

# Shortcut

SMARTA VÄGAR  
I KARRIÄREN  
NR 1 / MARS / 2012  
58 KRONOR  
WWW.SHORTCUT.NU

## Toppa tidigt

*Din karriär dalar  
snabbare än du tror*

**TÅRAR  
PÅ JOBBET**  
*Så gör du när  
känslorna tar över*



# Fint fotarbete

Happy socks vd Mikael Söderlindh sätter färg på hela världen



*Happy socks* vd  
**Mikael Söderlindh**  
berättar sin  
framgångssaga.



**HAN ÄR BYRÅGRUNDAREN** som bytte bana och satsade allt på designade strumpor. I dag säljs hans produkter i över 50 länder. Trots det är Happy socks vd Mikael Söderlindh inte nöjd. Han vill inte bara få världens människor att ha glada strumpor på sig, han vill få dem att må bättre också.

**- Akta huvudet!**

Mikael Söderlindh varnar vant för den låga dörrkarmen intill en av de små stugorna där Happy socks huserar. Gården, som är byggd på 1600-talet, ligger på Söder i Stockholm, alldeles invid Vitabergetsparken. I mitten finns en trädgård som säkert är idylliskt lummig på sommaren. Nu regnar det och leran kläfsar kring fötterna när vi skyndar oss in för att slippa bli blöta. Inne är det lågt i tak, rummen är små och det är trångt. Mellan skrivborden ligger papperstravar och rekvisita från olika marknadsföringskampanjer, men nästan inga strumpor.

- Vi har knappt några alls på kontoret, men det är så det ska vara. De ska vara ute i butik, inte här, säger Mikael.

Happy socks är en produkt skapad av kompanerna Viktor Tell och Mikael Söderlindh. Idén att göra designade strumpor föddes hemma i Mikaelns kök. Viktor var trött, rätt deppig och sugen på att göra något helt nytt, något kul.

- Vi låg på golvet när Viktor sa att han skulle vilja göra strumpor som man blir glad av och kalla dem Happy socks. Jag fattade på en gång hur bra det var och frågade om han hade berättat om idén för någon annan. Han sa nej och sedan var vi igång, berättar Mikael.

Vid den här tiden hade Mikael tagit en paus från den eventbyrå som han själv hade startat tio år tidigare för att dra igång en ny affärsverksamhet på Bali.

- Men strumpidén var så bra och det var helt rätt tajming. Dels eftersom vi båda var öppna för något nytt och dels för att det inte fanns något annat varumärke som hade satsat på designade strumpor på det sättet, säger han.

**> Mikael och Viktor mejlade fabriker** över hela världen för att hitta någon som kunde producera strumporna. De allra flesta svarade inte, och de svar som kom innehöll oftast ett nej.

- De skrev att de inte trodde på konceptet "barnstrumpor till vuxna", säger Mikael. En enda fabrik ville träffa dem, ett familjeföre-

tag i Turkiet. De åkte dit och möttes av två män, far och son.

- Pappan sa ganska snabbt att han inte trodde på idén. Den innebar en alldeles för stor risk för dem, men sonen var inte lika säker.

Männen bad Mikael och Viktor att gå ut ur rummet. De hörde hur de diskuterade därinne och efter en stund fick de komma in igen.

- Då gick pappan ut och vi var ensamma med sonen, Mustafa. Han sa att han trodde på vår idé och att han var beredd att satsa, säger Mikael.

**> Några dagar senare** hade de beställt 60 000 par strumpor. - Beställningen kostade mycket, men är det de enda pengarna vi har stoppat in i företaget, säger Mikael och sträcker på sig i stolen där han sitter. Han ser stolt ut. Inom loppet av tre veckor hade Mikael och Viktor satt ihop en styrelse, hittat en fabrik, designat sin första kollektion och dessutom ordnat med ett lager som kunde ta emot och förpacka strumporna när de kom till Sverige.

Det här var våren 2008. Mikael åkte till Bali under sommaren, men pausade projekten där och sålde sin del av eventbyrån för att kunna satsa helhjärtat på Happy socks. I augusti samma år lanserades produkten.

- Under modeveckan ställde vi ut strumporna på ett konstgalleri för att visa dem för pressen. Sedan sålde vi dem billigt till vänner för att få in de första pengarna. Och förstås, för att få strumporna på folks fötter. Och så bearbetade vi bloggarna, något som inte så många hade börjat göra då. För tre och ett halvt år sedan var inte bloggsfären lika kommersiell som den är i dag, säger Mikael.

Genomslaget var enormt. Alla pratade om de nya modestrumporna och efter bara tre månader gick de med vinst. Nästa steg var att identifiera de bästa butikerna på marknaden, först i Sverige och sedan i Norden, Europa, USA och Asien.

- Vi gjorde listor på butiker som vi ville jobba med och sedan åkte vi på riktigt runt med en väska strumpor och knackade dörr, berättar Mikael. >>

Mikael Söderlindh ser Happy socks som första steget mot sin dröm - att förändra hur människor mår.





café Repaus i 1600-tals-  
huset där Mikael  
Söderlindh och hans  
Happy Socks huserar.

början gick det trögt, men så fort de hade lyckats vertyga några butiker med hög modegrad blev det lättare. De hade skapat en trend, och när trumporna väl var ute i Europa och USA började era mindre länder att höra av sig. Nu, knappt två år senare, finns de brokiga strumporna drygt femtio länder.

– Egentligen är det ju bara att titta på dem, säger Mikael och slänger fram ett par trumpor med prickar och ränder glada färger på bordet.  
– Bara vi har fått möjlighet att visa strumporna har ffärsfolket fattat hur lättilda de är.

**De första åren**  
llbringade Mikael och Viktor nästan all tid tillsammans, inte minst för att de i princip alltid var ä resande fot. De köpte alltid billiga biljetterna, delade otellrum för att spara pengar och Mikael berättar att han självklart blev trött på karlin" ibland, men att han och Viktor kompletterar varandra bra. Hur är svårt att sätta ngrat på.

– Viktor! Mikael ropar mot rummet bredvid. Hur kompletterar vi varandra?  
Viktor kommer in, han har ytterkläderna på sig och är på väg ut på lunch men slår sig ner och orjar fundera.

– Vi har stor respekt för vad den andre kan – att jag är kreatör och Mikael den som kan business. Men man lutar på att den andre vet bäst inom sitt område så blir det inte så komplicerat, svarar han efter en stund och vänder sig sedan mot Mikael:  
– Och om jag är en grubblare som lätt kan stäna i något så är du grymt bra på att ta det vidare. Du stolpar direkt upp vad som behöver göras så att jag kommer loss, säger han.

**Mikael pratar och rör sig snabbt.** Det är tydligt att han har mycket energi. Han säger själv att han jobbar jämt, och trivs med det.

– Jag är en genomförelse och driver igenom saker snabbt. Jag blir lätt otalig och mår riktigt illt om jag inte kan vara uppkopplad.

Som när han var på Bali nyligen, och datorn lötsligt gick sönder.  
– Det var hemskt. Jag älskar att jobba. Det är ju min hobby!

Han beskriver sig själv som lätt att arbeta med när det går snabbt och bra, men tror att han kan vara besvärlig när något inte är klart klockan sju morgonen. Oavsett när uppgiften gavs.

– Jag hatar att vara på folk. De måste vara självständiga. Och så vill jag jobba med människor som är eget ansvar och gillar att prestera bäst. Om man tror att man ska klara något så gör man det. Det är jag övertygad om, säger han.

Happy socks växer snabbt och företaget består

nu av 18 personer, allt från ekonomer till formgivare, som sitter i de små stugorna på söder. Många av dem har blivit nära vänner på fritiden.

– Vi är ett otroligt skönt gäng nu och de flesta av oss är nog rätt knasiga typer som inte följer normen. När vi rekryterar letar vi efter folk som alltid har varit lite annorlunda, men som känner sig hemma i vårt sammanhang.

Människor som vågar vara sig själva.

Mikael och Viktor vill att både varumärket och atmosfären på kontoret ska vara äkta. Eller som det står i varumärkesbeskrivningen: "We are not slick, stiff or normal".

– Både jag och Viktor står verkligen bakom allt som Happy socks representerar. Vi är helt enkelt två glada killar som är oss själva och som gör det vi tycker är roligt. Hade det inte varit så tror jag inte att vi hade lyckats så som vi har gjort. Och så har vi förstås en hel del hårt arbete bakom oss. Ska man lyckas med något måste man förstå innebörden av att jobba mycket. De som har en bra idé och verkligen kämpar på riktigt – de lyckas.

MIKAEL SÖDERLINDH

**"Ska man lyckas måste man förstå innebörden av att jobba mycket."**

## Mikael Söderlindh

**Namn:** Mikael Frank Söderlindh.

**Ålder:** 33 år.

**Familj:** Sambon Josephine och hunden Lupa.

**Bor:** Lägenhet i Gamla stan i Stockholm.

**Gör:** Vd på Happy socks.

**Utbildning:** Marknadsekonom.

**Bakgrund:** Är mestadels uppväxt i Stockholm, men bodde som liten även i Frankrike, Spanien och USA.

**Barndomsdröm:** "Jag ville bli trollkarl när jag var liten. En riktig magiker, som har förmågor som inte andra har."

**Hobby:** Att gå på loppis. "Jag gillar gamla grejer. Det är onödigt att köpa nytt när det finns så mycket som redan är producerat."

**Favoritbok:** Två böcker. *Illusionisten* av John Fowles och *Steppevargen* av Hermann Hesse.

**Läser just nu:** *Steve Jobs – en biografi* av Walter Isaacson.

**Vardagsinspiration:** Löpning. "Jag får ett klarare sinne av att springa."

**Laddar energi:** Genom att uppleva nya saker.

**Blir glad av:** Olikheter, kontraster, variation.

**Gör helst en lördagskväll:** Lagar mat i ett nytt kök.

**Tillbringa en ledig dag med att:** Jobba.

**Favoritstrumpor:** Djurmönstrade.

Mikael återkommer ofta till att han imponeras av prestationer och att han själv sällan är nöjd.

– Jag vill alltid bli bättre, prestera mer. Visst, när vi rabblar allt vi har lyckats med så hör jag ju hur häftigt det är, men inombords känner jag ofta att vi knappt har gjort någonting ännu. Jag kan imponeras av de klassiska stora företagen. Det är så mycket häftigare att ha drivit ett företag i hundra år än att ha gjort en app och tjänat 20 miljoner på ett par dagar, säger Mikael.

**> Han läser mängder** av böcker – gärna sådana om vad som pågår inom människor – och är intresserad av alternativa sätt att närma sig sitt inre.

– Jag är otroligt fascinerad av gamla kulturers ritualer och läkekonst, säger han och berättar att han flera gånger har besökt en indianstam i Amazonas för att lära sig mer om deras kultur.

– Jag är ju en sökare, helt klart. Men genom att lära mig mer om vad som styr oss människor så har jag blivit bättre på att lita på mina egna sinnen, på min magkänsla.

Och magkänslan är viktig, enligt Mikael. Enormt viktig.

– Hela det här företaget, hur jag styr det, grundar sig på min och Viktors magkänsla. Varje gång jag har tagit ett beslut som har känts bra har det blivit jättekul, även om det har varit en lång väg dit. När jag har tagit beslut utan att ha en bra magkänsla har det gått dåligt.

Just nu är känslan bra. Företaget har ett spännande år framför sig och kommer att satsa stort på att bygga varumärket ännu mer, bland annat genom att öppna fler egna butiker. Mikael är taggad, inte minst för att 2011 var tungt. Även om företaget hela tiden har gått bra – de har dubblat sin omsättning varje år sedan starten – lyckades de inte riktigt nå de uppsatta målen förra året. Övriga utgifter och investeringar kostade både tid och pengar.  
– Men nu är ökningen i den takt vi har hoppats på igen, så nu är det riktigt kul, säger Mikael.

**> Trots det är pengarna** inte ett självändamål för Happy socks-skaparna.

– Pengar är viktigt och kul, men absolut inte anledningen till varför vi gör det här. Happy socks kom till för att vi tyckte att det kändes roligt att bygga ett varumärke från grunden, för att vi ville åstadkomma något. Och för att det känns bra att skapa något som är en positiv del av folks vardag.

Mikael ser plötsligt fundersam ut. Han sätter sig mer bekvämt och säger att han i slutänden drömmer om att göra något ännu större. Något som verkligen betyder något.

– Innan jag dör vill jag ha åstadkommit något som förändrar hur vi människor mår i själen. Det känns som att många människor lever av fel anledningar – det är något som inte stämmer när en stor andel av befolkningen måste ta ett piller för att somna om kvällarna och ännu fler åter antidepressiva tabletter. Även om planerna inte är helt konkreta ännu så känns det som att Happy socks är ett första steg mot det här målet. ■