

Historiska webbar lyfter svenska företag

Centrum för Näringslivshistoria lanserar under våren och hösten fem webbplatser som lyfter fram svensk företagshistoria. De första tre – TeliaSonera, LRF och Branobel – släpps nu i maj.

Allt fler företag bygger sitt varumärke med hjälp av History Marketing, både för att se framåt och stärka företagskulturen internt. De anlitar då Centrum för Näringslivshistoria, vars kunniga historiker och arkivarier har tillgång till ett gigantiskt arkiv av dokument. Och ett populärt sätt att kommunicera är historiska webbplatser.

– Under våren bygger vi fem webbar, där vi tar hjälp av Winston för interaktionsdesign, form, funktion och gränssnittsutveckling. Redan i maj släpper vi tre av dem och i höst lanserar vi ytterligare två – en sajt om Handelns historia och en historisk webbplats för OK, säger Alexander Husebye, vd för Centrum för Näringslivshistoria.

Den 12 maj lanserades den första av webbplatserna: www.teliasonerahistory.com.

– TeliaSonera är ju ett ungt företag – samgåendet ägde rum i december 2002 – men med rötter som sträcker sig tillbaka ända till 1850-talet. Syftet med sidan är att använda historien på ett modernt sätt, för att visa var företaget står, vilka innovationer man har gjort och vart man är på väg – ett slags ”history marketing”, säger Alexander Husebye.

– Vi är stolta över vår historia som sträcker sig mer än 150 år tillbaka i tiden. Vi var och är pionjärer i branschen, både genom att tidigt introducera nya tjänster till våra kunder och genom att etablera oss på nya marknader, vilket vi vill spegla genom att berätta om vår historia. Det är särskilt viktigt för en koncern som växt kraftigt genom förvärv på nya marknader, säger Cecilia Edström, kommunikationsdirektör på Telia Sonera.

www.lrf.se/historia släpps 24 maj och vänder sig framför allt till Lantbrukarnas riksförbunds 170 000 medlemmar. Syftet är att på webben skapa en tydlig och populär historik, som visar LRFs långa och målmedvetna arbete som intresseorganisation.

www.branobelhistory.com berättar historien om oljebolaget Branobel, som drevs av Alfred Nobels två bröder i slutet av 1800-talet och då hade över 50 000 anställda i stora delar av världen. Webbplatsen har bland annat uppmärksammats på regeringsnivå i Azerbajdzjan och Georgien, två länder som hade central betydelse för Branobels verksamhet. Genom webbplatsen knyts länderna kring Branobel åter närmare varandra.

För mer information, kontakta:

Alexander Husebye, Centrum för Näringslivshistoria, 070-647 73 47,

alexander.husebye@naringslivshistoria.se

Mårten Boman, Winston, 070-848 58 00, marten@winston.se