

# Maya Delorez hetast i ridsportbranschen

En kollektion som tagit **ridsportvärlden** med storm. Ett varumärke som **utmanar** de stora bjässarna. Tjugoettåriga Madeleine Törnblom har skapat Maya Delorez, **uppstickaren** som förenar det bästa av två världar. →

TEXT: KRISTINA TILVEMO. FOTO: ALEX&MARTIN

**H**undarna skäller, när jag passerar de röda husen på väg mot den parkerade hästtrailern. Jag befinner mig i Vendelskogarna, inte långt från Örbyhus, och tjuogoettåriga Madeleine Törnblom kommer runt stallknuten och hälsar, brett leende med täckväst och svarta ridbyxor i höstblåsten. Hon berättar om gården och hästarna, och visar vägen till det nyinredda kontoret.

Det har gått snabbt sedan Madeleine bestämde sig för att skapa ridsportvarumärke. För knappt ett år sedan började hon formulera idén och läsa på om branschen, och i december inleddes arbetet

med skisser, framtagning av prover och sökandet efter leverantörer. I maj öppnade webbshopen med en första kollektion, som sålde slut på en månad.

– Grundtanken har hela tiden varit att göra allt själv. Jag har byggt webbshopen, ritat och tagit fram kläderna, kontaktat fabriker och tagit fram prover. Nu utvecklar jag varumärket och planerar för nästa kollektion som kommer i månadsskiftet, förklarar hon och håller rykande kaffe i två glas.

Runt om oss samsas pannband och mönstrade grimmor i stora packlårar. Stilrena ridbyxor, tröjor, benlindor och glittrande bling-bling-ponnyer i väntan på leverans till ryttare i alla åldrar. Som vil-

ket klädmärkeslager som helst.

Ändå förklarar Madeleine att hon fått chansa sig fram. Utan branschvana eller kontakter men med ett jävlar anamma som lett henne genom Facebookgrupper, fabriksregister, skrämselfpropaganda och tusentals timmar framför datorn för att lära sig och förstå.

– Jag började bara googla och har läst mig till hur allt funkar. Samtidigt fick jag gå utanför branschen, mer mot modehället, där det finns folk som skriver om hur de gått till väga. Jag skickade mina ritningar till två leverantörer och fick hem ett varuprov som kändes bra, säger Madeleine Törnblom.

**D**en första leveransen förvarade hon i flickrummet, men flytten till kontoret och ett eget hus har gjort livet enklare. Trots att det snart krävs nya hyllor på väggarna.

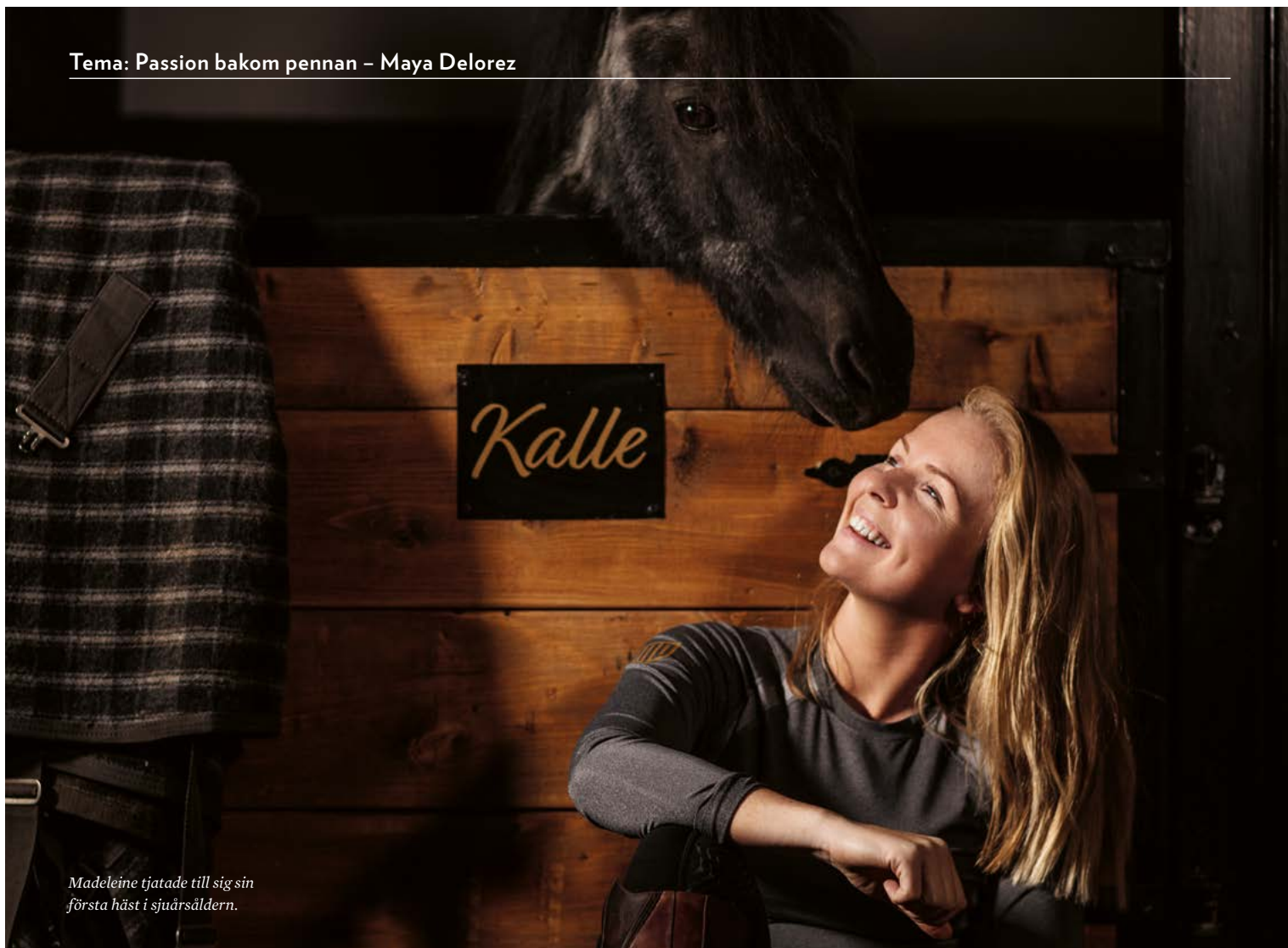
*Det är en konservativ bransch med tunga etablerade varumärken. Hur fick du idén?*

– Det saknades funktionella ridkläder och jag ville bryta mot traditionella ridmärken där man fortfarande rider i tjocka otympliga kläder, pikétröjor i bomull och ridbyxor med stel midja. Jag ville ta fram ett gymstuk, som fortfarande är snyggt och elegant men samtidigt funktionellt. En annan stil som är lite egen. Jag såg ett hål där, förklarar Madeleine Törnblom.

Startkapitalet kom via en hästförsäljning, sedan hon köpt och utbildat en osedd unghäst från Tyskland och sålt med vinst. För ridningen finns kvar i grunden, ända sedan Madelene tjtade till sig sin första häst i sjuårsåldern. I dag är shetlandsponnyn Kalle 23 år, och med sju egna hästar och tre inackorderingar varvar Madeleine företaget med egen träning och tävlingar. →

*”Jag ville ta fram ett gymstuk, som fortfarande är snyggt och elegant men samtidigt funktionellt. En annan stil som är lite egen.”*





Madeleine tjatade till sig sin första häst i sjuårsåldern.

– Att hålla på med hästar är det roligaste som finns. När jag insåg att jag inte är tillräckligt bra för att satsa på hoppningen funderade jag hur jag skulle kunna jobba i branschen i alla fall. I helgen ska jag vara med på mässan i Sundbyholm. Vi tar med två hästar jag och min syster, och turas om att tävla och stå i montern, förklarar hon med en blick på den egenbyggda mässmontern i svart trä med den gyllene logotypen framtill.

Svart, för att alla andra mässdeltagare har vitt. Guld, för att det är snyggt.

**M**adeleine konstaterar att branschen domineras av några få jättar, där kunderna de senaste åren har börjat leta efter andra märken. Efter uppstickare som kombinerar snygga märkesgrejer och samtidigt ger något nytt.

Som funktionskläder i ridmodell, med smart mobilförvaring på lårets utsida. Eller namnet Maya Delorez, som andas dressyrryttare med stormhatt, rak rygg och blank knut i nacken.

*Varifrån kommer namnet?*

– Det är den vanligaste frågan, säger Madeleine och skrattar. Många tror att namnet är internationellt vilket inte är

**”... med ett jävlar anamma som lett henne genom Facebookgrupper, fabriksregister, skrämselfpropaganda och tusentals timmar framför datorn för att lära sig och förstå.”**

negativt, men jag har tagit fram det själv. Jag ville ha ett tjejnamn eftersom det är trendigt, och till sist letade jag fram en sida med ovanliga namn på nätet. När jag hittade Maya och kombinerade med Delorez kände jag att det var klockrent. Och samma sak när jag ritade logotypen.

Själv hade hon förväntat sig en lång uppförbacke och skojat om att ha ett lager liggande länge hemma. Men den första kollektionen sålde slut på en månad, vilket var lika överrumplande som kul.

Marknadsföringen har skett främst på sociala medier, där Maya Delorez snabbt fått tusentals följare på Instagram. Dels via samarbeten med starka profiler och folk med inflytande på sociala medier; dels genom webbutiken och ett intressant konto.

– Jag svarar snabbt om kunder har frågor och interagerar genom att kasta ut frågor om färger, modeller och annat de gillar i branschen. Det skapar engagemang genom att kunderna får respons, känner sig delaktiga och tycker det är kul, förklarar Madeleine Törnblom.

*Hur mycket jobbar du i nuläget?*

– Jag är inne i det och hästarna hela tiden, men även om det är jobb så känns det som en hobby. Eftersom jag använder sociala medier blir det en hel del kvällstid och på helgerna är jag ute och säljer på tävlingar och mässor där man syns mycket. I oktober är det Elmia och en stor hästtävling, och i december blir det Friends och Stockholm Horse Show. När jag bokade en lite större mäsas i början kändes det helt sjukt, men jag vågade. ☘

7 tips om företagande med Madeleine →

## Sju snabba om företagande

### Roligast

Att se det växa och få ett resultat. Man gör tills det händer, och sedan gör man mer. Samtidigt är det en skön känsla att det kapital jag startat det här för, är pengar jag har skapat och förvaltat själv.

### En ledig dag

Den finns inte än. Jag har fått springa fort och nu springer jag ännu fortare för att hinna med. Jag har stort fokus på detta och vill smida medan järnet är varmt.

### Vännerna om dig som barn

Att jag är envis. Redan som liten sa jag att jag ville bestämma och bli chef. Och jag lekte bara med hästar.

### Mest överskattade

Tiden som går åt till marknadsföring på sociala medier. Först tänkte jag att det tar tid från jobbet, tills jag insåg att det här ÄR jobbet.

### Svårast

Långa leveranstider. Som startup vet man inte vilken rytm man kan vänta sig i början.

### Drivkraft

Att göra något bra som man ser utvecklas, och ta det framåt. När jag ser att det blir rätt så blir det också en bekräftelse av att jag har tänkt rätt.

### Andra inblandade

I marknadsföringen, ryttare som jag känner. Som representerar företaget och är starka socialt. Mamma sköter ekonomin och pappa äger hälften av aktierna efter hästinvesteringen som han trodde på. Däremot har jag sagt nej till återförsäljare.

## Madeleine Törnblom

**Ålder:** 21 år. **Bor:** I Vendel.

**Familj:** Sambo och hästar.

**Gör:** Driver företaget Maya Delorez, med ridsportvarumärke, webbutik och Instagramkonto.

**Mest nöjd med:** Mina ridbyxor och den respons jag fått.

