

"Svensk kommunikation en ny het exportchans"

Priserna haglar över de svenska reklambyråerna och nya branschbasen Jessica Bjurström ser en vändning efter senaste årets stålbad. **AV LINDA FLOOD**

TIDIGARE I SOMMAR överöstes svenska kommunikationsbyråer av priser vid Cannes Lions, som också omnämns som VM i reklam. Sverige vann 45 lejon varav 14 guld och dubblerade därmed förra årets vinstskörd. Det har länge talats om det svenska digitala undret och i år kammade svenska kommunikationsbyråer hem 21 av 107 cybervinster.

"De internationella tävlingarna är en gyllene chans att visa upp vår talang. Byråer utomlands vill ha svenska kommunikatörer", säger Jessica Bjurström som tillträdde som ny vd för *Sveriges Kommunikationsbyråer*, tidigare *Reklamförbundet*, i mars.

Hon menar att namnbytet bättre speglar den bransch som hon företräder, det vill säga att medlemmarna levererar betydligt mer än traditionell reklam. Hon pekar särskilt på den digitala reklamen där Sverige numera dominerar och många av de reklamkampanjer som vann pris i Cannes i somras har uppmärksammats världen över.

Vilken betydelse har alla priser?

"För byrån är det en härlig klapp på axeln från de bästa i den egna branschen. Och för uppdragsgivaren ett fint kvitto som professionell reklamköpare. Sen skapar det också nya affärsmöjligheter."

Hur kommer det sig att svensk kreativitet är hyllad i världen?

"Bland annat har vi duktiga reklamskolor att tacka för framgången. Nyligen har svenska *Hyper Island* öppnat skola i New York för att deras masterutbildningar är så efterfrågade. Och på *Berghs School of Communication* pratar man om att de utländska byråerna kommer för att direktrekrytera nyutexaminerade talanger."

Vari från kommer uppfinningsrikedomen?

"Vi vill gärna kalla det för insikt och lösningsorientering. Det svenska klimatet med icke hierarkiska strukturer främjar kreativi-



JESSICA BJURSTRÖM Alder: 43. Aktuell: Ny vd för Sveriges Kommunikationsbyråer. Karriär: Affärsområdeschef på Aftonbladet och TV4 samt vd på Sponsrings- och eventföreningen.

tet och uppfinningsrikedom. Det gör att det finns en helt annan närhet mellan kreatörer och kunder."

Hur har branschen utvecklats de senaste åren?

"Vår bransch följer näringslivets utveckling och vi har genomgått ett stålbad. Byråerna tappade fort intäkter när företagen drog ner på sina marknadsinvesteringar. Men just nu får jag ljusare rapporter, byråerna anställer och vi ser ett växande intresse för marknadskommunikation bland våra kunder."

Hur viktig är lyckad marknadsföring?

"Lyckad marknadsföring betyder att du kan bygga en ny fabrik. Misslyckad marknadsföring kan i stället betyda att du måste

stänga och avskeda människor. Marknadsföring är precis lika viktig som att ha en bra produkt eller tjänst."

Hur kan man motivera att kreativitet kostar så mycket pengar?

"Kreativitet kostar pengar därför att kreatörer är talanger som skapar ekonomisk tillväxt. Jag tror det rätta ordet är investering. Det finns mängder av bevis på att företag som gjort sig intressanta för sina kunder fått betalt för det."

Numera finns en reklamombudsman. Behövs en sådan?

"Ja, det är en självständig instans dit allmänheten kan vända sig för att anmäla sådant man tycker borde ifrågasättas."

Vilka exponeringsfönster kommer att vara viktigast i framtiden?

"Jag tror inte man kan peka ut en enda kanal och säga att den kommer att vara den viktigaste. Papperstidningen har en framtid, men det har läsplattan också. Det svåra för många företag kommer att vara att hålla ihop kommunikationen som ska ske i många olika kanaler, som alla har sina speciella egenskaper. Det i sin tur leder till nya krav på våra medlemmar."

Så det gäller för företagen att sprida sina reklambudskap?

"Ja, jag är övertygad om att det kommer att bli svårare att dela upp våra kanaler på det sätt som vi gör i dag. Vad är webb-tv? Är det tv eller är det webb?"

Vilka är dina huvuduppgifter?

"Att missionera för god kommunikation och att sprida vår övertygelse att kommunikation är affärskritiskt." ■

"Våra icke-hierarkiska strukturer främjar kreativitet."