”Jag har gått sjukt mycket på magkänsla”

Ny butik och nytt kontor. Fler anställda och siktet inställt på USA. Habit har träffat modeentreprenören och designern Malin Ek Andrén för att prata om delad ekonomi, delegering, risktagande och varför By Malina numera är ”bara” Malina.

Text Christina Bild *Foto* Erik Thor

I slutet av mars öppnade en ny shoppingdestination i det hetaste märkesmyllret på Östermalm – mellan Biblioteksgatan och Birger Jarlsgatan i Stockholm. Eller snarare två destinationer. Malina och Soft Goat har en gemensam lokal men separata ingångar, skyltfönster och ytor. Ett ovanligt upplägg. Men så har också företagen en ovanlig relation, som har utvecklats från samboskap till äktenskap, om än med äktenskapsförord.

Malinas grundare Malin Ek Andrén och Soft Goats dito, Stephanie Bergström, är barndomsvänner och har stöttat varandra samtidigt som de har byggt upp sina respektive modebolag. När Malin Ek Andrén startade By Malina 2010 var det med övertygelsen om att det fanns ett hål på marknaden för hellånga, gärna stormönstrade sidenklänningar. Året efter etablerade Stephanie Bergström Soft Goat med målet att förnya stickad kashmir. Med två nystartade bolag och mer utgifter än intäkter kändes valet att dela kontor självklart.

– Jag och Stephanie har delat kontor hela tiden och den första som anställdes var gemensam. Jag tycker det är synd att inte fler tänker så här, jag upplever att många i Sverige alltid ska skydda sin verkstad, säger Malin Ek Andrén när vi ses i företagens nya, gemensamma kontor vid Eriksbergsparken.

MALINA (BY MALINA AB)
Grundat: 2010
Grundare: Malin Ek Andrén. Är också designer och delägare.
Vd: Sofia Lind Andersson.
Sortiment: Dam- och bröllopskläder.
Marknader: Säljer över hela världen. Starka tillväxtländer är USA och Storbritannien.
Fördelning wholesale/egna kanaler: 50/50

Med den bakgrundsinformationen blir det också mer begripligt varför de samtidigt sålde 55 procent av sina företag 2022.

– Vi insåg att vi var ungefär lika stora och betalade dubbelt för massor av saker som frakter, domäner och personal, trots att vi delade kontor. Det var då vi började fundera på en annan lösning. Vi såg synergier från dag ett om vi skulle slå ihop vissa delar. Men vi ville att någon annan skulle göra det, och inte någon som bara ville ha det ena bolaget.

”Någon annan” visade sig bli Stella Capital. Två år senare har företagen gemensamt lager och delar logistik, ekonomi och butik. Merparten av de 35 anställda jobbar för båda bolagen medan vissa delar är separerade. För Malinas del ligger exempelvis brudklänningar, produktion och wholesale separat.

Ju mer Malin Ek Andrén berättar om upplägget desto mer framstår idén som det perfekta upplägget. Malinas blommiga klänningar, festplagg, eleganta ready-to-wear, bad- och bröllopskläder är stort på ▶▶

”Jag har aldrig varit intresserad av att driva ett företag som inte går med vinst.”

ANNONS

våren medan Soft Goats kashmir är störst på hösten. Och medan Malina länge fokuserade på fysiska butiker har Soft Goat tills i fjol enbart sålt via egen e-handel. Med den nya butiken hoppas de nu locka utländska turister samtidigt som den fungerar som ett flaggskepp mot partners, press och kunder.

BUTIKEN ÄR BARA en av många förändringar som sker just nu. Under 2024 ömsar också företaget skinn, i form av ny logotyp och nytt namn. Anledningen är både praktisk och strategisk. Den gamla logotypen var lite för tunn för vissa sammanhang och inför nya kunder har ”by” väckt frågor om vem som åsyftas. Ett ”by” som en gång i tiden tillkom av en enda anledning:

– När jag började märkte jag att Malina kom jättelångt ned när man sökte på nätet. Det visade sig att malina betyder hallon på polska och ryska, säger Malin med ett skratt.

Ett ”by” lades till – et voilà, sökmotorerna levererade.

Fram tills nu har Malin inte haft tid för det tidsödande pyssel det innebär att ändra logga på precis allt, men senaste året har hennes roll renodlats. Förra året tog Sofia Lind Andersson, som hade varit ekonomichef i ett år, över vd-rollen. Ett tveeggat men ändå självklart beslut för grundaren.

– Efter försäljningen blev vd-rollen en annan. Det blev mer krävande, fler rapporter och fler styrelsemöten. Jag kände att jag inte längre hade tid för design och produktutveckling och det skulle varken vara bra för mig eller företaget i längden. Nu får jag tid att ägna mig åt det jag är bäst på.

JUST NU FOKUSERAR Malin Ek Andrén på företagets nästa fas; expansion i Storbritannien och USA. I februari 2024 ställde Malina ut på mässan Coterie i New York och signade 15 nya dörrar. På tillväxtmarknaderna finns delvis en annan syn på varumärket där ready-to-wear-delen, med jeans, kavajer och blusar, säljer bra, vilket ger nya möjligheter för framtiden. Och Malin Ek Andrén är som alltid fylld av idéer för nya produktområden. Genom åren har hon testat allt från barn- till sportkläder och hon skulle gärna addera inredning i framtiden.

– Jag har provat allt! Nu har vi nya ägare och det innebär andra tillväxtmål. Vissa saker, som inte är lönsamma, har försvunnit. Och det förstår jag. Det måste finnas en lönsam kalkyl, och även om jag tycker det är tråkigt med ekonomi har jag alltid haft bra pejl. Jag har aldrig varit intresserad av att driva ett företag som inte går med vinst.

Och vinst har det blivit, ända från starten.

– Min pappa hatar lån och det har påverkat mig. Jag har byggt långsamt med säsongskrediter. Visserligen har jag tagit risker genom åren, men inga stora risker och vi har ändå vuxit med 25 till 30 procent per år.

Utmärkelser: Guldknappen 2018. Utsågs till Rising Star av Tradera för 2023 för att plaggen har så högt andrahandsvärde.
Egna butiker: Jakobsbergsgatan 3, shop-in-shop på NK Stockholm, Åhléns City och NK Göteborg. Malina Bridal, Brunnsgatan 21, Stockholm
Antal anställda: 35 (34 kvinnor och en man), varav merparten delas med Soft Goat AB.
Omsättning 2022 (2021): 96 miljoner kronor (65 237).
Resultat efter finansiella poster 2022 (2021): 7,7 miljoner kronor (10,4)
Prognos 2023: 110 miljoner kronor i omsättning. ”Vi kommer troligtvis att landa runt 10 procent i vinstmarginal, en ökning mot föregående år med cirka 2 procent.

”Om man har varit på en fabrik har man en helt annan respekt för hur produktionen funkar.”

SOM FÖR ALLA modeföretag har 2020-talet varit tufft och Malin Ek Andrén försöker rusta sig så gott det går inför framtida överraskningar.

– De senaste fyra åren har varit jättejobbiga. Vi signade med Stella Capitals dagen efter att kriget bröt ut i Ukraina. Då hade vi just återhämtat oss från covid när allt stannade av. Vi hade säkert 200 bröllopsklänningar som inte hämtades ut 2020. Ett helt segment försvann totalt. Och frakten har varit jättejobbig i flera år, man hade ingen aning om när saker kom fram och till vilka priser. ▶▶

VIS AV ERFARENHETEN har hon de senaste två åren sourcat fler leverantörer för att sprida riskerna. Hennes karaktäristiska sidenklänningar tillverkas i Kina och någon önskan att byta leverantör har hon egentligen inte.

Det var också i Kina hon började sin modekarriär, efter studier på Parsons School of design i New York. Under fyra år jobbade hon i Hongkong med sourcing för svenska företag som H&M, Acne Studios och Filippa K, och reste dagligen till Kinas fastland.

– Det var en otrolig erfarenhet. Det finns ju ingen produktionsutbildning och jag ville verkligen lära mig det. Om man har varit på en fabrik har man en helt annan respekt för hur produktionen funkar och det behövs för

”Jag tänker att om jag klarat det här i Norden, där det är grått och kallt, så kan jag sälja var som helst.”

att bygga långa relationer. Inget är hundra procent maskingjort, det finns alltid en människa bakom mejlet eller produkten.

Till skillnad mot många andra har hon inga mellanhänder, vilket ger både goda marginaler och potential för långa relationer. Hennes första leverantör var ett litet skrädderi, ett hål i väggen på gatan i Hongkong, som utvecklades till en liten fabrik, hela tiden med Malin Ek Andrén som kund.

– Många ser Kina som ett enda stort avgasmoln, men det finns så mycket mer. Nästan alla stora modehus tillverkar där, även om det inte är något de berättar. Det finns en otrolig hantverksskicklighet och en kinesisk fabrik gör allt i sin makt för att lösa problemen.

ÄVEN OM MALIN Ek Andrén har kommit långt sedan 2010 är mycket sig likt i företaget. Hennes drivkrafter är desamma; att skapa vackra kläder och ett välmående bolag. Hela företagsidén tillkom för att hon tröttnade på att ständigt pressa priser på redan billiga material. Kulmen var nådd när hon hittade ett fantastiskt sidentyg med en stor sol, en mönsterrapport så stor att den bara skulle passa för en långklänning eller ett överkast, och insåg att hon aldrig skulle få sina uppdragsgivare att köpa något av så hög kvalitet.

Tyget blev en långklänning som hon bar på ett bröllop i Sverige 2009 och tajmingen var perfekt. Alla ville ha långklänningar, men kedjorna hade ännu inte snappat upp trenden. Den första riktiga kollektionen, 2010, gav hon bort till bloggare och modeprofiler och telefonen började ringa direkt.

Trots det var det ingen självklarhet att stormönstrade, hellånga sidenklänningar med en hyfsat hög prislapp skulle slå igenom så snabbt och stort i Sverige. Men hon hade tänkt rätt. Det fanns ett hål på marknaden och efter några år upptäckte hon nästa hål; bröllopsklänningar med modern twist. Det visade sig att många köpte By Malinas vita klänningar som brudklänningar, så varför inte göra ”riktiga” brudklänningar där kvalitet och pris kan maximeras?

I dag är 10 procent av omsättningen brudrelaterat och det ger ringar på vattnet. Malin Ek Andrén ser allt oftare att såväl tärnor som bröllopsgäster väljer varumärket och dessutom ekiperas bruden med feminina bad- och strandplagg för smekmånadsresan.

– Jag har gått sjukt mycket på magkänsla genom åren, typ, den här modellen gick bra förra sommaren, den borde funka för den och den marknaden. Men samtidigt har jag haft koll på ekonomin. Man måste ju våga. Och jag tänker att om jag har klarat det här i Norden där det är grått och kallt då kan jag sälja var som helst.