fredrik Eklund anställdes under året och ytterligare en person (Michaels brorsa) är på gång när han gått ut företagargymnasiet i vår. Nyckeln bakom deras framgång tror Fredrik von Carlsburg är att göra saker med så små medel som möjligt, men att göra rätt saker.

”Vi har blivit större”

I dagarna flyttar de till nya loka-

ler i västra industriområdet och får Ågerups som hyresvärd. Det ser de fram emot.

–Vi har vuxit och blivit större, så det här känns toppen, säger Fredrik von Carlsburg.

Michael Serrander inflikar: –Och så har vi det här med doften. Nu har vi delat lokal med ett kryddföretag. Alla som kommer hit tillfälligt brukar kommentera att det luktar sååå gott. Men vi som är här hela dagarna blir bra trötta på lukten, den sätter sig i allt.

Han förklarar att han har fått ett nytt smeknamn därhemma.

–Tjena Kryddan, säger frugan ibland när jag kommer hem.

Annars är det det de sysslar med – att sätta krydda på företagsprofilering. Om det så handlar om presentreklam, företags-evenemang eller kunskapsinspirerande föredrag.

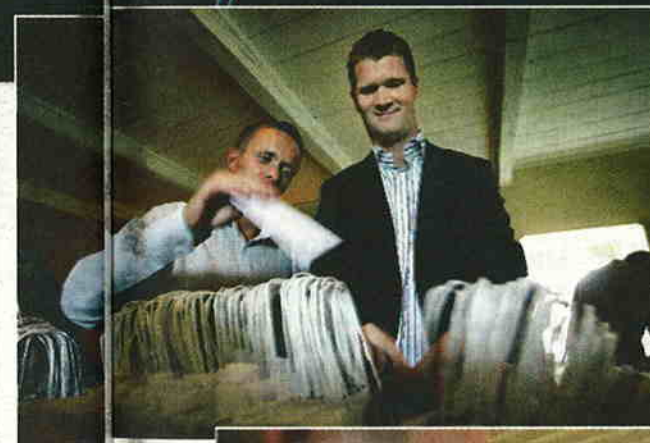
THERÉSE NORÉN

therese.noren@ekuriren.se
016 – 15 61 69

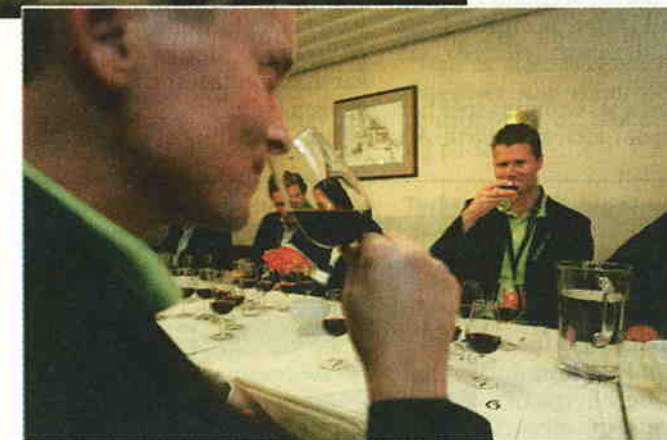


Reklampelare. | Catrin Lidetoft, en av ägarna till företaget, och hennes kollegor på Profeel gick runt som reklampelare på Eskilstunabåten. Bakom syns Joachim von Carlsburg (ägare), Fredrik Eklund, Fredrik von Carlsburg (ägare) och Michael Serrander (ägare).

FOTO: MIKAEL ANDERSSON



Profeel packade. | Fredrik von Carlsburg och Michael Serrander tog tillfället i akt och la i reklam i de påsar som båtresenärerna skulle få på transferbussen.



Förenade nytta med nöje. | Båtresa innebar också lite nöje för resenärerna. Fredrik von Carlsburg och Michael Serrander passade på att gå på Carl Jans vinprovning. ”Jag vann faktiskt min vinprovning”, berättar Michael ”Kryddan” Serrander.