

En bimbo, trodde alla ...

Isabella Löwengrip började redan vid 16 års ålder att målmedvetet bygga upp sin karaktär »Blondinbella«. Hon är sannolikt, jämte Alex Schulman, Sveriges mest kända bloggare.

När hon var som störst hade hon 380 000 unika besök i veckan. Men tvärt emot hur Schulman har byggt sin bloggfigur, har Löwengrip konsekvent undvikit att angripa andra. Ja, hon har till och med låtit bli att besvara rent personliga påhopp på sig själv.

»Skiten jag får ta är ju bara för min bloggroll. Angreppen har gjort mig stor och jag har bara tackat och tagit emot«, säger hon. I dag driver Isabella Löwengrip, 19, fyra aktiebolag och drar sitt varumärke alltmer från »Blondinbella« till »Isabella Löwengrip«. Från tonårsidolen till entreprenören som föreläser på universitet och högskolor om ungt företagande.

Där Schulman ganska drastiskt måste vända sitt varumärke (»jag börjar alltid på minus«), kan Löwengrip bida sin tid, hon anser inte att hon har gjort något som hon behöver ångra.

fem snabba

till Isabella Löwengrip

När började du?

2005. Då var jag 14 och drog igång bloggen. Men jag insåg vad jag höll på med och började bygga karaktären »Blondinbella« 2007.

Facebook har jag haft sedan det startade och innan dess andra communities. På Twitter var jag sen eftersom det var alldeles för pråkigt. Jag gick in på Twitter nyligen, år 2010, bland annat för att få till en förändring, så att alla blir med.



Foto: Emelie Ohlsson

Varför fortsätter du?

För att det är mitt levebröd. Alla mina företag bygger på att jag har följare på bloggen. Och det är kul! Jag har fler vänner på nätet än i verkligheten, haha.

Hur privat är du på en skala 1–10?

Jag tror att jag är en femma. Jag är duktig på att få folk att tro att jag är privat, det har gjort bloggen stor. Men jag vet exakt vad jag säger. Allt är väldigt genomtänkt. Facebook är min verkligt privata sfär. Där har jag bara mina vänner. Jag har typ 7 000 vänförfrågningar som väntar, jag klickar bara nej, nej, nej.

Om det skriver jag gärna:

Först skrev jag mycket politik, sedan mycket provokationer. I dag skriver jag väldigt mycket om självkänsla. Jag vill att unga ska våga saker och tycka om sig själva.

Om det skriver jag aldrig:

Jag lämnar inte ut familj och vänner och jag skulle aldrig skriva elakt om någon annan.

Berätta hur din story började!

»Jag var 14 år och bloggen drog igång. Som 15-åring insåg jag att det fungerade inte att bara skriva om mig själv. Jag läste mycket böcker och följde relationsdramer. Jag insåg då att det måste finnas en röd tråd. Folk skulle kunna vara borta en vecka och sedan hitta tillbaka till bloggen. Och då skulle något nytt ha hänt. Jag hittade en kärna som gjorde att ett stort antal människor ville följa mig.

Att vara 16 och tjäna pengar på sitt bloggande var inte okej i Sverige och är det fortfarande inte. Det blev skrivelser om att jag tjänade miljoner, vilket jag inte gjorde. Men det här att jag stack ut drog igång allting. Jag valde att kalla mig Blondinbella, men jag har hellre ställt upp i Janne Josefssons Debatt än hoppat med i någon »wipe-out«.

Jag har hela tiden noga vägt vad jag har gjort och varför. Jag ser inte bloggen som en privat dagbok utan som ett marknadsföringsredskap för mina olika projekt. Och när jag hela tiden kommer med något nytt ses jag som en driven och intressant person.«

Du ställde inte upp på »wipe-outs« sa du. Men du ställde ju upp i Let's dance?

»Ja, jag ville bli folkkär! Och helst för en äldre målgrupp. Det blev jag ju! Jag tror jag ökade läsarantalet på bloggen med 200 000!«

Vilken var nyckeln till din framgång?

»Att få en stor blogg handlar om igenkänning och inspiration. Mytbildningen säger att jag blev stor på modebloggande. Men det är inte sant. Jag har alltid varit ointresserad av mode, jämfört med dagens modebloggare. I mitt fall handlade det mera om relationsdramer av typen ›Nu är det tjafs med pojkvännen, nu dejtar jag en annan kille, nu är det bråk med pappa, nu vill jag flytta hemifrån.«

Hur stor har du varit som störst på bloggen?

»Riktiga index som Google Analytics visar att jag hade 380 000 unika besökare i veckan som mest. I dag ligger jag på 290 000 och där har jag legat i flera år.«

Har dina besökare ändrats genom åren och kan du i så fall se det?

»Ja, förut var det lite freakshow över mig. Jag var ett konstigt fenomen. Ungefär som ett dött rådjur på vägen som egentligen alla tycker är äckligt, men som man ändå stannar och tittar på. 80 procent av kommentarerna var elaka och 20 procent snälla. I dag har jag väl visat att jag inte är en bimbobloggare, jag har blivit mer av en mamma inom bloggvärlden. Jag har blivit en pionjär på bloggen. Jag blir inbjuden till seriösa seminarier och jag har fått en helt annan respekt än jag hade tidigare.«

*Du fick tidigt mycket kritik för ytlighet. *Blondinbella = dum blondin.**

Hur hanterade du det?

»Jag utnyttjade det! Det var bestämt att jag skulle hamna där. Och från den nivån kunde jag ju bara klättra uppåt. Det var jättehäftigt för mig att möta nya människor i en föreläsning och veta att de tänkte: *Nu möter vi en dum och korkad tjej.* Och att de sedan insåg: *Va, vet hon så här mycket?* Det är lätt att vända folks fördomar och då hamnar du ofta på ännu mera plus om de underskattade dig innan.

Jag var en gång på Lärarförbundet i Göteborg där det fanns riktigt röda lärare och de satt där med armarna i kors. Avvaktande: Vad har hon att lära oss? Och efteråt stod de upp och applåderade.«

Hur har du hanterat rent näthat – både anonymt och som när Zytomienska kallade dig »en liten gris och ett barn« i diskussionen om bantning och anorexia?

»Det är en del av min verksamhet. Den skulle aldrig ha blivit så här stor utan näthatet. Det har gjort att jag blivit en »snackis« på skolorna och fått stora rubriker i media. Det har varit nödvändigt att ta all denna skit. Då har jag kunnat visa hur stark jag är om till exempel en 32-årig kvinna går på mig.

Jag har visat mig som en bra förebild genom hur jag har hanterat de här angreppen. Och jag har aldrig upplevt att det har varit jobbigt!«

En röd tråd i den här boken är privat, personligt och offentligt i sociala medier. Om du har den här skölden, som all kritik och alla personangrepp verkar studsas på, då kan du väl inte ta någonting personligt? Och hur lyckas du i så fall med det?

»Det är för att jag ser bloggen som ett jobb. Jag tror Katrin Zytomienska ser bloggen mer som sin dagbok där hon är sig själv. Det skulle aldrig falla mig in att vara mig själv på nätet. Jag går in i bloggrollen! Skiten jag får är ju för min bloggroll. Hur ska man kunna bedöma mig när man inte vet vem jag är, egentligen? Och varför skulle jag då ta åt mig?«

Har du aldrig svarat när folk kritiserat dig, till exempel för din dåliga hy?

»Nej, aldrig.«

Varför hanterar du och Linda Skugge det så olika? Hon tog ju väldigt illa vid sig av alla elaka kommentarer.

»Vi har aldrig pratat om det, men jag tror att hon ser sig själv skriva. Och då är det ju hemskt att lämna ut sin dagbok till någon som klottrar en massa skit i den.«

Många drivna aktörer uttrycker stor beundran för dig i denna bok – från Jan Helin till Sofia Mirjamsdotter – inte minst för din förmåga att vara entreprenör och göra affärer via bloggandet. Hur ser din affärsidé ut?

»Det är häftigt och jag blir glad att de säger så. Jag har haft ett tvärtom-problem om man jämför med vanliga butiker.

En vanlig butik har produkter men måste locka köpare. Jag har haft hur många köpare som helst i form av följare på bloggen, men inga produkter. Frågan blev alltså: Vad kan jag sälja? Ett klädmärke? Ja, det säljer. En bok? Ja, det köper de. Föreläsningar? Ja, det bokar de. Hittills har jag bara börjat utveckla affärsverksamheten. Jag har aldrig lagt en krona på marknadsföring.«

Hur har du då tjänat dina pengar?

»Det första var ju via annonsintäkter. I dag har jag cirka 100 000 kronor varje månad i intäkter för banners och kampanjer. Men man blir inte rik på annonser.

I dag driver jag fem aktiebolag: Blondinbella AB, Löwengrip Invest AB, Bellme AB, Spotlife AB och Classified AB. Min webbutik heter bellme.se

I webbutiken behövde jag något som stack ut. En vara per dag. Något som försvinner. »Skynda att shoppa«, liksom! Sedan behövde jag produkter som stämde med karaktären som jag hade byggt. Till exempel en tandblekningsprodukt. Jag lade upp produkten direkt och skrev om den. På tandblekningen tjänade jag faktiskt 150 000 kronor på en enda dag! I år omsätter bellme.se 7–8 miljoner.

Tyvärr är priserna rätt låga på den sortens produkter, så man måste sälja ganska mycket för att det ska ge någonting. Men jag konkurrerar inte med någon. Lanserar Reebok ett par nya skor, så får jag sälja dem. Jag är den enda leverantören av Makeupster. Nu

gör jag en Bellme för vuxna kvinnor, där min mamma också kan handla.

Mitt klädföretag, Classified AB, gör businesskläder för unga tjejer. Tänk budget, Ralph Lauren till H&M-priser! Haléns är delägare i bolaget.

Spotlife är en bloggplattform som jag har grundat. Det är ett exklusivt bloggnätverk för bloggar i Sverige som också expanderas till Oslo, Köpenhamn och Helsingfors i år. Där kan jag ta ut lön varje månad.

Motorn i mina aktiebolag är ju bloggen. Mitt mål är att bolagen ska kunna rulla av egen maskin utan att bloggen behövs.

Mina klädkollektioner ska nu ut i 60 butiker. Det är klassisk businessstil för unga kvinnor, återigen min målgrupp. Via samarbete med klädkedjan Haléns finns mina kläder på Bubbleroom, som de äger. Jag designar och gör allt, jag är ett kontrollfreak. Tanken är att vi ska välja den coolaste butiken i varje småstad i Sverige för våra kollektioner. Jag åker dit och då blir det lite fest som gör att butiken också kan sälja sina andra kläder. De får köpa in något plagg varje månad för att behålla bloggkänslan i sortimentet.

Jag föreläser också och det är väldigt lönsamt när jag talar om entreprenörskap på universitet och högskolor. Jag besöker grundskolor också som inte har så mycket pengar. Där talar jag om ungdomars självkänsla. Jag har nu också skrivit en bok i ämnet som kommer i höst: *Ego boost*.«

Hinner du studera samtidigt med allt detta?

»Jag inser att jag inte kommer att hinna. Jag hade tänkt att läsa juridik, men det jag gör nu är alldeles för roligt.«

Jan Helin säger att det fantastiska är att när du, Kenza, Fokis eller någon annan säger att något är bra, så rusar försäljningen för att era

fans bland ungdomarna litar på er. Bättre marknadsföringseffekt än varje dyr reklamkampanj. Har han rätt?

»Ja, han har förstått detta. Att sälja bygger på trovärdighet. Visst, reklam fungerar – men varför ska jag inte hellre köpa något som någon annan som jag litar på också använder och rekommenderar? Jag är en stor förebild för många tjejer. Jag håller inte på med dold marknadsföring. Rekommenderar jag någonting, så litar de på det. Det är ett förtroende som jag byggt upp under flera års tid. Det är effektivt.«

Men kan man ta betalt?

»Ja, man får skriva om en produkt – och ta betalt – om man berättar att man har fått betalt. Men jag har inte gjort det. Det är inte lönsamt. Då är det bättre att hänvisa företagen till att annonsera hos mig.«

Har du försökt att få sponsorer?

»Ja, men det fungerar inte som för idrottsstjärnor. De nappar inte. Men det finns jättemånga bloggare som får svarta pengar under bordet. Jag varnar mina vänner för att ta emot det. Förr eller senare kommer det ut.«

Du har väl blivit granskad av Skatteverket och Konsumentverket eftersom de misstänkte att du sysslade med förtäckt, olaglig reklam. Hur hanterade du det och vad hände med historien?

»De gjorde en razzia, hämtade alla papper och all bokföring. Jag gick på ett möte med skattemyndigheten, till en grupp som skulle vara experter på bloggar. Jag fick märkliga frågor. En fråga handlade om att jag hade skrivit att jag ville ha en BMW Z4, som är en väldigt dyr bil. De hade tittat på min omsättning 2008 och undrade hur jag skulle kunna ha råd med en sådan bil. Jag svarade: »Hal-

lå, har ni hört talas om drömmar? Unga tjejer drömmer om saker. Det betyder inte att jag kommer att kunna köpa bilen.

Efter ett tag hörde de av sig och sade att de inte hade hittat någonting. Och samma sak blev det med Konsumentverket. Jag tar min verksamhet väldigt seriöst. Jag skulle aldrig fuska. Aldrig.

Du är inte längre 17, du arbetar nu med föredrag, du börjar bli en rutinerad entreprenör och du har skrivit en bok. Du antrår en alltmer vuxen arena. Vad betyder det för ditt personliga varumärke?

»Förr blev jag alltid blivit presenterad som bloggaren. Nu blir det alltmer entreprenören Isabella Löwengrip. Det är där jag vill vara. Jag vill vara en drake i draknästet. Jag vill bli en riskkapitalist. Jag är ju ingen förvaltartyp utan en idéspruta. Det är där jag vill hamna så småningom. Men jag är 19 år gammal och behöver inte stressa. Jag har verkligen tid på mig att ändra mitt varumärke, så att alla förstår att jag är en duktig och driven tjej som inte fått allt serverat på silverfat. Det är annars en fördom som finns om mig.

Nu blir det mycket politik, eftersom det är valår. Jag kommer bland annat att vara i Almedalen i år, som moderator på en konferens med Moderaterna, där jag kommer att tala om hur man når unga med sociala medier.

Tidigare ville jag komma in i riksdagen, men nu vill jag inte det längre. Jag har gått ur Moderata ungdomsförbundet, men står kvar i Moderaterna. Ju högre upp du kommer som politiker, desto tystare måste du bli – och jag vill inte vara tyst.«

Vilka är dina viktigaste budskap i din bok?

»Den handlar mest om ungdomars självkänsla. Viktigast är att inte ha stora krav och jämföra sig med andra. Man måste acceptera sig själv och tycka om sig själv. Då kommer självkänslan. Det gäller att se sina egna förutsättningar. Det går inte att vara perfekt.«

Och vilka råd ger du till unga människor som vill bli entreprenörer?

»Jag märker en rädsla hos många, som går ut på att man inte kan det ena och inte det andra, till exempel bokföring och juridik. Det är ju småsaker som stoppar människor. Jag är usel på matte och har ändå inte varit rädd att starta företag. Det gäller att våga släppa taget. Just för unga människor är det ju perfekt att bli entreprenörer. Man har inga krav på en ordnad ekonomi. Det går att sova på soffan hos en kompis en liten tid. Utgå från det du är duktig på, annars blir det för mycket jobb. Man ska hitta det man brinner för, det går att tjäna pengar på allt. Och det man inte kan, det kan man alltid få hjälp med.«

Jag har pratat med Alex Schulman som mycket målmedvetet arbetar på att ändra sitt personliga varumärke. Hur vill du bli sedd inom fem år – ge mig några adjektiv!

»Driven, passionerad i det jag gör, jag vill bli sedd som en person som ger tillbaka lika mycket som hon får, alltså generös. Jag vill uppfattas som en stark kvinna, en förebild för alla och en härlig tjej som tar sig ur Jantelagen.

Jag vill bli hågkommen som tjejen som såg till att Jantelagen försvann.«

Är det så att ungdomar i din nuvarande ålder inte lika blåögt sväljer råd från dig? Fokis och andra yngre tar över marknaden av att vara mode- och trendledande?

»Jag märker att jag har fått andra läsare som också säger: »vad tråkig du har blivit«. Jag tappar ju unga läsare. De bloggare du nämner skriver mer dagboksmässigt. De är jättedrivna och duktiga, men jag tror att för dem handlar det mycket om här och nu. Att man kan få ett par jättefina skor gratis. Och drömmen om att bli känd. Jag har aldrig haft den drömmen. Fokis sticker ut på ett bra

sätt. Jag hjälper henne och hon har mycket idéer. Hon kommer att gå så långt.«

Sofia Mirjamsdotter säger: »Det är en skymf mot Blondinbella att nämna Kissie i samma mening« och »Kissie har byggt hela sin bloggkarriär på att kasta skit på dig«. Har hon rätt?

»Jag skäms inte över att jämföras med Kissie. Hon har en halv miljon läsare varje vecka och det är stort. Om hon sedan får läsarna för att hon opererar bröstet är hennes sak. Det finns någonting där som man ändå måste se upp till. Jag har inga problem att länka till henne eller bjuda in henne till min tv-show på bloggen. Jag har svårt att förstå den där konkurrensen om att någon skulle vara finare eller bättre. Som om utrymmet var 100 procent och om någon tar 40 procent så blir det 60 procent över att dela på för alla andra. Så är det ju inte. Kissie är en tjej som hjälper bloggvärlden framåt.«

Och det säger du fast hon ständigt angriper dig. Har du aldrig kritiserat någon, någonsin?

»Nej, aldrig. Det behövs inte. Min framgång bygger inte på att jag slår på andra. Däremot tjänar jag på att man ger sig på mig. Jag får tacka och ta emot helt enkelt.«

Berätta om ditt webb-tv-projekt?

»Webb-tv kommer mer och mer, men alla håller på och vill dra titarna någon annanstans. Som Glamorama till exempel, som ska dras till 3.se.

Varför ska man ändra folks beteende? Så vi tänkte att vi startar ett program där besökarna redan finns och de finns ju på min blogg. Bloggen behövde något nytt. Då drog vi igång Sveriges största talkshow om bara bloggar. Vi flyttar programmet dit där de he-

taste bloggarna finns. Det har verkligen gått jättebra! Och reklamen i detta program är väldigt lönsam.«

Vad vill du med din närvaro på Twitter?

»Jag har fått mycket kritik för att jag inte går enligt reglerna. Men jag vill ju förändra Twitter. Jag vill starta en Twitterportal. Varför finns ingen topplista? Vem är störst? Vem är bäst på att skriva? När jag ställde de frågorna och skrev om det, blev det ett himla liv.

Min portal handlar mest om att locka en massa unga tjejer och visa att det går att använda Twitter som nätverk. De skulle ha en väldig nytta av det, man kan inte föra dialog på ett lika bra sätt i bloggvärlden. Unga kvinnor ser Twitter som gubblogg nu, men det ska vi ändra på. Det är mitt nästa stora projekt!«