

Kompas Kommunikation fylder år: 15 år i en branche i konstant forandring

20. maj 2004 så Kompas Kommunikation dagens lys. Siden da har virksomheden udviklet sig fra PR-bureau til et kommunikationsbureau, der favner bredere. Trods udviklingen har den gode, troværdige historie været en konstant i et mediebillede i evig udvikling.

Mærkedage giver anledning til refleksion. Når Bo Falsig og Thomas Hartvig ser tilbage på de seneste 15 år, peger de på agilitet, strategi sammen med den gode historie og evnen til at fokusere som væsentlige årsager til, at Kompas Kommunikation også i dag lever i bedste velgående.

Under erfarne vinger

En fredag i maj 2004 blev specialet i politisk kommunikation på RUC afleveret, og mandagen efter stiftedes Kompas Kommunikation.

“Burde vi have fået et job i et andet bureau først for at lære, hvordan man gjorde? Det har mange spurgt os om, og svaret har altid været nej. Vi ville skabe vores eget. Gøre tingene på vores egen måde i stedet for at kopiere andre. Og netop den drivkraft tror jeg har været vigtig for, at vi lykkedes – og den driver os stadig den dag i dag”, fortæller Bo Falsig.

Ejerkredsen bestod ud over Bo og Thomas også af Michael Bucka samt et etableret PR-bureau, som Niels Brinkmann og Peter Albæk stod bag. Bo, Thomas og Michael havde allerede i løbet af deres studie stiftet bekendtskab med Niels Brinkmann og Peter Albæk, som skød bl.a. rutine, kontorplads og løbende opgaver ind i Kompas.

“I starten arbejdede jeg som konsulent hos Rambøll ved siden af Kompas, og sammen med opgaverne fra Niels og Peter sikrede det os en ok løn i starten. Vi skylder Niels og Peter en stor tak for at have taget os under deres vinger”, forklarer Thomas Hartvig.

Camille og Kirstine med ombord

I de følgende år købte Bo og Thomas de øvrige partnere ud og fortsatte i en årrække som ene-ejere. Virksomheden voksede. Kompetencerne, brancherne, mulighederne, kunderne og medarbejderne blev flere. Og i 2016 fik de to herrer derfor selskab i partnerkredsen af Kirstine Bøving Andersen og Camille Aulkær Andersen.

“Vi kunne hurtigt mærke, at de havde en reel interesse i virksomheden og forretningen - og ved at dyrke det og deres kompetencer, skabte vi en mere konkurrencedygtig virksomhed, som vi var flere om at tage ansvar for. Og de har begge gjort et fantastisk arbejde og været en vigtig faktor i vores udvikling. Det samme gælder de mange dygtige og vellidte medarbejdere, vi har haft med på rejsen, og som vi også skylder en stor tak”, siger Thomas Hartvig.

Den gode historie som omdrejningspunkt

I de første år som PR-bureau handlede det meget om at skabe gode og troværdige historier, som ikke kun var relevante for kunderne, men også for journalister og deres læsere, seere og lyttere. Selvom PR-delen fylder mindre i dag, er den gode historie stadig i centrum hos Kompas Kommunikation, fortæller Bo Falsig:

“Når vi laver strategi og kommunikation, handler det ikke kun om at købe sig til taletid, men om at fortælle en historie, som folk gider at høre på og involvere sig i. Vi laver mindre PR i dag og arbejder langt mere med kreativitet, film og visuelle fortællinger på sociale og digitale medier – og med at løse kundernes problemer. Dengang var det mere tekstbaseret, mens det i dag er meget mere helhedsbaseret og med fokus på at ændre adfærd. Men den gode, troværdige historie har vi stadig med os.”

I 2017 blev Kompas Kommunikation valgt som det eneste danske bureau i et af verdens største netværk af kommunikationsbureauer, Weber Shandwick. Det har ført en række internationale kunder med sig, ligesom Kompas derigennem hjælper sine kunder baseret i Danmark ud i resten af verden.

Fortsat fokus på fokus

Fremtiden er umulig at spå om. Men uanset hvordan verden udvikler sig, vil bureauet fortsat være der, hvor forbrugerne er - med fokus på at løse kundernes udfordringer.

“Om 3-5 år regner vi med at være dobbelt så store, og vores afdelinger inden for sociale og digitale medier, film og kreativitet er endnu større og dominerende. Men det afhænger alt sammen af, hvordan teknologi, medier og forbrugeradfærd udvikler sig. Uanset hvad udvikler vi os selvfølgelig i samme retning”, siger Bo Falsig

“Vi skal ikke disrupte noget. Vi kører efter en 70-20-10-model. 70% af vores kræfter bruger vi på det eksisterende, som vi er gode til. 20% bruger vi på at forny os, mens de sidste 10% bruges til at tænke helt ud af boksen ift. vores udvikling. Vi tvinger os selv til at udvikle os, men samtidig fokuserer vi på det, vi er gode til”, fortæller Thomas Hartvig.

Netop fokus på, hvad man er god til, er en af grundene til, at Kompas Kommunikation er, hvor de er i dag. Ifølge de to stiftere komplimenterer de nemlig hinanden godt - nærmest som i et ægteskab.

“Thomas og jeg er meget forskellige, men vi forstår at udnytte hinandens styrker fremfor at slå ned på det, vi hver især er mindre gode til. Thomas siger nogle gange til mig, at jeg ikke hører, hvad han siger. Og måske har han lidt ret. Men han siger altså også ret meget”, slutter Bo Falsig med et smil.



Fakta om Kompas Kommunikation

- + 25 ansatte
- + Omsætning i 2018: 23,3 mio. DKK.
- + Resultat før skat i 2018: 683.000 DKK.

Det danske bureau i et af verdens største kommunikationsnetværk, Weber Shandwick

For yderligere information

Thomas Hartvig,
stiftende partner og Direktør:
thomas@kompas.dk / 2165 9670

Bo Falsig,
stiftende partner og Adm. Direktør:
bo@kompas.dk / 2714 4120

kompas
kommunikation