NYA

FÖRETAGS HISTORIA.

biz stories .se

#2 2019
89 SEK

Affärsidéerna som förändrar världen



Adidas guldsko Copa Mundial firar 40 år. Vi berättar hur den populära skon förvandlade fotbollsspelare till popstjärnor.

KRUT I DOJAN

84 SIDOR
OM FÖRETAG, INNOVATIONER & HÅLLBARA IDÉER

Air Jordan firar 35 år

Mäklarsamfundet stolta jubilarer

Absolut Vodka – design som håller

Tapetmakerskor på 1700-talet

Vill ni använda er digitala information om 10 år?

Eller till och med
om 100 år?

Säkra ert företags information för framtiden med ett **e-arkiv**



Centrum för Näringslivshistoria samarbetar med Comprima för att skapa säkra och kostnadseffektiva e-arkivlösningar för företag

Comprima

FÖRDELAR MED CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIAS E-ARKIV

- Vi har arbetat med e-arkiv sedan 2008 och har lång erfarenhet av att skapa och underhålla fysiska arkiv, både ute hos företag och i vårt eget näringslivsarkiv
- Vi tar hand om både enkla och komplexa arkiv och hanterar stora mängder data, som ska arkiveras, strukturera och tillgängliggöras för era användare över tid
- All digital information på ett ställe
- Enkel återsökning för många användare
- Ett säkert, pålitligt och framtidssäkrat system
- E-arkivet tar emot material från gamla system, som ni sedan kan stänga ner
- Lägre driftskostnad jämfört med en inhouse-lösning

Hör av er till oss så diskuterar vi möjligheter för ert företags e-arkiv.
Ni når oss på 08-634 99 00 eller andreas.blume@naringslivshistoria.se

CENTRUM FÖR
NÄRINGSLIVSHISTORIA

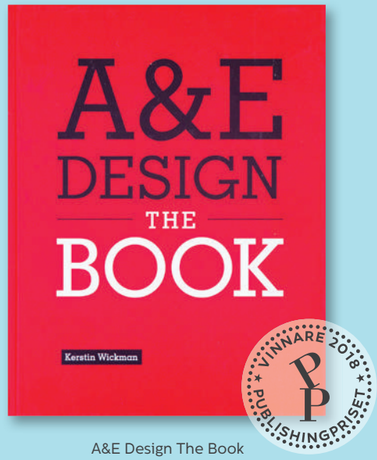
LÅT OSS GÖRA BOKEN OM **DITT FÖRETAGS HISTORIA**

Vi är specialister på bokproduktion om företags- och näringslivshistoria. Kontakta oss så berättar vi hur vi kan hjälpa ditt företag att lyfta fram och bevara er historia för att stärka ert varumärke.

EXPERTER PÅ FORSKNING OCH HISTORY MARKETING



AKTUELLA TITLAR



A&E Design The Book



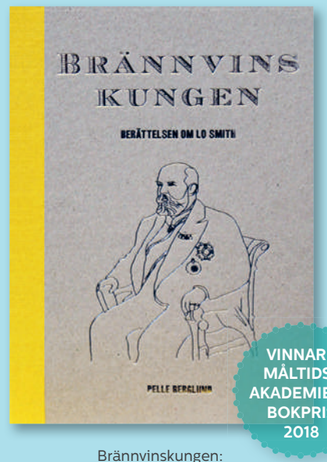
Batterifabriken



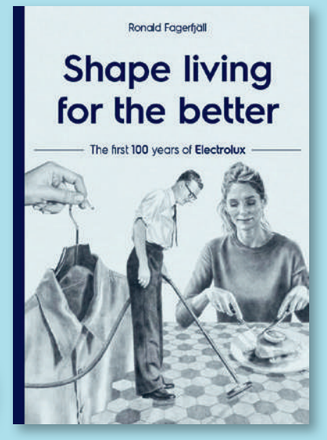
Omvandlingar
Försäkringsbolaget Skandia 1990–2016



I världsutställningarnas tid



Brännvinskungen:
Berättelsen om L.O. Smith



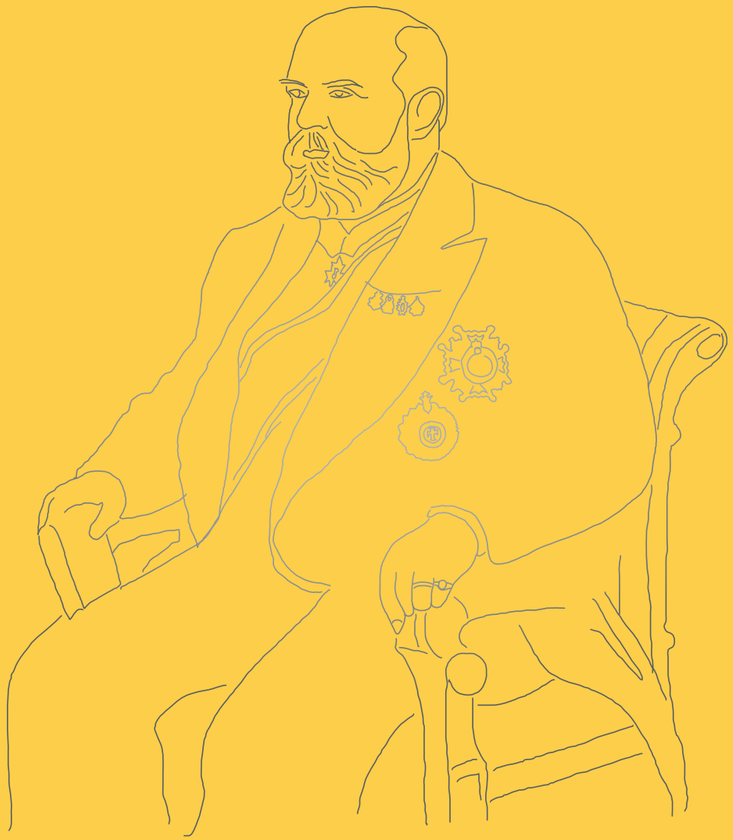
Shape living for the better
The first 100 years of Electrolux

Köp våra böcker på adlibris.se och bokus.se

–FÖRLAGET–
NÄRINGSLIVSHISTORIA

naringslivshistoria.se/forlaget

Lär känna mannen på sigillet



WWW.LOSMITH.SE

VÄLKOMMEN

ANDERS LANDÉN
CHEFREDAKTÖR
REDAKTIONEN@NARINGSLIVSHISTORIA.SE



Foto: Alexander Ruas.

Framtiden, arkivet och du

Att redogöra för allt vi på Centrum för Näringslivshistoria gör på arbetet tar ett tag. På middagar och i andra sociala sammanhang brukar jag därför nöja mig med att nämna det arkiv som är hjärtat i vår verksamhet. »Hos oss finns sju mil företagshandlingar från mängder av svenska företag«, säger jag lite lätt.

En del förstår direkt vilka skatter som finns – för säkerhets skull brukar jag ändå nämna Karl-Gerhards gamla hatt, Strindbergs originalmanuskript, skisserna till ICAs logga, dagböcker från Ericssons ledare och SF Studios skådespelarkontrakt.

Det händer att några fortfarande inte är imponerade. »Men hur kan företags historia vara spännande, det måste ju mest vara tråkiga räkningar?«

Likaså brukar magasinet du håller i också kunna få sig en släng »för ingen är väl intresserad av att läsa om gamla företag och företagare?«

De tokarna är så klart lätträknade men när de dyker upp så blir det intressant. För företag och företagande handlar ju om människor och också om just er. Gemensamt för till exempel kläderna man har på kroppen, eller skorna vi har på fötterna (*läs på sidan 30 och 43*), primusköket som är ett måste vid utflykter (*läs på sidan 29*) och bilarna vi kör (*se sidan 26*) är att de kommer från företag. De flesta av prylarna du omger dig av och använder har kommits på och skapats av någon, väldigt ofta också sålts. Det är spännande och ger sakerna kontext.

Det gör att berättelserna om företagen i allra högsta grad är relevanta. Precis som innovationerna och innovatörernas snillen, tänk på hur mycket smart som gjort livet lättare för dig. Till och med näringslivshistoriska händelser som ekonomiska krascher (*se sida 14*) och ny lagstiftning (*se sida 20*) är intressanta – de ligger till grund för de förmåner och möjligheter som du kan ta del av idag.

För företagen är historien också nyttig som en ren strategisk tillgång – väl använd är historien ett affärsstödjande verktyg att använda framåt. Oavsett om du ska skala upp eller skala ner, exportera eller importera, göra besparingar eller satsa på marknadsföring har andra företag tidigare stått inför samma utmaningar. En del har lyckats och en del har misslyckats. Att ta del av detta är på många sätt att utvecklas och ta företaget framåt. •

Chefredaktör Anders Landén. **Art director** Åsa Kax Ideberg. **Bildredaktör** Linda Israelsson, Ellen Appelquist. **Ansvarig utgivare** Anders Sjöman. **Medarbetare i detta nummer** Bo Franzén, Anders Houltz, Jenny Stendahl, Linda Israelsson, Lisa Rosman, Mia Skott, Gustav Svensson. **Omslagsfoto** Aflo Co. Ltd, Alamy. **Korrektur** Tina Selander. **Tryck** Åtta.45 tryckeri.
Prenumeration Helår, 4 nr: 319 kronor. För prenumeration, utebliven tidning eller andra prenumerationsärenden, se foretagshistoria.prenservice.se eller ring 0770-45 71 94.
Annonsbokning 08-634 99 00. **Utgivare** Företagshistoria utges av Centrum för Näringslivshistoria. Eftertryck medges ej. Citera oss gärna, men ange källan.
Redaktionen ansvarar ej för insänt, icke beställt material. **ISSN** 2001-7936.



Foto: Alexander Ruas.

REDAKTIONSRÅD. Näringslivshistorias redaktionsråd samlar kompetens från Centrum för Näringslivshistorias alla avdelningar. Från vänster: Linda Israelsson, arkivarie/bildredaktör, Åsa Kax Ideberg, art director, Anna Zeuthen, arkivarie, Anders Landén, chefredaktör, Jenny Stendahl, arkivarie och Anders Houltz, forskningschef.
Tips & kontakt:
redaktionen@naringslivshistoria.se



JAN KOTSCHACK, journalist och författare, skriver om Adidas och fotbollsskon Copa Mundial, som fyller 40 år. Jan har varit redaktör för Svenska Fotbollförbundets tidning *Fotboll* och bevakat fyra VM, bland annat Spanien 1982 då Copa Mundial debuterade. »Det är länge sedan, men otroligt nog lever skon vidare.«



LISA ROSMAN, frilansskribent, skriver om sneakersmarknaden i allmänhet och 35-åringen Nike Air Jordan i synnerhet. »Sneakerskulturen har exploderat de senaste åren, och det har varit intressant att lära sig mer om utvecklingen från anspråkslösa träningsskor till identitetsbärande statussymboler – som omsätter så mycket pengar att de fått en egen börs.«

#2

Nike AIR Jordan och sneakers-hajpen

SIDA 43

Nike Air Jordan fyller 35 år. Företagshistoria berättar om modellen som gjorde gympaskon moderiktig och listar de 24 viktigaste paren genom historien.



Foto: Stadium Goods.



Ur arkivet

SIDA 78

Centrum för Näringslivshistorias arkiv är till brädden fyllt av företagshistoriska artefakter. I detta nummer av magasinet visar vi upp godbitar från bland annat Marabou, Semper och Estrella.



Copa Mundial förändrade hela fotbollsvärlden

SIDA 30

Fotbollsskor finns i dag i mängder. Ofta med de senaste tekniska lösningarna. En av modellerna sticker dock ut. Adidas Copa Mundial som i år firar 40 år, är fortfarande med och tampas om att finnas på stjärnornas fötter.



Absolut vodka fyller 40 år

SIDA 60

Reklammakarna Gunnar Broman och Hans Brindfors fick i mitten av 1970-talet uppgiften att undersöka om det gick att sälja svensk sprit utomlands. Deras förslag Absolut Vodka firar nu 40 år.



Jobbande 1700-talskvinnor

SIDA 56

Forskaren Mia Skott vid Uppsala Universitet har fördjupat sig i 1700-talets Stockholm och de kvinnliga tapetmakare som under perioden startade och drev egna företag.

INNEHÅLL

FRAMPLOCKAT

Anders Landén – »Framtiden, arkivet och du« 7
På skrivbordet – forskaren Eva Jacobsson 10
Nyheter från Företagshistoria och Bizstories 12
På vd:s bord 1929 14
Historiska personer i ropet just nu 15
Borlänge köpte Ferdinand Bobergs världsutställningshus 16
Taskig Tajming – Autopeden 1915 års fortskaffningsmedel 18
Samlaren – ABBA-fantasten Malin Alfredsson 19
Mäklarsamfundet fyller 100 år 20
Stockholms första bostadskris 24
Konnässören – designlegendaren och hans Citroën 25
Eran – Volvos banbrytande fabrik 26
I detalj – Primusköket 29

REPORTAGE

Copa Mundial – 40-åring fräschare än någonsin 30
Bagheera – en svensk klassiker 40
Air Jordan och sneakersfebern som drabbat alla. 43
Guide till de mest banbrytande skorna 48
1700-talets tapetmakerskor konkurrerade på samma villkor 56
Absolut Vodka firar 40 år 60

TILL SIST

Recension – Katja of Sweden hyllas 66
Kulturtips med näringslivskoppling – missa inte 67
Historisk kalender – det hände då 68
Senaste nytt om svensk bilforskning 70
Gustavs gåta – knäck bostadsfrågorna 74
Guide till Örebro – skostaden som brann 75
Arkivfynd – godbitar från Centrum för Näringslivshistoria 78



Om egna hem

Forskaren **Eva Jacobsson** vid Kungliga Tekniska Högskolan har följt svenskarnas sparande och sparbankernas roll i jakten på egna bostäder.

TEXT: ANDERS LANDÉN.
FOTO: ALEXANDER RUAS.

Nästa år är det 200 år sedan den första icke vinstdrivande sparbanken öppnade i Göteborg. Där skulle folket spara – gärna till eget boende. Det eventuella överskottet delades ut efter den separata sparbankens stiftelses uppsatta regelverk – ofta till kultur och den egna bygden. Vid Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm har man forskat om rörelsens form och hur det politiska ramverket har satt gränser för verksamheten. Eva Jacobsson är en av forskarna. I rapporten har hon haft huvudansvar för att beskriva perioden 1820–2009. Arkivarien Mats Andersson på Swedbank tipsade henne om deras arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

– Här kunde jag fördjupa mig i material som framför allt belyste tidsperioden från cirka 1960 till mitten av 1970-talet. En tid då ett stort antal gruppbyggda småhusområden med radhus, kedjehus och villor uppfördes i Storstockholm, säger hon.

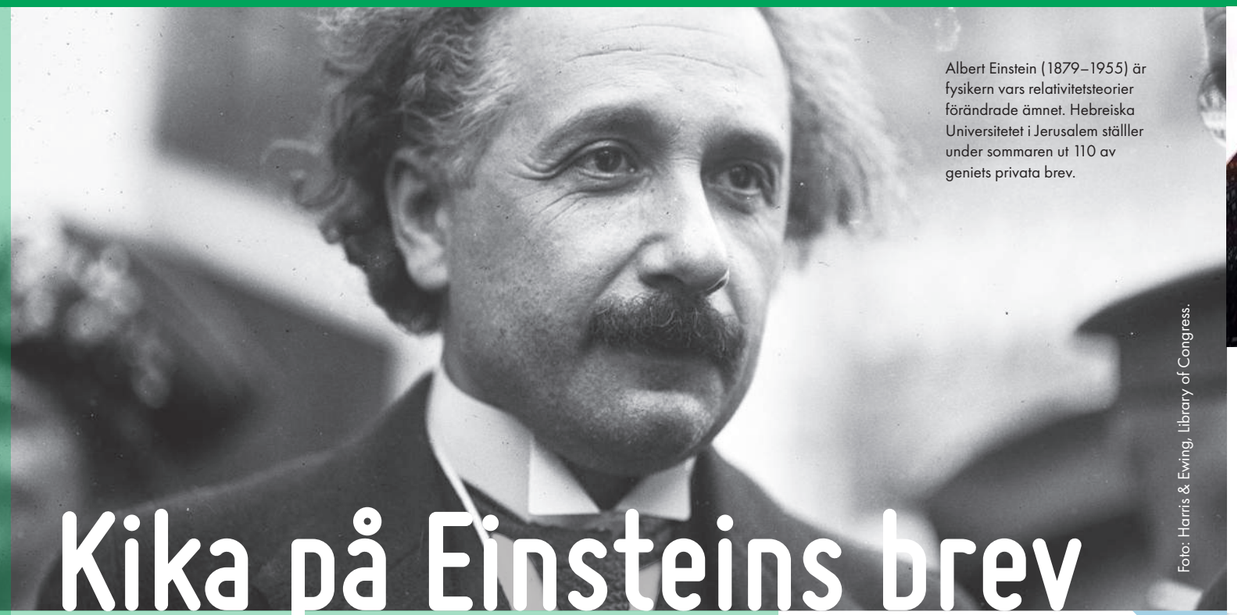
Hur människor lockades att spara – många gånger till egna bostäder – är genomgående.

– I arkivet gick jag igenom Stockholms Sparbanks bostadsstiftelse Ekkronans protokoll. Genom samma typ av källmaterial kunde jag också fånga lite av de diskussioner som förts både inom Sparbanksföreningen och Sparfrämjandet – jag fick lov att se alla de fantastiska broschyrerna och affischerna som producerats, säger Eva Jacobsson.

Förutom CfN:s arkiv har Eva hittat fakta i tidningar, böcker och statistik som speglat tiden. Under arbetets gång har hon blivit allt mer fascinerad av fenomenet sparbanker.

– Jag tror inte det är möjligt att överskatta de positiva avtryck de satt i dagens svenska samhälle, säger Eva.

Rapporten från KTH kommer förhoppningsvis ut i bokform i god tid innan jubileet. •



Albert Einstein (1879–1955) är fysikern vars relativitetsteorier förändrade ämnet. Hebreiska Universitetet i Jerusalem ställer under sommaren ut 110 av geniets privata brev.

Foto: Harris & Ewing, Library of Congress.

Kika på Einsteins brev

Utan Albert Einsteins snille skulle teknik som behövs till bland annat digitalkamera, dvd, gps, mobiltelefon och tv saknas. Alla på jorden tackar för de obegripliga uträkningarna och hur han förändrade vår syn på universum. Hebreiska Universitetet i Jerusalem ställer under våren ut 110 privata brev där majoriteten aldrig tidigare visats offentligt – bland annat hittas 84 matematiska uträkningar. Hebreiska Universitetets Einsteinsamling innehåller 80 000 föremål.

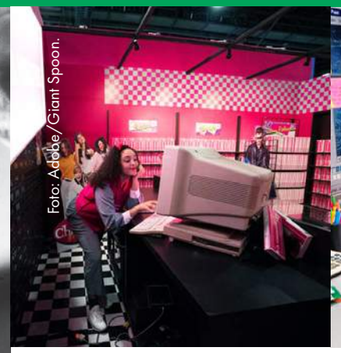


Foto: Adobe/Giant Spoon.



Adobe återskapar 90-talets reklambyrå

För att demonstrera hur Adobes produkter revolutionerat arbetet på reklambyråer rekonstruerade företaget den typiska miljön på en 90-talsbyrå under ett event i Las Vegas tidigare i år. Tanken var att varje kontorsrum på Adobe Summit skulle visa hur Adobes tjänster underlättat den kreativa processen på byråerna och på så sätt omdanat arbetet i reklambranschen. Företagshistoria imponeras över greppet.



Globen i Stockholm vid uppförandet i mitten av 1980-talet. Foto: Holger Ellgaard/Wikimedia.

GLOBEN FIRAR 30 ÅR

Arenan och tillika landmärket Globen i Johanneshov i Stockholm firar 30 år. Byggnaden och området omkring ritades av Bergs Arkitektkontor AB efter att de 1985 vunnit Stockholms stads projekttävling. Arkitektbyråns förslag gick ut på att rita, bygga och finansiera världens största sfäriska byggnad, som sedan stod klar lagom till ishockey-VM år 1989. Konstruktionen bestod av betong, stål, aluminium, plåt och glas. Med en utvändig diameter på 110 meter och en höjd på 85 meter var den vid uppförandet Sveriges största inomhusarena. I dag utgör Globen en av Stockholms mest karakteristiska silhuetter och är dessutom »blåmärkt« enligt Stadsmuseets kulturhistoriska klassificering av byggnader med särskilt kulturhistoriskt värde.



Kunglig glans vid olympiska spelen i Stockholm 1912. Kanske är just OS något som en intresserad allmänhet diskuterar på digitala forum?

Foto: Axel Malmström, Stadsmuseet, Stockholm.

Hur skapas historia på nätet?

Historien tycks få en allt mer betydande roll i vår samtid. Samtidigt har internet medfört ett helt nytt sätt att dela med sig av både texter och åsikter. Vad händer med historien i och med internets framfart? I ett nytt forskningsprojekt vill historikern Robin Ekelund vid Malmö universitet undersöka vilken slags historisk kunskap som produceras på digitala forum av en historieintresserad allmänhet. Ett relativt outforskat område där diskussionen dessutom tar plats helt skild från den akademiska världen. Ekelund hoppas komma åt hur historia etableras på nätet och om deltagarna själva reglerar vad som ska få utrymme för diskussion och inte. På så sätt vill han förstå det historiska intresset och dess betydelse i dagens samhälle. Resultatet av forskningen beräknas presenteras 2020.

FRAMPLOCKAT · TEXT: AMELIE FALKSÄTER.

A&E Design och 70 miljoner diskborstar

Det svenska industriföretaget A&E Design, med Tom Ahlström och Hans Ehrich, hade bara funnits i sex år när de på uppdrag av norska Jordan skapade diskborsten *Jordan 1230*. Diskborsten har sedan dess varit nummer ett i hela den diskborstande världen. Under årsskiftet 2018/19 bestämde sig Jordan för att avsluta produktionen, som pågått i 45 år. Antalet tillverkade diskborstar lär ha stannat på 70 miljoner. Världsrekord.



1975 skapade A&E Design diskborsten som sålts i 70 miljoner exemplar av norska Jordan.

Foto: A&E Design.

Doyle Dane Bernbach

DDB hyllar sitt förflutna i ny logotyp

Reklambyrån DDB Worldwide grundades 1949 i New York och firar nu 70 år med en ny visuell identitet och en ny logotyp som baserats på den första som gjordes. Det nya utseendet är tänkt att uttrycka modernitet men också knyta an till byråns ursprung.



Wall Street i New York, 1929 då börsen rasade.

Foto: Pacific & Atlantic Photos, Inc. Library of Congress.

Börskraschen som smittade världen

När den amerikanska aktiemarknaden för 90 år sedan kraschade inleddes den största depressionen världen någonsin skådat. I Sverige fick krisen den store affärsmannen Kreuger på fall.

Den 24:e oktober 1929 – Black Thursday – började den amerikanska börskraschen. För att öka konsumtionen hade regeringen lockat med låga skatter och låneräntor för företagare – när marknaden var mättad på produkter steg handeln med värdepapper. Aktiekursen drevs uppåt och många belånade sig. Den 24:e oktober såldes 13 miljoner aktier och börsen sjönk med cirka 20 procent, senare upp till 40 procent. Mängder av företag och banker gick i konkurs, och en massarbetslöshet uppstod, som mest var 14 miljoner människor drabbade 1932. Krisen kom att sprida sig över hela världen och pågick i flera år.

I Sverige kom kraschen med ökad arbetslöshet i bland annat gruv- och skogsindustrierna. När Kreugerkraschen kom 1932 stärktes allvaret. Affärsmannen Ivar Kreuger dog under mystiska former samma år på ett hotell i Paris och företaget med tändstickstillverkning i botten gick i konkurs. Ett par år tidigare hade hans koncern svarat för närmare 64 procent av den totala omsättningen på Stockholms fondbörs. Många mindre investerare, både företag och privatpersoner som satsat på Kreugerpapper drabbades hårt. Kreuger hade lånat stora pengar av flertalet banker utan säkerhet och Riksbanken fick gå in för att lugna finansmarknaden.

Trots allt klarade Sverige denna lågkonjunktur ganska bra. Redan 1934 hade BNP passerat nivån för toppåret 1930. Lennart Schön, professor i ekonomisk historia i Lund, skriver i boken *En modern svensk ekonomisk historia* att anledningarna var: nedskrivningen av kronan 1931, gynnsamma förhållanden för svenska exportprodukter och en god tillgång till arbetskraft som gjorde att företagen kunde växa. Internationellt fick centralbankerna efter depressionen ökad makt – regleringarna blev starkare.

Vi var vd:ar under tiden...



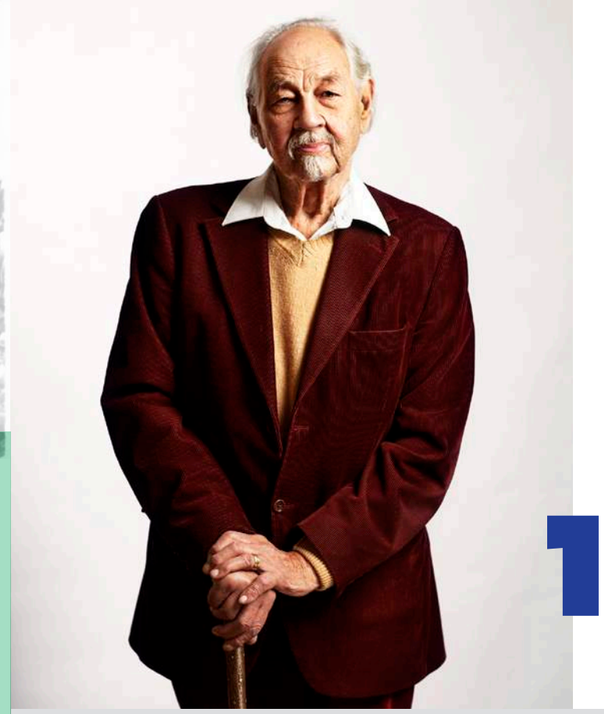
Foto: Studios järlås, ur HSB Riksförbunds arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

ELSA GULLBERG (1886–1984)
Föreståndarinnan på Svensk Forms förmedlingsbyrå förde samman konstnärer och industri. 1927 startade hon Elsa Gullbergs Textil och Inredningar AB, Sveriges första moderna inredningsföretag. 1929 hade företaget avslutat sitt arbete för M/S Kungsholmen. 1930 var Gullberg en viktig person vid Stockholmsutställningen.



Foto: Ur Ericssons historiska arkiv/ Centrum för Näringslivshistoria.

IVAR KREUGER (1869–1932)
Affärsmannen och civilingenjören styrde en stor del av det svenska näringslivet, med intressen i allt från Hufvudstaden till SCA och LM Ericson. Efter Wall Street-kraschen 1929, och de följande åren, försvann finansmannens rikedom i en rasande takt. 1932 hittades Kreuger död på ett hotell i Paris.



Blast from the past

Sju stjärnor från förr – i ropet just nu

1

LENNART HELLSING, 1919–2005
Ingenjören, författaren, poeten och journalisten hade i år fyllt 100 år. Rabén & Sjögren firar Hellsingåret med böcker, spel och evenemang. Nyutgåvor av klassiker, och tidigare kända verser med nya illustrationer finns bland böckerna.



2

VERA SANDBERG, 1895–1979. Blev Sveriges första kvinnliga ingenjör 1917. När Kungliga Ingenjörsvetenskaps Akademin lockar till yrket är det i hennes namn.



3

CARL MÖRNER, 1885–1977. Skapade för 100 år sedan Mäklarsamfundet. Ett initiativ som till stor del låg bakom lagstadgandet av yrkesgruppen 1984.



4

MÄRTA MÅÅS-FJETTERSTRÖM, 1873–1941. Det är 100 år sedan textilkonstnären öppnade sin atelje i Båstad. Kungliga slottet hyllar med utställning i höst.



5

KARIN LARSSON, 1859–1928. Konstnärens ljuva färgskalor i tavlor, textilier och på inredning spreds till folket via Sundborn. Lika inspirerande 2019.



6

AXEL WENNER-GREN, 1881–1961. Electrolux firar 100 år under 2019 och vd Wenner-Gren hyllas. Var även majoritetsägare i både SCB och Bofors.



7

ESTER BLENDA NORDSTRÖM, 1891–1948. Journalist/författare på allas läppar efter boken *Ett jävla solsken*. Missa inte utställningen på Skarhults slott, Skåne.

Bilder: 1. Hellsing: Fotograf Thron Ullberg, Norstedts Förlagsgrupp. 2. Sandberg. Från Chalmers bildarkiv. 3. Mörner: Mäklarsamfundet. 4. Måås-Fjetterström: Arkivbild från Märta Måås-Fjetterström AB/Kungligaslotten.se. © Kungl. Hovstaterna 5. Larsson: Foto: Carl Larsson-gården. 6. Wenner-Gren: Foto Welinder Jaeger Bergne Hovfoto, ur Electrolux arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria. 7. Nordström: Ur Bonnierförlagens arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

EXAKT SAMMA SKAL



Foto: John Hertzberg/Tekniska Museet.

Stora bilden: Maskinhalllen på Stockholmsutställningen 1897 låg på den tomt som sträcker sig från Allmänna Gränd till dagens Aquaria Vattenmuseum. Till vänster: Tegel och murgröna täcker numera hallens fasader på Kvarnsvedens pappersbruk.



Foto: Stockholmsutställningen, Stockholm.



Hallen var inspirerad av Palais des Machines på Parisutställningen 1889.
I förgrunden AB Separators stora monter, liksom hallen ritad av Ferdinand Boberg.
T.v.: Samma interiör 2019.

Borlänges eget Eiffeltorn

TEXT & FOTO: ANDERS HOULTZ.

SOLEN LETAR SIG IN i den mörka hallen på Kvarnsvedens pappersbruk i Borlänge. Plötsligt anar jag hur det väldiga rummet tog sig ut i sin glans dagar – för snart 125 år sedan. Då var det fyllt av makalösa maskiner och begeistrade besökare på Allmänna Konst- och Industriutställningen på Djurgården i Stockholm, den mytomhöljda och soldränkta utställningssommaren 1897.

Detta var arkitekten Ferdinand Bobergs och ingenjören Fritz Söderberghs berömda maskinhall, uppförd i en elegant, jugendinspirerad stålkonstruktion, täckt av glas och genomskinlig juteväv – rosa på utsidan, blå på insidan. Hallen var 140 meter lång, 20 meter hög och 68 meter bred. Golvytan var närmare 10 000 kvadratmeter – nästan två normalstora fotbollsplaner. Där inne uppvisade svensk och nordisk verkstadsindustri sin förmåga, med ångmaskiner, generatorer, lokomotiv, ångturbiner, separatorer och mycket annat – en stor andel av maskinerna visades dessutom upp i full rörelse.

SMÄCKER KONSTRUKTION TILLBAKA TILL URSPRUNGET

Stålet i maskinhallen kom från Domnarvets Jernverk i Borlänge. Det hade sålts till utställningen av Stora Kopparbergs driftige disponent Erik Johan Ljungberg för 250 000 kronor. Av stålet skapade Motala verkstad och Bergsunds mekaniska tillsammans den smäckra konstruktionen. Efter utställningssommarens slut bjöds hallen ut till salu. Köpare blev samme disponent Ljungberg men denna gång hade priset sjunkit till 60 000 kronor. Ljungberg lät demontera den väldiga konstruktionen och frakta den per järnväg tillbaka till Borlänge.

Där monterades hallen upp igen, för att rymma de nya pappersmaskiner som var hjärtat i det nystartade Kvarnsvedens pappersbruk. Andra pappersbruk har börjat i det lilla och vuxit successivt. Kvarnsveden däremot skulle vara stort – till och med störst – redan från början. En mer passande lokal för de väldiga pappersmaskinerna än Ferdinand Bobergs maskinhall kunde knappast tänkas.

En del förändringar genomfördes i samband med återuppförandet. Hallen grävdes ned några meter och delades upp i två våningar med hjälp av ett mellanbjälklag. I det nya källarplanet stod de ångmaskiner som drev pappersmaskinerna en våning upp.

Vid senare tillfälle kläddes den smäckra stålstommen in i betong av brandsäkerhetsskäl. Fasaden fick murade väggar, vilket gjorde industrihallen närmast oigenkännlig från utsidan.

I Kvarnsveden började ett nytt liv för den gamla utställningshallen. Från invigningen år 1900 rymde den ett av Europas största och mest moderna pappersbruk. Men bruket fortsatte att växa. Nya och ännu större pappersmaskiner krävde nya lokaler, och under senare decennier har maskinhallen mest använts som lagerlokal.

PARIS VS BORLÄNGE

De flesta byggnader från de stora utställningarnas tid revs när själva utställningen var över. Det finns dock undantag – ett är Eiffeltornet från världsutställningen i Paris 1889. Ett annat är just maskinhallen från Stockholmsutställningen 1897.

Framtiden för maskinhallen är osäker. Hur länge kommer pappersbrukets ägare, skogsindustrikoncernen Stora Enso Oy, att kunna behålla den stora och outnyttjade lokalen? Många i Borlänge är stolta över hallen men de flesta känner inte ens till dess existens. En som har visioner för framtiden är dock fd stadsarkitekten i Borlänge, Arne Ludvigsson. Han ser maskinhallen som en fantastisk outnyttjad resurs – för rätt ändamål. Ett exempel: Med rätt intressenter och rätt finansiering kunde den förvandlas till ett gigantiskt växthus – på en gång ett besöksmål och ett centrum för ekologisk odling. Endast fantasin sätter gränserna.

Källor:
Anders Ekström, *Den utställda världen: Stockholmsutställningen 1897 och 1800-talets världsutställningar*. Uppsala, 1994.
Ulf Sörenson, *När tiden var ung: Arkitekturen och Stockholmsutställningarna 1851, 1866, 1897, 1909*. Stockholm, 1999.
Anders Houltz (red.), *I världsutställningarnas tid: Kungahus, näringsliv & medier*, Förlaget Näringslivshistoria, Bromma, 2017.

taskig tajming

Autopeden – fluga som aldrig lyfte

TEXT: JENNY STENDAHL.

Autopeden lanserades 1915. Drygt 100 år senare kom det stora genomslaget. Lady Norman i London använde sin i arbetet under första världskriget.



Foto: Paul Thompson/FPG/Archive Photos/Getty Images.

MÅNGA VRED NOG på huvudet när Lady Norman dundrade förbi i London på sin splitternya autoped runt 1916. Lady Norman var tidigt ute men snart var autopeden en modefluga både där och i New York. Det var också i New York som den första autopeden lanserades 1915, designad av Arthur Gibson och Joseph Merkel. Den var nätt, hopfällbar och bensinsnål, något som låg helt i tiden med första världskrigets bensinransoneringar. Den användes ett tag av U.S. Postal Service för specialleveranser men slog aldrig igenom som ett allmänt transportmedel. Med autopeden kunde man lätt färdas korta sträckor. Den användes främst av modemedvetna damer från borgarklassen. Den var även populär hos gängmedlemmar i New York som lätt kunde slinka in i trånga gränder för att undkomma polisen. I dag har scootern utan sits åter blivit populär i storstäderna, så även i Stockholm. Den är mer miljövänlig och drivs i dag med el. Dock är det vissa problem med att få scootrarna godkända. I London är den endast tillåten i Olympic Park eftersom de anses vara en trafikfara.



ABBA vinner Eurovisionsschlagerfestivalen med låten Waterloo 1974.



Malin Alfredsson samlar sedan barnsben på ABBA-prylar.



Gimmie! Gimmie! Gimmie!

TEXT: SARA JOHANSSON. FOTO: SARA JOHANSSON, JOHAN LINDQVIST, TT BILDBYRÅ.

MALIN ALFREDSSON, ordförande för Centrum för Näringslivshistoria, fastnade vid nio års ålder för Abba. Hon började läsa allt hon kom över och väggarna pryddes snart med affischer på kvartetten. Intresset och samlingen växte. Snart hade hon mer än 6 000 bilder. Förutom affischerna fanns artiklar från både svenska och utländska tidningar i klippböcker. Samlingen finns kvar än i dag – om än nedpackad i lådor.

HUR KUNDE SAMLINGEN BLI SÅ STOR?

– Jag fastnade direkt när jag hörde dem i Melodifestivalen 1973. Jag var nio år och tyckte att det var jättesöta flickor och snälla pojkar. Förutom gruppen fastnade jag för individerna och började lyssna på sådant de gett ut innan de blev Abba. Min pappa hade dessutom en kollega som varit på Björns och Agnethas bröllop. Det var stort. Sedan började jag lägga alla veckopengar på skivor och tidningar. Jag skrev till fanklubben och fick signerade idolkort. Jag fattade nog inte att jag skapade en »samling«. Jag är inte en person som samlar på mig saker utan rensar gärna, men allt med Abba har jag behållit.

VAD ÄR DU MEST STOLT ÖVER?

– Det måste vara någon av de mer ovanliga skivorna. Jag har en guldfärgad liveskiva som gjordes speciellt för Jultidningsförlaget – jag såg såklart till att sälja tillräckligt många jultidningar för att få den. Jag har också en version av singeln *Ring ring* där baksidan är en låt av Björn och Benny, alltså inte Abba. Singeln gjordes i all hast och Abba hade helt enkelt inte fler låtar just då.

VAD HAR ABBA BETYTT FÖR DIG?

– När jag var barn var det kanske en form av verklighetsflykt. Jag är uppväxt ute på landet och kunde verkligen bli engagerad i texterna. Jag satt och lyssnade och läste varenda textrad på LP-skivorna, vilket också gjorde att min engelska fick en skjuts. I dag är jag så oerhört tacksam för det här intresset. Det gjorde mig till en gladare person.

HUR KÄNNER DU INFÖR GRUPPEN OCH SAMLINGEN I DAG?

– De är lika bra. Är jag ensam hemma, så är det inte ovanligt att Abba åker på med hög volym. Det är också jättеintressant att läsa i de gamla tidningsartiklarna om gruppen. Man inser att det var en annorlunda tid. När Agnetha och Björn fick barn så släpptes till exempel tidningsfotograferna in på BB, och när det gjordes hemma hos-reportage hos paren så arrangerades gärna bilder där Agnetha läste kokböcker för att visa att hon också minsann lagade mat till sin man.

HAR DU NÅGOT ABBA-TIPS TILL DEN SOM KANSKE INTE KÄNNER TILL SÅ MYCKET MER ÄN DERAS STÖRSTA HITS?

– Det finns en ballad som jag tycker fått för lite uppskattning: *Disillusion* från Ring ring-albumet. Man känner att Agnetha verkligen vet vad hon sjunger om där.



Mäklarsamfundet grundades 1919. Bild från Svensk Fastighetsförmedlings arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria. Ett av landets äldsta mäklarföretag och högst delaktiga i Mäklarsamfundet, grundat av Eric H Lundgren, 1937.

att göra. Antalet yrkesutövande har växt, mäklarna utbildas på högskola och man har längs vägen fått en egen myndighet. I dag finns många stora enheter med anställda mäklare – landsbygdens mäklare är ofta franchisetagare. Förr var mäklaren ofta en han – i dag utbildas fler kvinnor än män och frågan är om inte kvinnorna alltid funnits där? Många mäklarföretag har varit familjerörelser där alla varit delaktiga, men inte alla i familjen fått synas i annonserna.

SAMFUNDET HAR VÄXT LÖPANDE

Mäklarsamfundet som skapade sitt första kansli i mitten av 1970-talet är i dag precis som då viktiga för utbildning, samordning och opinion. De har alltid växt löpande. I dag finns till och med en kundombudsman som tar hand om privatpersonernas alla frågor om bostadsförsäljningen. Så blir affären givetvis enklare och mer förutsägbar för både säljare och köpare. Att företräda de båda kräver sin man och är för Sverige tämligen unikt – tänk vad krångligt om vi som i de andra länderna behövt minst två mäklare vid varje affär.

HEMNET DEN STORA SUCCÉN

Det största genomslaget i historien är förutom lagstiftningen, när Mäklarsamfundet samlade branschen på nätet. Med Hemnet lyckades idékläckaren Bengt Bjartorp få Mäklarsamfundet att övertyga mäklarna om att för första gången tillsammans ta kontroll över det egna varulagret. Till resten av annonsmarknadens och dagstidningarnas stora förtret samlade Mäklarsamfundet hela branschen under paraplyet Hemnet. I dag är dessa samarbeten inte något konstigt – med Mäklarstatistik ger man medier en mer rättvis bild av prisutvecklingen i landet och via dotterbolaget Mspecs har man skapat ett datorprogram med beslutsunderlag där alla mäklarkontor kan skräddarsy den lösning som passar dem bäst.

Hemnet blev en succé nästan utan motstycke i svensk internethistoria, varje vecka surfar 3 miljoner svenskar på Hemnet, tillsammans med *Aftonbladet* en av de största webbplatserna i landet. När mäklarbranschen härområdet sålde majoriteten av bolaget skapades förutsättningar för underlättnad, samarbete, opinion och goda affärer för minst 100 år till. •

Närvarande vid livets stora ögonblick

TEXT: ANDERS LANDÉN.

Under våren 2019 firar Mäklarsamfundet 100 år. Längs vägen har man drivit utvecklingen och varit högst delaktiga i både yrkets reglering i lag och att det idag finns en högskoleutbildning. Dessutom har man via Hemnet gjort alla beroende av att ständigt drömma om ett lite bättre boende.

Att flytta är givetvis en stor förändring i en människas liv. Från det första egna boendet till eventuellt samboskap, familj och så småningom ihoppackningen när familjen krymper.

Få yrkesgrupper ges samma inblick i våra olika livsskeden som mäklaren. De är glada vittnen vid ihopflytten och finns som hobbypsykologer vid skilsmässan, hejar på när familjer växer och är med och sörjer när boenden blir för stora.

CARL MÖRNER VAR GRUNDARE

I år har Mäklarsamfundet varit branschorgan för majoriteten av landets mäklare i 100 år. Längs vägen har yrkesrollen formaliserats, boendet har blivit till en livsstil och kunderna beroende hemnetknarkare. När grundaren Carl Mörner samlade sina kollegor 1919 så var det med två egentliga uppdrag – att stänga ute skojare från marknaden och att skapa en enhetlig yrkeskår. Påverkan och samordning blev de två starkaste ledorden och bara ett par år efter grundandet skickade samfundet in en skrivelse för att få mäklaryrket reglerat i lag. Ett förslag som lät bra enligt maktens män, men som uppenbarligen var trassligare att få igenom. Först efter 1984 blev det lagstadgat vilka som fick kalla sig för mäklare.

Det är också under de senaste decennierna som de största förändringarna skett – och i åtminstone städerna har allt fler fått ha med yrkesgruppen

»Till resten av annonsmarknadens och dagstidningarnas stora förtret samlades mäklarbranschen i Hemnet.«



Hemnet registrerades 1997 och i april året efteråt lanserades sajten. Med webbplatsen lyckades Mäklarsamfundet ena hela branschen och själva kontrollera marknadsplatsen. Magasinet Fastighetsmäklaren lanserades 1942. Än i dag är drivandet av opinionsfrågor en viktig del av samfundets arbete.


FASTIGHETSMÄKLAREN
organ för Sveriges Fastighetsmäklares Riksförening u. p. a.
Nr 1—2 SEPT.—OKT. 1942 Årg. 1
Anmälan

KVINNOR I BRANSCHEN

Numera utbildas fler kvinnor än män till mäklare. Den första kvinnliga svenska mäklaren Anna Sandbergh startade sin verksamhet 1937.

När mäklaren och ledamoten Anna Sandbergh lät uppföra ett hus på Drottninggatan 38 i småländska Ljungby där hon skötte sin verksamhet lär hon ha varit Sveriges första kvinnliga mäklare. Redan 1937 öppnade hon egen fastighets- och uthyrningsbyrå med förmedling av affärsfastigheter, villor, arrenden, skogs- och lantegendomar. Utbildningen hade hon fått vid Skurups folkhögskola och kursen till kommissionshandlerska.

Andra världskriget var viktigt för kvinnornas kliv in på arbetsmarknaden och så även i mäklarbranschen. I Malmköping tog till exempel mäklaren Eva Hedberg över sin make Hasses verksamhet när denne blev inkallad. Svensk Fastighetsförmedlings grundare Eric Lundgrens instruktionsbok blev bibeln för Eva, som snabbt blev produktiv och sålde många fastigheter. Snart kom allt fler kvinnliga mäklare.



Foto: Olsson foto, Krylbo. Ur Svensk Fastighetsförmedlings arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



3 viktiga årtal för samfundet

1919

Carl Mörner grundar Mäklarsamfundet.

1947

Regeringen beslutar att mäklare kan ansöka om auktorisation – det är dock inte ett krav, vem som helst får fortfarande kalla sig fastighetsmäklare.

1984

Vem som får kalla sig fastighetsmäklare börjar regleras via lag.

NAMNEN

När Mäklarsamfundet grundades 12 september 1919 är det under namnet Svenska Egendomsmäklare-föreningen. Dagens namn kom 1989.



CARL MÖRNER

I samband med första världskriget skapades en fastighetsboom i Sverige. Många drogs till den lukrativa branschen. När lågkonjunkturen kom fanns färre objekt att sälja och oseriösa aktörer drog skam över yrkesgruppen. Fastighetsmäklaren Carl Mörner grundade Mäklarsamfundet för att bringa ordning i branschen, driva opinion och försöka få reglerat i lag vilka som fick bedriva yrket.



Hemnet en internet-hit!

Mäklarsamfundet började tidigt att intressera sig för hur medlemsföretagen tillsammans kunde marknadsföra sina objekt. Under 1980-talet kom en första digital lösning – via Videotex kunde mäklare över hela Sverige koppla upp sig och se varandras objekt. Dessvärre var tekniken dyr och bara ett fåtal av samfundets mäklare hängde på. Med internet kom dock en ny möjlighet. Bengt Bjartorp i Nynäshamn var storsint och gav idén till organisationen. Det var enligt honom bara de som skulle kunna lyckas ena alla i branschen. Trots att många företag i början var tveksamma lanserades Hemnet 1997. Mäklarna som då ofta la halva sin omsättning på marknadsföring ägde helt plötsligt sitt eget varulager och marknadsplatsen. Succén blev som alla vet gigantisk. Varje vecka har webbplatsen 2,8 miljoner unika besökare. Under 2018 såldes majoriteten av Hemnet till amerikanska General Atlantic. Mäklarsamfundet äger än i dag 10 procent av Hemnet.

Kundombudsmannen pratar med folket

När Mäklarsamfundet vid millennieskiftet blev synligare i medierna ökade även kontakterna med allmänheten. Att människor valde att adressera sina frågor om att köpa och sälja bostäder till samfundet i stället för till mäklarkontoren gjorde att kåren kunde fokusera på kärnverksamheten. Mäklarsamfundet anställde en alldeles egen kundombudsman. Målet var självklart – att på sikt stärka fastighetsmäklarens anseende. Och satsningen var lyckad. I dag tar Mäklarsamfundet emot 3 000 samtal årligen och man ökar löpande den digitala närvaron.



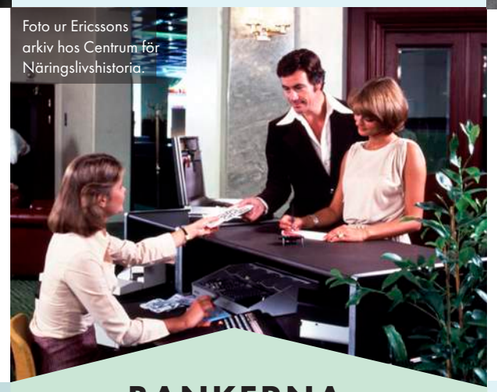


Foto ur Ericssons arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

BANKERNA GÖR ENTRÉ

Under 1960-talet börjar Sveriges banker starta egna mäklarföretag. Sparbankernas Fastighetsbyrå grundas 1966 och blir snart ett av branschens största företag med franchisetagare i hela landet. I dag jobbar de flesta mäklare hos de stora kedjorna.

Jämlik könsfördelning

Mäklarbranschen har i dag i princip jämn könsfördelning. 2017 var 54 procent av mäklarna män och 46 procent kvinnor. För bara 10 år sedan var 7 av 10 mäklare män. Och för 25 år sedan var 8 av 10 mäklare män.





Foto: Sjöhistoriska museet.

Mäklare enligt lag

Sedan 1 april 1984 regleras fastighetsmäklaryrket av svensk lag, något Mäklarsamfundet slagits för sedan grundandet 1919. Snart upptäcktes dock att det fanns brister i lagstiftningen och att kraven på mäklarna var för låga. Samfundet började under 1990-talet återigen auktorisera sina medlemmar. 1995 kom en ny lag och registrering av mäklare flyttades från länsstyrelsen till nybildade Fastighetsmäklarnämnden (Fastighetsmäklarinspektionen sedan 2012). Från och med 2002 krävs högskoleutbildning för att bli registrerad som fastighetsmäklare.



I det medeltida Stockholm bodde runt 8 000 personer. Bostadsfrågan var lika akut då som nu.

Medeltida bostadsaffärer

Tack vare bevarade jord- och tänkeböcker går det att skapa sig en god bild av hur fastighetsmarknaden utvecklades sig över tid i Stockholm 1420–1600.

TEXT: BO FRANZÉN.

I HUVUDSAK RÖR DET SIG OM STADEN MELLAN BROARNA, även om större ägor med bland annat eldfarliga eller illaluktande verksamheter återfanns på Norr- och Södermalm. Bebyggelsen var mycket heterogen med allt från billiga små bodtomter till kostbara stenhus, som över tid ökar i antal. Rensat för tidens inflation framträder en stabil fri marknad där köpare och säljare hade god kunskap om vad olika fastigheter var värda, alltså förväntades att avkasta, oftast 5 procent per år.

KÖPARNA KUNDE MARKNADEN

Marknadens transparens märks inte minst vid köp av tomtmark där köparna på pricken känt till vad en kvadrataln på Stockholmen var värd. Dramatiska prisfall på mellan 20 och 30 procent inträffade då och då på fastighetsmarknaden och nedgångarna sammanfaller med pestepidemier i staden. När den hemska soten dött ut ser vi att priserna raskt studsade tillbaka. Det medeltida Stockholm var trångbott, för de cirka 8 000 invånarna. Man parerade trångboddheten med att fylla ut stränderna med sitt avfall, för att lägga ut nya tomter där, plus att murade stenhus gjorde det möjligt att expandera på höjden.

FÅ ÄGDE FAST EGENDOM

På malmarna (=sandmarker) var priserna lägre, men där förelåg inte det militära skydd som staden åtnjöt tack vare en beväpnad befolkning, höga murar, pålspärrar och naturliga vallgravar i Mälaren och Östersjön. Staden Stockholm stod emot belägringar, och det gällde även när riddarborgen i norr (där Slottet ligger) stod på belägrarnas sida. Det var ett mycket fattigt samhälle där det samlade kapitalet var litet. Människorna var indelade i olika typer av hierarkier såsom frälse kontra ofrälse, andliga kontra lekmän, borgare kontra tjänstefolk och annat så kallat löst folk. Till skillnad mot i dag var en minoritet av Stockholms invånare besuttna, alltså ägare av fast egendom. Dessa levde således delvis av att sälja tak över huvudet till den obesuttna majoriteten. Över tid sjönk priserna med 0,3 procent per år, så långsamt att det knappt märktes. Kvinnor sålde och (mer sällan) köpte med självklarhet fastigheter i Stockholm och Arboga.

ARBOGA OCH STOCKHOLM FÖRBUNDNA

Utvecklingen i Arboga 1453–1569 liknar mycket den i det större Stockholm med långsamt sjunkande priser, som är parallell med den tillväxt om 1 promille per år som vi kan skönja i det förindustriella Sverige. Arboga och Stockholm var via järnhandeln nära förbundna, där den större köpstaden kunde stoltsera med tre gånger så höga bopriser som hos den mindre kollegan. Kanhända är än i dag den prisrelationen relevant när vi jämför Stockholm och Arboga? •

Källa: Franzén B & Söderberg J, Hus, gårdar och gatubodar/Fastighetspriser i Stockholm och Arboga 1300–1600. *Svensk Historisk Tidskrift* 2/2018
Bild: Del av kopia av vädersoltavlan målad 1931 av Sven-Erik Skawonius efter original av Urban Målare, Stadsmuseet i Stockholm.

Dyrkar Gudinnan

TEXT: ANDERS LANDÉN.

FRANSKA CITROËN DS
Uttalet för franskans DS är Déesse, gudinna på svenska. Kännetecknande för denna avantgardistiska bilmodell var följande: Högtryckshydraulik som kontrollerar fjädring, bromsar, styrning och koppling. Världens första serietillverkade bil med skivbromsar. Aerodynamiskt utformat karosseri. Fjärrljus som följer rattrörelserna. Bilen byggdes också som stationsvagn och cabriolet. Citroën DS tillverkades i cirka 1,5 miljoner exemplar under åren 1955–1975.



Industridesignern Hans Ehrich och hans älskade Citroën DS. Vid barndomshemmet i Brändö, Helsingfors.

13 år gammal på ett torg i spanska Tarragona, påsken 1956, fick den blivande industridesignern Hans Ehrich se en Citroën DS. Han var fast.

HUR LÄNGE FICK DU VÄNTA?

– Jag drömde om bilen hela ungdomen. Men den var dyr – så jag började spara. I mars 1970 kunde jag till slut hämta ut den, nästa år firar den 50 år. Den heter DS 21 Pallas och har skinnklädsel, soltak och modellens största motor. Med en ägare, allt i orginal och inte en minuts avställd tid är den tämligen unik.

VARFÖR ÄLSKAR DU BILEN?

– Det är den vackraste fyradörrarsbil som har serietillverkats. Jag tilltalades av dess originalitet och den avantgardistiska tekniken. När den premiärvisades 1955, var den ett bombnedslag. Första dagen på Automobilsalongen i Paris, såldes 12 000 bilar. I slutet av mässan hade 80 000 personer beställt bilen. Totalt tillverkades cirka 1,5 miljoner av DS mellan 1955 och 1975. Den slutade tillverkas då den var för dyr att göra.

VAD SÄGER MÄNNISKOR SOM SER DEN?

– Premiärturen var till Skåne, 1970. Första morgonen på plats upptäckte jag att min granne cirkulerade kring bilen »hur kunde du köpa en så rälig bil«, utbrast han när jag kom ut. De konventionella bilköparna tyckte den var för extrem. I dag är det en folksamling varje gång jag parkerar. Människor fotograferar och ställer frågor. Alla är överens, den är så vacker. Det sades under hela produktionstiden, från 1950- till 1970-tal att den låg 20 år före sin tid. Nu verkar vi vara ikapp.

ÄLSKAR ALLA MODELLEN?

– Min kollega, den legendariske bildesignern Giugiaro, som i sitt företag Italdesign bland annat ritat Volkswagen Golf, och sportbilsvarianter för Alfa Romeo, Maserati och Bugatti anser att Citroën DS är den vackraste bil som någonsin gjorts. En brittisk motortidning samlade för ett tiotal år sedan världens främsta bildesigners för att köra den vackraste bilen. Även då vann Citroën DS. Den är lika vacker och banbrytande utvändigt som invändigt.

VARFÖR ÄR DEN UNIK FÖR DIG?

– Dess designer Flaminio Bertoni var skulptör från början och det syns. Jag anser att han är en av de främsta genom tiderna. Formgivningen är underordnad funktionen. Allt har en tanke. Det är världens första säkerhetsbil. Den enekrade ratten är ett bra exempel. Bilens teknik blev standard och höjer estetiken. Från hur den underlättar vid en krock till hur den fångar vinden och ger en extra skjuts, och spar bränsle. Hydrauliken och den långa hjulbasen var unik och gjorde bilen komfortabel. Den har påverkat många senare och dyrare bilmodeller.

VAD HAR DEN BETYTT FÖR DIG SOM DESIGNER?

– Den har gestaltats utan påverkan av moderiktningar och trender. Så skapas epokgörande design. Den har en tidlös skönhet och optimal funktion. •

MONOKROM

TEXT: LINDA ISRAELSSON. FOTO: WEZÄTA, 1964. KÄLLA: VOLVOS HISTORISKA ARKIV.

Den 24 april 1964 invigde Volvo Torslandaverken i Göteborg. Då var det Volvos största investering någonsin och med idén att skapa Sveriges största fabrik. Så här blev det: golvytan i fabriken var 180 000 kvadratmeter, här rymdes bland annat Sveriges längsta korridor, taket var lika stort som tjugo fotbollsarenor (Nya Ullevi), och elkonsumtionen var som en hel stads (Uddevallas). I korthet: det blev inte bara Sveriges, utan Skandinaviens största enplansfabrik. Arkitekten Owe Svärd hade effektivisering i fokus under skapandet. I produktionsflödet samlades delar tillverkade i andra fabriker, och sattes ihop till en färdig bil på en minut. På bilden kontrolleras karossen på en Volvo Amazon av fyra Volvomedarbetare, eventuella justeringsarbeten markeras och åtgärdas. Läs mer om Torslandaverken i *Tio byggnader som definierade 1960-talet* utgiven av Arkitektur Förlag.

Gratis för skolan!

100-TALS LEKTIONS-FÖRSLAG
FORETAGSKALLAN.SE

Företagskällan är en skolsajt med gratis lektionsmaterial om företagshistoria och entreprenörskap baserat på arkivkällor från svenska företag. Materialen passar för gymnasiet och grundskolans senare år.

MARKNADSFÖRING.
HANDLAREN I HUVUDROLLEN.



Läs om den tecknade handlaren Icander, föregångaren till dagens ICA-Stig, och andra lyckade reklamkampanjer på foretagskallan.se

INFRASTRUKTUR.
TUNNELBANAN.



1941 tog politikerna beslutet att bygga tunnelbana i Stockholm. Här ser vi en pressvisning i sandtåg 1951. Läs mer om politiska beslut som format vårt samhälle på foretagskallan.se

KAFFEHISTORIA.
BÖNAN SOM TOG SVERIGE MED STORM.



Läs om hur Sverige blev ett av världens mest kaffedrickande länder på foretagskallan.se



TEKNISKA INNOVATÖRER.

Gustaf Dalén, en av Sveriges främsta uppfinnare och Nobelpristagare i fysik. Läs om uppfinnarna och entreprenörerna som formade Sverige på foretagskallan.se.

KVINNORS ENTREPRENÖRSKAP.
DÅ OCH NU.

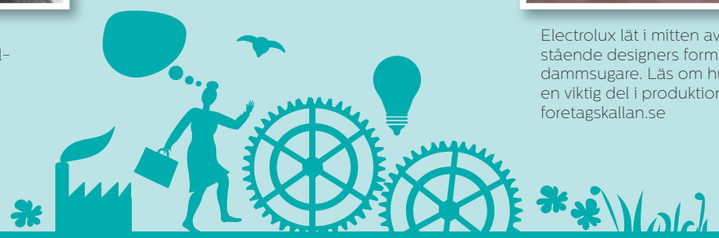


De anställda på Nya Annonsbyrån som startades av Sofia Gumaelius år 1877. Läs mer om kvinnliga företagare och entreprenörer på foretagskallan.se

INDUSTRIDESIGN.



Electrolux lät i mitten av 1930-talet framstående designers formge kylskåp och dammsugare. Läs om hur designen blev en viktig del i produktionen på foretagskallan.se



FÖRETAGSKÄLLAN
Berättar näringslivets historia

FOTON UR ARKIVET HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA. WIKIMEDIA COMMONS OCH SVEN GOLIÁTH. SPÅRVÄGSMUSEET

STORMKÖKET i detalj

Vissa produkter blir så framgångsrika att varunamnet blir synonymt med funktionen. Primusköket från 1892 är en av dem.

Det första sotningsfria fotogenköket togs fram av Frans Wilhelm Lindqvist (1862–1931). Eftersom uppfinningen var den första i sitt slag fick den heta just Primus. Vid S A Andrées ballongexpedition mot Nordpolen 1897 ingick självklart ett Primuskök i utrustningen. Expeditionen slutade tragiskt, men till skillnad från deltagarna överlevde Primusköket 33 års exponering för extremt väder och vind. Det återfanns 1930 på Vitön i Norra ishavet och var då redo att användas. Det fanns till och med fotogen kvar i behållaren. Länge fanns Primus fabrik på ön Lilla Essingen i Stockholm. Företaget lämnade vid mitten av 1950-talet och i dag är det mest namnet Primusgatan som minner om verksamheten. Huvudkontoret finns nu i Solna.

Primuskök i originalutförande.
I över 50 år behöll Primusköket i stort sett sin ursprungliga form.

Brännaren. Lågan blir ren och håller hög värme. Bränsleåtgången är mycket liten.

Tidigare fotogenkök hade veke men Primusköket hade i stället brinnande fotogengas, vilket gjorde att det inte sotade.

Liten skål för rödsprit. För att tända köket måste man först elda en skvätt rödsprit i skålen, och därmed hetta upp röret från fotogenbehållaren.



Behållare för fotogen, med luftpump som pressar upp vätskan.

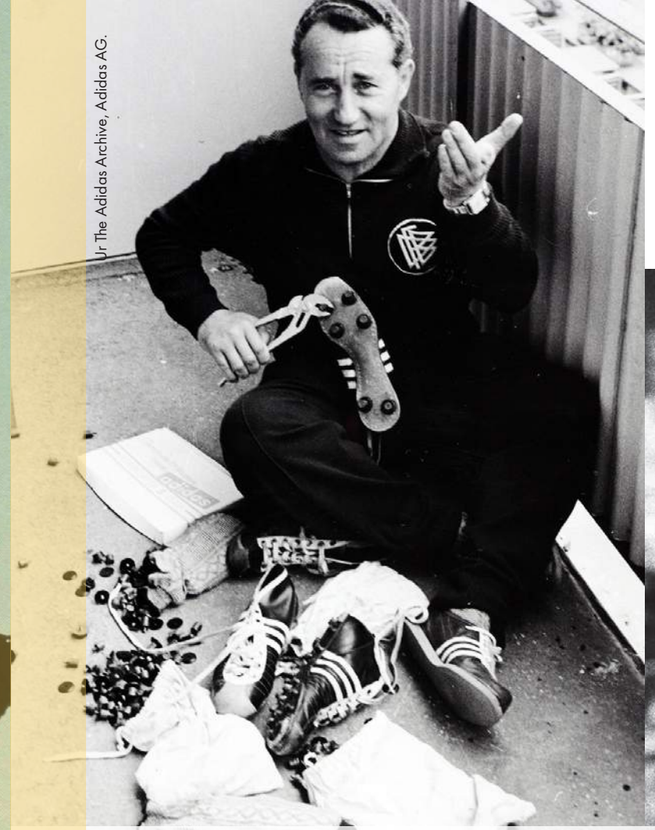
Robust och bärbart. Primusköket blev snabbt en succé i turismens första genombrottstid. Fjällvandring och friluftsliv var högsta mode inom den växande medelklassen.

I röret förgasas bränslet genom upphettning.

Bild ur Sieverts arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.

Adi Dassler grundade Adidas. Hans allra sista skomodell är 40 år efter hans död än i dag lika aktuell. Copa mundial.



Foto: Studio Waldeck, ur The Adidas Archive, Adidas AG.



Foto: Jan Olby/Sundsvalls Tidning

Tomas Brolin debuterar som 17-åring i fotbollsallsvenskan för Gif Sundsvall mot IF Elfsborg. På fötterna hade han Copa Mundial.

Världsmästarskon!

Jubilerande fotbollsskon Adidas Copa Mundial har under sina 40 år använts av flertalet av världens bästa fotbollsspelare. Från Maradona och Tomas Brolin till Zinedine Zidane, David Beckham och Paulo Dybala. Jan Kotschack berättar hur Adi Dasslers sista mästerverk har överlevt en teknisk revolution och en bransch där varje fot blivit till en levande reklamtavla.

TEXT: JAN KOTSCHACK



Foto: Action Plus Sports Images, Alamy.

Mario Kempes var den stora spelaren vid VM 1978. I finalen mot Holland gjorde argentinaren två mål och spelade fram till ett. Matchen slutade 3-1 till Argentina.

Jag minns så väl argentinaren Mario Kempes på en liten träningsplan alldeles vid kanten av Paraná-floden i staden Rosario under fotbolls-VM i Argentina 1978. Hans självförtroende och machismo var på topp och han kliade sig ogenerat i skrevet medan han pratade med oss sportjournalister.

Två dagar senare spelade Argentina sin sista match i andra omgången i just Rosario. En finalplats i VM låg i potten. Passande nog så hade huvudkonkurrenten Brasilien tvingats att spela sin match mot Polen två timmar tidigare. Eftersom Brasilien vann med 3-1 så visste det argentinska laget att man var tvungna att vinna med minst fyra mål för att gå till final. I en helt osannolik match vann Argentina med 6-0. Misstankarna om mutor föddes direkt, och lever ännu.

Finalen mot Holland i Buenos Aires var spännande men inte särskilt välspelad. Argentina vann med 3-1 efter förlängning sedan Kempes gjort två av målen och spelat fram till det tredje. Han var finalens store man. Och hade, som nästan alla andra, skor tillverkade i Västtyskland på fötterna.

Sjuttiotalets lista över världsmästare kan till exempel skrivas så här: Pelé 1970 (Puma), Beckenbauer 1974 (Adidas) och Kempes 1978 (Puma).

I en tid utan sociala medier, influencers och bloggar så var dock fotbollsskor bara fotbollsskor.

BRÖDERNA DASSLERS SKOR

Bara några månader senare, den 6 september 1978, dör Adolf Dassler, kallad Adi, efter en kort tids sjukdom i sin hemstad Herzogenaurach i Västtyskland. Året efter kommer vad som officiellt betraktas som den gamle skomakarens sista sko. En svart fotbollssko i känguruläder med en ljus sula och hög plös. På sidan står med guldbokstäver **Copa Mundial**.

Det ska visa sig bli den mest långlivade av alla fotbollsskor, en sann klassiker, och en passande tribut till en man som ägnade hela sitt liv åt att sätta skor på idrottsmän.

Adi Dassler var jämngammal med seklet, född 1900. Efter första världskriget började han tillverka sportskor hemma i sin mammas gamla tvätteri. Efter ett par år får han med sig sin storebror Rudolf i vad som blir brödernas gemensamma firma, Gebrüder Dassler Sportschuhfabrik.

Bröderna kompletterar varandra väl. Adi är den tyste och fundersamme hantverkaren och Rudolf, kallad Rudi, den mer utåtriktade försäljartypen.

Under de första jobbiga åren har de ett tiotal anställda som gör cirka 50 par skor om dagen, bland dessa finns både fotbollsskor med läderdobbar och löparskor med spikar.

OWENS OCH RADKES VÄRLDSREKORD

Första framgången på den internationella arenan blir vid olympiska spelen i Amsterdam 1928 då den tyska friidrottaren Lina Radke vinner 800 m på världsrekordtid med spikskor från bröderna Dassler.

1936 går OS på hemmaplan i Berlin. Adi ger bort spikskor till ett flertal idrottsmän från hela världen. Amerikanen Jesse Owens tar fyra guld i vita spikskor från bröderna Dassler och blir en av de största genom tiderna. Idrotten får stå tillbaka för ännu ett världskrig 1939–45. Bröderna Dassler har bägge tidigt gått med i nazistpartiet, av affärsskäl hävdar de senare, och betraktas med misstänksamhet av de allierade segrarmakterna.

PERSONALEN TVINGADES VÄLJA SIDA

Bägge förhörs och Rudolf döms till ett årslångt interneringsstraff, Adi klarar sig med en villkorlig dom. Efter kriget blir inget någonsin sig likt för bröderna Dassler, och de väljer att gå skilda vägar. Ryktet säger att det är för att Rudi tror att Adi har angett honom. De växlar aldrig mer ett ord.

Rudi grundar ett företag som först heter Ruda, men sedan döps om till Puma och Adi startar Adidas den 18 augusti 1949. De anställda får välja vem av bröderna de vill följa. Cirka 75 procent väljer Adi.

Den lilla staden blir delad mellan Puma- och Adidas-anhängare. Lillebror Adi, som ju i grunden är skomakare, når en historisk framgång när han är ansvarig materialförvaltare för det tyska VM-laget i fotboll 1954.

I finalen möter Västtyskland de stora favoriterna Ungern som i gruppspelet slagit tyskarna med 8-3.

»De anställda fick välja var de ville jobba. Cirka 75 procent valde Adidas.«



Foto: Keystone Press, Alamy.

Det stora genombrottet för bröderna Dassler. I deras vita skor vann Jesse Owens 4 OS-guld och slog världsrekord på 100 meter. 4 år tidigare har Lina Radke vunnit 800 meter i skor från Gebrüder Dassler Sportschuhfabrik.



Foto: Historic Collection, Alamy.



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.

»För de tre ränderna lär Adi ha betalat finska Karhu 15 000 kronor och ett par flaskor whisky.«



Foto: Karhu.

Karhu och de tre ränderna. Th: Journalisten och författaren Jan Kotschack bevakade fyra fotbolls-VM, bland annat som chefredaktör för Tidningen Fotboll, 1978–1990.

I halvtid börjar det regna och Adi Dassler skruvar på nya längre dobbar under de tyska skorna. »Undret i Bern« är ett faktum när tyskarna med bättre grepp under fötterna sensationellt vinner med 3-2. Adidas får en flygande start, och hävdar att man uppfunnit de skruvdobbar som kanske avgjorde VM-finalen. Pikant nog driver även Puma förstfödslorätten till skruvdobbarna. Enligt den historieskrivningen så är den första skon med skruvdobbar Puma Super Atom från 1952.

ADIDAS FIRAR 70 ÅR 2019

Adidas firar 70 år i år, och fotbollsskon Copa Mundial blir 40. Företaget jobbar målmedvetet med historien. På huvudkontoret i Herzogenaurach finns tusentals gamla skor, ritningar och annat som hör ihop med företagets sju decennier. Tidigare produkter kommer ständigt till användning i nyproducerade versioner av gamla klassiker.

Stefan Rehn (ej att förväxla med fotbollsspelaren) har arbetat på Adidas i 25 år, och följt utvecklingen på sportskomarknaden. Han menar att Copa Mundial var den optimala fotbollsskon när den lanserades, i god tid till fotbolls-VM i Spanien 1982.

– Visst fanns det konkurrenter, men inte alls i samma mängd som i dag. Nike till exempel hade inte börjat sin attack, de var ju fortfarande kvar i joggingvågen som startat i USA i mitten av 1970-talet.

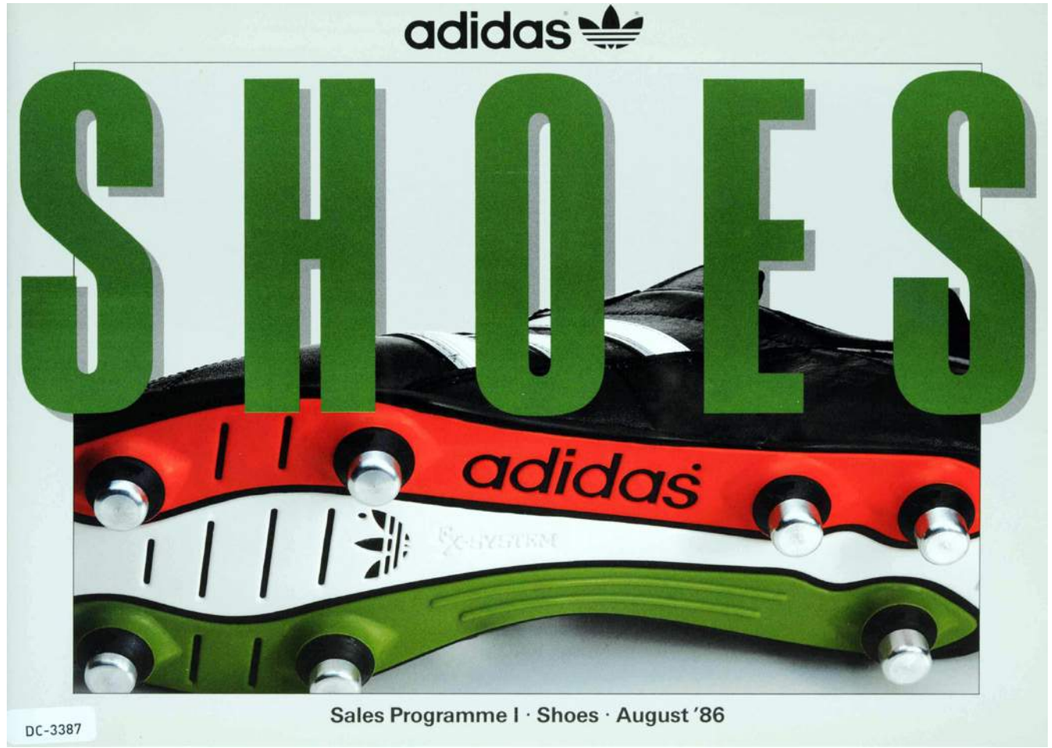
CIRKA 14 000 PAR I MÅNADEN

Copa Mundial tillverkas i en liten by som heter Scheinfeld och ligger några mil från huvudkontoret. Sedan starten på 1970-talet har man där producerat cirka 12 000–14 000 par i månaden.

I slutet av 1980-talet var det tal om att flytta tillverkningen till Asien. Men då gick ett ramaskri genom hela den globala fotbollsfamiljen. Copan skulle tillverkas i Tyskland – och ingen annanstans. Tillverkningen blev alltså kvar i Scheinfeld. Stefan Rehn:

– Se på alla domare, materialare, tränare, masssörer och andra som fortfarande kör med Copan. Den har en så trogen skara användare.

Rehn brukar åka ett par, tre gånger per år till Herzogenrauch, och ofta har han besökare med sig. Ibland tar man en promenad på kyrkogården Alter Friedhof där bröderna Dassler ligger begravda. Så långt ifrån varandra som möjligt. Äldste brodern Rudolf vilar omedelbart till höger från den sydvästliga ingången. Han är gravsatt tillsammans med sina föräldrar och sin fru. För att hitta hans lillebror så måste besökaren vandra hela vägen till den motsatta sidan av kyrkogården, nära den nordöstra ingången. Här ligger Adi tillsammans med sin fru Käthe och sonen Horst.



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.

Variant av Copa Mundial inför VM i Mexiko 1986. Färgerna känner de flesta igen från värdlandets flagga.

HORST, STORFRÄSARE MED KONTAKTER

Om nu Adi var den gode hantverkaren som trivdes bäst i den lilla staden, så var Horst en helt annan typ. En storfräsare som tidigt flyttade till Paris och byggde upp verksamheten där. Han bjöd alltid flott och gillade att omge sig med stjärnor av olika slag.

Horst Dassler, som avled 1987, var mycket god vän med såväl internationella fotbollsförbundet FIFA:s förre ordförande João Havelange som hans generalsekreterare, och efterträdare, Sepp Blatter. De såg tidigt möjligheterna att tjäna mycket pengar på fotbollens kommersialisering. Alla tre betraktas i dag som korrumperade och det är nu bara Blatter som är i livet.

Varken Puma eller Adidas ägs numera av medlemmar av familjen Dassler, utan är sedvanliga börsföretag.

Historien är dock alltid viktig.

Stefan Rehn berättar om besöken i Adidas arkiv på huvudkontoret i Herzogenrauch, och historiens vingslag då han iklädd vita bomullshandskar fått hålla i Jesse Owens löparskor från 1936, Muhammad Alis boxningsskor från the Rumble in the Jungle, samt Emil Zatopeks skor från Helsingfors-OS 1952. Adidas har varit mycket duktiga på att bevara sina minnen.

Men mysterier kvarstår. På tal om Zatopeks skor så hävdar till exempel det finländska skoföretaget Karhu att Zatopeks sprang i deras skor 1952. Inte nog med det: Karhu gör också gällande att Adidas köpt de tre världsberömda ränderna från dem!

Enligt denna version så mötte Adi Dassler representanter för Karhu under OS i Helsingfors och bjöd in dem till Västtyskland. Här köpte Adi sedan varumärket med de tre ränderna för en mindre summa pengar (cirka 15 000 kronor i dagens penningvärde) plus ett par flaskor fin whisky. Vilket får en att undra över om det i själva verket är ett par Karhu-skor som Stefan Rehn hållit i?

SKOMARKNADEN EXPLODERADE

Under de senaste decennierna har utvecklingen varit explosiv på sportskomarknaden. I dag, när design är ett starkt konkurrensmedel, finns det mängder av fotbollsskor av olika märken och modeller.

Finländaren Christoffer Malmberg, 28 år, bor i Karis och är storsamlare av fotbollsskor. Han har drygt 100 olika par, och publicerar sig ständigt på

»Om du har Lionel Messi så behöver du inte tio allsvenska lag. Kidsen köper ju den sko som stjärnorna har.«

Instagram (@toffem) där han när detta skrivs har 247 000 följare.

Civilt arbetar han som skogsbruksingenjör för Stora Enso, men mycket av fritiden ägnas åt samlingen av fotbollsskor och att presentera den på bästa sätt. Han har kontakt med andra samlare runt hela världen. Förutom att fotografera skorna i sin samling, ägnar han sig också åt så kallad unboxing vilket på vanlig svenska är att filma uppackningen av paket med nyinkomna skor.

Christoffer har kontakt med ett 20-tal samlare i Norden och cirka 75 runt om i världen.

– Det finns samlare som har fler skor än jag, men jag vågar påstå att jag har en av världens tuffaste samlingar. Vi håller kontakt med varann främst via mail eller meddelanden, och det finns lätt mellan 150–200 stycken fotbollsskosamlare som jag känner eller vet om.

– Tack vare att fotbollen är en så grymt stor sport så är fotbollsskor det största samlarobjektet inom sportvärlden. Det finns samlare med säkert 300–400 par skor, men jag har inga säkra siffror på det. Jag har träffat många av de andra samlarna i samband med lanseringar av nya skor. Senast nu i januari var jag i Bilbao och Manchester på ett par sådana presentationer.

GRATIS SKOR FRÅN FÖRETAGEN

Christoffer har inga inkomster på sina många följare på Instagram, däremot får han nuförtiden skor från tillverkarna för att visa upp på sina sidor. I snitt lägger han ut ett nytt foto eller en video per dag. Han skulle också vilja satsa på en youtube-kanal, men understryker att han har ett vanligt jobb att sköta också ...

Christoffer Malmberg påpekar att utbudet av skor ständigt växer. Dessutom har materialen givetvis också förändrats:

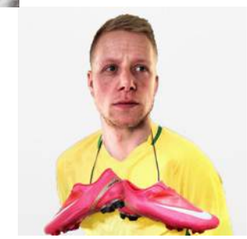
– När jag började var läderskor det vanliga, men nu för tiden handlar det om skor av syntetiskt material. Det finns också vävda skor som har dykt upp på senare tid.

Någonting som också har förändrats är hållbarheten. Tidigare kunde man använda ett par skor en hel säsong och ändå inte slita ut dem fullständigt. I dag är situationen en annan. Skorna är lätta och tunna (cirka 200 gram per par) men slits snabbt ut.



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.

Produktionen av Adidas-skor sker fortfarande i tyska Scheinfeld. När bolaget planerade att flytta produktionen till Asien gick ett ramaskri genom fotbollsvärlden. På bilden syns Adi Dassler tillsammans med en tysk fotbollstränare.



Finländaren Christoffer Malmberg är skogsbruksingenjör och fotbollsskosamlare. Enligt honom själv är samlingen en världens tuffaste. Guldkornet är kanske de som burits av David Beckham? Via hans instagram tar runt 250 000 personer del av samlingen.

BECKHAMS GAMLA FINNS I SAMLINGEN

Det finns två par skor i samlingen som Christoffer är extra stolt över. Ett par som David Beckham använt, och ett par som är tillverkade för brasilianske Ronaldo.

Använda skor är alltid mer värdefulla, men visst är skor tillverkade för en viss spelare också mycket värda eftersom det inte finns så många par.

– Proffsen har ofta en helt egen form på skon eftersom den tillverkas enligt spelarens fot. Därför finns det till exempel ingen lapp i skon som berättar storleken.

Christoffers första favoritsko var Adidas Predator Precision från 2000. Eftersom hans favoritspelare är fransmannen Zinedine Zidane så är hans dröm att äga ett par skor som denne haft. Zidane började sin karriär i Copa Mundial men spelade större delen i olika modeller av Predator.

– Helst vill jag ha det par som han spelade med när han gjorde sitt volleymål mot Bayern Leverkusen i Champions League-finalen 2002.

SPELARNA STRAJPADE OM SKORNA

Stefan Rehn påpekar att Zinedine Zidane har ett livstidskontrakt som ambassadör för Adidas, precis som David Beckham. Allt talar också för att Lionel Messi håller sig till Adidas livet ut. Många stjärnor har spelat i Adidas-modellerna Copa Mundial eller World Cup, som är en likartad sko men med skruvdobb istället för fasta dobbar.

– Jag började på Adidas 1994, säger Stefan Rehn. En del andra märken hade då inte hunnit få fram bra skor, däremot hade de kontrakt med många bra spelare. Lösningen för spelarna blev då att »strajpa om«, till exempel Copan eller World Cup, så att de liknade märket de hade kontrakt med.

I samband med det för Sverige så framgångsrika fotbolls-VM i USA 1994 så började den nya tiden på allvar, med nya firmor och modeller.

Tomas Brolin, som syns på omslaget till detta nummer, i VM-matchen mot Brasilien 1990, är ett bra exempel. Som många andra började han sin karriär i Adidas-skor, men till VM i USA, då han kom med i världslaget, hade han bytt till Nike. Stefan Rehn talar om Adidas »assets«, det vill säga de storstjärnor som företaget har under kontrakt. För Adidas är de viktigast ur marknadsföringssynpunkt.

– Om du har Lionel Messi så behöver du inte tio allsvenska lag. Kidsen köper ju den sko som stjärnorna har. Den ser likadan ut, men är mycket enklare i material och utförande och kostar 400–500 kronor.

STJÄRNORNA TROGNA SITT MÄRKE

Stjärnorna inom fotbollen är också mer trogna sina skomärken än till exempel inom friidrotten, enligt Rehn. Han nämner att Henrik Larsson då han gjorde en kortare comeback i Manchester United inte hade något skokontrakt. Han ringde då själv till Adidas och bad att få köpa skor.

Klubbarna byter märke på sina kläder och övrig utrustning då och då, men det påverkar inte stjärnorna som har sina egna personliga kontrakt. Det kan till exempel innebära att FC Barcelona är en Nike-klubb, medan den stora stjärnan Lionel Messi är en Adidas-spelare.

Det var tvärtom när portugisiske Ronaldo spelade i Nike-skor i Real Madrid som var en Adidas-klubb (i dag är ju Ronaldo i Juventus).

Sportskoföretagen lägger ner stora summor på ett hitta morgondagens stjärnor, och skriva kontrakt innan de blir alltför dyra.

> »En klassisk Copa Mundial är svart med en beige sula, och guldskrift på sidan.«

COPA MUNDIAL I OLIKA UTFÖRANDEN

Både Christoffer Malmberg och Stefan Rehn på Adidas påpekar att det finns betydligt flera fotbollsskor på dagens marknad än för tio år sedan. De olika företagen producerar massvis med skor och utnyttjar det faktum att de professionella fotbollsspelarna är globala kändisar.

Genom åren har Copa Mundial kommit i ett antal olika färger och material. I en kollektion till fotbolls-VM i Brasilien 2014 kom till exempel skon i sex färgglada varianter. Det har också gjorts helvita i serien. En klassisk Copa är dock svart med en beige sula, och guldskrift på sidan.

Stefan Rehn:

– Dagens fotbollsskor handlar ju så mycket om design. Alla de moderna spelarna – som Paulo Dybala, Paul Pogba och andra – är otroligt modemedvetna och genier på sociala medier. Det är sådana spelare som företagen letar efter i dag. Det räcker inte med att vara duktig på att spela fotboll.

Just argentinaren Paulo Dybala i Juventus är ambassadör för den senaste varianten av klassikern Copa Mundial, lanserad i januari 2019. Den är grön och svart och saknar givetvis snörning. Anpassad för att fortsätta vara en av de viktigaste skorna för fotbollsspelare över hela världen. •



Ur The Adidas Archive, Adidas AG.



Vilken färg hade du? De flesta som växte upp i Sverige under 1980-talet har en relation till Bageera-overallerna som skapades i Avesta.

Pasteller och träningsskor från Dalarna

Träningsskor och sneakers har i mångt och mycket blivit synonymt med globala jättar som Adidas och Nike. Men under 1980-talet gav sig ett svenskt märke in i matchen om kundernas gunst.

TEXT: SARA JOHANSSON. FOTO: BAGHEERA OCH THERESE ASPLUND.

BAGHEERA – EN SVENSK KLASSIKER

Avestamärket Bagheera vars WCT-overaller klädde en hel generation under 1980-talet grundades i Avesta, Dalarna 1981 av bröderna Carl-Gustaf och Bo-Göran Karlsson samt kompanjonen Ronny Larsson. Företaget såldes 1986 till investmentbolaget Hexatrade men köptes tillbaka av Carl-Gustaf och Bo-Göran i slutet av 1990-talet. Sedan 1980-talet har branschen blivit allt mer konkurrensutsatt och i dag gör man förutom sportkläder även yrkeskläder.





Bröderna Bo-Göran och Carl-Gustaf Karlsson med ny design inspirerad av Dalarnas folklore.

DET ÄR NOG FLER ÄN UNDERTECKNAD

som minns 1980-talets WCT-overaller med en blandning av skräck och nostalgi. Skräck på grund av att materialet och passformen kanske inte alltid var så smickrande, i alla fall inte med dagens ögon, men framför allt nostalgi då plaggen gick att återfinna i var mans (och kvinnas) garderob. Inte sällan var det overaller med »Bagheera« tryckt stort över bröstet. Få reflekterade nog över att det här var ett svenskt märke.

Carl-Gustaf Karlsson, brodern Bo-Göran och kompanjonen Ronny Larsson hade startat Bagheera 1981 i Avesta. Bröderna hade en gedigen kunskap om branschen redan innan. Deras far drev den lokala sportaffären som de blivit allt mer involverade i. Men de ville mer och satsade därför på att utveckla ett eget varumärke med moderiktiga träningskläder.

– Vi gick från att vara ett litet företag till att slåss med de allra största bjässarna, bland annat för att vi valde att skapa sportkläder i pasteller, berättar Carl-Gustaf Karlsson.

FRANK ANDERSSON VAR DRAGPLÅSTER

Bagheera sålde bäst i Sverige och i de övriga nordiska länderna, men kom även in på den amerikanska marknaden. Förutom de i dag närmast kultförklarade WCT-overallerna blev de också snabbt stora när det gällde träningsskor för olika ändamål. Badmintonvärldsmästaren Thomas Kihlström spelade i Bagheeraskor och brottaren Frank Andersson rullade runt på mattan i ett par specialgjorda skor från Bagheera. Den senares framgångar ledde till att man även skapade en populär barn- och juniorsko som gick under namnet Frank.

– I början av 1980-talet tror vi att vår skomodell Thomas Cup var Sveriges mest sålda inomhussko. Detta i konkurrens med världsmärken som Adidas och Nike, säger Carl-Gustaf Karlsson.

FOKUS PÅ HÅLLBARHET

1986 såldes hela företaget till det börsnoterade investmentbolaget Hexatrade. Men i slutet av 1990-talet köptes det tillbaka av Carl-Gustaf och Bo-Göran Karlsson. För Bagheera ligger fokus numera på hållbarhet och miljö. Som exempel kan nämnas beslutet



VISA FRAMFÖTTERNA!

Det är inte alla löpare som kan med det.

Löparfötter brukar sällan vara något att ställa upp i skönhetstävlingar med.

Blåsvarta halvt avtrillade naglar, skavsår, blåsor och förhårdnader är en vanlig syn.

Det beror på att skorna inte på rätt sätt är avpassade till fötternas rörelser.

Tårna åker fram mot skornas framkant, eller petar mot ovansidan, ligger an mot en för hård innersula, mot sömmar som skaver, eller klämns helt enkelt i en för smal sko.

Lejon Distans är gjord på ett annat sätt. Enklast kan man säga att den är konstruerad som en strumpa med vidd över tårna.

På den har man sedan satt sulor, utanpå och inuti. Däremot ingen sån där hård mellansula av papp, kork eller plast, som du kan känna under innersulan i ett par skor av den vanliga sorten.

När man drar åt snöret på en Lejon Distans i rätt storlek, sluter den därför till om foten på ett unikt sätt. Den är oerhört mjuk och böjlig i längdriktningen, medan sulorna och förstärkningar gör den stabil åt sidorna.

Istället för att foten rör sig inne i skon, rör sig skon med foten.

Sulsammansättningen gör sedan sitt för att dämpa stöten vid fotisättningen och göra steget mjukt och smidigt.

Massor av löpare kan berätta om den skillnad dom upplevt när dom bytt till Lejon Distans.

Hör t.ex. med Bertil Järlåker, som gjorde sina non-stop-lopp runt Vättern och Vänern samt sommarens otroliga kraftprestation Helsingfors–Stockholm, i Lejon Distans.

Eller som marathonveteranen Siv Pettersson sade efter en väl genomförd Athenmara i Lejon Distans förra året:

– För första gången kunde jag gå och dansa efter ett marathonlopp!

Byt alltså till Lejon Distans om du vill visa framfötterna.

Kostar bara ca 170 kr i närmaste skoaffär.

LEJON DISTANS

Som ett stilt check på vägen.

Från NilsonGroup.

»VISA KLORNA. DRA PÅ DIG LEJONSKORNA!«

Några år före Bagheeras start såg ett annat svenskt sportskomärke dagens ljus. I slutet av 1970-talet hade skoföretagaren Rolf Nilsson under en inköpsresa i Asien hittat en gymnastiksko som han verkligen gillade. Han tog med skon hem till Sverige med tanken att återuppväcka ett sedan länge insomnat skomärke – Lejon. Med hjälp av prisbelönta reklamkampanjer, bland annat med Ingemar Stenmark och slogans som *»Heja Sverige visa klorna, dra nu på dig lejonskorna!«,* blev de såklart en succé hos både unga och gamla. Lejon användes fram till 2007 också av Försvarsmakten. Det numera klassiska skovarumärket lever fortfarande kvar inom skokoncernen NilsonGroup.

att inte saluföra de billigaste merinoullprodukterna utan endast de som följer etiska krav och som är mest hållbara ur miljösynpunkt – från klippandet av fåren till förpackningen av produkterna.

HÅLLBAR PRISSÄTTNING

– Konkurrensen i dag är mördande, och inte bara från Adidas och Nike. Nu finns det ju ytterligare 50 märken som slåss om marknaden. Men vi kan bara fokusera på vår idé: att skippa all produktion med dålig kvalitet och kapa onödiga kostnader så att produkterna också kan saluföras till ett »hållbart pris«.

SNEAKERS STORA ÄN

Skoförsäljningen med sneakers, jogging och running är i dag större än konfektionsdelen, även om Carl-Gustaf Karlsson tror att detta kan komma att förändras med tiden. Bagheeraprodukter används av både elitidrottare och motionärer – och som yrkesutrustning för brevbärare.

– Vi har funnit vår roll med att skapa funktionella kläder och skor. Vår identitet ligger i såväl idrotten som vardagen. Bland annat är vi stolta sponsorer av svenska orienteringslandslaget och genom offentlig upphandling levererar vi nu skor till Postnords medarbetare i både Sverige och Danmark.

Även om Bagheera delvis har slagit in på ett nytt spår, minns företaget gärna det glada 1980-talet:

– Vi har kvar vår framgångssaga och gläds över att många kommer ihåg oss från den tiden, men det gäller att hela tiden fortsätta utvecklas. •

Nike är Jordan!

Basketspelaren Michael Jordan har spelat en stor roll i sneakersbranschens enorma expansion. I år är det 35 år sedan Nike lanserade skorna som förflyttade sportskorna från idrottsplanerna till asfalten.

TEXT: LISA ROSMAN.

Foto: PCN Photography, Alamy.



Nike Air Jordan, har sedan den första modellen presenterades 1984, kommit i 33 olika modeller – de flesta med varianter i olika färger. Numera är Jordan Brand ett eget undermärke hos Nike.

KAOS UTBRÖT UTANFÖR en nattklubb i Miami i december 2018. Folkmassan knuffades och trängdes, allt för att hamna så långt fram i kön som möjligt. Till slut fick eventet ställas in på grund av att arrangörerna inte kunde garantera besökarnas säkerhet. Varför? Var det någon känd artist eller dj som skulle uppträda? Nej, folk hade vallfärdat till klubben för en chans att köpa ett par Air Jordan-sneakers i limiterad upplaga.

En hajp med lika stor genomslagskraft i Sverige. Den svenska butikskedjan och webbshoppen Sneakersnstuff öppnade sin första butik på Södermalm i Stockholm 1999 då ägarna, Peter Jansson och Erik Fagerlind ville sälja sneakers, inte som sportskor, utan som skor folk kunde använda varje dag. Nu, 20 år senare, har Sneakersnstuff expanderat till New York, London, Paris och Berlin. Snart öppnar de även i Los Angeles.

– I dag vet alla vad som gäller tack vare sociala medier. På 90-talet fick du resa till en stad utomlands för att ha koll, säger Peter Jansson och fortsätter:

– Vi har ett otroligt brett spann på kunder. Skolkids som inte fyllt 15, de som var 15 när vi öppnade 1999, sneakerssamlare, lattemammor och -pappor, hundägare och finansvalpar. När vi startade var sneakersintresset betydligt smalare. När vi skulle släppa Virgil Ablohs Off-White Converse Chuck 70 i fjol var det 170 000 personer som gick med i vår raffle (som ett onlinelotteri där en vinst garanterar att man får handla), tyvärr hade vi betydligt färre exemplar att sälja. Och Air Jordans-släppen är alltid populära.

5 000 DOLLAR I BÖTER VARJE MATCH

1984 klev NBA-basketspelaren Michael Jordan ut på planen iförd ett par röda och svarta Nikeskor (i storlek 47) med namnet Air Ship. Skorna matchade hans Chicago Bulls-uniform. Att basketskon bröt mot NBA:s strikta uniformsregler, då färgerna inte var godkända för skor, spelade ingen roll men kom senare att användas i marknadsföringen. Jordans kontrakt med Nike lär ha skrivits på när det årets NBA-säsong redan börjat och fram till mars 1985 då Air Jordan presenterades fick Jordan spela i Nikes då bästa basketvariant. Air Ship-skorna i svart och rött lär för varje gång Jordan använt dem gett honom böter på 5 000 dollar. Hur ofta detta gjordes är oklart, men på flera av bilderna från året har Jordan vita skor med en röd svoosh. Oavsett lät Nike marknadsföra Air Jordan-skon som »för bra för NBA« och alla älskade storyn. Bara första säsongen såldes det Air Jordan-skor för 130 miljoner dollar. Senare släpptes också en variant som döptes till »Banned«.

CHUCK TAYLORS CONVERSE VAR FÖRST

Michael Jordan var dock inte den första atleten att låna sitt namn, och sin image, till ett par sportskor. Basketspelaren Chuck Taylor blev ansiktet utåt för Converse klassiska basketskor All-stars. Skon, som först lanserades 1917, fick ett ansiktslyft 1922 efter att Chuck Taylor bett Converse att ta fram en sko med bättre stöd och flexibilitet. Då med namnet Chuck Taylor All-stars. Den första kändisskon hade år 2000 sålts i över 600 miljoner exemplar, även om den sedan 1980 inte längre används på basketplanen.

SMITH ÄRVDE HAILLETS SKO

1964 döpte Adidas en tennissko efter den franska spelaren Robert Haillet. När Haillet lade ner döpte de om skon efter amerikanska spelaren Stan Smith. Namnbytet blev en succé, och den klassiska vitgröna tennisskon bär fortfarande Stan Smiths namn.

Även om idrottare, i synnerhet basketspelare som Stephen Curry och LeBron James, och deras samarbeten med sportmärken fortfarande finns, och går bra, kommer de mest framgångsrika samarbetena numera från ett annat håll.

Adidas, som märkt hur musiker i allmänhet och rappare i synnerhet började ta över från idrottarna som samtidens största kändisar lanserade ett samarbete med rapgruppen Run DMC – en egen version av Adidas klassiska Superstarsko, i samband med att de släppte låten My Adidas 1986. Skorna blev populära bland hiphopfans, men aldrig en bred succé. Det var inte förrän 1991, när hiphop-mogulen Jay Z skrev på ett sponsorkontrakt med Reebok (som ägts av Adidas sedan 2005) som det rämnade. Tre år senare släppte rapparen Kanye West en sko med Nike, i dag är han dock mer känd för sina Yeezys-sneakers, som han utvecklat tillsammans med Adidas. Sångerskan Rihanna har en deal med Puma, rapparen Drake med Jordan och producenten och artisten Pharell Williams långa Adidassamarbete är en kassako.

– Nike som företag skulle inte vara detsamma utan Michael, även om Jordan Brand är ett separat företag i dag. Han räddade Nike när det verkligen behövdes. Personkulten är viktig. Puma startade 1948. Kanye West och

Nikes grundare Phil Knight (till vänster) och Michael Jordans (till höger) skosamarbete har varit minst sagt lyckosamt. Jordan tjänar numera mer per år än vad han gjorde under hela sin aktiva karriär. För Nike var samarbetet en räddningsplanka, som visade sig lukrativ.



Foto: Cal Sport Media, Alamy.

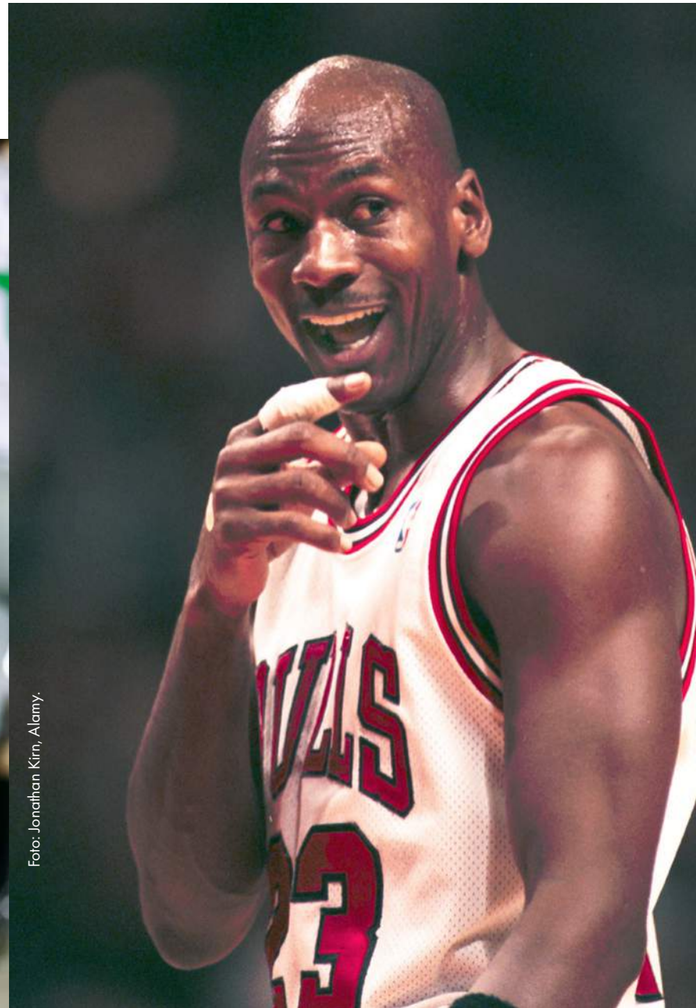


Foto: Jonathan Kirn, Alamy.

hans Adidas Yeezy-samarbete släpptes för första gången i februari 2015. Adidas Yeezy är i dag fyra gånger större än hela Puma, säger Peter Jansson.

Men det är inte bara vilka som influerar marknaden som har förändrats. Marknaden i sig har förvandlats, då sneakers blivit en vardagssko för män, kvinnor och barn medan det under 1980-talet främst var en sportsko.

SNEAKERS SOM SAMLAROBJEKT

– Jag har köpt fler par sneakers än jag vill erkänna, jag skulle nog gissa på 60 par, säger Nima Pirzadeh, digital konsult och sneakerssamlare. Men jag har dem ju till allt, både på jobbet och när jag går ut. Nike Huarache är mina vardagsfavoriter, jag har dem i kanske fem–sex olika färger som jag roterar beroende på vad jag har på mig.

Nima har samlat länge, och tycker både att det är lättare och svårare att få tag i ovanliga modeller i dag. Utbudet är större, och näthandeln underlättar då man oftast slipper stå och köa utanför fysiska butiker – samtidigt är det fler som slåss om de åtråvärda skorna.

– Jag fick kriga för mina Sean Wotherspoon x Nike Air Max 1/97. Jag gick med i säkert sex olika raffles, som jag förlorade. Till slut köpte jag dem på StockX, säkert till överpris…

De senaste årens ökning av limiterade upplagor, när märkena gör begränsade släpp för att öka intresset för skorna, har resulterat i att många skor säljer slut på minuter. Redan 2016 omsatte andrahandsmarknaden för sneakers över en miljard dollar. Amerikanen Josh Luber startade sajten Campless, som analyserade priserna på sneakers som såldes på e-handelsplattformen Amazon 2012. Genom att ta med sig den insamlade datan från Campless, och med en rad investerare i ryggen, startade han StockX.com 2015. StockX fungerar ungefär som en onlinemarknadsplats som behandlar sneakers som aktier, där Nike-, Adidas- och Air Jordan-index följer marknadens efterfrågan och styr priserna på skorna – du kan till exempel hitta ett par Nike Air MAG Back to the Future (baserade på skorna Michael J Fox bär i filmen *Tillbaka till framtiden*) från 2016, för dryga 187 000 kronor. Det dyraste paret Air Jordan-sneakers som någonsin sålts, och faktiskt de dyraste av alla någonsin, gick under klubban för strax över 970 000 kronor. Paret, av modell Air Jordan 12, som kallas »Flu Game« bars av Jordan när han spelade en NBA-match fast han var sjuk.

JORDAN VILLE HA ADIDAS

Att det blev just Nike som fick sätta Michael Jordans namn på sina skor var långt ifrån självklart. Jordan, som tidigare spelat i Converseskor, ville egentligen bära sitt favoritmärke – Nikes huvudkonkurrent Adidas. Converse ville dock ogärna släppa sin stjärna, de erbjöd honom 100 000 dollar om året för att bära deras skor på basketplanen. Men då de inte erbjöd Jordan att påverka designen, och inte hade några innovativa idéer gick han snabbt vidare.

NIKE GRUNDADES 1973

Nike startades av friidrottstränaren Bill Bowerman och hans före detta elev Phil Knight som Blue Ribbon Sports 1964. De importerade då japanska löparskor. Företaget döpte om sig till Nike Inc 1973 när de för att öka försäljningen började tillverka egna skor (Nike Cortez var den första modellen). Då inkorporerades också den berömda loggan, och sloganen »Just do it«. De växte snabbt under sina första år, men 1984 rapporterade de sin första förlust och behövde ett dragplåster. Nike erbjöd Jordan 500 000 dollar om året i fem år, plus optioner och andra inbakade förmåner som skulle visa sig vara värda sammanlagt 7 miljoner dollar. Med vissa villkor. Kontraktet skulle avslutas efter tre år om Jordan inte blev årets nykomling i NBA, kom med i All stars-laget och gjorde i genomsnitt 20 poäng per match. Om Jordan inte levde upp till kraven, men sålde skor för 4 miljoner dollar under sina första tre år skulle kontraktet ändå fortsätta.

JORDAN ÄR 4:A PÅ FORBES LISTA

I dag, 35 år efter att Michael Jordan skrev på sitt kontrakt med Nike, tjänar den numera 56-åriga basketlegendaren mer, årligen, bara på sina sportskor och kläder (Jordan Brand är nu ett fristående dotterbolag till Nike) än vad han gjorde på hela sin professionella basketkarriär. I fjol hamnade Michael Jordan på plats fyra på Forbes lista över de rikaste kändisarna i världen – övertäffad endast av regissörerna George Lucas och Steven Spielberg samt tv-drottningen Oprah Winfrey. Det är oklart hur stor del av hans förmögenhet på 1,7 miljarder dollar som kommer från Nike-dealen (han äger numera även ett professionellt basketlag) men att sportföretaget haft en stor del i hans framgång – och vice versa – är tydligt. •



Foto: Kate Glicksberg.

Erik Fagerlind och Peter Jansson startade Sneakersnstuff 1999. Foto: Fredrik Etoall.

SNEAKERSNSTUFF
Sneakersnstuff har vuxit kontinuerligt sedan starten 1999 och numera finns butikskedjan bland annat i New York, Los Angeles, London, Paris och i Berlin. Magasinet King röstade förra året fram duon till Sveriges mäktigaste inom herrmode. Butiksbilden är tagen i deras butik i New York.



Foto: Arvid Nordquists arkiv.



T.v: En smula otippat? Det var kaffemärket Arvid Nordquists dotterbolag Mac Arvid som 1979 var först i Sverige med att köpa in och sälja Nike-skor i Sverige. Mac Arvid skrev bland annat sponsorkontrakt med sprintern Linda Haglund. Bolaget såldes1982. Nike startade snart eget i Sverige.
T.h: Nima Pirzadeh, sneakerssamlare med runt 60 par skor, många av dem eftersökta och svåra att få tag i, här i Nike Flex.

24 odödliga sneakers

Sneakers har sedan 1980-talet löpande gått från att vara sportpryl till högsta mode. Företagshistoria listar samlarnas viktigaste modeller genom tiderna.

TEXT: LISA ROSMAN.



Foto: Jaizer Capangpangan.

1932

Chuck Taylor All-star

Den första kändisskon, döpt efter basketspelaren Chuck Taylor, har haft många livscykler – från basketsko, till skejtramperna, till den självklara skon för Nirvanas frontman Kurt Cobain. Den enkla modellen av kanvas och gummi kvalificerar sig inte som sportsko i dag, men den är en av världens mest populära vardagsskor. Converse säljer cirka 270 000 par All-stars om dagen.



Bild: ASICS Sverige.

1966

Onitsuka Tiger Mexico

Utan japanska Onitsuka kanske inte Nike hade funnits i dag. Det var nämligen Onitsukas skor som Nike (då Blue Ribbon Shoes) började importera och sälja i USA. Onitsuka Tiger var en av de mest populära löparskorna på 70-talet – efter ett lyckat OS i Mexiko 1968 – och Nikes Bill Bowerman använde den som grund för det nya märkets första egna sko.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.

1950

Adidas Samba

Den ikoniska inomhusfotbollsskon med Adidas karakteristiska tre ränder används i dag mest utanför fotbollsplanen. Adidas Samba har sålt över 35 miljoner exemplar och finns i flertalet färger, vilket gör skon till märkets näst mest populära modell någonsin.

1966

Vans #44

De amerikanska bröderna Paul och James Van Doren och Gordon C Lee öppnade sin första butik i Kalifornien 1966. Under namnet The Van Doren Rubber Company skapade de initialt tre modeller, #44 blev snabbt den mest populära bland Kaliforniens skejtare och än i dag är modellen, särskilt den schackrutiga versionen, en vanlig syn i skejtramper världen över.



Foto: Brayden Olson.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.

1971

Adidas Stan Smith

Adidas första tennisko döptes först till Adidas Haillet, efter en av dåtidens mest populära tennisspelare Robert Haillet. Den vita skon blev dock inte riktigt populär förrän Adidas döpte om den efter en annan populär spelare, Stan Smith, när Haillet slutade spela. Då adderades även Smiths porträtt på tungan, och den gröna paddingen på hälen. Smiths porträtt sitter fortfarande kvar, även om skon i dag används som vardagssko i stället för på tennisplanen.

1972

Nike Cortez

Nikes första egna sko har en lite stökig historia. Blue Ribbon Sports grundare Bill Bowerman var kreativ konsult till japanska Onitsuka Tiger och utvecklade tillsammans med dem dåtidens bästa löparsko – Onitsuka Tiger Cortez. Bakom det japanska företagets rygg skapade Bill och medgrundaren Phil Knight ett nytt sportskoföretag – Nike – och en egen modell av den populära skon, Nike Cortez. Efter en rättegång fick båda märkena rätt att sälja skorna, men Onitsuka döpte om sin till Corsair.



Foto: Nike.



Foto: PUMA arkiv.

1973

Puma Suede/Clyde

Medan de flesta sneakers gjordes av läder eller kanvas hade Puma en idé om att para den tjocka gummisulan med en topp av mjuk mocka. Originalversionen av Puma Suede släpptes 1968, men det var när New York Knicks basketstjärna Walter »Clyde« Frazier bad Puma om en bredare modell av deras sko, och fick den egna modellen Clyde, som skon verkligen slog. På 1980-talet blev Puma Suede/Clyde en del av hiphopkulturen och New Yorks gatuliv, och är det än i dag.



Foto: Brayden Olson.



1982

Reebok Classic Ex-O-fit

När aerobicstrenden var som starkast lanserade Reebok den första träningsskon som designats, och marknadsförts, direkt för kvinnor. Den mjuka, höga skon med de karakteristiska kardborrebanden syntes i populära träningsvideos och på kändisar som Jane Fonda vilket än mer bidrog till succén. Och de blev till och med populära bland män. Två år efter sitt släpp stod skon för hälften av märkets intäkter. Här en uppdaterad variant av modellen.



Foto: Stadium Goods.

1985

Nike Air Jordan 1

Michael Jordans rödsvarta basketskor förändrade sneakersvärlden för alltid. Skorna har släppts i 33 modeller och syns fortfarande både på basketplanen och på gatan. Jordan Brands, numera dotterbolag till Nike, omsätter i dag 3 miljarder dollar om året och har gjort Jordan långt rikare än vad hans basketkarriär gjorde.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.

1986

Adidas Attitude

Efter Michael Jordans succésamarbete med Nike ville så klart Adidas ha en egen kändis att marknadsföra sig genom. Valet föll på basketstjärnan Patrick Ewing. Adidas Attitude blev en hit (även om den inte var lika långlivad).



Foto: Nike.

1987

Nike Air Trainer 1

På 80-talet hade man en löparsko om man ville springa, en basketsko för inomhussporter eller en träningssko för gymaktiviteter. Alla hade olika kvaliteter, men var inte optimala för annat än just sitt användningsområde – vilket resulterade i skador. Tinker Hatfield, arkitekt som blev skodesigner, ville ändra på det och skapade allroundskon Nike Air Trainer som gav tillräckligt med support för löpning, men var lätt nog att använda på gymmet. Att John McEnroe använde en prototyp av skorna på tennisplan redan 1986 gjorde dem inte mindre populära.

1978

Vans Sk8-Hi

Skejtarnas favoritmärke tog sina skor till en ny nivå när de höjde skaftet på skorna för att ge bättre stöd till fotlederna och minska skaderisken. Sk8-Hi (eller #38) blev direkt en stor hit, och har sedan dess tillverkats i kanvas, skinn och mocka i ett stort spektrum av färger och mönster.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.

1986

Adidas Superstars Run DMC

Den gamla Adidasskon Superstar fick nytt liv när rapgruppen Run DMC började bära dem. Gruppen tog bort snörena på skorna, som en nick till sina kompisar i fängelset där man inte fick använda skosnören, och släppte låten My Adidas. Efter att gruppens vurm för den något bortglömda skon lett till en lavinartad ökning av Adidas försäljning av Superstars fick de en egen modell av skon, och en sponsrad turné.



Foto: Nike.

1987

Nike Air Max

En av de mest populära Nikeskorna var också den första skon som visade upp Nikes teknologi – genom ett titthål i sulan. Nike Air Max krediteras ofta med att vara sneakersvärldens första kommersiella succé, med en marknadsföring som gjorde Nike till ett hushållsnamn. Reklamfilmen var tonsatt av Beatles Revolution, och visade både John McEnroe och Michael Jordan.



Foto: Dominic Marley, New Balance.

1988

New Balance 574

Skobolaget New Balance startades redan 1906 i Boston, och specialiserade sig på ortopediska skor och hålfotsstöd för att ge sina kunder »new balance«. Även om de skapade några sportskor under sina första 70 år var det inte förrän 1976 den kända N-loggan kom till. Det gick bra för bolaget, men det var 1988 års modell 574 som gjorde New Balance till ett hushållsnamn.

1995

Nike Air Swoopes

Sheryl Swoopes blev den första kvinnliga basketspelaren att få en deal med ett stort sportskomärke. Skon, och marknadsföringen kring den, var också en stor del av Nikes framgångsrika arbete med att bygga kvinnlig idrott och uppmuntra unga tjejer att vara stolta över sin styrka och snabbhet. I fjol hedrade Nike sina Swoopes med en ny, limiterad upplaga.



Foto: Nike.

1997

Adidas KB8

En annan basketspelare, Koby Bryant, fick en deal med Adidas 1996. Hans första signatursko, KB8 (numera känd som Crazy 8) bärs fortfarande av både fans och atleter och är allmänt prisad som Adidas bästa basketsko. Tyvärr, för Adidas, lämnade han dem för Nike.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.

2015

Under Armour The Curry One

Så klart att en av nutidens största basketstjärnor behöver en egen sko. Men det var inte något av de klassiska märkena som sajnade Stephen Curry utan Under Armour, ett företag som startades av collegestudenten och amerikanska fotbollsspelaren Kevin Plank 1996. Precis som Michael Jordan och Nike har Curry och Under Armour växt tillsammans, även om skons popularitet har börjat dala.





Foto: PUMA arkiv.

2015

Fenty Puma Creeper

Artisten Rihanna visade att även kvinnliga stjärnor kan sälja sneakers med sina Fenty Puma. Den sammetslena skon med hög sula blev årets sko när den släpptes – och hela lagret sålde slut på tre timmar. Rihannas samarbete med Puma har växt till en hel linje med kläder, och skorna är fortfarande populära.

2015

Yeezy Boost 350

Även om rapparen Kanye West släppt tre Yeezyskor med Nike var det först när han började samarbeta med Adidas som det blev braksuccé. Den första Adidasskon, Yeezy 750, släpptes i februari 2015 och med det andra släppet, Yeezy 350 Boost, kom märket i ropet. Kanye, som fick royalties från Adidas, vilket han inte fått från Nike, har byggt ett imperium utanför musiken. Han har även lanserat kläder under varumärket Yeezy, men de är långt ifrån så populära som skorna.



Foto: Studio Waldeck, The Adidas Archive, Adidas AG.



Foto: Nike.

2016

Nike Mag

I filmen Tillbaka till *Framtiden II* från 1989 var det inte bara tidsresandet och den svävande skateboarden som imponerade på tittarna – de futuristiska självsnörande Nikeskorna (designade av Nike) blev ikoniska. 2011 släppte Nike 1500 identiska kopior av skorna som auktionerades ut för att stödja Michael J Fox (skådespelaren från filmen) Parkinsons-stiftelse. Men, 2016 kom faktiskt en ny kopia – som var självsnörande! 89 par auktionerades ut och samlade ihop över 6 miljoner dollar till Michael J Fox stiftelse.



Foto: Dominik Schulte, Highsnobiety.

2017

Balenciaga Triple S

Att ett par stora, överdimensionerade, färggranna sneakers för strax över 7 200 kronor skulle bli lyxvarumärket Balenciagas största succé var en riktig högoddsare. Men de åtråvärda skorna satte igång en helt ny trend av »ugly sneakers« som dominerat modevärlden de senaste två åren.

2018

Air Max Serena Williams Queen

Att det dröjt tills nu innan tennisdrottningen Serena Williams hyllats ordentligt är skamligt, men att det var stjärndesignern Virgil Abloh och Nike som gjorde det är passande. Även om Serena haft lukrativa deals tidigare är kollektionen Queen designad bara för henne.



Foto: Nike.



Foto: Stadium Goods.

2018

DJ Khaled x Air Jordans 3 Grateful

Ett av fjolårets dyraste par sneakers var ett samarbete mellan Jordan Brands och producenten DJ Khaled. För att »vinna« rätten att köpa ett par var man tvungen att beställa DJ Khaleds nya album. De röda skorna med svartvita detaljer säljs dyrt på andrahandsmarknaden, i dagsläget kan man köpa ett par på StockX för 101 099 kr.

Rekonstruktion av tapet från Ekolsunds slott, handtryckt och målad av Handtryckta Tapeter på Långholmen, Stockholm. Foto: Handtryckta Tapeter.

Kvinnorna Bruhn

Efter hallrättens (1739) första 20 år hade elva kvinnor tagit tillfället i akt och beviljats tillstånd för att driva eget tapetmakeri. Historikern Mia Elisabeth Skott berättar i Företagshistoria om två av dem, mor och dotter Bruhn.

TEXT OCH FOTO: MIA ELISABETH SKOTT.

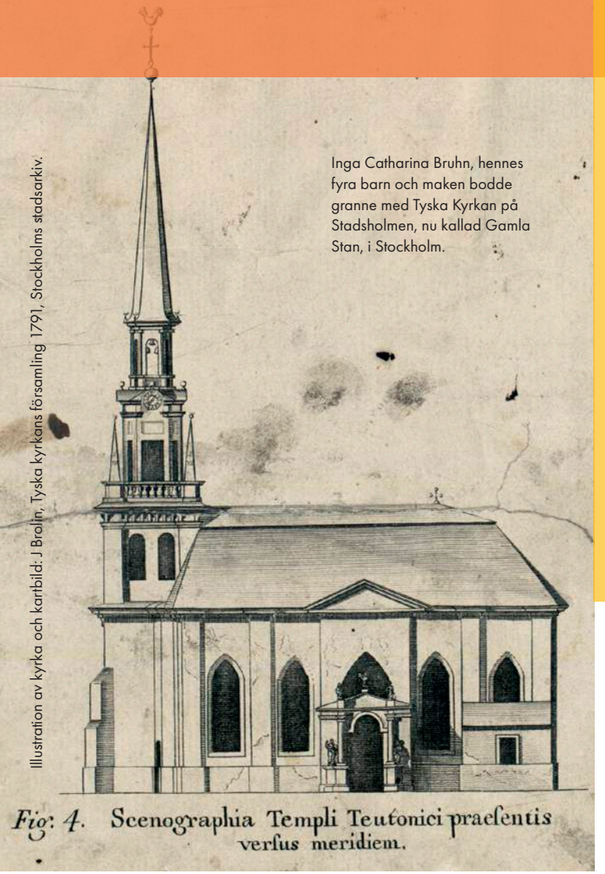


Illustration av kyrka och kartbild: J Brolin. Tyska kyrkans församling 1791, Stockholms stadsarkiv.

Inga Catharina Bruhn, hennes fyra barn och maken bodde granne med Tyska Kyrkan på Stadsholmen, nu kallad Gamla Stan, i Stockholm.

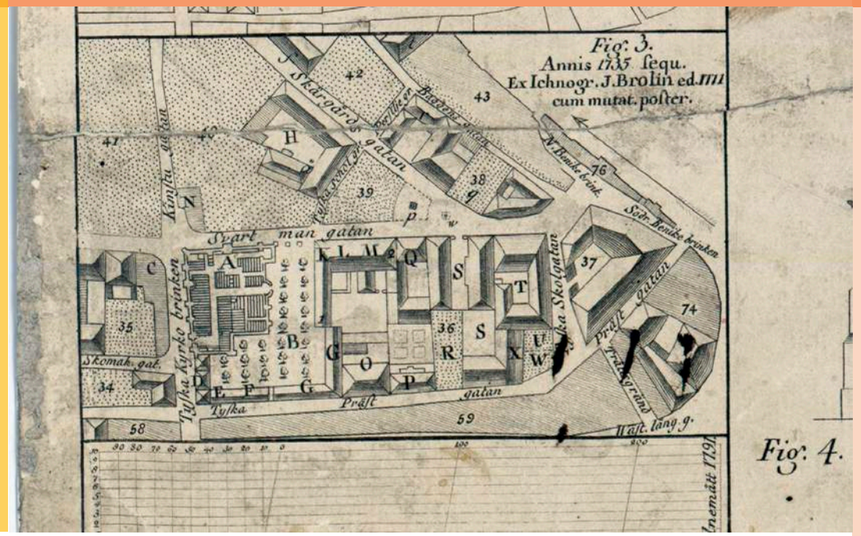
MIA ELISABETH SKOTTS AVHANDLING

Inga Catharina och Maria Christina Bruhn är två av de tapetmakerskor som porträtteras i avhandlingen *Tapetmakerskorna i 1700-talets Stockholm,* som publiceras av Stockholmia. Alla var inte så lyckosamma som mor och dotter Bruhn och det är vad Skott undersöker – vilka faktorer påverkade den tidigt moderna kvinnans förmåga att själv forma sin yrkesverksamhet? Hon hörs snart också i sin kvinnohistoriska podd *Föregångare & förebilder.*



Foto: Mattias Ek, Stadsmuseet, Stockholm.

»Tjugo år gammal tog Maria Christina över moderns tapetmakeri och drev det i över tjugo år.«



Ovan: Gamla Stan i Stockholm, där Inga Catharina och Maria Christina levde och verkade. T.h: Maria Christina Bruhns namnteckning från 1752, från Förmyndarkammaren, Stockholms rådhusrätt, Stockholms stadsarkiv.



1741 HÄNDE TVÅ STORA SAKER i Inga Catharina Bruhns liv. Hon födde sin yngsta dotter Eva och hon etablerade ett tapetmakeri. Tillsammans med sina andra tre barn och sin make, som flera decennier tidigare varit bokhållare åt änkedrottningen, bodde de bredvid Tyska kyrkan på Stadsholmen.

Stockholms hall- och manufakturrätt hade öppnat sina portar i Södra stadshuset två år tidigare. Under dess vingar kom flera av huvudstadens konsthantverk att hamna, däribland tapetmakare som tillverkade vaxdukso- och papperstapeter. Inga Catharina målade papperstapeter. En sort vars popularitet ökade explosionsartat under 1700-talets mitt och som med sitt relativt billiga pris kom att täcka väggarna hos både hög och låg.

FICK ÄRVA MAKENS SKULDER

Året efter att hon etablerat tapetmakeriet så avled maken. För tillverkningen hade Inga Catharina antagligen inte mycket mer än de fällbord som räknades upp i hans bouppteckning. Maken var nästintill dränkt i skulder när han dog, men Inga Catharina verkar ha lyckats gömma penslar, papper och färger från förmyndarkammarens representanter som kom till Stadsholmen och värderade bohaget. Bouppteckningen sammanfattades med att »intet övrigt för änkan uti fördel och giftorätt, än mindre för barnen« var att vänta.

Inga Catharinas uppgift var nu inte bara att försörja sig själv och de fyra barnen på egen hand, utan också att betala av makens skulder. Med eget tillstånd, tapetmakeri och sannolikt de gömda penslarna och tapetformarna, tog hon sig an utmaningen. Hon lyckades med båda, i alla fall gott nog.

SKAPADE 10 PROCENT AV ALLA TAPETER

I hyrda rum, först på Yxsmedsgränd och sedan Stora Nygatan, tillverkade hon nästan 5 000 våder målade papperstapeter under 1740-talet. Dessa utgjorde i volym räknat 10 procent av alla handtillverkade papperstapeter som Stockholms hall- och manufakturrätt godkände under perioden 1739–1759.

Inga Catharina uppnådde inte framgången helt på egen hand. De två äldsta döttrarna Maria Christina och Inga bistod henne i tillverkningen. Samtidigt som modern fick hjälp, fick flickorna en utbildning. Och möjlighet att försörja sig själva i framtiden.

Efter nio år som tapetmakerska dog Inga Catharina och likt maken lämnade hon efter sig skulder. Men tjugoåriga Maria Christina hade ärvt både sin mors yrkesskicklighet och handlingskraft. Med ansvaret för sina yngre syskons försörjning på sina unga axlar, tog hon över moderns tapetmakeri och drev det i över tjugo år. Systrarna Inga och Eva arbetade med henne nästan hela tiden.

STARKA NÄTVERK

Maria Christinas nätverk var starka, hennes kreditvärdighet hög och hon blev en del av huvudstadens konstscen. Tidens stora företagare och kommersrådet Jonas Alströmer – även kallad »Potatiskungen« – gav Maria Christina kredit för material och lån för »Tapetmakeriets understöd och fortsättande«. Hon målade gröna marmorerade tapeter åt honom.

Karriären som tapetmakerska slutade dock inte lika bra för Maria Christina som den börjat. Handelskrisen år 1763 påverkade hennes verksamhet lika mycket alla andras. Men tack vare vad vi i dag skulle kalla innovationsförmåga, fann hon nya försörjningsvägar.

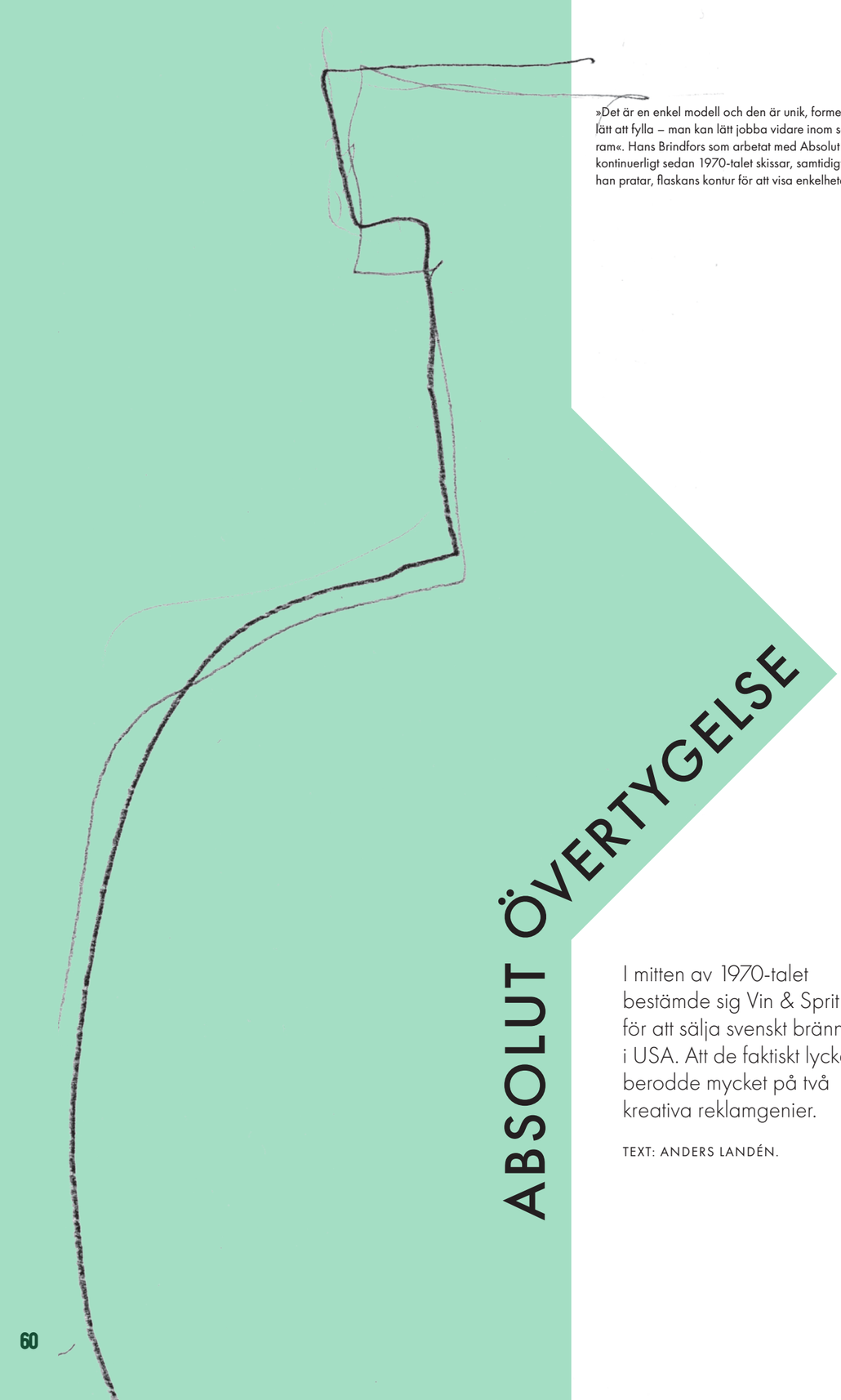
Bland annat belönades hon för en uppfinning inom artilleriteknik. En bragd Maria Christina Bruhn redan är känd för. Nu kan hon också bli ihågkommen som den framgångsrika tapetmakerska hon faktiskt var. Likt sin mor. •

Chansen att driva företag

ÅR 1739 ETABLERADES Stockholms hall- och manufakturrätt som ett led i att främja inhemsk tillverkning. Jämsides med traditionella manufakturer inom främst textil, var en ambition att erbjuda konsthantverkare en alternativ rättslig hemvist. Då skulle skråämbetenas traditionella monopol ruskas om.

Under hallrättens första tjugo år tog elva kvinnor på olika sätt tillfället i akt och beviljades tillstånd att driva tapetmakerier i eget namn. De flesta tillverkade målade och tryckta papperstapeter. Ur den historiska skattkista som hallrättens statistik utgör går att utläsa att tapetmakerskors pappers-tapeter bedömdes vara av samma kvalitet som formellt utbildade tapetmakare med burskap. Uppenbart blir också att stockholmarna uppskattade flera av kvinnornas yrkesskicklighet. Detta vittnar de tusentals våder tapeter som registrerades i tapetmakerskornas namn.

Medan några av tapetmakerskorna spelade en avgörande roll i den målade papperstapetens etablering och explosionsartade popularitet under 1700-talets mitt, drabbades andra av stora hinder och tragedier. Förmågan att utveckla yrkesverksamheten skilde sig åt. De omständigheter och krafter som formade tapetmakerskornas förmåga är överraskande. Dessa, tillsammans med tapetmakerskornas individuella biografier och en kartläggning av tapetmakaryrkets praktiker och prestation, presenteras i historikern Skotts avhandling *Tapetmakerskorna i 1700-talets Stockholm.*

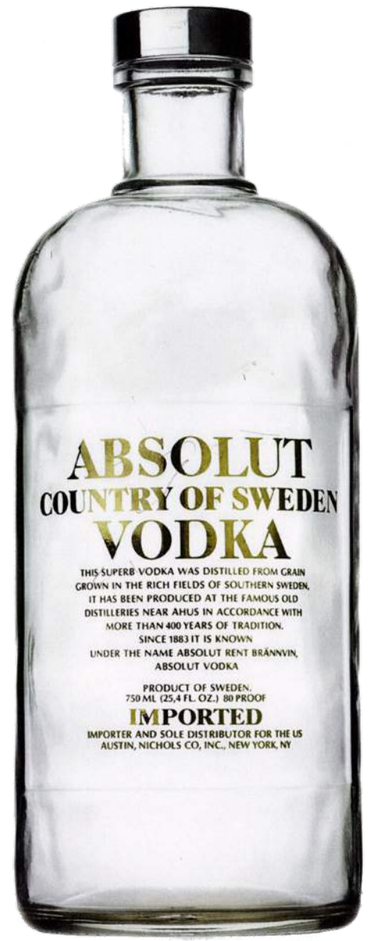


»Det är en enkel modell och den är unik, formen är lätt att fylla – man kan lätt jobba vidare inom samma ram«. Hans Brindfors som arbetat med Absolut Vodka kontinuerligt sedan 1970-talet skissar, samtidigt som han pratar, flaskans kontur för att visa enkelheten.

ABSOLUT ÖVERTYGELSE

I mitten av 1970-talet bestämde sig Vin & Sprit för att sälja svenskt brännvin i USA. Att de faktiskt lyckades berodde mycket på två kreativa reklamgenier.

TEXT: ANDERS LANDÉN.



Bra idéer står sig. Hans Brindfors första förslag är ruskigt lik den slutgiltiga varianten av Absolut Vodka.

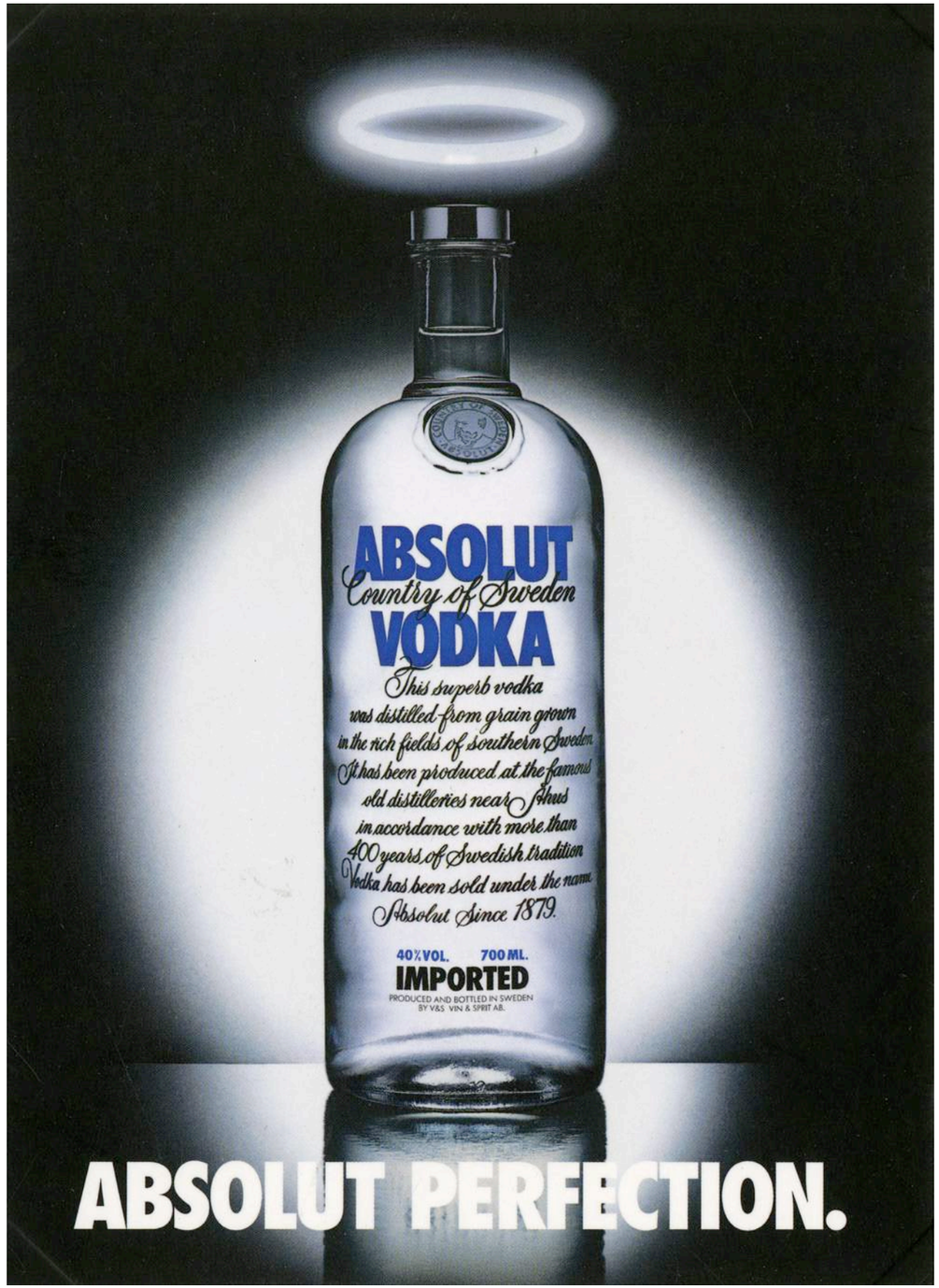
DEN 17 APRIL I ÅR fyllde Absolut Vodka 40 år och den ljusa spriten som tappas i skånska Åhus är USA:s största importvariant och den tredje bäst säljande vodkan i världen. Varje år säljs 100 000 flaskor av den rena och de smaksatta varianterna över hela världen. En makalös bedrift – inte minst med tanke på förutsättningarna, vägen dit och att flaskan och dess logotyp i princip är oförändrad sedan slutet av 1970-talet.

VODKAN FINNS I HELA VÄRLDEN

– Det är klart att man känner stolthet när man är ute och reser och ser flaskorna var man än befinner sig, säger Hans Brindfors, då lovande art director på Carlsson & Broman och i dag världskänd designguru, och den som skapade flaskan i slutet av 1970-talet.

Delägaren och creative directorn Gunnar Broman fick i mitten av 1970-talet uppdraget av statliga Vin & Sprit att undersöka om det var möjligt att sälja svensk sprit utomlands. Några år tidigare hade Gunnar och AD:n/designern Brindfors fått hela Sverige att dricka det billiga vinet kir och gjorde ölen Pripps Blå till marknadsledande på bara sex månader. 40 procent av alla ölköparna köpte Pripps. Det sista inför ögonen på Pripps AB:s styrelseordförande Lars Lindmark som 1974 blev vd för Vin & Sprit. I Lars nya uppdragsbeskrivning ingick att modernisera det statliga bolaget. Och vad vore mer modernt än att slå stort på världens största marknad USA och göra svensk sprit till en exportsuccé?

– För ett par år sedan arbetade jag med att lansera en ny vodka på samma marknad. Då presenterades en ny vodka varannan dag i USA, ofta fanns stora varumärken med enorma budgetar bakom. I slutet av året hade endast två av sorterna överlevt, säger



Ur The Absolut Companys arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Slutresultatet. Flaskan har använts smart i marknadsföringen.



Foto: Olof Elfverson.

REKLAMMANNEN GUNNAR BROMAN skapde under sin yrkesverksamma karriär mängder av succéer. Han ligger bland annat bakom tävlingen som i dag heter »Årets kock« och skapade lättmjölken. Bromans byrå Carlsson & Broman fick uppdraget att undersöka om det gick att sälja svensk sprit i USA.



HANS BRINDFORS är en av Sveriges genom tiderna största reklamnamn och den som formgav Absolut Vodka-flaskans första variant. Brindfors har sedan arbetat med Absolut kontinuerligt sedan 1980-talet.

Hans Brindfors. Lars Lindmark plockade ihop ett team för att undersöka marknaden och vilken reklambyrå som skulle utföra jobbet lär ha fallit sig ganska naturligt.

– Vin & Sprit talade om att sälja akvavit och vi gjorde en undersökning som visade att vit sprit var på väg uppåt. Vi bestämde oss för en premiumsort, berättar Gunnar Broman.

SEX VARIANTER PÅ PLATTFORMEN

Broman som var en erkänd reklammakare utgick från undersökningsresultaten, och från kontoret i gamla brännvinskungen LO Smiths lägenhet på Blasieholmen började han skapa. Snart fanns sex olika varianter med en rad olika spritsorter och utföranden. Broman, Brindfors och projektledaren Peter Ekelund från Vin & Sprit åkte till Amerika och testade idéerna. Vodkan nappade man på och en av flaskorna stack ut – den var liten, genomskinlig och saknade etikett – texten var skriven direkt på flaskan. Namnet plockade man från äldre svensk spritförsäljning – absolut rent brännvin, året 1869 adderades. I undersökningarna fastnade alla för den men få trodde på den. Den såg inte ut som vodkaflaskor skulle göra – och experterna hävdade att den i sin genomskinliga skepnad skulle bli osynlig på sprithyllan.

– Do it wrong, sa Broman och tog den vidare.

– Eklund var smart, säger Hans Brindfors. När flaskan som stack ut fick svaga resultat vid undersökningar så rapporterade han hem att vi hade en väldigt stark idé som skiljde sig från mängden.

BERGFASTA IDÉER

I en intervju i *Kristianstadsbladet* 2009 beskriver Broman processen:

»Eklund var ung, 23 år då. Dels förstod han inte vad som var omöjligt, dels förstod han aldrig var hans befogenheter började och slutade.«

Ovärderligt för projektet, visade det sig – för när kunder blir nervösa och reklambyråer tvingas vara lyhörda blir produkten sällan något annat än sämre kopior av det som redan finns. Broman var kylig och erfaren.

– Jag hotade med att hoppa av om de ändrade på flaskan, säger Gunnar Broman. Det fanns inga alternativ.

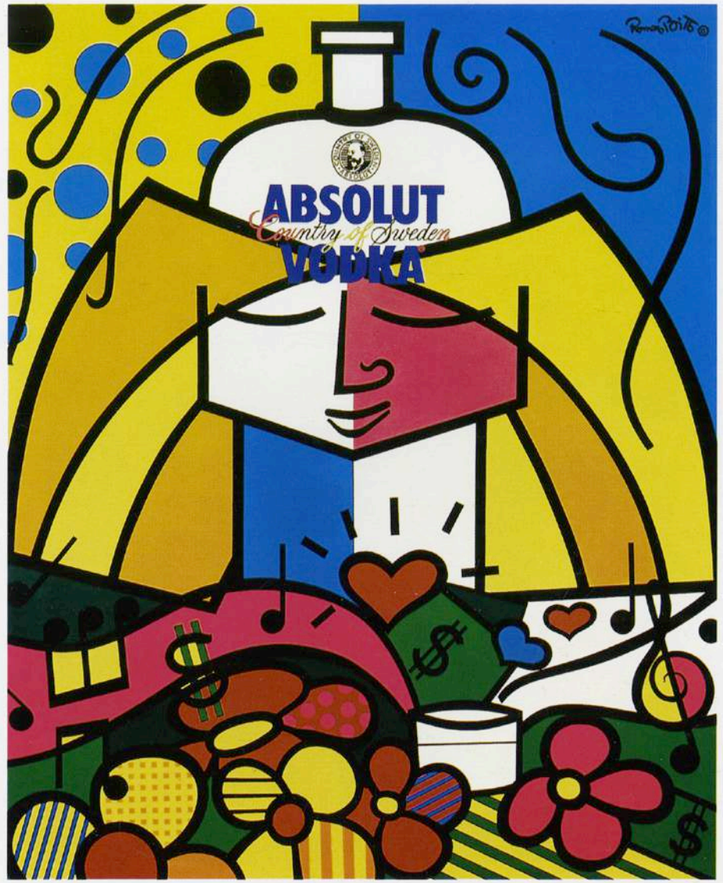
FRANSKT GLASBRUK GJORDE FLASKAN

Inspiration till flaskan hade Broman fått från en gammal apotekarvariant han hittat i en antikvitetsaffär i Gamla stan i Stockholm. Stärkt med inspiration från boken *American bottles* som Brindfors läste, gjordes den unik.

– Jag hittade ett glasbruk i Frankrike som var villiga att göra den, säger Hans Brindfors och fortsätter: – När jag fått ok på den skapade vi femtio varianter och dem tog vi med till USA. Flaskorna fick ett eget flygsäte.

Snart hade flera spritdistributörer i USA nobbat Absolutflaskan. Brindfors och Broman åkte i skytteltrafik för möten i USA med förfiningar av produkten och möten med nya potentiella distributörer.

Mitt i allt fick Brindfors ett erbjudande som inte gick att säga nej till – om han startade eget skulle han få



ABSOLUT BRITTO
Romero Britto, 1989
Óleo sobre tela

REKLAMEN

Med Andy Warhol skapade Absolut Vodka ett samarbete och relationen till konst och mode har stått sig. Via Warhol kom Keith Harring och så småningom också Kenny Scharf in som konstnärer. Under åren har antalet konstnärer växt löpande.



Tidiga konceptskisser för Absolut vodkas nästa flaska från slutet av 1970-talet. Flaskorna testades på den amerikanska marknaden.

Ur The Absolut Companys arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

hela Linjeflyg-kontot. Han lämnade Broman & Carlsson och absolutflaskan samma dag. De sista justeringarna gjordes av Bromans byråkollega Lars-Börje Carlsson. Ursprungsidén hade berikats med ett sigill i form av LO Smith när märket Carillon och försäljningschefen Michel Roux accepterade uppdraget att distribuera. Det unika typsnittet som användes på flaskans text togs fram med inspiration från en äldre annonstext för Cadillac som Brindfors hittat.

FÅ FÖRÄNDRINGAR GENOM ÅREN

När man tittar på de sex plattformar som Brindfors och Broman tog fram till första mötet ser man att den slutgiltiga designen har plockat inspiration från flera av dem och att idén stått sig. Där hittas till och med LO Smith. Några mindre justeringar gjordes längs vägen, som att man tog bort ordet pure och ett e från Absolute – en optisk illusion som gjorde kopplingen till Sverige starkare. 40 år senare är flaskan sig lik.

WARHOL GJORDE REKLAMEN

– Det är en enkel modell och den är unik, formen är lätt att fylla – man kan lätt jobba vidare inom samma ram, säger Hans Brindfors.

Brindfors försvann från det första uppdraget, men faktum är att han med en lucka på bara ett par år har arbetat kontinuerligt med Absolut. Med start i början av 1980-talet har han i egna byrån med kollegorna gjort mer än 50 varianter för varumärket och då tillkommer också en rad special-varianter – det i takt med att smakerna blivit allt fler.

Absolut Vodka presenterades våren 1979 och den då nedläggningshotade fabriken i Åhus fick nytt liv. I början av 1980-talet och 1990-talet la Absolut Vodka världen under sina fötter – de visade att vodka inte behövde vara, eller låtsas att den var, rysk. Lars Lindmarks vision gick i uppfyllelse, exportsuccén är en av Sveriges största någonsin och framförallt en av de svåraste. Männen bakom flaskan hade och har en stor del i succén.

Med hjälp av noggranna undersökningar och ett kreativt arbete i världsklass skapade Gunnar Broman och Hans Brindfors förutsättningar för Absolut Vodka. Att de var bergsäkra på sitt snille var helt avgörande. •



Katja Geiger, Katja of Sweden, omgiven av två av sina modeller i Paris 1966.

Foto: Björn Larsson, Ask/Bonnierarkivet.

UTSTÄLLNING

Kulturen i Lund erbjuder utställningen Katja of Sweden från 15 juni till 23 februari.

Adress: Tegnérsplatsen 6, Lund.

Katja of Sweden – landets första modeorakel

Katja of Sweden formgivning hyllas under sommaren med separatutställning på Kulturen i Lund.

TEXT: LINDA ISRAELSSON.

ENKELT OCH BEKVÄMT, så låter det när man läser om Katja of Swedens design, men hur såg den ut? Den 15 juni öppnar en utställning om hennes design på Kulturen i Lund. Hit skänkte Katja Geiger en stor del av sina alster innan sin bortgång för två år sedan. Charlotte Åkerman, chef för Samlingsavdelningen berättar att Katja studerade folklig textil i Kulturens samlingar, vilket gav henne inspiration till sina mönster. Utställningen görs för att fira att Katja Geiger skulle fyllt 100 år 2020.

– Kulturen vill visa utställningen Katja of Sweden för att lyfta fram en nyskapande formgivare som var före sin tid, säger Charlotte Åkerman.

Tonvikten i utställningen är på 1960–70-talen och är en mönster- och färgfest. Kläder, skor, fotografier och film visas upp. Som Kulturen beskriver henne: Sveriges första internationellt kända modedesigner.

Katja Geiger flyttade från Sverige till USA för att studera på designskola, och skapade sin första klädkollektion med inspiration av sin svenska hemlängtan. Succén var ett faktum och namnet blev Katja of Sweden. 1950 vann hon Årets designer i kategorin Sportswear. Under 1950-talet flyttade hon tillbaka till Skåne, och succén fortsatte. Såhär beskrev hon själv sin gärning:

»Vad jag ville åstadkomma var en frigörelse för kvinnan, genom att erbjuda henne sköna, bekväma, härliga kläder, lätta att sköta och leva i utan att hon skulle behöva tänka på hur de klarade hemmet, jobbet, barnen, resorna, representationen och så vidare.«

Vi undrar förstås vilket som är Charlotta Åkermans favoritobjekt i utställningen.

– Oj, vad svårt! En variant i ulljersey från 1965 som vi visar är ovanlig färgmässigt, men väldigt typisk för Katjas design, enkla, bekväma plagg som skulle fungera i alla sammanhang. •

Sommarens måsten

Företagshistoria tipsar om näringslivsrelaterade upplevelser. Följ dem, se dem, njut av dem och bli en rikare människa.



tips listan

Böcker

TIO BYGGNADER SOM DEFINERADE 1960-TALET
Titta t.ex. närmare på IKEA i Kungens Kurva, Hotel Terazza i Ljungby och Torslandaverken i Göteborg.
Redaktör: Dan Hallemar. Förlag: Arkitektur Förlag.

ASTRID: ÅREN SOM FÖRLÄGGARE OCH CHEF
Astrid Lindgren var även förläggare. Detta skildras i ny bok.
Författare: Kjell Bohlund. Förlag: Astrid Lindgren Text.

MADE IN SWEDEN
Denna bok är proppfull av svenska exportsuccéer, från ABBA till tumstocken.
Författare: Anders Johnson. Förlaget: Näringslivshistoria.

Podcasts

KVINNAMINNE
Här berättas om Ada Lovelace, en 1800-talsikon inom databehandlingen. En pod av Matilda Skoglöw,
kvinnaminne.podbean.com.

RADIO CFN
Kolla in de senaste podcastavsnitten här:
naringslivshistoria.se/tagg/radiocfn/

Utställningar

JOBBA, LEVA, BO – BILDER AV ETT SAMHÄLLE
Torslanda, Volvo och invånares vardag i Hammarkullen, från 1970-talet till i dag. Utställningen *Jobba, leva, bo – bilder av ett samhälle,* med foton av Jens S Jensen.
Till 22 september, Göteborgs Stadsmuseum, Norra Hamngatan 12, Göteborg.

FORMGIVNING COMPANY
Formgivningsstudion Company är i fokus under vårens och sommarens huvudutställning *Company: Secret Universe,* på Designmuseo. De har rest runt i världen och studerat traditionella hantverksmetoder.
5 april–22 september, Designmuseo, Korkeavuorenkatu 23, Helsingfors.

DIGITALA MODELLER
Har museer och arkiv en roll i den digitala eran? Projektet *Digitala modeller* undersöker hur digital teknik kan berätta på nya sätt om industrialismens människor, miljöer och samhälle. Stora mängder material har digitaliserats, modeller från Tekniska museets samlingar har 3D-skannats, en bok har släppts och en utställning pågår just nu på Tekniska museet, Stockholm.
digitalamodeller.se

IITTALA & ARABIA
Följ Iittala och Arabias glas- och porslinsproduktion från 1800-talet och framåt.
Designmuseet Arabia, Tavastvägen 135, Helsingfors.

STOCKHOLMSUTSTÄLLNING
Stadsmuseet i Stockholm har öppnat. Deras Stockholmsutställning omfattar tre våningsplan; från år 1527 och fram till våra dagar. Försök bota pesten på apoteket Markattan från 1700-talet, titta på nattklubbsmiljön på Nalen och Berns under 1900-talets första hälft, och spana in Katarinahissmodellen med miniatyr av krögaren Erik Lallerstedt.
Stadsmuseet i Stockholm.

Webb

GROTH 100 ÅR
Skandinaviens första patentbyrå, immaterialrättsbyrån Groth & Co fyller 150 år och har skapat ett digitalt museum.
groth.se/museum

SMILEYS
1963 ritar en formgivare en smiley på uppdrag av ett försäkringsbolag. Figuren skulle höja arbetsmoralen. Hur gick det? Se mer på utställningen *Emojins historia:*
internetmuseum.se/tema/emoji/

Emoji, Internetmuseum.
Utställningsmodell, Susanne Deist, Stadsmuseet, Stockholm.
Jobba, leva, bo, foto Jens S Jensen.
Modell ur Polhems mekaniska alfabet, foto Anna Gerdén/Tekniska museet.
Made in Sweden, foto Alexander Ruas.



Under 1919 lagstadgades åtta timmars arbetsdag inom industrin. Ur Bolinders mekaniska verkstads arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Minns då nu!

Historisk kalender med näringslivshistoriska nedslag. Kolla vilka företagskopplade bemärkelsedagar som bör uppmärksammas under sommaren.

1899

27 juni
Norrmannen Johan Vaaler uppfann gemet.

4–7 september
Kooperativa förbundet (KF) grundades. Idén var att man skulle konkurrera med den privata handeln och ge arbetarna billigare konsumtionsvaror.

1909

25 juli
Fransmannen Blériot blev den första att flyga över engelska kanalen.



Vecko-Journalen, Bonniers veckotidning, 22 december 1929. Omslag av Rudevall-Artelius. Ur Bonniers arkiv.

HÄNDE FÖR HUNDRA ÅR SEDAN

1919

28 juni. Versaillesfreden undertecknades, vilket officiellt avslutade första världskriget för Tysklands del. Tyskland tvingades betala stora krigsskadestånd, och fråntogs alla sina europeiska besittningar. Den 31 augusti avslutade Sverige sin sista kristidsransonering – brödransoneringen.

1 juli. Den svenska legostadgan för tjänstefolk ändras. Det är då inte längre straffbart att lämna sin tjänst under kontraktstiden. Fram tills 1919 kunde polishämtning ske om den anställde lämnat sin arbetsgivare innan kontraktsåret var över. Rätten att aga den anställde inskränktes med 1833 års legostadga till att omfatta pojkar under 18 och flickor under 16, vilka kunde agas fram till 1920.

29 augusti. AB Elektrolux bildas genom sammanslagning av Elektromekaniska AB och AB Lux. Huvudägare är Axel Wenner-Gren.

September. Svenska Radioaktiebolaget bildades denna månad 1919 av fem svenska företag med intresse för den då nya radiotekniken. Däribland AGA, ASEA och L.M. Ericsson.

1 september. En trådlös radiotelefon förevisades på Telegrafverket i Stockholm.

10 september. Skellefteå spisbrödsfabrik grundades detta datum. Så småningom blev företaget Wasabröd. I dag heter ägaren Barilla.

18 september. AB Svensk Filmindustri (SF) bildades genom en sammanslagning av Svenska Bio och Filmindustri AB Skandia. Huvudägare för bolaget var Ivar Kreuger.

29 september. Sveriges riksdag antog lagen om åtta timmars arbetsdag för industrin. Högern och bondepartierna röstade emot. Den nya arbetsveckan blev 48 timmar.



Den första bemannade landstigningen på månen. Foto: NASA, 20 juli 1969.

1929

10 augusti
Konstnärssällskapet Halmstadgruppen lär ha grundats under detta år. Vid datumet öppnades deras kontroversiella utställning med modern konst på Kulturen i Lund. Gruppen höll ihop till 1979 då medlemmen Stellan Mörner avled.

20 augusti
Svenska Cellulosa Aktiebolaget (SCA) skapades detta datum när Kreugerföretagen slog ihop ett tiotal norrländska skogsindustriföretag.

2 oktober
Bonnier förvärvar förlaget Åhlén och Åkerlund. Förlaget gör Bonnier till marknadsledande på den svenska magasinsmarknaden. 1984 ändrades namnet till Bonnier tidskrifter.

1969

20 juli
När Apollo 11 med Neil Armstrong ombord landade på månen blev hela världen mångalen, vilket öppnade upp för mängder med rymdrelaterade produkter. För svensk del var och är vi extra stolta över att Armstrong dokumenterade det historiska ögonblicket med en Hasselbladskamera.

1994

5 juli
Amerikanska webbjätten Amazon grundas av Jeff Bezoz detta datum.

27 juli
Stokab AB aktiverades detta datum i Stockholm. Den neutrala aktörens uppdrag var att skapa en grundläggande IT-infrastruktur med den enda uppgiften att förse marknaden med de fiberförbindelser som behövdes.

11 augusti
Ängelholmsbaserade Koenigsegg grundades detta datum. Specialbilstillverkaren har i dag cirka 120 anställda och deras modell CXR har utsetts till en av världens tio vackraste bilar av magasinet Forbes. Under 2009 var företaget på väg att förvärva SAAB, men affären stöp på mållinjen.

28 september
Det nya varuhuset Elgiganten öppnar i Barkarby, Stockholm. Ägare är norska Elkøp. I dag finns cirka 160 butiker i Sverige med 3 700 anställda.

1999

21 juni
Banken Avanza startades detta datum. Syftet med verksamheten var att erbjuda aktiehandel digitalt till privatpersoner.

2009

21 juli
Det svenska apoteksmonopolet avskaffas.

11 september
Rymdfärjan Discovery med svensken Christer Fugelsang ombord landade på jorden och den svenske astronauten blev en världskändis.

Groth:s alla patent

Fem år efter den svenska näringsfriheten grundade Lorenz Albrecht Groth, 1969, skandinaviens första patentbyrå. Det nu 150-årsjubilerande företaget hyllar under året sin historia med en egen webbplats. Där kan läsare surfa bland cirka 40 spännande nedslag och patent där företaget varit inblandade, bland annat hittas Nobels dynamit, Edisons glödlampa, dieselmotorn, kompassen, pacemakern, miniräknaren, ABBA:s varumärke, Googles lansering i Sverige. En perfekt och spännande katalog över mängder av spännande uppfinningar och patent.

Surfa in på: groth.se/museum/



Ronnie Peterson, Grand Prix Zandvoort, 27 augusti 1978.

Foto: Suyk, Koen/Anefo, National Archives of the Netherlands.

»...bilen och allt den representerar kan användas som en lins för att tydligare se andra företeelser och samhällsstrukturer.«

BILSAMHÄLLET

TEXT: ANDERS HOULTZ.

Internet, flyg och tv i all ära: bilen är den teknik som mer än någon annan sammanfattar det senaste århundradet. Bilsamhället präglar vår vardag, det styr våra rörelsemönster, formar våra städer och landskap. Vi är utan tvekan bilberoende – följ med när Företagshistoria tittar på hur det forskas i ämnet.

PROJEKTET MED ARBETSTITELN »ATT KÖRA IKAPP MED DÖDEN« handlar om hur Formel 1-sporten skildrats i svenska medier. Bakom forskningen står Wilma Sjöberg som är doktorand i historia på Stockholms universitet. Hon forskar om bilsport som uttryck för maskulinitet under svensk efterkrigstid. Hon analyserar hur sporten framställts som symbol för manlighetsideal alltifrån introduktionen i början av 1950-talet och fram till sportens stora affischnamn i vårt land, Ronnie Peterson, dog i en krasch på den italienska Monzabanan 1978.

OVANLIG FORSKNING

Wilma Sjöbergs ämnesval sticker ut; att studera bilen i sig utgör ett ovanligt inslag i svensk forskning. Detta trots att Sverige är ett av de länder i världen där fordonstillverkningen har störst betydelse för ekonomin. Den svenska fordonsindustrin och dess underleverantörer sysselsätter över 120 000 personer. Den står för över 10 procent av vår totala varuexport och utgör därmed en av landets viktigaste exportnäringar.

BILENS KULTURHISTORIA HAR SAKNATS

Varför har inte fler i ett svenskt sammanhang på allvar studerat bilens vidare betydelse som moderniseringsmotor, landskapsformare och kulturföreteelse? Per Dahl är tillförordnad chef för TAM-arkiv i Stockholm men också forskare i teknikhistoria med ett brinnande intresse för motorfordonens samhällsbetydelse. Mycket av den historieskrivning som finns, menar han är alltför förenklad. Vad är det då som saknas?

– Samhällsplanering, säkerhetsfrågor och miljöproblematik har behandlats men ingen har tagit sig an bilens kulturhistoria, ingen har kombinerat teknisk organisation och systemperspektiv med idéhistoriska ingångar. Och vi har bara börjat studera konsumenternas roll, tillägger Per.

Han ger ett konkret exempel: den tidiga bilhistorien domineras av personbilar och vad som i början var ett exklusivt nöje för de bättre bemedlade. Men nyttotrafikens och transportnäringens roll glöms gärna bort. Distributionen via lastbilstrafik borde tas på större allvar – först som ett komplement till järnväg och båttrafik men snart nog som en utmanare och ersättare. Detta skifte har haft fundamentala konsekvenser för 1900-talet och vår egen tid. Men sker det inte motorhistorisk forskning som vi inte känner till?

– Det är jag helt övertygad om, säger Per Dahl. Men den sker under andra rubriker och inom många ämnesdiscipliner – etnologi, sociologi, teknikhistoria. Det faktum att jag inte kände till Wilma Sjöbergs forskning förrän du berättade om henne är ju ett



WILMA SJÖBERG
Wilma Sjöberg utgår ifrån Formel 1 i sin forskning om bilsport och maskulinitet.

Foto: Anders Ståhlberg/Stockholms universitet.

MOTORHISTORISKA RIKSFÖRBUNDET har till uppgift att värna och uppmärksamma det motorhistoriska kulturarvet. Förbundet grundades 1969 och firar sitt femtioårsjubileum 2019 med en rad evenemang. Se vidare på mhrf.se/50ar.





Per Dahl bakom ratten i Kungl. Vitterhetsakademiens Volvo årsmodell 1930. Svenska Kungsrallyt på Öland 2014. Foto: Annette Falk.



Transport av läskbackar från Apotekarnes Mineralvattens AB, Stockholm. 1950-tal. Ur Carlsberg Sveriges arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



T.v: HF:s transportombud Siv Ehrencrona i sin lastbil 1964.
Ur Ericssons historiska arkiv/Centrum för Näringslivshistoria.
T.h: Anderstorp 20 juni 1977, Ronnie Peterson i en av bilarna.
Foto: Lars Göran Wretling/Örebro läns museum.

FLER BILAR MEN SÄKRARE TRAFIK
1911 omkom 148 personer i olyckor på väg (dock inklusive hästrelaterade olyckor). Vid den tidpunkten fanns cirka 1 000 bilar registrerade i Sverige. Åren 1965 och 1966 uppnåddes de högsta dödstalen, 1 313 personer för båda åren. Antalet bilar i trafik var då cirka 2 miljoner. År 2017 dog 253 personer i trafiken. Antalet bilar i trafik det året var cirka 5 miljoner.

tydligt exempel. Vad som behövs är en systematisk genomgång för att få överblick över det som görs och vad som saknas. Vi behöver ett aktivt motorhistoriskt nätverk, avslutar han.

BILSPORT OCH MASKULINITET

För Wilma Sjöberg är hur sporten blev så maskulin en av frågeställningarna. Vanliga egenskaper för Formel 1-förare är snabb reaktionsförmåga och liten kroppsvikt. Ändå har sportens utövare uteslutande varit manliga (vid endast två tillfällen genom historien har kvinnor deltagit som förare). Kvinnornas roll har varit reducerad till publik, eller till så kallade »grid girls« – de lättklädda flickor som förr brukade hålla upp skyltar med förarnas namn och nummer vid startpositionerna. Männens roll var i sin tur att våga livet och därigenom förkroppsliga ett ideal baserat på risktagande och behärskning av kraftfulla motorer och höga hastigheter.

EN FÖRHÖJD MANLIGHET

– Jag vill förstå dynamiken mellan människa och teknik, säger Wilma, både rent kroppsligt och på ett teoretiskt plan. Bilen, särskilt Formel 1, framstår i mina källor som ett uttryck för en förhöjd manlighet, grundad på sociala konventioner.

SYNEN PÅ SPORTEN FÖRÄNDRAS

Som Wilma Sjöberg konstaterar har synen på sporten förändrats – på 1950-talet handlade kritiken mest om enskilda förare som »körde farligt«. Detta vid en tid då svenskarna i vardagstrafiken accepterade dödstal som i dag skulle framstå som helt förfärande. På 1960- och 1970-talen kom kritiken mer att handla om sportens grundpremisser – kommersialismen, men också bilarnas och Formel 1-banornas livsfarlighet. Som en indirekt följd av Ronnie Petersons dödsolycka 1978 upphörde Formel 1-tävlingarna på den enda banan där grand prix-lopp anordnats i Sverige, småländska Anderstorp. Under senare decennier har mediebevakningen av Formel 1 varit begränsad i Sverige.

SE SAMHÄLLSSTRUKTURER MED BILEN SOM LINS

Wilmas forskning är ett exempel på att bilen och allt den representerar kan användas som en lins för att tydligare se andra företeelser och samhällsstrukturer. Det förutsätter dock att vi analyserar bilen i ett större sammanhang – socialt, ekonomiskt och kulturellt.

Kunskapen om bilhistoria bland amatörforskare och entusiaster må vara både ingående och detaljerad, men bland professionella historiker och forskare återstår många frågor att besvara: Hur kan vi förstå bilens betydelse i ett större samhällsperspektiv? Vad kännetecknar bilsamhällets etablering i Sverige i en internationell jämförelse? Vilken betydelse har konsumtionsmönster och försäljningskanaler haft? Hur kan nyttotrafiken analyseras ur ett systemhistoriskt perspektiv? Hur har bilindustrin responderat på miljö- och säkerhetskrav? Hur har bilismen, men också bilindustrin som aktör, format svenska tätorter?

Initiativ till samordning finns redan – till exempel pågår arbete vid Innovatum i Trollhättan liksom på Chalmers i Göteborg. Att detta sker i bilstäder med koppling till Saab och Volvo är förstås inte någon slump.

I ARKIVEN FINNS HISTORIEN OM BILSAMHÄLLET

Centrum för Näringslivshistoria bevarar bilder, dokument och handlingar från Motorhistoriska Riksförbundet, Svensk bilprovning, KAK, Motormännen, åkerier, buss- och taxiföretag samt oljebolag – och därtill många, många andra. Arkiven speglar bilsamhällets framväxt och drivkrafter. De är en naturlig startpunkt för den som vill förstå bilens roll – då, nu och sedan. •



Gustav Svensson, arkivarie, Centrum för Näringslivshistoria.

BOENDE· FRÅGOR

Gustavs quiz

Från bolån och amorteringar till bosparande och städdagar i föreningen. Bostäder och boende angår alla. Bostadsmarknaden är kanske svenskens viktigaste marknad och definitivt en av de mest omskrivna. Landets resa från att ha en av Europas sämsta boendestandarder till att i dag ha en av de högsta är fascinerande. Stora delar av resan har möjliggjorts av företag och entreprenörer.

God quizlycka!

	5	4	3	2	1
FÖRETAGET	Lennart grundade familjeföretaget 1944 tillsammans med den dåvarande kollegan Lars Olsson.	Blev omskrivna häromåret då de ville införa totalt rökförbud i sina nyproduktioner.	Första produktionen 1945 bestod av fyra villor i stadsdelen Kungsladugård i Göteborg. Där har företaget än i dag huvudsäte.	Sedan 1991 drivs fastighetsbolaget av Lennarts son Hans och man är även verksamma i Stockholm och Uppsala.	Logotypen innehåller en myra, eftersom myror likt företaget är specialister på bostäder.
PRODUKTEN	Den svenske uppfinnaren Eberhard Seger skapade en svensk modell för hemmabruk under tidigt 1900-tal.	ICA saluförde en egen modell under 1940-talet. Finns i specialvarianter avsedda för tangentbord.	Uppfinningen tillskrivs ofta –felaktigt – amerikanen James Murray Spangler, som led av astma och ville uppfinna ett sätt att lindra sina symptom.	William Hoovers modeller blev så populära att hans efternamn blivit synonymt med produkten i Storbritannien och på Irland.	Idag tillverkar inte minst Electrolux robotvarianter av denna oumbärliga städapparat.
ÅRTALET	I Lund grundar Holger Crafoord företaget Gambro, som specialiserar sig på konstgjorda njurar.	Socialdemokraterna antar ett »Samlat program för samhällets bostads- och markpolitik«, sedermera mera känt som miljonprogrammet.	Ford Mustang premiärvisas den 17 april i New York. En vecka senare invigs Volvos anläggning Torslandaverken av kung Gustaf VI Adolf.	Även Åhléns City och Handens Centrum (i dag känt som Haninge Centrum) invigs detta år.	The Beatles gör USA-succé i *The Ed Sullivan Show* och i Sverige visas Vi på Saltkråkan i TV.
ORTEN	Här bor ca 10 000 personer. Dagtid ökar denna siffra markant pga den stora skaran pendlare som jobbar på orten.	Under flera decennier drev entreprenören Ulrik Wittman här nöjesanläggningarna Stjärnborgen, Golden Hill och Silverdalen.	Kikki Danielsson och Carl von Linné är båda födda på, eller i nära anslutning till den småländska orten.	Detta gäller även för IKEA:s grundare Ingvar Kamprad, vars livsverk minst sagt satt sin prägel på orten.	Möbeljättens sortiments- och produktutveckling sker här och i dag finns både arkiv och museum.

FÖRETAGET: WALLENSTAM. PRODUKTEN: DAMMSUGAREN. ÅRTALET: 1964. ORTEN: ÄLMHULT

PROME· NADEN

SKORNA SKODDE ÖREBRO

I det här numret av Företagshistoria tar vi läsarna med på en trevlig promenad i den anrika, pampiga och vackra staden Örebro.



TEXT: GÖRAN LINDHÉ. ILLUSTRATION: LOTTE KÖLARE.

»TRASIGA SKOR OCH TORRA KEX« skanderade bortapubliken på Eyravallen förr. Skulle någon basunera ut detta i dag skulle det absolut inte bli lika effektfullt. Tiderna förändras, några skor eller kex tillverkas inte längre i Örebro och idrottsplatsen från 1923 heter numera Behrn Arena. Detta efter stadens store fastighetsägare, vars förfäder började sin företagsbana med just skor.

Från att ha varit en skostad blev Örebro sakta men säkert en skolstad. Redan när de många skofabrikerna började svikta på 1960-talet fick staden sin universitetsfilial. Först inne i staden, för att sedan flytta ut till Almby och så småningom bli högskola och universitet.

I ÅR ÄR DET 20-ÅRSJUBILEUM för universitetet, och en plats där bortemot 20 000 människor antingen lär sig eller lär ut. Många studenter har efter utbildningstiden fattat tycke för sin nya hemort, vilket gjort ett större lägenhetsbyggande möjligt under flera år, och medfört att befolkningen ökat. Men hur började allt egentligen? Ja, Örebro ligger på en ås av ören. Efter att ha vadat över ån under årens lopp, så gjorde några slag i saken, de byggde en bro. Första gången Örebro nämns som namn är på 1100-talet, innan platsen blev stad.

Hade det inte varit för en viss partiskomakare i Kumla så hade kanske Örebro fortfarande varit en småstad, i stil med Arboga.

MEN ANDERS ANDERSSON HADE under mitten av 1800-talet kommit på en revolutionerande idé. Han tillverkade skor utan att först ha en köpare till dem.

Säkert var det flera olyckskorpar till närkingar som kraxade att han skulle få en massa par över. Men andra kunde se att det fanns bäring för tilltaget och började ta efter. Det växte fram partiskomakerier, som blev till stora fabriker i Örebro.

Folk flyttade från landsbygden till staden och behövde både mat och bostäder. Smarta grosshandlare såg till att utnyttja tillfället och gjorde sig stora affärer. Örebro kom att berikas av affärsfolk som ville investera sina nyvunna tillgångar, antingen det var genom skoindustrin, bostäder eller livsmedel. De kom att bygga det nya Örebro.

Under 1900-talets första femton år skulle Örebro förvandlas från en obetydlig småort med trähus till en större stad att räkna med. Detta märktes speciellt utefter Storgatan, från Olaigatan till Järnvägsgatan. Det är en fröjd att här blicka uppåt husväggarna och skåda jugendmästerverken, som vittnar om en viktig brytningstid för Närkes huvudstad.

NÅGRA AV TRÄHUSEN längs åsen försvann faktiskt så sent som på 1950-talet. Träbyggnaderna på Söder hade klarat sig genom alla århundraden, men gamla kåkar ville inte Örebros dåvarande starke man och kommunalpamp veta av. Vissa kulturivrare kunde ändå rädda några hus för eftervärlden.

Inte på plats, men väl i ett särskilt kulturreservat, som skulle få namnet Wadköping, efter stadens författare Hjalmar Bergmans berömda roman.

Ett besök i staden kanske börjar med avstigning vid Södra station, med återresa från Centralstationen. På hemresan kan besökaren kontemplera över att det ofta är tillfälligheter som danar en stad.

HISTORISK TUR ATT SPARA!

ÖREBRO

1 Fd skofabriken Oscaria – Örebros största skofabrik på sin tid, nu skola. På 1930-talet var 1/3 av stadens befolkning involverade i skotillverkning i Örebro på något sätt.

FABRIKSGATAN 52

2 Medborgarhuset – Nya Folkets Hus invigdes 1965, lagom till stadens 700-årsjubileum. Byggnaden har blivit väldigt omtalad och prisbelönt i arkitekturkretsar.

OLOF PALMES TORG 1

3 Krämarhusen – Det slutliga monumentet på förvandling till storstad. »Twin towers« med 13 våningar invigdes 1963 och reste sig över en stadsdel som nästan uteslutande innehållit låga trähus.

KRÄMARHUSET, DROTTNINGGATAN 29

4 Nikolaikyrkan – Kyrkobygget påbörjades på 1200-talet och blev klart före slottet. Det lär ha varit tyska köpmän som legat bakom, för att slippa ta sig till Ånsta eller Längbro kyrkor, som låg längre bort.

DROTTNINGGATAN 16

5 Rådhuset – »Vet hut örebroare, bornera inte svagdricka!« lär konung Karl XV ha utbrustit vid ett besök på Stortorget 1865. Byggnaden var väl tilltagen för en stad i den kategorin, när den stod färdig några år innan.

DROTTNINGGATAN 9

6 Elgérigården – Byggdes på 1830-talet och klarade sig mirakulöst från stadsbranden 1854. Gården har fått sitt namn efter färgerifabrikören Daniel Julius Elgérus, även känd som Hjalmar Bergmans morfar.

ÅGATAN 2

7 Slottet – I Örebro slotts södra fasad syns konturerna av ett kärntorn från 1300-talet. Byggnadens läge var strategiskt och blev senare en Vasaborg. Dagens utseende fick det år 1900.

KANSLIGATAN 1

8 Wadköping – Hjalmar Bergman går som en röd tråd vid en stadsvandring. Kulturreservatet invigdes 1965 och fick sitt namn efter romanen »Markurells i Wadköping«. Här har författaren ett eget museum, men mest häpnadsväckande är ändå Kungsstugan från 1500-talet.

ALNÄSGATAN 11

9 Centralpalatset – Det väldiga palatset från 1913 täcker nästan ett halvt kvarter och uppfördes på uppdrag av Adolf Lindgren. Denne var ett typiskt exempel på en grosshandlare som hade gjort sig stora slantar i början av 1900-talet.

OLAIGATAN 17

10 Karolinska skolan – Vid Olaigatan uppfördes 1832 Karolinska skolan, som fick namn efter Karl XII. Men stadens första skola låg vid kyrkan i det nuvarande församlingshemmet.

OLAIGATAN 25

11 Örebro Teater – Teaterbyggnaden invigdes 1853 med stycket »Örebros fåfänga«, som i viss mån syftade på det vidlyftiga bygget i småstaden Örebro. Det var väl bara huvudstaden som då kunde konkurrera med något liknande.

STORGATAN 1

12 Sparbankshuset – Borgen byggdes 1891 för Örebro sparbank, som flyttade därifrån redan efter 40 år. Därefter blev det tidningshus och kallades länge för Allehanda-borgen. Numera ägs det av Petter Stordalens hotellimperium. Hjalmar Bergman växte upp i byggnaden, eftersom fadern var bankkamrer.

KLOSTERGATAN 1

13 Svampen – Vattentornet på Norr är ett måste på besökslistan. Snart har byggnaden från 1958 uttjänat sitt syfte, men restaurang och utsiktsplats kommer att vara kvar.

DALBYGATAN 1

14 Centralstationen – När Västra Stambanan kom till 1862 invigdes även sträckan Örebro–Hallsberg, med detta stationshus. En vacker byggnad som fått stå orörd genom alla år.

ÖSTRA BANGATAN 1



Starwarsglass, stuprörsjeans och resor

TEXT: ANDERS LANDÉN.

ARKIVEN PÅ CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA bygger på att medlemsföretag deponerar historiskt material. Medlems- och forskarservice hjälper medlemmar och forskare att ta del av materialet. Forskare behöver ansöka om tillstånd hos deponenterna för att få ta del av materialet.

Under den senaste tiden har man bland annat tagit emot en variant av alla modeller från det nu nedlagda jeansmärket Cheap Monday.

Formgivaren Annika Lyth och författaren Lisbeth Larsson ger på Albert Bonniers Förlag ut biografin *200 märkvärdiga svenska kvinnor* och hos Centrum för Näringslivshistoria har man bland annat hittat bilder på sångerskan Birgit Nilsson, samt författarna Kerstin Thorvall och Siri Derkert.

Forskaren Sarah Dixon som förbereder en utställning på Hallwyllska museet i mars nästa år om resandets historia har bland annat sökt resehistoria och illustrationsmaterial i form av bilder och broschyrer i Resemuseums arkiv.

När sommaren kommer får man mängder av glassfrågor – och nyligen hjälpte vi ett fan att hitta en starwarsglass från 1999.



Strandklänning i frotté.
Foto: Alexander Ruas.

SNASKIGT BADLAKAN

Banankungen Folke Andersson startade 1946 Estrella och började sälja popcorn. Tio år senare blev han chips–inspirerad på boxningsmatch i New York. Samma år startade han också tillverkning av svenska chips i Alingsås. Estrella såldes 1965 till Marabou och ägs sedan 2008 av norska Herkules Private Equity Fund. Här ser ni tre av våra 1980-talsfavoritobjekt ur Estrellas arkiv.





Namnlös italiensk goding som tidigare hette Prego.



NEON

MARABOU var en av de första hyresgästerna i Norra Kungstornet när det stod färdigt på Kungsgatan i Stockholm 1924. I Marabous arkiv har vi funnit ett kuvert märkt »Kungstornets neon« fylld med illustrationer. Kanske är det vackra hantverket tänkt som skisser för framtida neonskapelser?

I bilden nedanför arbetas det med en O'boy-skylt. Detta är troligtvis en del av vad som blev Marabous ljusreklam på Stureplan i Stockholm, som monterades upp 1965. I arkivet finns ännu fler bilder från arbetet med skyltarna.

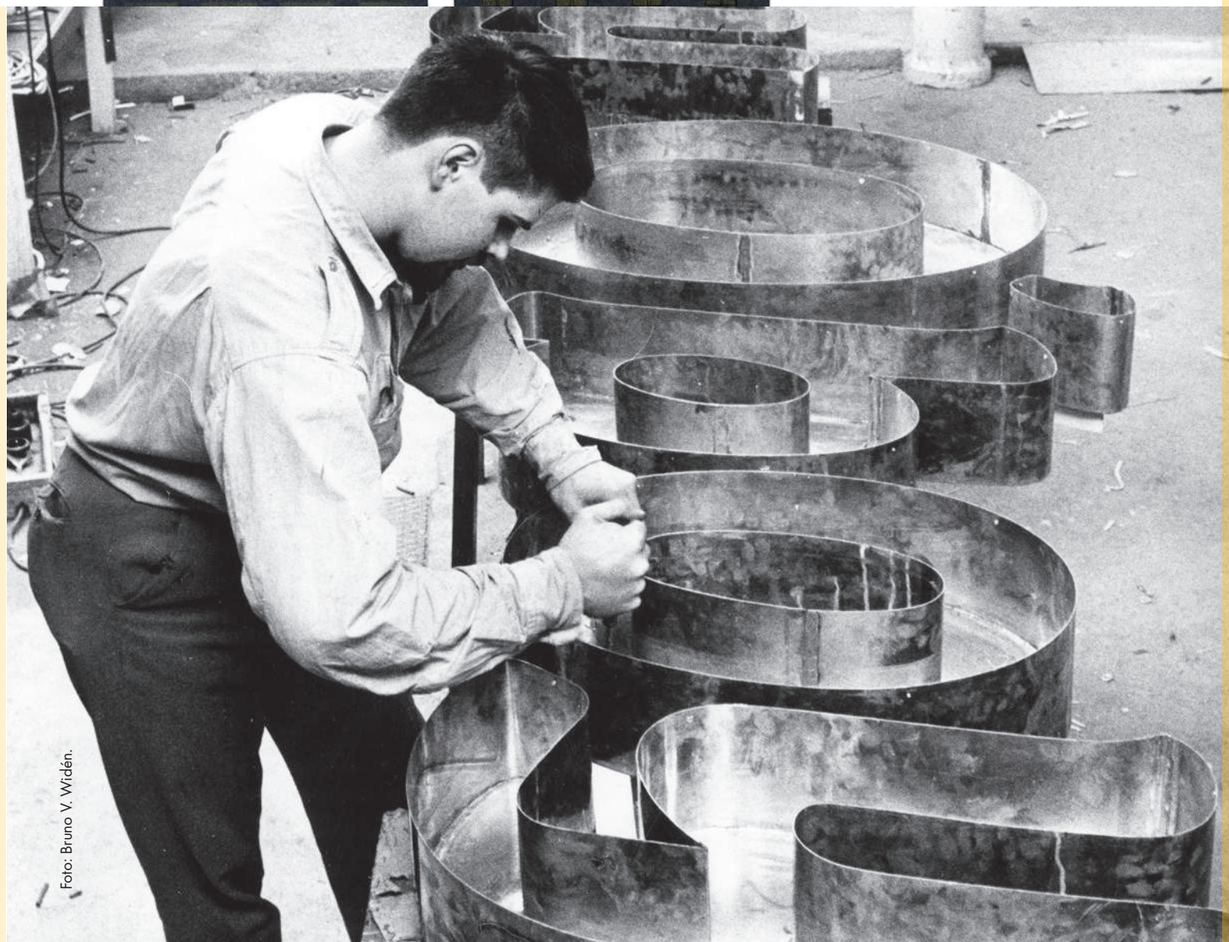


Foto: Bruno V. Widén.



Foto: Alexander Ruas.

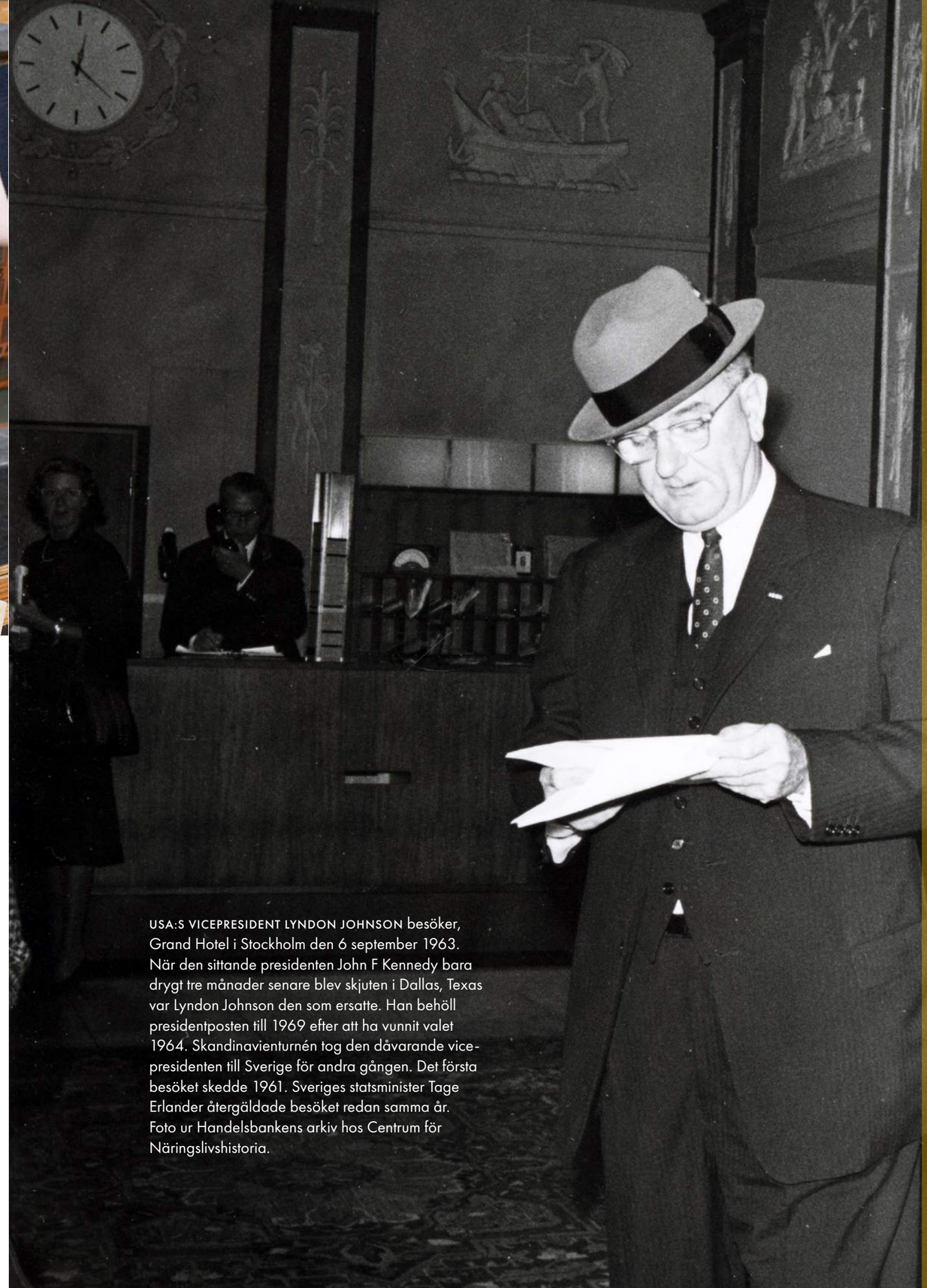
UNIK HUSMODELL UR HUFVUDSTADENS ARKIV. Fastighetsaktiebolaget Huvfudstaden är ett av Sveriges äldsta fastighetsbolag och grundades av Ivar Kreuger 1915. Modellen föreställer Centrumhuset i Stockholm av arkitekten Cyrillus Johansson. Då Sveriges första galleria. Man var dock före sin samtid, ingen ville handla så. Ganska snart, på 1930-talet, byggde man i stället om Centrumhuset till enskilda affärer. En av de första hyresgästerna Ströms finns än i dag kvar i huset. Anmärkningsvärt är också att de bärande pelarna gjorde planlösningen enkel att ändra. Så skapades här också under 1960-talet landets första kontorslandskap.



ICAS EGEN DAMMSUGARE, tillverkad av Electrolux, under perioden 1944–1951. Modellen på bilden är troligen U116, en av de första varorna med märket ICA. Ur ICA:s arkiv. Foto: Alexander Ruas.



SAMLARKORT FÖR SEMPER CHOKLADPUDDING, med ett rim, troligen av Lennart Hellsing. Ur Sempers arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



USA:S VICEPRESIDENT LYNDON JOHNSON besöker, Grand Hotel i Stockholm den 6 september 1963. När den sittande presidenten John F Kennedy bara drygt tre månader senare blev skjuten i Dallas, Texas var Lyndon Johnson den som ersatte. Han behöll presidentposten till 1969 efter att ha vunnit valet 1964. Skandinavienturnén tog den dåvarande vicepresidenten till Sverige för andra gången. Det första besöket skedde 1961. Sveriges statsminister Tage Erlander återgäldade besöket redan samma år. Foto ur Handelsbankens arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Få Företagshistoria direkt i brevlådan. Beställ nu och få fyra nummer för 260 kr.

I Företagshistoria får du läsa om företag som skrivit in sig i den svenska historien, levererat de starkaste innovationerna och mest hållbara idéerna. I magasinet kan du också läsa om de mest älskade produkterna och hur företag av i dag använder sin historia i marknadsföringen, för att understryka vilka de är.

Beställ 4 nummer för 260 kr (ord.pris 319 kr) eller 8 nummer för 500 kr genom att gå in på foretagshistoria.prenservice.se, använd koden TomasBrolin.



I nästa nummer

I nästa nummer av Företagshistoria får du läsa om hur den norska hotellkedjan De Bergenske använder Bergens DNA och historia som röd tråd i sina hotellsatsningar. Vi får också följa den svenska bondens utveckling till företagare i samband med laga skifte. Vi skriver också utförligt om silversmeden och dåvarande kändisen Claës E Giertta, Kungliga tennishallen, Ågestaverket, tittar på den första bildtelefonen och guidar till Höganäs.

Företagshistoria #3 i butik 27 sept



–FÖRLAGET–
NÄRINGSLIVSHISTORIA

AVSÄNDARE/RETUR:

FÖRETAGSHISTORIA
C/O FLOWY
INFORMATION AB
BOX 5010
167 15 BROMMA

B PP Sverige, Port Payé

– FÖRLAGET –
NÄRINGSLIVSHISTORIA

Vad har Abba, bokhyllan Billy och tumstocken gemensamt?
Jo, de har alla rötterna i den svenska myllan och har tagit världen
med storm. Köp boken här: **naringslivshistoria.se/butiken/**

