

06 | TRIPLE X ADVENTURES

Bygger nästa nivå av turism i Arvidsjaur

THE TINY UNIVERSE | 12
Tar sikte på världen från Söderhamn

NALOVARDO | 14
Från skidanläggning till skidort

KEEP THE COMPANY | 16
Från krockskydd till säkerhetssystem i världsklass

FRAMGÅNG FÖR NORRLAND

JEAR

Bygger industri med
styrka i bredden

08

Sadat Food

Från Vemdalen mot
Europas frysdiskar

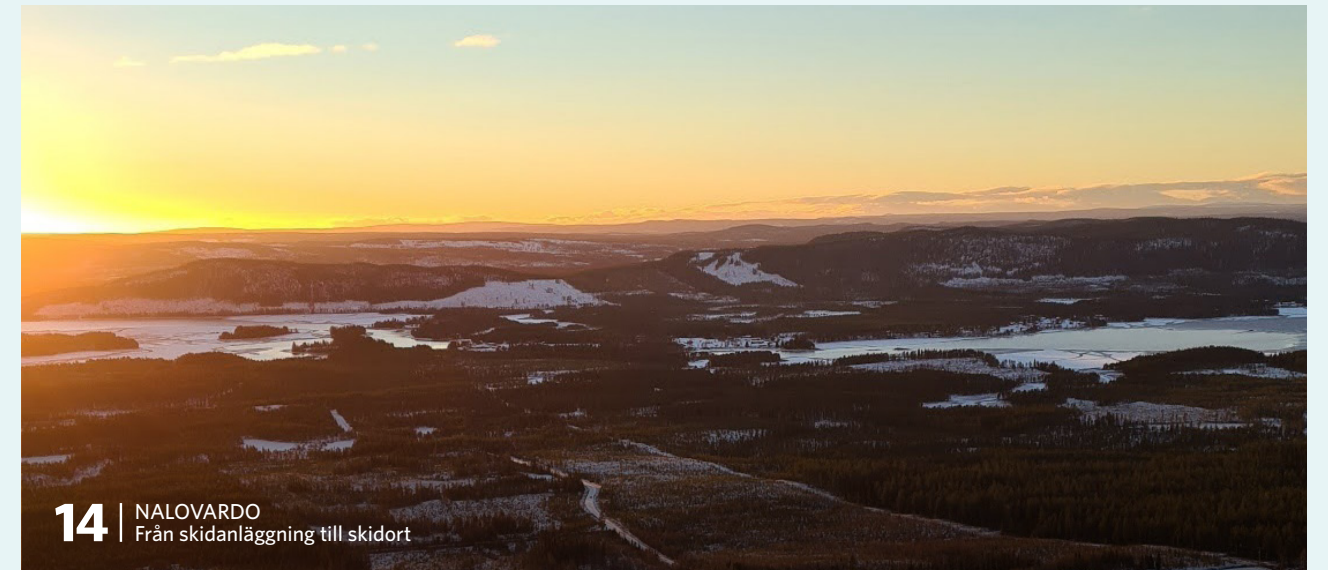
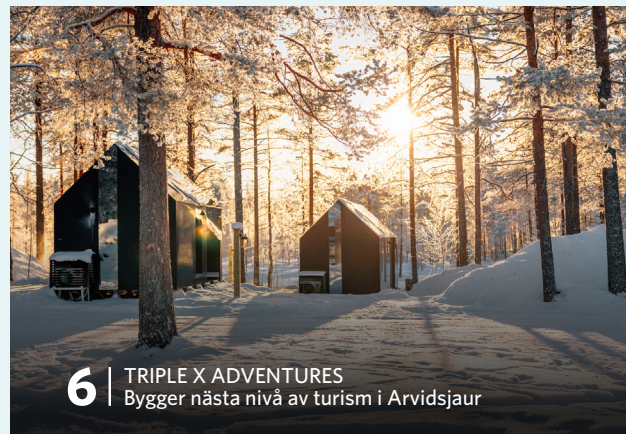
10

Villa Äng

Lockar världen till
Harads

18

Innehåll



Vad finns runt nästa hörn?

De viktigaste besluten i ett företag handlar ofta om sådant som ännu inte har hänt. Ska vi investera? Anställa? Gå in på en ny marknad? Utveckla en ny produkt? Eller är det bättre att vänta?

Under mitt första år som vd för Norrlandsfonden har jag mött många företagare som på olika sätt brottas med just de frågorna. De följer sina kunder, läser marknaden och försöker förstå hur förändringar i omvärlden kan påverka den egna verksamheten. Ingen kan veta exakt vad som väntar. Ändå måste besluten fattas. Kanske är det där en stor del av företagandets skicklighet finns. Inte i att kunna förutsäga framtiden, utan i att uppfatta signalerna, värdera dem och våga agera på dem.

När jag läser berättelserna i det här numret slås jag av hur konkret det blir. En företagare ser ett oväntat beteende hos sina kunder och upptäcker en ny affärsmöjlighet. En annan testar efterfrågan innan en stor investering görs. Någon ser potentialen i ett etablerat varumärke och hittar nya sätt att nå marknaden. Andra investerar för att minska beroendet av väder och säsonger, breddar sin verksamhet eller bygger kompetens för att möta en efterfrågan som håller på att förändras.

Olika företag, olika branscher och olika delar av Norrland. Men samma behov av att försöka förstå vad som kommer närmast – och att stå bättre rustad när det väl händer.

Det behovet har knappast blivit mindre. Ny teknik förändrar marknader, energi- och säkerhetsfrågor påverkar investeringar och Sverige stärker sin försörjningsberedskap, där näringslivet har en viktig roll.

Men oavsett vad som händer i omvärlden måste företagaren till slut förhålla sig till vad det betyder för den egna verksamheten – och vilka möjligheter som går att ta vara på.

Det är ofta någonstans där vi på Norrlandsfonden kommer in. När en företagare har bestämt sig för att satsa behöver finansieringen gå att lösa. Vår roll är att tillsammans med företagaren och andra finansiärer hitta en väg framåt.

Och kanske är det just här jag ser den tydligaste gemensamma nämnaren i berättelserna i det här numret. Företagarna tittar framåt. De försöker förstå vad som är på väg att förändras, men också vad som består. De räknar, testar och omprövar. De tar vara på möjligheter och försöker samtidigt göra sina företag mindre sårbara.

Någonstans när man ändå den punkt där analysen måste övergå i ett beslut.

Efter mitt första år på Norrlandsfonden är det kanske en av de saker jag tar med mig allra tydligast: framtidstro är inte att blunda för riskerna.

Det är att försöka förstå dem – och ändå kunna se möjligheterna. Och kanske är det just så framtiden byggs. Inte genom att någon vet exakt vad som väntar runt nästa hörn, utan genom att företagare förbereder sig så väl de kan – och är redo att agera när möjligheten visar sig.



Mattias Lundström, vd, Norrlandsfonden

Triple X Adventures bygger nästa nivå av turism i Arvidsjaur

Från motorsport och biltestindustri till skräddarsydda upplevelser, restaurang och exklusivt boende mitt i naturen. Sedan Janina Möller startade Triple X Adventures har verksamheten vuxit steg för steg. Med tio nya spegelglashus på Sameland Retreat tar hon nu nästa steg – och vill få fler att upptäcka Arvidsjaur året runt.

Janina Möller är född och uppvuxen utanför Frankfurt i Tyskland. Efter studier inom marknadsföring och eventledning specialiserade hon sig mot motorsport och arbetade med varumärken som Lamborghini, Ferrari och Audi. Det var också genom bilindustrin hon för första gången kom till Arvidsjaur 2013.

Under några vintersäsonger arbetade hon med körupplevelser på is. Så småningom träffade hon sin dåvarande man Robert Möller och flyttade till Arvidsjaur, där hon fortsatte inom biltestindustrin. Men mötet med platsen hade också väckt andra tankar.

– Jag blev fascinerad av människorna, naturen och hela omgivningen. För mig är det en annan sorts lyx att kunna vara ute och uppleva allt som finns här. Jag kände att människor som reser hit inte bara borde sitta i en bil och köra på isen. De borde få uppleva hela Swedish Lapland, säger Janina.

I oktober 2017 startade Janina och Robert Triple X Adventures tillsammans och året därpå genomfördes det första eventet. Grundtanken var att kombinera det som redan lockade internationella besökare till Arvidsjaur – motorer, is och adrenalin – med naturen, maten och de lokala upplevelsena.

Företaget började hemma i garaget i Akkavare utanför Arvidsjaur. Sedan dess har verksamheten vuxit rejält, samtidigt som erbjudandet blivit betydligt bredare.

I dag kan en vistelse innehålla allt från snöskoter och iskörning

till hundspann, fiske och möten med renar. En del aktiviteter driver Triple X Adventures själva, medan andra genomförs tillsammans med noga utvalda lokala företag.

– Vi försöker inte göra allting själva. Vi vill arbeta med människor som är riktigt bra på det de gör och skapa situationer där fler lokala företag kan dra nytta av att gäster kommer hit. För oss är det viktigt att hålla verksamheten så lokal som möjligt, säger Janina.

Samtidigt har Triple X Adventures successivt förflyttat sig mot ett mer exklusivt segment. Under vintersäsongen arbetar omkring 25–30 personer i verksamheten, en nivå Janina gärna vill behålla.

– Jag vill inte växa genom att bara ta in fler och fler gäster. Jag vill hellre ta det vi redan gör och göra det så bra som möjligt. Vi kan anpassa resan efter en familj, ett kompisgäng eller ett företag. Det är kvaliteten och helheten som ska skilja oss från mängden, säger Janina.

En pusselbit saknades däremot länge: ett eget boende på samma nivå som resten av upplevelsen. Triple X Adventures samarbetar fortfarande med andra boendeaktörer, men Janina såg en efterfrågan på ett mer exklusivt alternativ nära företagets övriga verksamhet.

Janina Möller,
grundare

Anna Asplund, Norrlandsfonden

Ett möte med idésprutan Janina Möller är som att träffas av en virvelvind som ser möjligheter överallt. Med Janinas blick för kvalitet och helhet kommer Sameland Retreat att erbjuda en mycket fin upplevelse för sina gäster. Och vem vill inte se stjärnhimmel och norrsken från sängen!



2025 köpte hon därför Sameland, en större fastighet vid vattnet strax utanför centrala Arvidsjaur. Där fanns bland annat en restaurangbyggnad, en äldre reception och några mindre stugor. Läget gav precis det Janina sökte – nära samhället, men med känslan av att befinna sig mitt i naturen.

På området finns i dag Sameland Retreat med tio spegelglashus. De stora glaspartierna ger utsikt över skog och sjö och möjlighet att se både stjärnhimmel och norrsken från sängen.

– Responsen har varit otrolig, faktiskt bättre än jag vågade hoppas på. Gästerna beskriver boendet som varmt och ombonat och framför allt pratar de om närheten till naturen. Det behöver inte ens vara norrsken – många blir helt tagna av den stjärnklara himlen, säger Janina.

Med det egna boendet har Janina också kunnat knyta ihop verksamhetens olika delar till den helhet hon länge velat skapa.

– Gästen ska egentligen bara behöva berätta vad den vill uppleva. Sedan kan vi sätta ihop resten. Vi kan hämta på flygplatsen, ordna boende, aktiviteter och mat och följa gästerna genom hela vistelsen. Man ska inte behöva vakna på morgonen och fundera på vad man ska göra den dagen.

Kunderna är i dag en blandning av privatresenärer, familjer och företagsgrupper. Den europeiska marknaden är störst, men Triple X Adventures når även gäster från bland annat USA, Asien och Mellanöstern. Bilindustrin och motorsporten är fortfarande viktiga ingångar, men kundbasen har breddats med åren. Enligt Janina består minst hälften av vintersäsongens gäster av personer som varit hos företaget tidigare.

För henne är det ett av de tydligaste måtten på att konceptet fungerar.

– När jag står på flygplatsen med gäster som gråter för att de inte vill åka hem, då är jag som lyckligast. Det är den känslan jag vill skapa. Det ska inte bara vara en bra skotertur eller en bra middag, utan en hel upplevelse som människor tar med sig hem.

Viljan att kontrollera hela gästupplevelsen har också drivit Janina vidare. När hon upplevde att delar som mat eller boende inte alltid motsvarade den nivå hon ville hålla blev lösningen att ta större ansvar själv. I dag ingår även restaurangen JayJay's i helheten, med fokus på mat och lokala råvaror.

Idéerna är många – ibland fler än vad omgivningen tycker att hon borde genomföra samtidigt.

– Jag har människor omkring mig som ibland måste skydda mig från mig själv, säger hon och skrattar. Jag är snabb och ser hela

tiden saker som kan utvecklas. Jag har fått acceptera att perfekt kanske är omöjligt, men jag vill komma så nära som möjligt.

Samtidigt har jag lärt mig att ta en sak i taget.

Att göra det som kvinna i en bransch starkt präglad av motorsport och manliga kunder har inneburit ytterligare en dimension.

– Jag är faktiskt stolt över det jag har byggt upp. Jag säger nog det för sällan. Motorsport är väldigt mansdominerat och ibland har det varit tuffare som kvinna. Men jag kommer från den världen och har jobbat i den länge. Det har också förberett mig för det jag gör i dag.

När Sameland skulle förvärfvas och området utvecklas kom Norrlandsfonden in tidigt i processen. Finansieringen har varit en del av både förvärvet och satsningen på området. För Janina blev stödet avgörande för att kunna ta visionen från ritbordet till en fysisk plats.

– Norrlandsfonden kom in när visionen fortfarande fanns på papper. Utan dem hade jag inte haft möjlighet att finansiera hela satsningen. Nu känns det väldigt fint att kunna visa vad investeringen faktiskt har blivit. Trädet börjar bära frukt, säger Janina.

Men hon betraktar de tio husen som början snarare än slutmålet. Till nästa säsong finns planer på ytterligare fyra till fem boenden, och på längre sikt vill hon samla fler funktioner i en större lodge på området. Samtidigt ska verksamheten utvecklas mer under sommaren, bland annat med retreats, yoga, naturupplevelser och olika former av överlevnadsaktiviteter.

Parallellt med sommarsatsningen vill Janina få fler svenska gäster att upptäcka Arvidsjaur.

– Vi pratar ofta om gäster från hela världen, men jag tror att vi kan bli mycket bättre på vår egen marknad. Vi har allt det här precis utanför dörren. Det kan vara en weekend med yoga och god mat eller att plocka svamp och sedan laga den tillsammans med en kock. Vi behöver använda det vi redan har här ännu bättre.

För Janina handlar den långsiktiga utvecklingen också om att göra verksamheten mindre beroende av motorer och vintersäsong. Naturen ska få en större roll, både för att bredda erbjudandet och för att bygga ett företag som står starkt över tid.

Och trots att hon en gång kom till Arvidsjaur från Tyskland är platsen numera en central del av både livet och företaget.

– Jag bor här, min son finns här och det här är ett projekt för livet. Jag vill vara med och sätta regionen på kartan, skapa arbetstillfällen och bygga något som också andra här kan dra nytta av. Vi är långt ifrån färdiga. Det här är egentligen bara början.

JEAR bygger industri med styrka i bredden

Johan von Essen och Anders Rönqvist, grundare

På bara några år har Anders Rönqvist och Johan von Essen byggt upp JEAR till en industrikoncern med omkring 120 medarbetare och en omsättning på cirka 250 miljoner kronor. Genom att samla bolag med olika specialistkompetenser kan koncernen ta sig an allt större och mer komplexa uppdrag för bland annat vattenkraft, försvarsindustri och processindustri. Bakom tillväxten finns två entreprenörer med olika bakgrunder – och en gemensam vilja att utveckla industriföretag i regionen.

När Anders Rönqvist och Johan von Essen började göra affärer tillsammans var det inte med en färdig plan på att bygga en industrikoncern. Johan kom från fastighetsbranschen, Anders från industrin. De såg potential i två mindre verksamheter, Tankteknik och dåvarande Sundmek, och bestämde sig för att förena sina erfarenheter.

– Johan är väldigt duktig på fastighetsaffärer och på att se möjligheter där, medan jag kommer från industrisidan. Vi kompletterar varandra väldigt bra. I dag jobbar vi med allt tillsammans – vi sitter inte på varsin sida. Det är alltid skönt att vara två, både när det går bra och när det går dåligt, säger Anders Rönqvist, koncernchef.

Det som började i liten skala växte snabbt. Runt 2022 hade verksamheten ett 20-tal medarbetare och omsatte omkring 25 miljoner kronor. Samma år förvärvades en rörverksamhet och Waplans Mekaniska Verkstad, med kapacitet för tung maskinbearbetning. Fler verksamheter har därefter tillkommit och 2024 förvärvades bland annat Pacwire Sweden och Fromells.

I dag omsätter koncernen omkring 250 miljoner kronor och har cirka 120 medarbetare. Verksamheten omfattar bland annat kvalificerad svetsning, tung maskinbearbetning, rörentreprenader, service och underhåll samt tillverkning och renovering av avancerade industrikomponenter och stålkonstruktioner.

Tillväxten har inte handlat om att samla likadana företag under samma tak. Tvärtom. Anders och Johan har sökt verksamheter med olika kompetenser och kapacitet som tillsammans kan erbjuda något större än varje enskilt bolag.

– Vi kan erbjuda kunden en väldigt komplett leverans. Ett bolag kan skära plåten, ett annat svetsa och ett tredje maskinbearbeta. Vi kan hantera allt från mindre komponenter till riktigt stora och tunga detaljer. Det är inte ett bolag som kan göra allt – vi gör det tillsammans, säger Anders.

Koncernen har i dag omkring 45 licensierade svetsare och 30 medarbetare inom maskinbearbetning. I Waplans Mekaniska Verkstad finns kapacitet för mycket stora komponenter, med bearbetning av detaljer upp till cirka 8,5 meter i diameter och vikter omkring 40–45 ton. Verkstaden har dessutom lyftkapacitet upp till 80 ton. Nya investeringar i bland annat vatten- och laserskärning breddar erbjudandet ytterligare.

Samarbetet mellan bolagen är samtidigt mer än en tanke på koncernnivå. Varje vecka går verksamheterna igenom kapacitet och gemensamma ordrar för att kunna fördela jobb och hjälpa varandra vid produktionstoppar.

– Synergierna var en viktig anledning till att vi såg potentialen i att bygga vidare. Vår styrka ligger inte i att tillverka samma mutter



Foto: Johanna Wiström

tusen gånger. Vi är som bäst i de stora, tunga och komplexa jobben där flera av våra kompetenser kan kombineras, säger Johan von Essen, styrelseordförande.

Den flexibiliteten är viktig i en industri där förutsättningarna snabbt kan förändras. Genom att arbeta med tillverkning på uppdrag av kunder inom flera olika branscher kan JEAR rikta sin kompetens och kapacitet dit efterfrågan finns. Just nu ser Anders och Johan särskilt stora möjligheter inom vattenkraft och försvarsindustri.

– De kommande fem åren tror vi mycket på försvar och vattenkraft. Elbehovet ökar och det kommer att krävas stora investeringar i vattenkraften under lång tid framöver. Samtidigt hoppas vi på en utveckling där mer produktion sker här hemma. Det behövs en stark svensk industri och en förmåga att själva tillverka det vi behöver, säger Anders.

Men JEAR:s sätt att bygga koncern handlar inte bara om förvärv. När ett nytt bolag kommer in går Anders och Johan själva in i verksamheten och arbetar operativt under de första åren. De ser över allt från marknad och produktion till organisation och personal innan en vd eller chef får det långsiktiga ansvaret.

– Under det första året eller två är vi på plats väldigt mycket. Alla bolag har sina utvecklingsmöjligheter och då måste man lära känna verksamheten på riktigt. Vi sitter inte i något styrelserum och tror att vi kan driva bolagen lönsamt därifrån. Våra dagar tillbringar vi fortfarande ute i verksamheterna, säger Anders.

Det blir många mil. Anders och Johan bor båda i Sundsvall medan koncernens verksamheter finns på flera orter i Västernorrland och Jämtland. Den regionala förankringen är samtidigt en viktig del av strategin. Här finns både den industriella kompetens de behöver och närhet till stora kunder.

Per-Erik Persson, Norrlandsfonden

Anders och Johan har på ett förtjänstfullt sätt byggt upp JEAR-koncernens struktur med systerbolag som kompletterar varandra, både i kunderbjudandet och i värdekedjan. Det är ett mycket fint exempel på industrimannaskap, där man verkligen använder koncernens gemensamma resurser för att skapa synergier. Grundarnas "hands-on"-inställning är ytterligare en framgångsfaktor i utvecklingen av JEAR:s bolagsgrupp. Det ska bli intressant att följa deras fortsatta utvecklingsresa och gärna bistå vid framtida affärsmöjligheter.

– Vi har ett väldigt bra läge för att kunna expandera. Här finns kompetent personal samtidigt som vi har starka industrikunder i vår närhet. På andra håll kan man ha kunderna men sakna personalen, eller ha personal men inte kunderna. Här har vi båda delarna, säger Johan.

En verksamhet som skiljer sig från koncernens övriga tillverkning är Pacwire Sweden i Söråker, som tillverkar förzinkad emballage-tråd för massaindustrin. När JEAR förvärvade verksamheten 2024 behövdes kapital för att återstarta och bygga upp produktionen. Norrlandsfonden gick in med finansiering tillsammans med banken.

– Norrlandsfonden har betytt jättemycket. De hjälpte oss att få i gång verksamheten och satsningen har gjort det möjligt att bygga upp produktionen och skapa omkring 15 lokala arbetstillfällen, säger Johan.

Efter flera år med snabb tillväxt ligger fokus nu framför allt på att utveckla det JEAR redan har byggt upp. Anders och Johan ser stor potential i de befintliga verksamheterna och i att fortsätta stärka samarbetet mellan dem. Fastigheterna är också fortsatt en del av strategin – ambitionen är att äga de industrifastigheter där verksamheterna bedrivs.

Någon jakt på tillväxt för tillväxtens egen skull är det däremot inte.

– Vi vill fortsätta utveckla lönsamma industriföretag och skapa trygga arbetsplatser med långsiktiga kunder. Ambitionen är att bygga en industrigrupp som har både kompetensen, kapaciteten och bredden för att ta sig an de riktigt krävande uppdragen. För kunden ska JEAR vara en trygg partner att lämna ett komplext jobb till – och för våra medarbetare en trygg och utvecklande arbetsplats, säger Anders och Johan.

Från Vemdalen mot Europas frysdiskar

Det började med några stamgäster som köpte med sig pizzor från Vemdalen för att frysa in hemma. I dag producerar Sadat Food 600–700 fryspizzor om dagen under varumärket Härjedalspizza i en egen fabrik och finns i över 130 butiker runt om i Sverige. Bakom satsningen står Jan Sadat, som kom till Sverige som 12-åring och har byggt sin verksamhet steg för steg – med siktet inställt på hela Sverige och därefter Europa.

Lena Stuns, Norrlandsfonden

Härjedalspizza/Sadat Food är ett fint exempel på hur ett företag med stark lokal förankring tänker större. Genom satsningen på fryspizza får bolaget möjlighet att ta sin produkt utanför den lokala marknaden och nå nya kunder. Det skapar inte bara potential för företagets egen utveckling, utan kan också bidra till arbetstillfällen och fortsatt tillväxt i regionen. Det är precis den typen av långsiktiga satsningar som vi gärna är med och möjliggör.

SADAT FOOD

Framgång för Norrland 2026

Jan Sadat växte upp i Pakistan och beskriver själv hur arbete har varit en del av livet sedan han var liten. Som åttaåring började han sälja plastpåsar på marknaden och när han fyra år senare kom till Sverige dröjde det inte länge innan han började arbeta även här. Familjen hamnade först i Orsa och året därpå började Jan arbeta som diskare på restaurang.

Efter gymnasiet och arbete bland annat i Idre Fjäll började tankarna på ett eget företag ta form. När Jan var 22 år fick han möjlighet att ta över en befintlig pizzeria i Vemdalen.

– Jag har egentligen jobbat hela livet för jag har alltid velat tjäna mina egna pengar. När möjligheten i Vemdalen dök upp läste jag på om orten och bestämde mig för att satsa. Jag hade inte mycket pengar, men vi hittade en lösning och jag kunde köpa pizzerian på avbetalning, säger Jan Sadat, vd för Sadat Food.

Det var också i restaurangen Härjedalspizza som nästa del av företagandet började ta form. Idén till fryspizzorna kom efter några år – från kunderna själva. Återkommande gäster med fritidshus i området brukade köpa med sig ett stort antal pizzor från restaurangen när de skulle åka hem till staden där de bodde. Till slut blev Jan nyfiken på varför.

– De berättade att de frös in pizzorna och åt dem hemma. Jag tänkte: de bor i en stor stad med massor av pizzerior, men ändå tar de med sig våra pizzor från Vemdalen och fryser in dem. Där väcktes tanken att det kanske fanns något att utveckla.

Att göra en bra fryspizza visade sig vara något helt annat än att grädda en pizza som ska ätas direkt. Under mer än två år arbetade Jan och hans bror Rahman med bland annat deg, tomatsås och jäsningsprocessen för att hitta ett recept som fungerade även efter infrysning och uppvärmning.

Innan lanseringen bjöd de in olika grupper för att provsmaka och bedöma både smak och pris. Sedan började de småskaligt, med omkring 25–40 fryspizzor om dagen. En demonstration på den lokala ICA-butiken blev ett viktigt kvitto.

– Jag kommer ihåg när vi gjorde 25 pizzor och sålde dem och hur glada vi blev. När vi sedan stod i butiken och lät kunderna provsmaka fick vi väldigt mycket beröm och folk köpte pizzorna. Då kände jag att det här kommer att lyckas.

Responsen från kunderna följdes snart av ett växande intresse från butiker. Först såldes pizzorna i en butik, sedan i två och därefter i fem – och Jan kunde se att de sålde bra även jämfört med andra pizzor i frysdisk. Efterfrågan fortsatte att växa och produktionen flyttade från restaurangen till en lokal intill, men även där blev utrymmet snart för litet. Lager, frysar och utrustning tog plats och under perioder med hög efterfrågan klarade de inte längre att leverera de volymer kunderna ville ha.

Under flera år hann Jan se att det fanns en marknad för produkten innan han bestämde sig för att ta nästa stora steg: en egen fabrik.

Att bygga en livsmedelsproduktion i Vemdalen var inte helt enkelt. Först behövde han hitta mark. Lösningen kom genom ett lokalt åkeri som ägde mark i industriområdet och var berett att stycka av och sälja en del för att fabriken skulle kunna byggas just där. Därefter följde arbetet med finansiering, projektering och byggnation.

– Det har varit många svåra utmaningar. Att bygga något sådant här i glesbygden är inte enkelt, men vi trodde på produkten och gav inte upp. För mig var det också viktigt att fabriken skulle ligga i Vemdalen.

Byggnaden stod klar i november 2024 och våren 2025 kunde produktionen starta. Fabriken är omkring 500 kvadratmeter och rymmer bland annat ugnar, blandare och förpackningsutrustning. Maskiner används där de kan effektivisera produktionen utan att påverka resultatet, medan andra moment fortfarande görs för hand.

– Kvaliteten är det viktigaste. Pizzan ska smaka som en nygräddad pizza. När vi är ute i butiker och låter människor provsmaka blir många förvånade när vi berättar att det är en fryspizza. Bara jäsningsprocessen för degen är en hel vetenskap, och det är därför det

tog så lång tid att utveckla produkten.

I dag finns Härjedalspizzas produkter i fler än 130 butiker, med en stark närvaro i Jämtland, Dalarna och Sundsvallsområdet och försäljning även på andra håll i landet. Parallellt säljer företaget pizzabottnar och degbollar till bland annat restauranger, caféer och hotell.

Fabriken innebär också nya arbetstillfällen på en ort där arbetsmarknaden till stor del präglas av turism och säsonger. Omkring sju personer arbetar i fabriken och ytterligare runt sju i restaurangverksamheten, utöver extrapersonal.

För Jan handlar företagandet om mer än tillväxt. Hans och lillebrodern Rahmans gemensamma uppväxt är fortfarande en stark drivkraft. Den halva tallriken i Sadat Foods logotyp är en påminnelse om var de kommer ifrån.

– När vi var små hade vi inte alltid mat på bordet. En gång när min lillebror var hungrig fick jag matrester från en restaurang som jag kunde ge honom. Redan då sa jag till honom: tänk inte så mycket på det här, när vi blir stora kommer vi att ha en egen matfabrik. Och nu har vi det. Det känns fantastiskt att samtidigt kunna ge andra möjlighet att jobba och utvecklas tillsammans med oss.

För att fabriken skulle bli verklighet behövdes finansiering från flera håll. Jan hade köpt marken när kontakten med Norrlandsfonden togs. Att finansiera en stor industrisatsning i glesbygd enbart genom banken var svårt, och Norrlandsfonden blev en viktig del av lösningen.

– Norrlandsfonden har varit en stor hjälp. De har trott på oss och hjälpt oss hela vägen, och de pengarna var väldigt viktiga för att vi skulle kunna genomföra satsningen, säger Jan.

Trots att fabriken fortfarande befinner sig i en tidig fas är nästa mål tydligt. Tomten ger möjlighet att bygga ut verksamheten och Jan ser framför sig ytterligare en produktionslinje när tiden är rätt. Först ska Sadat Food fortsätta växa på hemmamarknaden.

– Målet är att våra produkter ska finnas i hela Sverige. När vi har nått dit vill vi gå vidare till våra grannländer och ut i Europa. Det är planen.



Jan Sadat, vd
och grundare

The Tiny Universe tar sikte på världen från Söderhamn

Ett svenskt designvarumärke med kunder över hela världen – med potential att nå betydligt fler. När Vendela Norman tog över The Tiny Universe tillsammans med övriga delägare våren 2026 såg hon möjligheten att ge det 16 år gamla designföretaget ny fart. Nu bygger hon vidare från Söderhamn med fokus på egen e-handel, internationell tillväxt och en starkare position på den svenska marknaden.



Vendela Norman,
delägare

För Vendela Norman började resan med en längtan efter att göra något eget. Hon hade arbetat inom bland annat ekonomi, bank och bilförsäljning och länge varit intresserad av mode. När hon fick veta att familjevännerna bakom The Tiny Universe funderade på att sälja företaget föll flera bitar på plats.

– Jag har länge velat driva eget och hade till och med funderat på att öppna en klädbutik. När den här möjligheten dök upp kändes kombinationen av företagande, mode och barnmode väldigt rätt för mig, säger Vendela.

The Tiny Universe grundades 2010 av Maria Nilsson och Johan Halldelius. Idén föddes när de letade efter en doppresent och saknade något som kändes annorlunda. Där väcktes tanken på att skapa egna produkter för barn, och med tiden växte sortimentet till dagens kläder, böcker och accessoarer.

Under åren byggdes en tydlig värld kring varumärket. Inför förvärvet såg de nya ägarna en verksamhet där mycket redan fanns på plats – men där försäljningen hade potential att utvecklas.

– Det var ett etablerat varumärke med ett väldigt speciellt uttryck. Produkterna och identiteten fanns redan, men försäljningen behövde ta nästa steg. Vi såg framför allt möjligheten att använda vår erfarenhet av e-handel och börja arbeta mer aktivt med den egna försäljningskanalen, säger delägaren Oliver Engqvist.

Dialogen med de tidigare ägarna pågick i omkring ett år innan förvärvet genomfördes i mars 2026. Då tog Vendela och de övriga delägarna över en verksamhet med produkter, webbutik, återförsäljarkontakter och en lång historia. Grundaren Maria Nilsson är fortfarande en viktig del av företaget och arbetar vidare med både design och böcker.

– Det var en stor del för oss att Maria skulle vara kvar. Hon har designat alla kläder och byggt upp hela den här världen. Vi vill utveckla företaget, men samtidigt behålla det som gjort The Tiny Universe speciellt från början, säger Vendela.

Böckerna är framför allt starka på den svenska marknaden, medan kläderna till stor del säljs internationellt. USA, Storbritannien och Mellanöstern hör till de viktigaste marknaderna.

Varumärket har också fått uppmärksamhet i Sverige, bland annat när prinsessan Ines bar kläder från The Tiny Universe på nationaldagen.

– Sådan exponering betyder jättemycket. Det skapar uppmärksamhet och stärker trovärdigheten hos kunden, men blir också en bekräftelse för oss på att produkterna håller rätt nivå och känns relevanta och attraktiva, säger Vendela.

Kläderna är främst skapade för tillfällen när man vill ha något extra och hämtar mer inspiration från vuxenmode än från traditionella barnkläder. Det är en identitet de nya ägarna vill behålla, samtidigt som sortimentet ska fortsätta utvecklas.

– Vi vill inte börja göra klassiska barnkläder som ser ut som allt annat. Det speciella är själva poängen. Men vi tittar också på nya kollektioner som kan passa bättre i Sverige och Europa, med till exempel mer höstkläder och ett bredare utbud för pojkar, säger Vendela.

Sedan övertagandet har en stor del av arbetet handlat om att bygga upp försäljningen i egen kanal. Tidigare hade försäljningen till stor del gått genom återförsäljare. Nu arbetar teamet bland annat med marknadsföring, logistik, fraktavtal och att hitta kampanjer och kanaler som går att skala upp.

Förvärvet skedde dessutom precis inför en av företagets viktigaste försäljningsperioder. Bland de mest välkända produkterna finns Sverige-dräkten för barn, vilket gjorde att de nya ägarna snabbt behövde få verksamheten på plats inför vårens och försommarens efterfrågan.

– Vi klev rakt in i hetluften. Vi ville ställa om mot vår egen e-handel samtidigt som allt skulle fortsätta rulla och vi absolut inte ville missa



den första starka försäljningsperioden. Vi har gått på några minor och lärt oss otroligt mycket. E-handel kan vi, men kläder har sina egna säsonger, beställningar och branschstandarder, säger Oliver.

I dag arbetar Vendela operativt i bolaget tillsammans med Maria, medan Oliver framför allt varit drivande i själva förvärvet och arbetar med andra verksamheter vid sidan av. Bland de övriga delägarna finns Christoffer, som bidrar med erfarenhet inom e-handel.

När affären skulle genomföras behövdes också extern finansiering. Oliver hade sedan tidigare erfarenhet av Norrlandsfonden och tog initiativ till kontakten tidigt i processen. Men för Vendela har Norrlandsfondens betydelse handlat om mer än finansiering.

– Norrlandsfonden har varit en stor del i att förvärvet kunde genomföras. Men det har också betytt mycket att de trodde på affären från början. De var bland de första som peppade oss och såg utvecklingspotentialen i det vi ville göra, säger Vendela.

Efter ägarbytet har The Tiny Universe fått en tydligare förankring i Söderhamn. Bolaget, som tidigare var registrerat i Stockholm, finns nu här och all personal är baserad på orten. Även Maria har flyttat tillbaka.

För Vendela är det ett medvetet val. Att kunderna finns på andra sidan jorden innebär inte att företaget behöver göra det.

– För mig är det jätteviktigt att verksamheten finns här. Jag vill bo i Söderhamn och jag vill att fler ska vilja göra det. Att kunna bygga ett internationellt varumärke härifrån, skapa arbetstillfällen och bidra till tillväxt känns väldigt häftigt, säger Vendela.

Ambitionen framåt är att växa både internationellt och på hemmaplan. The Tiny Universe ska fortsätta utveckla sin egen e-handel, samtidigt som utvalda återförsäljare kan bli viktiga på vissa marknader. I Sverige är utmaningen delvis en annan. Varumärket har funnits länge, men de nya ägarna ser behov av att introducera det för en ny generation konsumenter.

– När grundarna startade blev det en boom och många i deras generation känner till The Tiny Universe. I vår generation är det inte alls lika självklart. Produkterna är fortfarande lika aktuella, men vi behöver få fler att upptäcka dem. Vi är egentligen bara i början av vår resa, säger Vendela.

Och Vendela har en tydlig bild av hur långt resan kan gå.

– Efterfrågan finns på många av de marknader där vi vill vara. Nu handlar det om att nå ut, hitta rätt kanaler och bygga vidare. Och jag har sagt att jag vill öppna en butik i New York någon gång, säger Vendela och skrattar.

Johanna Ceder, Norrlandsfonden

The Tiny Universe erbjuder ett fint sortiment av barnkläder, böcker och accessoarer och kunderna finns över hela världen. Det är särskilt roligt att verksamheten nu har sin bas i Söderhamn, och det ska bli väldigt spännande att följa företagets fortsatta utveckling framöver.

Från skidanläggning till skidort

När bröderna Abrahamsson tog över Nalovardo 2018 var den klassiska skidanläggningen i behov av stora investeringar. Sedan dess har de rustat upp, byggt fler uthyrningsstugor, köpt mark och satsat på snölagring som gör det möjligt att locka träningsgrupper redan före den ordinarie skidsäsongen. Nu är målet större: att utveckla Nalovardo till en etablerad skidort som skapar ringar på vattnet i hela Sorsele.

För Patrik Abrahamsson och hans bröder Daniel och Marcus var Nalovardo långt ifrån en okänd plats när anläggningen kom ut till försäljning. De är uppvuxna i Sorsele, farmodern drev restaurangen och campingen under många år på 1980-talet och även deras mamma arbetade på anläggningen. När det började talas om vad som skulle hända om ingen köpare dök upp väcktes därför intresset.

– Det finns såklart en kärlek till bygden bakom. Vi har våra familjer och barn här och är måna om Sorseles framtid. Men vi såg också affärsmässiga möjligheter. Vi har känt hela livet att det finns så mycket mer att göra med Nalovardo.

Bröderna driver sedan tidigare träindustrieföretaget Baseco, som deras pappa grundade och som de själva har arbetat i under stora delar av sina liv. När de köpte Nalovardo i slutet av 2018 såg de också möjliga synergier mellan verksamheterna. Baseco har bland annat en egen husfabrik, vilket skapade en tydlig koppling till planerna på att utveckla området runt skidanläggningen med nya fritidshustomter.

Men starten blev allt annat än enkel. Anläggningen hade varit till salu under flera år och mycket underhåll hade skjutits på framtiden. När bröderna själva skulle ta över driften säsongen 2019/2020 kom dessutom pandemin.

– Det blev en väldigt snårig start. Sedan dess har vi lagt miljontals kronor på bland annat fastigheten, restaurangen, köket, energi-effektivisering, fordonsparken och liftarna. Vi har gjort en otrolig resa med upprustningen och samtidigt fortsatt investera och utveckla anläggningen steg för steg.

I dag har Nalovardo 14 nedfarter med sammanlagt 20 kilometer pist och en längsta nedfart på 2,1 kilometer. Här finns också restaurang, skidshop, stuguthyrning och camping. De omkring 80 säsongsplatserna på campingen är i princip fullbokade varje vinter och barnfamiljer från kuststäderna är en viktig målgrupp.

– Här får man väldigt mycket skidåkning för pengarna. Backarna sväljer mycket folk, så det blir inte så mycket liftköer, och allt är samlat. Nedfarterna leder ner mot restaurangen och skidshopen.

Vi ska fortsätta vara en familjevänlig skidort, inte ett partyområde.

Parallellt har Nalovardo utvecklat en annan viktig del av verksamheten: försäsongsträning för alpina åkare. Anläggningens klimat-mässiga läge och en nedfart lämpad för bland annat storslalom har gjort att grupper från Sverige och flera andra europeiska länder söker sig hit för att komma på snö tidigt.

Men verksamheten var sårbar. Även med konstsnö avgjordes möjligheten att öppna tidigt av höstens temperaturer. För att kunna ge träningsgrupperna något helt annat – en garanterad tidig öppning – valde Nalovardo därför att investera i snölagring.

Under vintern byggs stora snödepåer upp och när den ordinarie säsongen avslutas samlas ytterligare snö från backarna. Högarna täcks med isolerande material och sparas över sommaren. Till hösten läggs snön ut igen och kompletteras vid behov med nytilverkad snö.

– Tidigare kunde vi aldrig lova när vi skulle öppna eftersom allt hängde på vädret. Med lagrad snö vet vi att snön finns. Då kan träningsgrupper boka med vetskapen om att vi kan öppna i tid.

Investeringen omfattade inte bara täckningsmaterial för snödepåerna utan även fler snökanoner, automatisering och en ny pistmaskin. Tillsammans med markköp och den pågående tomtexploateringen handlar de senaste satsningarna om investeringar på uppemot 12 miljoner kronor. Norrlandsfonden har varit en viktig finansiär, samtidigt som ägarna själva har gått in med betydande kapital.

– Det blev en väldigt stor samlad investering och Norrlandsfondens del var väsentlig för att vi skulle kunna sy ihop allt. Vi har själva gått in med mycket eget kapital och tar stora risker, men vi har en stark tro på det här. Annars skulle vi inte göra det.

Redan efter den första säsongen med lagrad snö såg Nalovardo tydliga resultat. Antalet åkdagar från träningsgrupper under försäsongen ökade enligt Patrik med mer än 50 procent, samtidigt som intäkterna från boende och restaurang följde med uppåt.

– När vi tog över Nalovardo hade vi i princip ingen omsättning alls i november. Nu ligger den på omkring 1,5 miljoner kronor. Bara



Patrik Abrahamsson,
delägare

möjligheten att gå ut och säga att vi sparar snö och kan garantera öppning gjorde stor skillnad direkt.

Den växande träningsverksamheten får också effekter utanför själva anläggningen.

Nalovardo har omkring 75 bäddar i sina egna uthyrningsstugor men kan ta emot betydligt fler åkare under en träningsdag. Därför samarbetar man bland annat med hotellet i Sorsele när de egna bäddarna inte räcker till.

– När det kommer hundra personer utifrån till lilla Sorsele ger det otroliga ringar på vattnet. De bor på hotellet, handlar mat, går till sportbutiken, gymmet eller simhallen. Och det sker under en period på året när det annars inte händer lika mycket. För en liten ort gör det ett stort avtryck.

Samtidigt pågår nästa del av utvecklingen runt själva berget. När bröderna tog över Nalovardo stod anläggningen på arrenderad mark. Sedan dess har bolaget köpt drygt 300 hektar och arbetar med att utveckla och sälja tomter för fritidshus i anslutning till anläggningen.

På Nalohöjden finns 19 färdiga tomter, varav en nu bebyggs och de övriga ligger ute till försäljning. Parallellt arbetar Nalovardo med en detaljplan för ytterligare omkring 60 tomter, med en långsiktig vision om omkring 100 fritidshustomter.

– För att kunna bli en etablerad skidort med mer daglig drift behöver vi få fler människor att bo i direkt anslutning till anläggningen. I takt med att antalet gäster växer ännu mer kan vi i nästa steg fortsätta utveckla restaurangen, backsystemet, belysningen, mer nedfarter med konstsnö och fler aktiviteter. Tomtexploateringen är därför en väldigt viktig del av helheten.

Även organisationen har förändrats i takt med tillväxten. Patrik, som tidigare var vd, har lämnat den operativa rollen för att åter fokusera på Baseco. I dag är Viktor Gustafsson destinationschef med ansvar för den dagliga verksamheten, medan bröderna sitter kvar i styrelsen och arbetar vidare med den långsiktiga utvecklingen och exploateringen.

Sedan övertagandet är Nalovardo på väg mot närmare tre gånger den omsättning anläggningen hade när bröderna tog över. Nästa steg är att fortsätta bygga vinterdestinationen med barnfamiljer och försäsongsträning som två tydliga målgrupper – och på längre sikt utveckla verksamheten under fler delar av året.

– Det har varit en otrolig resa med blod, svett och tårar. Men med en stark koncern i ryggen och finansiärer som har trott på satsningen har vi kunnat driva utvecklingen i hög takt. Nu vill vi fortsätta bygga vidare och etablera Nalovardo som skidort. Kan vi samtidigt dra hit fler människor, skapa mer för Sorsele och få synergier med Baseco så blir det ett väldigt fint paket.

Nina Hildmaries, Norrlandsfonden

Det känns fint att vi får vara en liten del av de driftiga bröderna Abrahamssons satsning på Nalovardo som skidort och destination. Detta är ett initiativ som är positivt för hela området, ger de fastboende i kommunen möjlighet till en rikare fritid och samtidigt gynnar andra lokala företagare genom att locka turister. Jag ser fram emot att följa Nalovardos utveckling.

Från krockskydd till säkerhetssystem i världsklass

Det började med en fråga om hur man stoppar en bil från att köra genom ett skyltfönster. Svaret blev Keep safe system – en patenterad säkerhetslösning utvecklad i Piteå för dörrar, fönster och fasader i säkerhetskritiska miljöer. I dag växer Keep the company på en marknad där säkerhet står allt högre på agendan.



Ulf Isaksson,
ägare

Historien tar sin början 2018, när fastighetsbolaget Hufvudstaden sökte en lösning på återkommande smash and grab-inbrott. Ulf Isaksson fick frågan om han kunde ta fram en prototyp inom tre månader.

Från sin tidigare karriär hade han erfarenhet av att utveckla krockskydd för bilar. Därifrån hämtade han principen att låta delar av konstruktionen ta upp kraften vid en kollision – och började fundera på om samma tanke kunde användas för att skydda ett fönster.

– Jag gjorde en dämpad infästning för fönstret och efter ett par månader åkte vi ner för att testa prototypen mellan två stora betongblock. En halvtimme innan testet insåg vi att vi inte hade någon bil, så vi fick helt enkelt köpa en. Vi körde in i rutan sju gånger utan att ta oss igenom. Då tog kunden oss i hand.

Testet blev startpunkten för Keep safe system. Ulf och Håkan Karlsson såg möjligheten att bygga en separat verksamhet kring tekniken. Patentansökan lämnades in och 2020 bildades Keep the company.

Kärnan i bolagets erbjudande är den patenterade infästningen för säkerhetsklassade dörrar, fönster och fasader. Genom en energiabsorberande funktion minskar den belastningen på glas, karm och den omgivande byggnadskonstruktionen. Det gör det möjligt att uppnå höga skyddsnivåer utan att enbart förlita sig på grövre och tyngre material.

– Vid en explosion kan vi reducera kraften i glaset och infästningspunkten i väggen till en åttondel. Det gör stor skillnad, inte minst i äldre byggnader. Det spelar ingen roll hur starkt själva fönstret är om infästningen inte klarar kraften. Med vår dämpning kan vi få fönstret att sitta kvar.

Keep safe system kan användas för skydd mot bland annat explosion, beskjutning, brand och attacker, och flera skyddskrav kan kombineras i samma konstruktion. Tekniken kan dessutom användas i såväl stål- som träkonstruktioner.

Erik Nyström, Norrlandsfonden

Keep the company AB är ett spännande bolag med en unik patenterad säkerhetslösning. Tekniken har snabbt gått från en idé till storskalig verklighet och bolaget har redan medverkat i flera prestigefyllda och högprofilerade projekt. Marknadsförutsättningarna bedöms som mycket goda där efterfrågan drivs av ett osäkert geopolitiskt världsläge och ökade krav på skydd av samhällskritisk infrastruktur. Det ska bli spännande att följa bolaget på dess fortsatta resa.



Foto: Sören Håkanlid

– Vi har en världsunik produkt. De som tidigare har sålt säkerhetsprodukter har framför allt jobbat med stål. Nu kommer vi med sprängsäkra träfönster. Med vårt system kan vi dessutom använda tunnare glas och ändå uppnå en hög säkerhetsnivå. Det finns en enorm marknad som vi ännu inte har börjat bearbeta fullt ut. Keep the company har bland annat genomfört projekt för Riksdagsförvaltningen och vid Station Centralen i Västlänken i Göteborg. Bolaget arbetar också mot den militära marknaden och med internationella projekt, varav många omfattas av sekretess.

Tekniken har samtidigt blivit allt mer aktuell i takt med det förändrade omvärldsläget och ett växande behov av fysiskt skydd för både civila och militära verksamheter. Från 2027 föreslås dessutom nya krav på motståndskraft och beredskap för samhällsviktiga verksamheter, bland annat inom energi, transport, dricksvatten och offentlig förvaltning. För Keep the company öppnar det för en bredare roll än att enbart leverera säkerhetsprodukter.

– Det här är svåra frågor för till exempel en kommun. Där kan vi komma in och hjälpa till med riskbedömning och åtgärdsplan och vägleda till rätt skydd. Sedan kan vi också ta ansvar för tillverkning, leverans och montage. Totalförsvaret är ett bra begrepp för oss, från det militära till det civila.

Den dämpande tekniken har också en materialmässig fördel. När belastningen minskar kan tunnare glas och lättare konstruktioner användas i vissa lösningar.

– Glas är både dyrt och energikrävande att framställa. Med vår teknik kan vi minska både materialåtgången och energibehovet, samtidigt som vi kan uppnå hög säkerhet och vara konkurrenskraftiga prismässigt.

Keep the company knoppades av från Stålparter i Norr, SPINAB, där all tillverkning av Keep safe system fortfarande sker. SPINAB har drygt 30 medarbetare och verksamheten finns i Öjebyn utanför Piteå. När volymerna växer ser Ulf möjligheter att knyta fler underleverantörer i Norr- och Västerbotten till produktionen.

Redan i dag går leveranser från Piteå till kunder utanför Sverige.

– Det är väldigt roligt att vi till exempel kan leverera till Baltikum, när man ofta tänker sig att flödet ska gå åt andra hållet. Det visar vilken konkurrenskraft tekniken ger oss.

Keep the company växte länge med egna medel. Men när större uppdrag började komma ökade också kapitalbehovet. Då kom Norrlandsfonden in som finansiär.

– När man får stora jobb kan mycket kapital vara bundet innan man ens kan börja fakturera. Som företagsledare vill man vara proaktiv och känna sig trygg med likviditeten. Norrlandsfonden är enkla att jobba med och duktiga på att se både affären och möjligheterna i produkten. De har stöttat oss fullt ut.

Nu ligger huvudfokus på Sverige och Skandinavien, samtidigt som förfrågningar kommer från andra delar av världen. För att kunna ta vara på möjligheterna behöver Keep the company framför allt bygga en större organisation.

– Marknaden finns där ute och potentialen är enorm, men vi behöver bli fler för att kunna ta vara på den. Det är otroligt roligt att få arbeta med en sådan här produkt. För mig som börjar bli senior i yrkeslivet är det faktiskt lite av en nytändning.

Villa Äng lockar världen till Harads

När Britta Jonsson Lindvall och Kent Lindvall sålde Treehotel var tanken inte att börja om. Men en plats vid Luleälven, kunskapen om den internationella besöksnäringen och dottern Jenny Isakssons längtan efter något nytt fick bitarna att falla på plats. Resultatet blev Villa Äng – en exklusiv privat villa där nästa generation nu tar familjens långa erfarenhet av värdskap vidare.

Det började med en tomt. I samband med försäljningen av Treehotel köpte Britta Jonsson Lindvall och Kent Lindvall nio hektar mark vid Luleälven i Harads. Planen var från början att bygga ett eget hus på platsen, men tankarna på att göra något mer började snart växa fram.

Samtidigt, drygt 100 mil söderut, funderade deras dotter Jenny Isaksson på nästa steg. Hon bodde i Göteborg och arbetade på Biobank Väst vid Sahlgrenska Universitetssjukhuset, men hade börjat längta efter något annat.

– Jag hade ett tryggt och bra jobb, men kände att jag ville göra något nytt. När mamma och pappa började prata om möjligheterna med platsen började jag fundera. Jag är uppvuxen här och i hjärtat har jag alltid längtat hem, men tidigare hade jag inte riktigt sett hur en flytt tillbaka skulle fungera rent praktiskt. Nu fanns det plötsligt både en affärsidé jag trodde på och en möjlighet att driva den just här, säger Jenny Isaksson, vd för Villa Äng.

Sommaren 2025 gick flyttlasset tillbaka till Harads. Den 19 december invigdes Villa Äng och två dagar senare anlände de första gästerna.

Villa Äng är inte ett hotell där olika sällskap möts vid frukosten. Här bokat ett sällskap hela den 400 kvadratmeter stora villan, med fem sovrum och plats för upp till tio övernattande gäster. Värdskap, privat kock och aktiviteter kan ingå och vistelsen formas efter gruppens önskemål.

– Det är ett förstklassigt boende, men själva huset är egentligen inte det viktigaste. Det viktiga är värdskapet, människorna och flexibiliteten. På ett hotell finns rutiner för hur saker ska fungera. Här börjar vi i stället med gästen: Hur vill ni ha det? Vad vill ni göra? Vilken service vill ni ha? säger Britta Jonsson Lindvall.

Att idén hade en marknad visste familjen redan innan bygget började. Genom åren med Treehotel hade Britta och Kent nära kontakter med reseagenter och turoperatörer.

– När vi byggde Treehotel gjorde vi ingen marknadsundersökning. Den här gången kunde vi prata med reseagenterna innan vi satte i gång och responsen var tydlig: bygg. Det gav oss en trygghet i att det fanns ett behov, säger Britta.

Gästerna är i första hand internationella familjer och grupper som söker avskildhet och hög servicenivå, men Villa Äng vänder sig också till företag. De har redan tagit emot konferenser och två vigslar och ser möjligheter att bredda verksamheten ytterligare med bland annat retreats.

För Jenny har det också varit viktigt att ge Villa Äng en tydlig identitet med koppling till platsen och hennes egen bakgrund. Hon är biolog och kommer från en helt annan bransch än besöksnäringen. Ängen, älven och berättelserna från trakten löper genom arkitektur och inredning, där vetenskap möter lokal historia, mystik och folktro.

– Jag har inte jobbat i hotellbranschen tidigare, så för mig behövde det här vara något mer än bara ett boende. Jag ville skapa något som jag själv känner en stark koppling till. Vi befinner oss på en fantastisk plats, på en äng vid älven, och jag har mitt intresse för växter och vetenskap. Allt det har vi försökt väva ihop till en berättelse som genomsyrar hela Villa Äng, säger Jenny.

En viktig del av vistelsen finns också utanför villans väggar. Gästerna kommer till Harads för naturen och upplevelserna, och Villa Äng samarbetar med lokala aktörer kring bland annat hundspann, skidåkning, skoter, natur- och kulturupplevelser. Det kan också handla om betydligt enklare saker – att baka bröd i en bagarstuga, göra upp en eld eller ge sig ut med snöskor tillsammans med värden.

– När gästerna åker härifrån är det sällan bara boendet de pratar om. Det är aktiviteterna, människorna de har träffat och hur de har blivit omhändertagna. Det är det där lilla och personliga som gör



Jenny Isaksson, Kent Lindvall, Britta Jonsson Lindvall, grundare

skillnad, säger Britta.

Det lokala går igen även i hur verksamheten drivs. I stället för att ha all kompetens anställd köper Villa Äng tjänster av andra företagare, bland annat inom matlagning, städning och service. Det skapar en flexibel organisation samtidigt som fler företag i bygden får del av verksamheten.

Familjens erfarenhet av besöksnäringen är en viktig grund för Villa Äng, samtidigt som tanken från början varit att Jenny ska forma nästa kapitel.

– Jag hade aldrig gjort det här utan mamma och pappa och jag hade inte gjort det på någon annan plats än i Harads. Här finns förutsättningarna, kontakterna och erfarenheten. Samtidigt har det varit viktigt för mamma och pappa att det ska vara mitt koncept och något som känns rätt för mig, säger Jenny.

Britta beskriver dotterns beslut att lämna Göteborg och flytta tillbaka som både oväntat och efterlängtat.

– Det har nästan känts lite överkligt. Det är fantastiskt roligt att Jenny har flyttat hem och vill driva det här vidare. Kent och jag finns kvar som stöd, men tanken är att vi successivt ska hålla oss



mer vid sidan om.

För att förverkliga Villa Äng krävdes också extern finansiering. Norrlandsfonden var med och finansierade byggnationen och uppstarten av verksamheten.

– Norrlandsfonden har betytt allt. Utan deras finansiering hade vi inte kunnat genomföra satsningen. Det betyder mycket att det finns den här typen av stöd och att relationerna är nära här uppe, säger Britta.

Nu handlar nästa steg om att etablera Villa Äng på den internationella marknaden och ta verksamheten vidare. Jenny ser möjligheter både i kärnerbjudandet och i nya delar – inte minst retreats, matupplevelser och en ännu starkare koppling till ängen och botaniken.

– Jag har jättemycket idéer. Först vill jag att vi ska etablera oss bland de internationella gästerna, företagen och bröllopsgästerna och bli en plats som är känd för riktigt bra service. Sedan vill jag fortsätta utveckla hela konceptet – maten, aktiviteterna, retreat-verksamheten och ängen. Det finns väldigt mycket kvar att göra, säger Jenny.

Per Nilsson, Norrlandsfonden

Sedan Treehotel etablerades 2010 har Harads sett en kraftig tillväxt inom turism, med efterföljare som Arctic Bath och Loggers Lodge. Denna utveckling har inte bara etablerat Harads och Boden som en premiumdestination utan även genererat en efterfrågan på högkvalitativa, boenden, aktiviteter och upplevelser i området. Villa Ängs styrka ligger i dess unika profil som ett rymligt, privat boende i avskild miljö, vilket erbjuder en personlig och exklusiv upplevelse. Jenny, Britta och Kent är ett drömteam för att skapa en sådan satsning. De besitter en unik kombination av engagemang, energi, gästfrihet och en gedigen erfarenhet.

Krokomsporten växer med rätt läge och rätt etableringar

Sedan Ingvar Gunnarsson köpte sin första fastighet i Krokomsporten 2015 har han steg för steg byggt vidare på sin idé om platsen. I dag rymmer hans fastigheter flera handelsaktörer, med Sibylla som en av de senaste etableringarna. Med nya byggrätter och planer på en bredare mix av verksamheter ser han fortsatt stor potential i handelsområdet.



Lena Stuns, Norrlandsfonden

Krokomsporten AB är ett bra exempel på hur en investering i en befintlig fastighet kan skapa nya möjligheter. Genom att anpassa och bygga om lokalerna efter en ny hyresgästs behov har bolaget utvecklat fastigheten samtidigt som man skapat förutsättningar för en långsiktig uthyrning. För oss på Norrlandsfonden är det positivt att kunna vara med och finansiera den typen av investeringar – där kapitalet bidrar till både utveckling av företaget och det lokala näringslivet.



När Ingvar gjorde sin första investering var det läget längs E14 som avgjorde. Här passerar trafik mellan Östersund, Åre och Norge, samtidigt som många dagligen pendlar genom området. Under åren har han fortsatt att förvärva mark och äger i dag två fastigheter samt mark med ytterligare byggrätter.

– Jag trodde på området redan från början och den tron finns kvar. Det är bra exponerat, enkelt att ta sig in och ut och har en mix av trafik som gör platsen intressant för många olika typer av verksamheter.

Bland hyresgästerna finns i dag Sportringen, Elon, Amaryllys, Kaminexperterna och Sibylla. För Ingvar handlar utvecklingen inte bara om att fylla lokaler, utan om att hitta verksamheter som kompletterar varandra och tillsammans stärker handelsområdet.

– Starka varumärken är viktiga, både för att de skapar trygghet för mig som fastighetsägare och för att de kan göra området mer attraktivt för nästa etablerare. Det gäller att hitta rätt mix.

Ett tydligt exempel är Sibylla. Kontakten med kedjan fanns redan omkring tio år innan etableringen blev verklighet, men då saknades en lokal som motsvarade deras behov. När en yta i hörnet av fastigheten närmast rondellen blev ledig 2022 förändrades förutsättningarna. Där gick det att skapa både restaurang och den drive-in som kedjan efterfrågade.

Att förvandla en vanlig butikslokal till restaurang krävde en omfattande ombyggnation. Kök och grilldel skulle byggas, avlopp anpassas, fettavskiljare installeras och lokalen byggas ut. Finansieringsarbetet pågick under 2023 och vintern 2024 kunde Sibylla öppna.

– Det var en ganska stor och dyr anpassning. Norrlandsfonden har betytt allt för att få projektet att gå ihop finansieringsmässigt. Banken kunde inte stå för hela beloppet och Norrlandsfonden gick in och delfinansierade. Utan dem hade vi inte kunnat genomföra det.

För Norrlandsfonden innebar finansieringen att kapital gick till fastighetsägaren KrokomsPorten AB för en investering som gjorde en annan aktörs etablering möjlig.

Sedan öppningen har Sibylla bidragit till mer trafik in på området. Närheten till laddstationer ger dessutom restaurangen tillgång till ytterligare ett kundflöde.

– Allt ökat kundflöde är positivt långsiktigt. Det betyder förstås inte att alla som äter en hamburgare går vidare och handlar i de andra butikerna, men de blir potentiella kunder. Och en etablering som Sibylla gör också platsen mer intressant för andra aktörer.

En av Krokomsportens styrkor är enligt Ingvar att området inte är beroende av en enda typ av besökare. Här möts närboende och pendlare med Norge- och fjälltrafiken.

– Fjälltrafiken peakar förstas under vintern och loven, men vi har pendlare varje dag och många norrmän som åker till Östersund året runt. Just den mixen gör att flödet hålls uppe över hela året.

Samtidigt är konkurrensen om nya etableringar hård. E-handeln har förändrat förutsättningarna för fysisk handel och Ingvar menar att exponering och trafik inte räcker på egen hand. För att fortsätta utvecklas behöver området fler verksamheter som i sin tur kan locka både kunder och andra företag.

Högst på önskelistan står en livsmedelsbutik. Dagligvaruhandel finns redan inne i Krokoms, men Ingvar ser potential för ett komplement längs E14 – inte minst för den som vill handla på väg till eller från jobbet.

– Utmaningen är att de stora kedjorna ofta tittar på hur många som bor i närområdet. Om besluten fattas någon annanstans är det inte självklart att man känner till trafikflödena här eller hur människor rör sig och handlar. Jag tror fortfarande väldigt mycket på livsmedel på den här platsen.

Men framtidsbilden är bredare än handel. På Ingvars mark finns byggrätt för omkring 9 000 kvadratmeter och Krokoms kommun har genom en ny detaljplan skapat möjligheter för ytterligare handel och industri i området. Samtidigt pågår en process för att även öppna för mer kontorsverksamhet.

Ingvar har redan fått förfrågningar från företag som vill ha kontor med bättre synlighet och tillgänglighet för besökare. På sikt ser han därför Krokomsporten som en plats för en bredare blandning av verksamheter.

– Jag tror mycket på en mix av handel, kontor och annan service. Min yta ligger närmast E14 och jag brukar säga att det är ett A-läge. Då gäller det också att få in rätt aktörer. Med fler möjligheter i detaljplanen tror jag att attraktiviteten kan öka ytterligare.

Efter drygt tio år i Krokomsporten är Ingvars ambition att fortsätta investera och ta vara på de möjligheter som finns i området.

– Jag tror på områdets utvecklingspotential. Kan vi få in fler verksamheter som kompletterar dem som redan finns skapar vi en starkare plats för både kunder och företag. Det är det jag fortsätter att arbeta för.



Ingvar Gunnarsson,
fastighetsägare

Pilarna pekar uppåt för företagen i Norrland

Trots år av turbulens och osäkerhet globalt håller ekonomin bra fart där den globala utvecklingen är starkt driven av investeringar i framför allt AI och försvar. Orosmoln finns fortsatt i risken för ytterligare höjda energipriser som successivt skulle äta sig in i ekonomin och orsaka inflation. Räntorna har redan pressats upp till följd av stor statlig upplåning i många länder och investeringar i AI. Ytterligare inflation till följd av höga energipriser är inte vad den globala ekonomin behöver.

Tittar man på de största ekonomierna är utvecklingen fortsatt fullt godkänd i USA med bra tillväxt och en stark arbetsmarknad. I Kina är tillväxten i nivå med de mål man har, men utvecklingen är tudelad, där exportindustrin går mycket starkt medan efterfrågan från hushållen är mycket svag. Utvecklingen i EU är fortsatt svag till följd av strukturella problem, och de största ekonomierna spås inte nå upp till 1 procents tillväxt 2026. I Tyskland, Europas största ekonomi, är BNP bara marginellt högre nu jämfört med 2019.

Den svenska utvecklingen är för närvarande mycket stark med en prognostiserad tillväxt på över 2,5 procent 2026. Reallönerna fortsätter att öka och flera bedömare hävdar att hushållens köpkraft aldrig varit så stor som nu. Arbetsmarknaden stärks nu också successivt. Till det går den svenska industrin fortsatt starkt. Industrin har varit dragloket när hushållen har hållit igen på konsumtionen, men nu samverkar båda dessa, vilket i kombination med offentliga investeringar i infrastruktur, försvar och även byggande av exempelvis fängelser ger starkt tryck i den svenska ekonomin. De största hoten mot denna utveckling är att räntorna höjs mer än vad som ligger i prognoserna och höga energipriser i vinter. Lagren av gas på kontinenten, som påverkar elpriserna i framför allt de sydliga elområdena i Sverige,

Den svenska utvecklingen är för närvarande mycket stark med en prognostiserad tillväxt på över 2,5 procent 2026.

är på mycket låga nivåer. Ytterligare turbulens i omvärlden kan inte heller uteslutas sett till hur utvecklingen varit de senaste åren.

Enligt de konjunkturbarometersiffror från Konjunkturinstitutet som Norrlandsfonden har tillgång till har läget för företagen i Norrland successivt stärkts under året. I länen signalerar företagen om ett normalt till starkare läge än normalt. Detta gäller brett i de flesta branscher och län. Fortfarande är dock lönsamheten i bästa fall bara tillbaka på ett normalläge och någon stor kompetensbrist råder inte heller, vilket visar att någon högkonjunktur ännu inte råder.

Att läget stärkts ser vi också i vår utlåning. Efterfrågan på krediter har ökat, företagen investerar och vi ser också att företagen verkar gå bra. Andelen problemkrediter minskar och frågor från våra kunder om exempelvis amorteringsfrihet är mycket få.

Sammanfattningsvis pekar alltså pilarna uppåt för företagen i Norrland trots allt som händer i omvärlden. Regionen har också unika fördelar som kommer att vara positiva för utvecklingen framåt i form av exempelvis mineraler och råvaror, grön energi och ett strategiskt geografiskt läge.



Framgång för Norrland

Norrlandsfonden – lånekapital för utveckling

Vi hjälper företag i norra Sverige att växa.

- Lån – flexibla tillväxtlån för investering och expansion
- Konvertibler – uthålligt ägarnära lånekapital
- Borgen – trygghet och garantier som frigör nya möjligheter

Om du har tillväxtplaner – prata med oss
Tillsammans bygger vi framtidens tillväxtbolag.

norrlandsfonden.se

NORRLANDSFONDEN