

Edward Blom om en
livsviktig logga.



Företags**historia**

MÄNNISKORNA, HÄNDELSENA & PRYLARNA

NR **3**
PRIS 69 KR
2014

Företagens *språk*

Kommunikation och jargong
under 100 år.

Elden är lös!

Brandsläckarens
svåra väg till framgång.

STRINGHYLLAN

Diskstället som blev en bokhylla.

En bok FÖR ALLA

»Konkurrensen sporrade
förlagen till framgång«

| Så växte den moderna bokbranschen fram.

Miss a inte!

KLASSISK
REKLAMAFFISCH
SOM UTVIK

INTERPRESS 7588-03



7 388758 806901
RETURVECKA V 45

DESSUTOM: CIRKUSHISTORIA • SKOHANDLARENS LIV • LOKEN SOM DROG IGÅNG EXPORTEN



I 150 år har vi tänkt på resten av ditt liv.

Vi har alltid vetat att värde skapas över tid. Att tänka långsiktigt lönar sig, oavsett var i livet du befinner dig och vilka val du står inför just då. Därför har vi alltid varit förebyggande, inte efterkloka.

Vi har utbildat trafikanter för att minska antalet olyckor.

Anställt brandingenjörer för att bygga brandsäkrare hus. Stött forskning om friskvård för att sänka sjukfrånvaron. Vår 150-åriga historia har visat att långsiktighet lönar sig för alla. Därför tänker vi fortsätta tänka längre. Se hur det gått till på skandiahistoria.se

skandia:
Tänk längre



Mer än BARA ORD

LEDARE

Företagshistoria

Chefredaktör Sara Johansson
Ansvarig utgivare Alexander Husebye
Bildredaktör Margarita Feldman

MEDVERKANDE

Per Dahl, Staffan Sundin, Helena Strömquist, Seved Johansson, Orsi Husz, Maria Kapla, Johannes Ståhlberg, Mats Carlsson-Lénart, Anders Johnson, Mikael Lönnborg, Lars Melin, Malin Dalén, Börje Isakson, Edward Blom och Gustav Svensson.

Korrektur Ståhlberg & Kapla
Art Direction Johan M Sandell
Produktion Some Guys
Tryckeri Ätta45 tryckeri, Solna

PRENUMERATION

Företagshistoria utkommer med 4 nr/år
foretagshistoria.prenservice.se
c/o Titeldata
112 86 Stockholm
Kod: 332 1002

KONTAKT & ANNONSER

redaktionen@foretagshistoria.se
08-634 99 56
www.foretagshistoria.se

UTGIVARE

Centrum för Näringslivshistoria
Grindstuvägen 48-50
167 33 Bromma

Reception 08-634 99 00
Fax 08-634 99 35
Epost info@naringslivshistoria.se

Omslagsfoto Ur LRF:s arkiv och Esseltes arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria samt produktbild från FireInvent.

Montage Martin Eriksson

ISSN 2001-7936

MAN HAR LÄNGE PRATAT om bokdöden, men vi verkar trots det läsa som aldrig förr. Eller så ger vi bara sken av det. Thomas Pikettys *Kapitalet i det 21:a århundradet* är en av de mest omtalade böckerna under senare tid, men det sägs vara försvinnande få som verkligen har lyckats ta sig igenom den. Fransmannen *Piketty* har dock nått något av superstjärnestatus. Även några av våra svenska författare, framför allt inom deckargenren, har lyckats skapa starka varumärken som lever sina egna liv utanför själva författarskapet. Det här numret av Företagshistoria handlar till stor del om bokbranschen, men vi tittar inte så mycket på författarna, utan mer på allt det som sker runtomkring, innan boken når läsaren. Vi berättar bland annat om konkurrensen mellan förlagen *Norstedts* och *Bonniers*, och hur hela bokbranschen förändrades när en ny produktionsmodell infördes i slutet av 1700-talet. För böcker innehåller mer än "bara" de ord de förmedlar. Boken kan ses som ett kulturarv, som bokbindaren *Johanna Røjgård Sjöberg* skriver i sin krönika.

Ord och språkbruk belyser vi även i två andra artiklar i det här numret. Vi har tagit reda på bakgrunden till en del kända företagsnamn, och dessutom presenteras en genomgång av hur företagens språk har förändrats genom historien. Precis som inom många andra områden har företagsspråket angliciserats, men artikelförfattaren menar också att företagen faktiskt leder språkutvecklingen idag genom att deras språk förts över till områden utanför näringslivet. Språket är, precis som näringslivet i stort, under ständig förändring. Ibland kan det förvirra eller till och med uppröra. Men viktigast är väl ändå att människor läser och har förmågan att ta till sig budskap.

Trevlig läsning!

Sara Johansson

Chefredaktör



FOTO: A.J.E. HEDLUND



CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA



Minns du handelsboden, raketosten & ICAnder?

Här finns över 200 artiklar, mer än 2 000 bilder och flera timmar ljud och film. Allt från de första husmorsfilmerna till dagens populära reklamfilmer. Här finns förstås också ICAnder & MonICA .

FÖRETAGSHISTORIA

6

NOTERAT

8

KONKURRENS SPORRADE
FÖRLAGEN TILL FRAMGÅNG

13

FAMILJEN SOM BLEV
EN MEDIAJÄTTE

16

FRÅN BOKHANDLARE TILL
UNDERLEVERANTÖR

21

KRÖNIKA: JOHANNA
RÖJGÅRD SJÖBERG

22

PROFILER: ETT LIV MED SKOR

25

PRYLEN: STRINGHYLLAN

26

ÖGONBLICKET: NK:S INVIGNING

28

UNDERHÅLLNING
MED GAMLA ANOR

32

NOHABS LOKOMOTIV DROG
IGÅNG SVERIGES EXPORT

37

FRÅN ABBA TILL ÖNOS

41

ELDEN ÄR LÖS!

45

FÖRETAGSSPRÅKET
HAR LEDARTRÖJAN

48

UR ARKIVET

51

MINNET

52

RECENSERAT

55

KRÖNIKA: EDWARD BLOM

59

REKLAMKLASSIKER





noterat

Lindex FYLLER 60 år

1954 startade Ingemar Boman och Bengt Rosell underklädesbutiken *Fynd* i Allingsås. Kort därpå köpte de butiken *Lindex* i Göteborg, en butik som fick ge namn till kommande butiker. I år fyller modekedjan Lindex 60 år. Firandet inleddes den 1 september med kampanjen *Lindex - 60 years in fashion*, och i oktober visas det nya designsamarbetet med *Jean Paul Gaultier* upp i butik.



BILD LINDEX

BILDER UR AB TILLMANS PLATSBYRÅNS
ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS-
LIVSHISTORIA

DEM TROR DU ATT DU ÄR?

Kändisar som släktforskar fortsätter att locka storpublik. En sjunde omgång av den populära tv-serien *Vem tror du att du är?* startade den 25 augusti på SVT. Först ut att söka sina rötter var skådespelare Örjan Ramberg. Tidigare säsonger har följts av cirka en miljon tittare. Ursprungligen skapades serien av BBC och i dag produceras den på flera håll i världen.

EN SVENSK framgångssaga

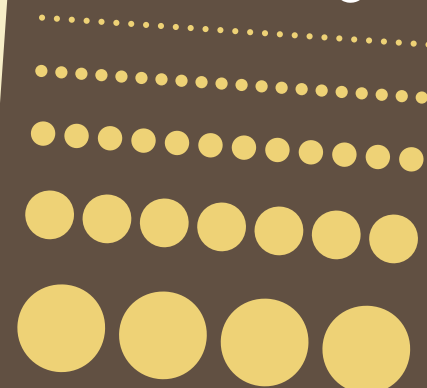
En ny utställning på *Judiska Museet* i Stockholm berättar om hur svenska judar medverkat till den ekonomiska utvecklingen i Sverige. Ett exempel är *Louis Frænckel* som var vd för *Svenska Handelsbanken* 1893-1911. Under hans era fick Handelsbanken sitt genombrott som en betydande aktör i det svenska näringslivet. Han är också ihågkommen som generös donator bland annat till *Handelsbankens pensionskassa*, *Handelshögskolan* i Stockholm, *Nationalföreningen mot tuberkulos* och *Sophiahemmet*. Utställningen öppnar den 7 oktober och håller på till den 31 augusti 2015.



ARKIVCENTRUM I DALARNA ANSÖKER OM ATT BLI VÄRLDSMINNE

Arkivcentrum i Dalarna som i mars månad i år blev utnämnt till Årets Arkiv 2014 antar nya utmaningar. Vid Arkivcentrums styrelsemöte 2 juni beslutade styrelsen om att gå vidare med att ansöka om att bli världsminne. I dag finns sex svenska världsminnen upptagna på den internationella listan. Dessa är *Astrid Lindgrens arkiv*, *Nobelfamiljens arkiv*, *Stockholms Stads Stadsbyggnadsarkiv*, *Ingemar Bergmans arkiv*, *Silverbibeln* och *Emanuel Swedenborgs arkiv*.

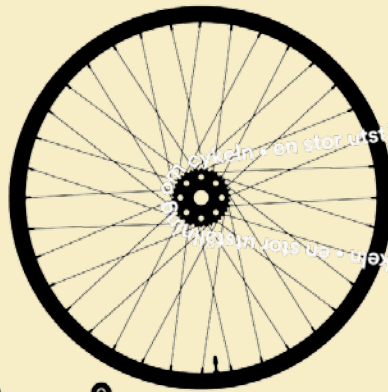
En svensk framgångssaga...



7 OKT 2014 - 31 AUG 2015
HÄLSINGEGATAN 2 | WWW.JUDISKA-MUSEET.SE



ETT RULLANDE *designobjekt*



Den som gillar cyklar bör inte missa utställningen "Cykel" på Design- och arkitekturcentrum på Skeppsholmen i Stockholm. Där visas hur cykeln utvecklats designmässigt genom åren. Ett av objekten som visas är plastcykeln Itera från 1982. Utställningen pågår fram till och med den 5 oktober.

FIRAR *50 år* PÅ KLARABERGSGATAN

Åhléns City i Stockholm är Åhléns största enskilda varuhus. Den 9 september var det 50 år sedan varuhuset invigdes, och detta uppmärksammar företaget bland annat genom en speciell jubileumskollektion som ska minna om svensk form från 60-talet fram till i dag.

BILD UR ÅHLENS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS- OCH HISTORIA



Sexåring HAR BLIVIT *sextio*

Kalles kaviar lanserades 1954. Kaviaren visade sig vara populär bland barn, och reklambyrån som arbetade med att ta fram förpackningen tyckte därför att Abba-chefens sexårige son, Carl Ameln, skulle pryda tuben. Som tack för att de fick låna hans ansikte och namn bestämdes det att lille Carl skulle få gratis kaviar resten av livet. Så sägs det i alla fall.



Hållå där! MATS Larsson

HUVUDREDAKTÖR & FÖRFATTARE
TILL DET SVENSKA NÄRINGS- OCH HISTORIA 1864-2014

Hur var det att vara redaktör för ett sådant mastodontverk? Och för 5 andra forskare?

Det stora problemet har egentligen varit den tidspress som vi jobbat under. Det har krävt att alla medarbetare måste hålla sina tidsramar, vilket de också lyckades med. Sedan har ju varje författare sitt individuella skrivsätt, och varje del har därför fått sin individuella utformning. Man måste ha respekt för de olika författarna.

Du skriver själv om åren 1914–1945. Vad var utmärkande för den här perioden?

De båda världskrigen och mellankrigsperioden präglades av stark turbulens både politiskt och ekonomiskt. Det mest spännande med Sverige i denna situation är ju – förutom att man stod utanför krigen – att företagsbasen för en ekonomisk utveckling stärks så påtagligt och att landet gick från att vara relativt svagt ekonomiskt till att vara starkt och välmående.

Varför ska man läsa den här boken?

Den här boken ska man läsa för att få en inblick i den övergripande utvecklingen av den svenska ekonomin och för att förstå den betydelse som svenskt företagande haft för denna utveckling, men också för att förstå vad som präglat olika utvecklingsperioder.

Nedan. Författarinnan Astrid Lindgren signerar
böcker på NK under sent 1950-tal eller början av 1960.
Ur NK:s arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.





TEXT STAFFAN SUNDIN

Konkurrens SPORRADE FÖRLAGEN TILL *framgång*

FÖRLAGSHISTORIA. Embryot till den moderna svenska bokmarknaden började skönjas i mitten av 1800-talet då en rad bokförlag startades, i många fall på initiativ av boktryckare eller bokhandlare.

Norstedts, grundat 1823, hade sedan starten sin bas i utgivning av officiella tryck. Företaget kom att starkt förknippas med rikets etablissemang, som kunglig boktryckare, utgivare av *Svenska Akademiens skrifter* och *Nytt juridiskt arkiv*, innehavare av privilegiet att ge ut almanackor etc. Under juristen *G.B.A. Holms* (1845-1910) ledning kom förlaget i slutet av seklet att parallellt med sin tidigare inriktning satsa alltmer på läroboksutgivning. *Bonniers*, grundat 1837, utgjorde i mycket Norstedts motpol med sin utgivning av den nya svenska skönlitteraturen, med sin inriktning mot försäljning i bokhandeln och sitt liberala engagemang.

De två stora förlagen konkurrerade till en början inte mycket direkt med varandra, men åren efter sekelskiftet gick Bonniers in på skolboksmarknaden genom dels egen utgivning, bland annat *Selma Lagerlöfs Nils Holgerssons underbara resa genom Sverige*, dels köp av ett par läroboksförlag. I samband med en skolreform beslöt de två konkurrenterna 1928 att föra samman sin läroboksutgivning i ett gemensamt ägt förlag, *Svenska Bokförlaget*. På liknande sätt bildade förlagen 1942 tillsammans *Nordiska Uppslagsböcker*.

Under 1900-talet förstärkte Norstedts successivt sin allmänlitterära utgivning. På fackboksområdet profilerade sig förlaget med en omfattande utgivning av historiska verk. Bland de skönlitterära författarna märktes *Hjalmar Gullberg*, *Olle Hedberg* och *Stig Dagerman*. Men det var först på 1950-talet som förlaget blev en riktigt allvarlig konkurrent till Bonniers på det skönlitterära fältet.

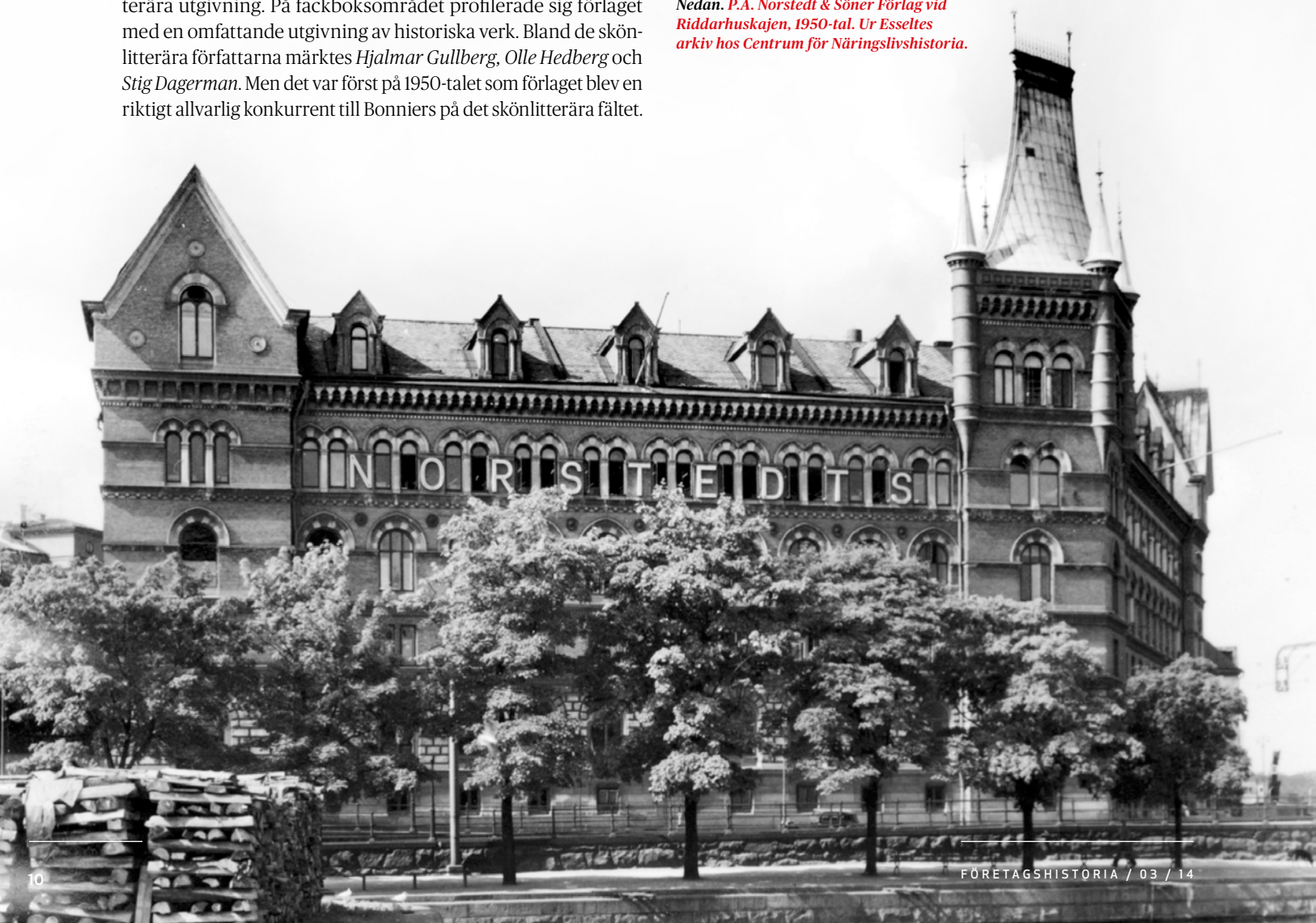
MÅNGA DELMARKNADER

Bokmarknaden var långtifrån enhetlig, utan kunde indelas i en rad delmarknader, varav två av de viktigaste var de för allmänlitteratur respektive skolböcker. De två huvudmarknaderna kunde i sin tur delas upp i en lång rad delmarknader. De olika skolformerna gav upphov till flera nischer inom skolboksutgivningen. Litteratur som riktade sig till offentliga institutioner och företag utgjorde en egen marknad, med små och väl preciserade målgrupper.

Allmänlitteraturen kunde delas in dels ämnesmässigt i skönlitteratur, facklitteratur samt barn- och ungdomslitteratur, dels prismässigt i fullprismböcker och billighetsböcker. På skönlitteraturens fält existerade två delvis skilda marknader för kvalitets- respektive underhållningslitteratur. Den religiösa litteraturen bildade i mycket en egen marknad med specialförlag och egna försäljningskanaler.

Även om Bonniers och Norstedts var mycket större än sina konkurrenter mätt i total omsättning, var de inte alltid dominerande på de enskilda delmarknaderna utan var inom vissa segment utsatta för en betydande konkurrens av förlag som koncentrerat sin utgivning på en eller ett par nischer.

Nedan. P.A. Norstedt & Söner Förlag vid Riddarhuskajen, 1950-tal. Ur Esseltes arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



Nedan. *Natur och Kultur har behållit sin fackboksprofil sedan starten 1922. Ur Natur & Kulturs arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.*



STARKA UPPSTICKARE

Ett förlag som kom att ta upp konkurrensen med Bonniers på det allmänlitterära fältet var *Wahlström & Widstrand* som startades 1884. Deras portalförfattare kom att bli *Erik Axel Karlfeldt*, vars debutverk hade returnerats oläst av Bonniers. *P.K. Wahlström* (1860-1932) var en försiktig förläggare som avböjde att ge ut *Hjalmar Söderbergs* debutroman *Förvillelser*. Han köpte däremot Söderbergs förslag till vinjett, som allt sedan dess utgjort förlagets logotyp.

Under 1930-talet kom att Wahlström & Widstrand att drabbas av växande ekonomiska problem vilket ledde till att ägarfamiljen sålde förlaget till *Carl Björkman* (1901-1961), som dock hade en hemlig kompanjon, Bonniers, som övertog hälften av aktierna. Björkman drev förlaget självständigt utan inblandning från den andra delägaren. Han profilerade sig genom att ge ut franska och finlandssvenska författare. Efter hans bortgång 1961 övertog Bonniers aktiemajoriteten med den nye förlagschefen *Per Gedin* (f 1928) som minoritetsägare. Bonniers övertog förlaget helt 1985. De flesta förlag var privatägda, ofta av en person eller familj.

Många förläggare var starka personligheter som satte sin egen prägel på verksamhet och utgivning. En av de mest färgstarka var *Johan Hansson* (1879-1973). Född i enkla förhållanden men med en mycket stor bildningstörst, startade han 1922 tillsammans med hustrun *Jenny Bergqvist* förlaget *Natur och Kultur*.



Utgivningen koncentrerades på facklitteratur, som speglade förläggarens egna intressen med böcker om naturvetenskap, ekonomi och politik. Men det var framför allt en bred utgivning av psykologi och filosofi som gav förlaget dess profil, som det har behållit ända sedan starten.

Johan Hansson var en enväldshärskare som ville kontrollera hela verksamheten ner på detaljnivå. Även om hans personalpolitik var under all kritik lyckades han på kort tid bygga upp ett av de större kvalitetsförlagen i Sverige. Vid 67 års ålder överlämnade han 1947 hela förlaget till en stiftelse, men fortsatte att leda verksamheten i ytterligare två decennier. ➤



Ovan. *Natur och Kulturs huvudkontor i Stockholm, ca 1930-1940. Ur Natur & Kulturs arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.*

KOOPERATIONEN OCH ARBETARRÖRELSEN

I takt med att folkrörelserna växte fram vid förra sekelskiftet började flera organisationer att ge ut böcker som spriddes till både medlemmarna och allmänheten. Ett exempel var *Kooperativa Förbundet* som när det bildades 1899 uttalade som ett av sina mål att rörelsen skulle bidra till att fylla medlemmarnas kulturella behov. KF började redan de första åren ge ut handböcker och olika småskrifter. Verksamheten samlades 1926 i *KF:s Bokförlag* som utvecklades till ett allsidigt förlag. Det relativt nystartade privata förlaget *Rabén & Sjögrens* förvärvades 1948. Förlaget hade 1945 antagit *Astrid Lindgrens* manuskript till *Pippi Långstrump*, som hade refuserats av Bonniers. De två KF-ägda förlagen fusionerades 1959 under Rabén & Sjögrens namn. Med Astrid Lindgrens böcker som bas utvecklades Rabén & Sjögren till det ledande kvalitetsförlaget för barn- och ungdomslitteratur, samtidigt som det hade en bred utgivning av skönlitteratur och fackböcker.

Arbetarrörelsen startade under sina första decennier flera förlag, men det främsta kom att bli *Tidens förlag* som grundades 1912 med Socialdemokraterna som huvudägare. Förlaget gav i första hand ut politiska och ekonomiska skrifter men kom även att bli en av de större skönlitterära utgivarna. Trots sin anknytning till arbetarrörelsen hade Tiden svårt att mer varaktigt knyta till sig de arbetarförfattare som debuterade på 1920- och 30-talen. En orsak var att förlaget saknade de ekonomiska resurserna att odla ett författarskap långsiktigt, en annan var att de unga författarna helst ville komma ut på ett högstatusförlag, i första hand Bonniers. Tiden kom dock att bli huvudförläggare för *Dan Andersson* och *Moa Martinson*.

MEDIEKONCERNER OCH SMÅFÖRLAG

Under de senaste decennierna har bokmarknaden genomgått stora förändringar. Många förlag har köpts upp av större aktörer, i vissa fall har de uppköpta förlagen levt vidare men i många fall har de införlivats helt i de stora koncernerna. *Bonniers* är fortfarande den största aktören med bland annat *Albert Bonniers förlag*, *Wahlström & Widstrand*, *Forum* och *BonnierCarlsen*. Efter en rad olika transaktioner har *Norstedts* allmänlitterära utgivning och *Rabén & Sjögren* övertagits av KF. Norstedts/Esselles läromedel återfinns numera i *Liber*, ägt av det brittiska riskapitalbolaget *Bridgepoint*.

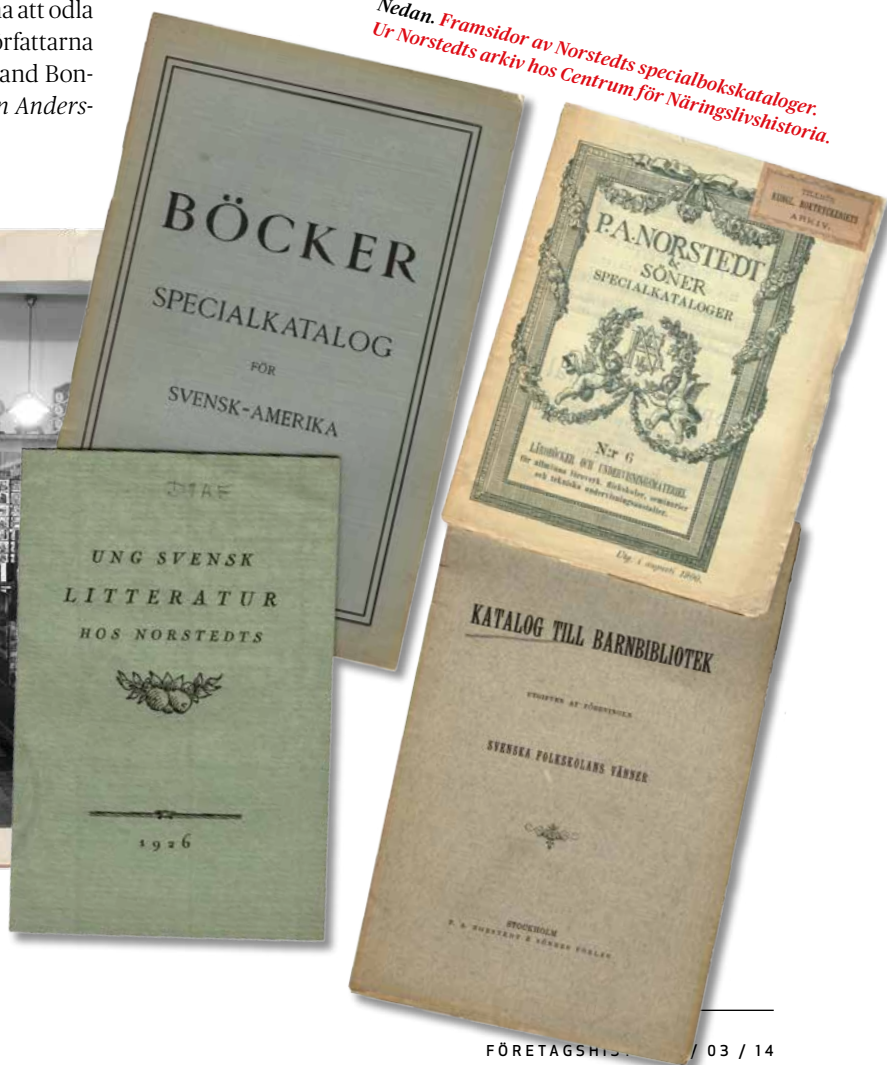
Stiftelsen *Natur och Kultur* driver förlaget vidare men nu med tyngdpunkt på läromedel. *Tidens förlag* köptes upp av KF och finns inte kvar som ett självständigt förlag. *LT* och *Legenda* är andra välkända förlagsnamn som har försvunnit. Men å andra sidan har en rad nya förlag startats de senaste decennierna, i många fall, precis som under 1800- och 1900-talen, drivna av entusiastiska förläggare som med små finansiella resurser ger ut skön- och facklitteratur av hög kvalitet. •

Staffan Sundin, professor emeritus vid *Luleå tekniska universitet*, har bland annat skrivit två verk om Bonniers historia.

Nedan. Framsidor av *Norstedts specialboks-kataloger*.
Ur *Norstedts arkiv* hos *Centrum för Näringslivshistoria*.



Ovan. Interiör från *Göthe Bokhandel* på *Södermalmstorg* i Stockholm, 1938. Foto: *Frans Svanström & Co*.
Ur *Esselles arkiv* hos *Centrum för Näringslivshistoria*.



TEXT STAFFAN SUNDIN
BILD UR BONNIERS FAMILJEARKIV

BONNIERS. En höstdag 1835 steg en 15-årig dansk-judisk pojke, Albert Bonnier, i land på Riddarholmen i Stockholm med 8 skilling banco på fickan. Han var utsänd av sin far att hjälpa sin bror med en bokhandel som denne hade startat några år tidigare.



FAMILJEN



SOM BLEV EN

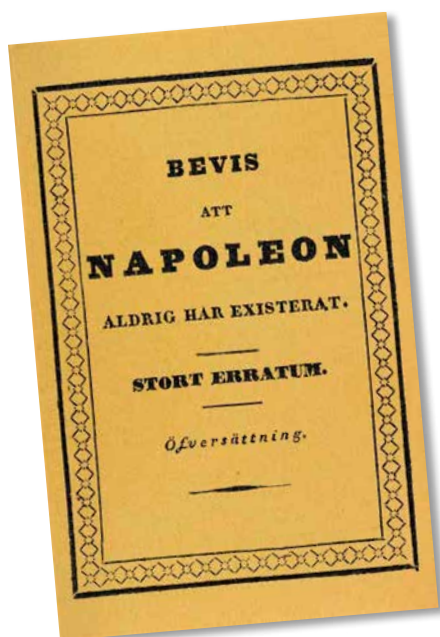
mediajätte

A

lberts far, *Gerhard Bonnier* (1778-1862), hade vid sekelskiftet flyttat från Dresden till Köpenhamn. Efter att först ha försörjt sig som lärare i franska, startade han 1804 ett lånebibliotek. Verksamheten utvidgades snabbt till att omfatta bokförlag, bokhandel, boktryckeri och en dagstidning. Äldste sonen *Adolf Bonnier* skickades över till Sverige där han etablerade boklädor i Göteborg och Stockholm.

BRÖDER MED SKIFTANDE FRAMGÅNGAR

Albert Bonnier (1820-1900) visade sig vara en driftig ung man som parallellt med sitt arbete i bokhandeln på Norrbrobasaren startade ett eget förlag 1837 genom att ge ut en liten pamflett, *Bevis att Napoleon aldrig existerat*. Han började efter några år att relativt långsamt och försiktigt bygga upp sitt förlag genom att i huvudsak ge ut fackböcker. Sedan han 1856 köpt *Hörbergsska tryckeriet* fick han en stabilare grund för sin verksamhet och kunde utvidga firman. En säker inkomstkälla blev *Sveriges Handelskalender* som utkom med sin första årgång 1859. >



Ovan. Möte på Bonniers. Fr vänster Tor, Åke och Kaj Bonnier, Hjalmar Kinberg, Karl-Otto & Albert jr Bonnier.

Vänster. För Albert Bonnier startade allt med utgivningen av pamfletten "Bevis att Napoleon aldrig existerat", 1837. Bild från Albert Bonniers förlag.

Den äldre brodern *Adolf Bonnier* (1806-1867) startade 1834 ett bokförlag, som snabbt nådde stora framgångar och som på 1850-talet kom att höra till Sveriges största förlag. Albert betecknade vid den här tiden sitt förlag som "en liten julle" jämförd med Adolfs "förlagsskepp". När Adolf gick ur tiden 1867 visade sig dock hans firma vara konkursmässig. Albert lyckades dock rekonstruera förlaget som drevs vidare i en alltmer begränsad omfattning av Adolfs son *Isidor* fram till dess att det 1904 förvärvades av firma *Albert Bonnier*.

Adolfs och Alberts yngre bror *David Felix Bonnier* (1822-1881) flyttade 1843, efter några år i Stockholm, till Göteborg för att överta ansvaret för Adolfs bokhandel. Han kom att bli kvar i Göteborg livet ut. Där drev han ett mindre förlag och grundade 1859 *Göteborgs-Posten* som han några år var huvudredaktör för innan han sålde tidningen 1872. Hans sista år förmörkades av ekonomiska problem och sjukdom.

Medan bröderna brottades med problem i sina respektive rörelser växte *Albert Bonniers förlag*. Till förlaget knöts flera av de främsta författarna, som *Zacharias Topelius* och *Viktor Rydberg*. Genom sonen *Karl Otto Bonniers* (1856-1941) inträdde i förlaget 1880 förstärktes positionen som ledande skönlitterärt förlag. *August Strindberg* gav periodvis ut sina verk på förlaget. Nästan alla nitotalister, med *Selma Lagerlöf*, *Gustaf Fröding* och *Verner von Heidenstam* i spetsen, sökte sig till förlaget. Den icke-skönlitterära förlagsdelen såsom handböcker och reseskildringar var fortfarande omfattande och gav en fast grund för den mer riskabla skönlitterära utgivningen. När Albert Bonnier dog 1900 efterlämnade han en väl etablerad firma och en förmögenhet på 3,5 miljoner kronor (nära 200 miljoner kronor i dagens penningvärde).

De tre barnen *Jenny*, *Karl Otto* och *Eva* delade lika på arvet, medan *Karl Otto* ensam övertog och drev firman vidare. Han slussade så fort det gick in sina söner, *Tor*, *Åke* och *Kaj* i verksamheten, först som medhjälpare och när de fyllde 30 år som delägare.

DOMINANS PÅ DEN ALLMÄNLITTERÄRA MARKNADEN

Firman leddes kollegialt av delägarna även om de kom att få lite skilda ansvarsområden. *Tor Bonnier* (1883-1976) blev i praktiken faderns närmaste man och fick tidigt ta förläggans ansvar för sin generation av författare, tiotalisterna, med *Hjalmar Bergman* och *Elin Wägnér* i spetsen. På brodern *Åke Bonniers* (1886-1979) lott föll framför allt tidskriftsutgivningen, översättningslitteraturen och de illustrerade verken. När Bonniers 1929 förvärvade det mycket stora veckotidningsförlaget *Åhlén & Åkerlund* övergick han helt till tidskriftssidan. Den yngste brodern *Kaj Bonnier* (1901-1970) fick under 1930-talet successivt ta över kontakterna med sina jämnåriga författare, som *Vilhelm Moberg*, *Eyvind Johnsson* och *Harry Martinson*.

Förläggarna talade gärna om att de långsiktigt "odlade" författarskap. Ett exempel på hur lång tid det kunde ta är *Pär Lagerkvists* författarbana. Han gav ut sitt första verk på Bonniers 1914. Fjorton år senare konstaterade förlaget att samtliga hans fjorton böcker gått med förlust med undantag för *Gäst hos verkligheten*. Det stora publika genombrottet kom först 1950, 36 år efter första boken på Bonniers, då *Barabbas* såldes i 40 000 exemplar. Sedan han fått Nobelpriset 1951 gick boken ut i ytterligare 50 000 exemplar, innan det var dags för billighetsutgåvor, samtidigt som den översattes till 30 språk.

Bonniers byggde med tiden upp ett vitt förgrenat kontaktnät på det litterära fältet som man kunde utnyttja till att knyta lovande författare till sig. *Thorsten Jonssons* väg till posten som kulturchef på Dagens Nyheter kan tas som ett typexempel på hur en litterär karriär kunde formas med Bonniers stöd. Han debuterade på förlaget som 22-åring med en diktsamling. Fem år senare, 1937, inledde han sin bana som översättare åt förlaget av författare som *Ernest Hemingway* och *John Steinbeck*. Året därpå anställdes han i Bonniers konversationslexikons redaktion. Han blev god vän med *Gerard Bonnier* och togs 1941 in i den litterära tidskriften *Horizons* redaktion. På Bonniers initiativ handplockades han 1943 till posten som Dagens Nyheter korrespondent i New York för att tre år senare återigen efter Tor Bonniers ingripande bli kulturchef på tidningen. Efter hemkomsten valdes han in som ledamot i styrelsen för Albert Bonniers stipendiefond för svenska författare. Hans bana bröts i förtid 1950 då han avled endast fyrtio år gammal.

Bonniers kom att få en utomordentligt stark ställning på det skönlitterära fältet. Av de författare som debuterade 1909-1954 och som uppmärksammats i standardverket *Den svenska litteraturen*, gav tre av fyra ut minst ett verk på förlaget. Trots den starka positionen på bokmarknaden gick bokförlaget under 1940-talet med förluster, som täcktes genom bidrag från det mycket lönsamma veckotidningsförlaget *Åhlén & Åkerlund*.



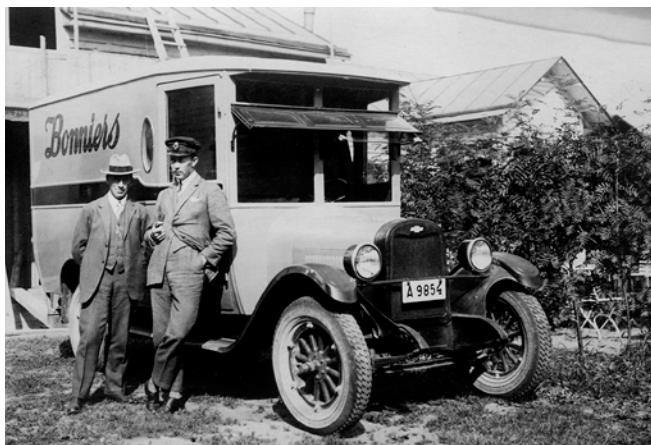
Ovan. Karl Otto och Lisen Bonnier med barnen (från vänster), Gert, Greta, Åke, Elin och Tor. Ca 1890-talet.

BRYTNING OCH EXPANSION

Karl Otto Bonnier och hans söner såg sig som bärare av en stark kulturell tradition och fann det därför naturligt att vinster från familjens övriga verksamhet i viss utsträckning subventionerade utgivningen av värdefull litteratur. I början av 1950-talet ställde emellertid några av de yngre delägarna, som var verksamma på Åhlén & Åkerlund, krav på att bokutgivningen inte skulle ha någon särställning utan att den skulle underkastas samma lönsamhetskrav som familjens övriga verksamhet.

I den heta diskussionen inom familjen menade Åke Bonnier att man skulle låta *"Albert Bonniers Förlag gå med förlust (inom rimliga gränser) och låt...[Åhlén & Åkerlund]... betala denna förlust medvetet, kallblodigt och planmässigt!"* Hans brorson *Albert Bonnier jr* (1907-1989), sedan 1940 vd för Åhlén & Åkerlund, svarade att om inte bokförlaget kunde *"drivas som affär bör det läggas ner och av dess mobiler må bildas ett museum, vars intendent och lokaliteter så långt de vinstgivande företagen ha råd, bör betalas av dessa"*. Konflikten löstes genom att Kaj Bonnier och hans barn lämnade koncernen 1953 men behöll sitt ägande i *Dagens Nyheter* och *Expressen*. Åke Bonniers son *Gerard Bonnier* (1917-1987) tillträdde som vd för Albert Bonniers förlag.

En ny era inleddes för det mer än hundraåriga familjeföretaget. Bokförlagsverksamheten utvidgades successivt med bokklubbar, nya förlag, förvärv av en rad utländska förlag, nätbokhandel etc. Samtidigt växte hela rörelsen ut till en multinationell mediekoncern, *Bonnier AB*, som 2013 omsatte nära 26,7 miljarder kronor, varav bokverksamheten stod för 6,3 miljarder kronor. •



Ovan. En av Bonniers egna lastbilar.

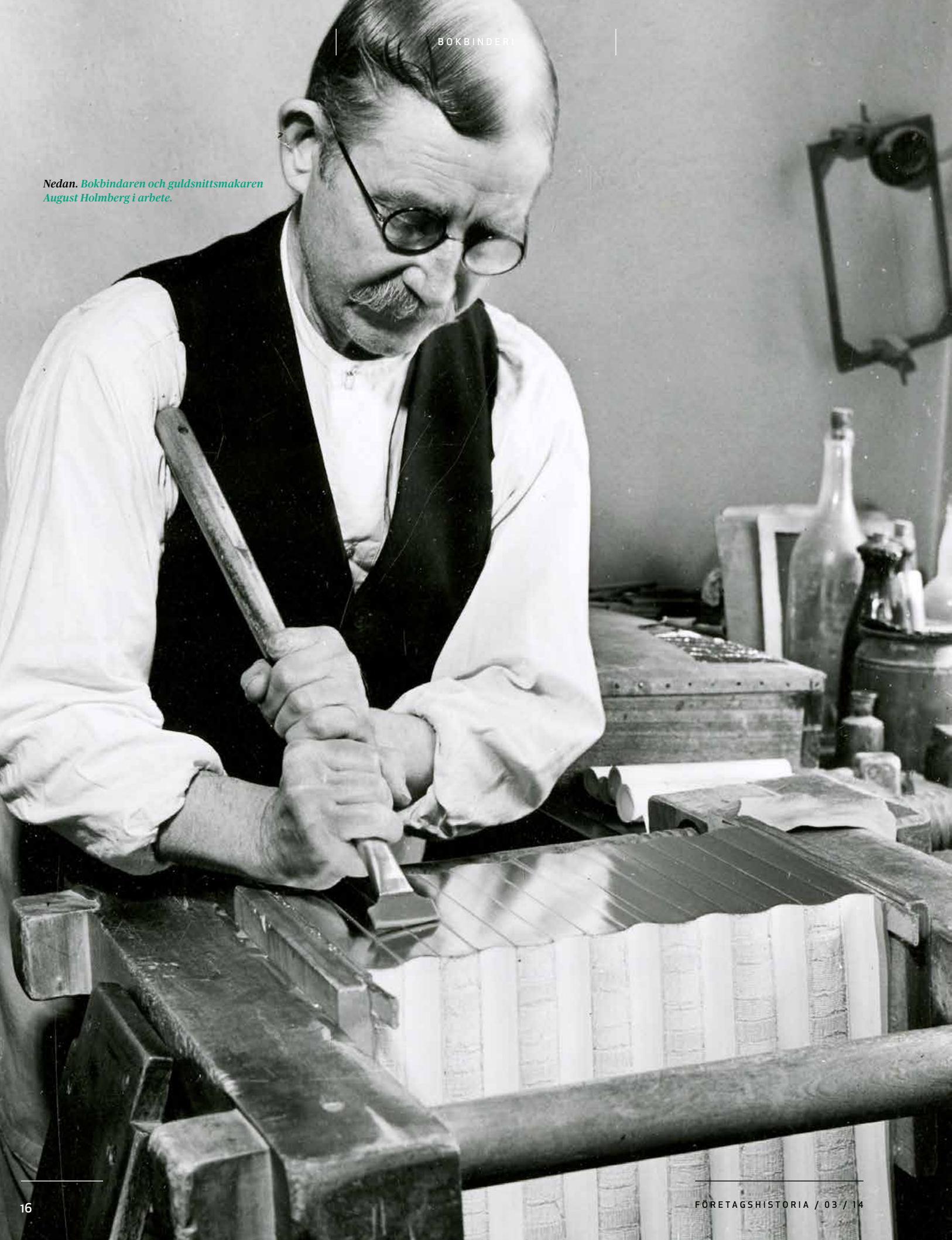
BONNIER

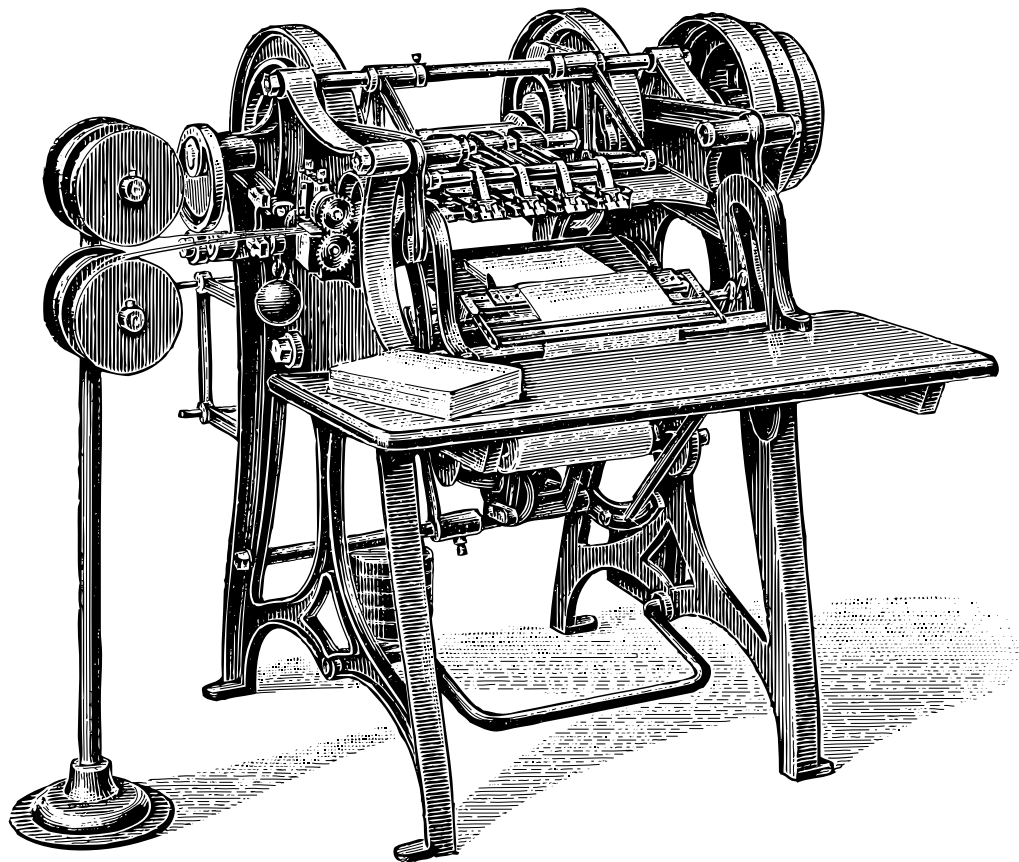
AB

ALBERT BONNIERS FÖRLAG



Nedan. Bokbindaren och guldsnittsmakaren
August Holmberg i arbete.





FRÅN BOKHANDLARE TILL *underleverantör* – OM BOKBINDARNAS FÖRÄNDRADE ROLL

TEXT HELENA STRÖMQUIST

BILD UR ESSELTES ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

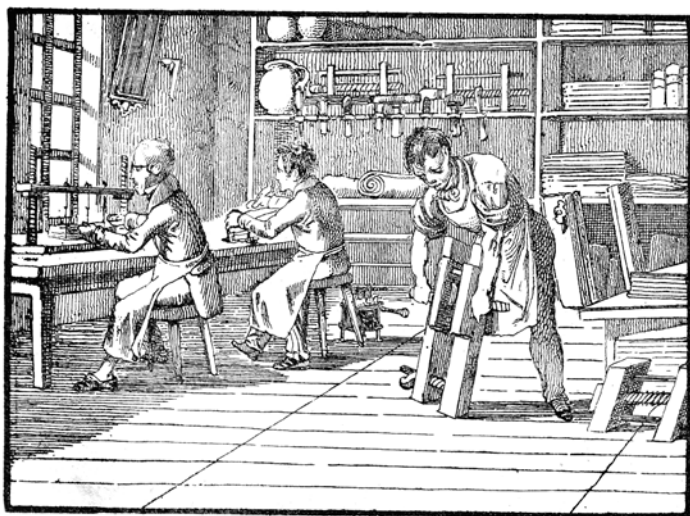
BOKBINDERI. På 1700-talets växande bokmarknad uppstod konflikter mellan bokproducenterna om rätten till den inkomstbringande bokhandeln, vilket ledde till förändrade roller och positioner för bokbindare, tryckeri och förlag.



Ovan. Ludlowsätteriet, hos Esselte AB på Vasagatan i Stockholm 1938.
Foto: Rosenberg C.G. jr.

U

nder 1600-talet och in mot 1700-talets mitt hade bokbindarna en förhållandevis stark ställning på den svenska bokmarknaden därför att skrået innehöll privilegium på försäljningen av bundna böcker och med det på bokhandeln i sig. Men under 1700-talet drev tryckare och förläggare framgångsrikt sina intressen på bokmarknaden vilket fick till följd att bokbindarna förlorade sitt privilegium och sin förmånliga ställning som bokhandlare. Rätten att sälja färdigbundna böcker var en betydelsefull framgångsfaktor och tvisterna om denna rätt genomsyrade delar av 1700-talets svenska bokmarknad.



Ovan. Bokbindare på 1830-talet. Ur *Ny Orbis pictus: eller Den synliga världen i bilder för ungdomen med beskrifningar på svenska, fransyska och tyska språken*.

BOKBINDARNAS MONOPOL

På den breda folkliga delen av marknaden var bokens inbinding en förutsättning för att den skulle kunna säljas. Det gällde "alla ousgängeliga och couranta såsom Biblar, Psalmböcker, Catecheser, Bönböcker, abc-böcker m.m., böcker, hwarå ingen något privilegium lemnas, som köpas af allmogen och menigheten, hwaraf följackteligen knapt något enda exemplar afsattes såframt det icke genast är inbundit." De här böckerna såldes i bodar och på marknader; i Stockholm vid de stora trafikströmmarna vid stadens broar. Denna handel sköttes företrädesvis av bokbindarna och skulle långt fram på 1800-talet se ut på detta sätt. Förlags- och handelsbanden till dessa böcker var enkla och billiga, framåt sekelskiftet 1800 ofta i glada färger med ett formspråk som tilltalade en stor publik. Så länge bokmarknaden begränsades av bokbindarnas monopol kom lättsålda förlag i stora upplagor att säljas bundna genom bokbindarna.

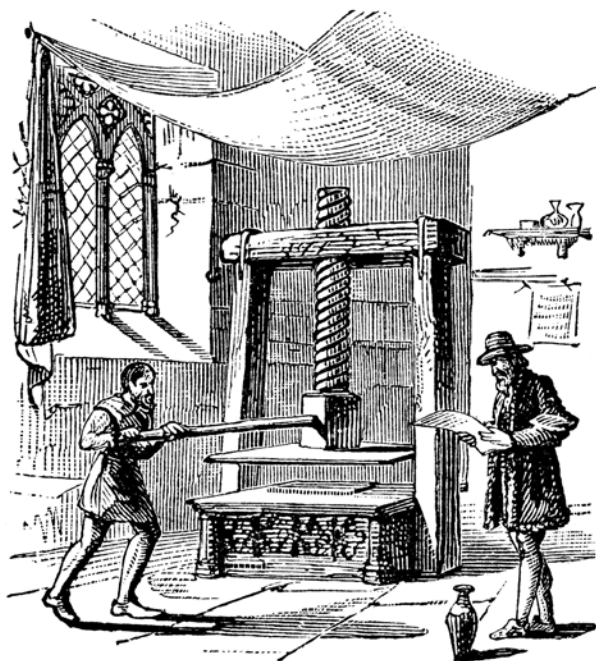
Stora förlag utgjorde inte heller något undantag på bokmarknaden - det var dessa publikationer som drev marknaden.

På den andra delen av marknaden gällde officiellt hos tryckerier och bokhandlare systemet med försäljning av häftade och pappersomslagna böcker från förläggarnas tryckeribodar. När flera tryckare och bokhandlare etablerade sig kring Stora Nygatan i Stockholm under 1700-talets första hälft kan man se en strävan hos dem att överföra handeln i detaljistledet från bokbindarna till tryckarna i syfte att få kontroll över handeln.

FÖRLAGET SOM PRODUKTIONSSYSTEM

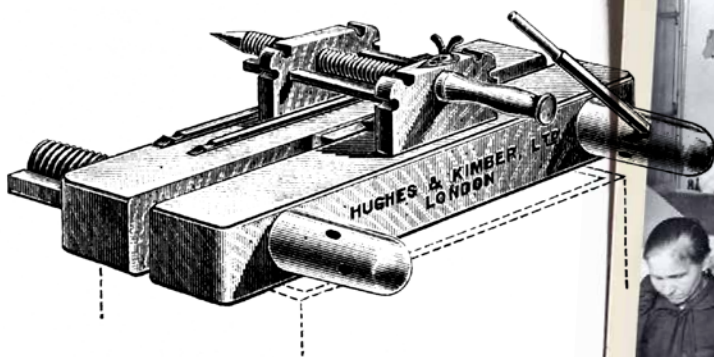
År 1752 inrättades *Boktryckeri-Societeten* och med det ett reglemente som fick följd för hela den svenska bokmarknaden. Med reglementet fick förläggarna/boktryckarna möjligheten att kontrollera stora delar av bokproduktionen. Ett mycket viktigt inslag i reglementet var att förläggarna fick rätt att sälja bundna böcker, vilket stadgarna fastslog. De styrande beslutade därmed om förläggarnas rätt till en förlagsbandproduktion. Att sälja färdigbundna böcker var viktigt för den privilegierade och konkurrensutsatta bokhandel som etablerades under 1700-talets sista decennier, framförallt i Stockholm. Bokbindarna förlorade med detta den förmånliga försäljningsrätten av bundna böcker. Istället blev bokbindarna underleverantörer till tryckarna och förläggarna.

Ett viktigt inslag i denna process var förlaget som produktionssystem. Förlagssystemet kan i korthet beskrivas som en organisation för produktion av varor där förläggaren/köpmannen lägger ut (förlägger) råvaror eller halvfabrikat (eller kapital) på en enskild producent - i vårt fall en bokbindare - som bearbetar och framställer en vara och sedan levererar den tillbaka till förläggaren/köpmannen mot ersättning. Stora delar av det protoindustriella hantverket utfördes inom förlagssystemet fram till industrialiseringen av varuproduktionen.



Ovan. Bilder från P Herzog & Söner Bokbinderi 1895 och 1912.

Kännetecknande för förlagssystemet var att produktionen reglerades av efterfrågan. Det var också inom detta system som stora delar av handpressperiodens bokbandsproduktionen ägde rum. På den svenska bokmarknaden redovisas denna kommersiella produktionsform i förlags- och bokhandelskataloger och tidningsannonser från 1700-talets mitt och därefter. Förlagssystemet var i bruk både hos förläggare och bokhandlare. I en katalog från 1746, *"Egna förlags-Böcker"* skriver tryckaren och förläggaren Lars Salvius att *"den som behagar kan jämväl hos Lars Salvius få föregående böcker inbundna, då priset rättas efter bandets godhet."* Med dessa formuleringar blottlägger Salvius ett system för finansiering, produktion och försäljning av färdigbundna böcker från förläggare och bokhandlare av förlags- och handelsband till enskilda konsumenter. I egenskap av förläggare tillhandahöll Salvius sina tryck i bunden form, det vill säga som förlagsband. Salvius var en av de första förläggarna som redovisade sin förlagsbandsproduktion på det här sättet. Han visade med detta sin insikt om den bundna bokens kommersiella värde och förlagsfunktionens viktiga roll på bokmarknaden. ➤



Höger. Bild från P Herzog & Söner
Bokbinderi 1895.



OLIKA BANDFORMER

En annan förläggare som marknadsförde förlagsbindning av sina tryck var boktryckaren *Johan Edman*. Han började sin bana i Norrköping, där han gått i lära hos boktryckare *Broocman*. Edman sålde sina förlagsartiklar i sitt tryckeri och hos bokhandlare *Hesselberg* och *Holmberg* i Stockholm. I en katalog från 1763 meddelade han att *"Priset räknas här efter Exemplaret uti Kopp:mt, men om så behagas, fås även en del inbundne, då Banden betalas apart"*. Andra förläggare var *Lindh* i Örebro och *Marquard* i Stockholm. I deras kataloger prissattes många tryck beroende av hur de var bundna; häftade och välska band var de vanligaste banden som marknadsfördes. Det fanns också enstaka titlar, till exempel *I sers Folkslagens historia* som såldes i halvfranska band. Förläggaren namngav sina kommissionärer på olika platser i landet, och priser för både parti- och minuthandel. Psalmböcker, almanackor av olika slag, undervisnings- och en del uppbyggelselitteratur annonserades bundna i olika utföranden. Undervisnings- och uppbyggelselitteratur bands som regel i välska band eller ännu enklare, medan psalmböcker och almanackor ofta såldes i en mängd olika mer eller mindre exklusiva bandformer av färgade skinn, pergament och siden med gultryckt dekor.

Förläggaren och bokhandlaren tillkännagav här ett sortiment av olika bandformer för sina förlagsartiklar. Inbindningen av trycket, förlags- och handelsbandet, utgjorde därmed en del av förläggarens och bokhandlarens varuutbud, hans varukoncept helt enkelt. Från detta sortiment kunde bokköparen välja band efter pris och kvalitet som han var villig att betala. Bandens kvalitet och omedelbara leverans var viktiga beståndsdelar i denna kommersiella hantering; böckerna levererades *"skyndsamt"* och i *"propra"*, *"wäl"* och *"wackert"* bundna band.

Inom förlagssystemet var det inte bokbindaren som arbetade med direktförsäljning av bundna böcker till konsumenten, bokbindaren var istället engagerad i en handels- och förlagsbandproduktion vid sidan om minuthandeln och kunde inte mer än

marginellt påverka varans utformning. Beställningen av varan och tjänsten ägde rum hos dem som tryckte och sålde böcker - förläggaren och bokhandlaren. Bandformer och utbud var en förlagsangelägenhet. Bokbindaren arbetade som underleverantör till dessa handelsmän och hade förlorat kontrollen över prissättning, varans kvalitet och form. Liknande förhållanden styrde tillverkningen i England där bokbindarna mottog sina bokbinderiarbeten av bokhandlarna och i första hand utförde dem efter deras önskemål.

En stor ekonomisk fördel med förlagssystemet var att förläggaren och bokhandlaren inte behövde lägga ut några större summor på inbindningen av hela upplagor eller böcker i kommission. Produktionen sköttes successivt och anpassades till efterfrågan. En vanligt anförd förklaring till förläggarnas ovilja att binda in hela upplagor av tryck är den stora kostnad och ekonomiska risk det skulle innebära för förläggaren och det är i och för sig rätt. Men förlagssystemet klarlägger hur det kommer sig att varken förläggare eller bokhandlare alltsedan boktryckarkonstens etablering under 1400-talet lät binda upp några större partier av böcker eller hela upplagor till försäljning, vare sig i Sverige eller i andra länder i Europa. Med ett fungerande förlagssystem fanns det inga incitament eller krav på den typen av investeringar, marknadens behov av bundna böcker kunde utan särskild ekonomisk risk eller investering tillgodoses inom förlagssystemet. Den största delen av bokbandstillverkningen skedde också i små verkstäder med en mästare och några gesäller och lärlingar. Sådana var förhållandena i stora delar av Europa ända fram till mitten av 1800-talet, undantaget enstaka större verkstäder i centrala Paris och London. •

Helena Strömquist är bokbindarmästare och bibliotekschef. Texten bygger på avsnitt ur hennes avhandling: *"Med coleurt omslag": färgade, dekorerade och tryckta pappersomslag på svensk bokmarknad 1787-1846: en bokhistoria.*

BOKEN

-vårt kulturarv

KRÖNIKA

BOKEN. *Det är nästan bara det elektriska ljuset som skiljer. Bönboken från mitten av 1400-talet med utsökta miniatyr målningar och en bön för varje timme, utfört på pergament, känner med all säkerhet igen sig. Likheterna mellan mitt bokbinderi och det gamla klosterbinderiet är många.*

MÄNGDER AV PAPPER ligger i lådorna, skinn och pergament hänger över träbockar, träpressar står lutade mot arbetsbordet. Fönsterrutorna är dammiga. Det luktar varmlim, och rummet är fyllt av ett harmoniskt lugn. Likt munkarna på 700-talet arbetar jag med pergament, papper, skinn och guld. Medan de hade i uppgift att både texta och ibland illustrera och binda in, är min roll att bara binda in. Jag underordnar mig texten för att med hjälp av olika material, deras strukturer och färger, fånga bokens karaktär och åstadkomma en helhet. Munkarna sågs som Guds redskap och fick inte signera sina arbeten. De hittade ändå ofta listiga sätt att krasa ner sina namn i en anfang eller linje. Jag har en liten stämpel med mitt namn. Bokbinderiyrket är gammalt, till och med äldre än bruket av papper. Det är tyngt av traditioner. Men det är också ofta häpnadsväckande fräckt: orange, violett och turkos. Man bör aldrig sluta förnya, men studera, låna och omforma. Historien är oändlig. Det finns naturligtvis några viktiga, helt nödvändiga, regler att hålla sig till i produktionen av en bok. Oavsett om den är alltigenom handgjord eller tillverkad industriellt, måste pappret hålla hög kvalitet liksom trycket. Pappret ska vara arkivbeständigt, i respekt för författare, bokformgivare, och tid. Dess fiberriktning ska vara stående, parallellt med bokryggen. De tryckta arken ska trådhaftas.



Bara de billiga pocketböckerna, avsedda att hålla en lagom lång tågres, kan rygglimmas. Innermarginalernas bredd bör medge att boken kan läsas liggande på ett bord. Läsaren ska bekvämt kunna luta huvudet i händerna. Varken texter eller illustrationer må försvinna på grund av dåligt uppslag. Många texter är svåra nog att ta till sig. Boken är ett av våra viktigaste kulturarv, dess innehåll berikar oss i oändlighet, i bästa fall. Tänk om man tog tillbaka "förstaupplagan" som kvalitetsbegrepp och såg till att 1500 exemplar trycktes på bra papper, och trådhaftades. Alltför dyrt? Jo lite dyrare, men vad är det som säger att alla böcker alltid måste vara så billiga som möjligt? Varför inte utnyttja den nya tekniken så att vi som konsumenter erbjuds att välja mellan nedladdningsbara texter, billiga utgåvor OCH förstaupplagor? Det är vårt kulturarv som skapas - författas, formges och produceras i läsbart skick. Inget man fuskar med för snabb vinnings skull. Och kunskapen finns. Tänk er en hylla i varje bokhandel märkt "förstautgåvor". Vilken skatt!

Johanna Røjgård Sjøberg, ordförande
i Bokbindarmästareföreningen.
Driver sedan 1986 **Johanna Røjgård**
Bokbinderi på Runmarø.



TEXT SEVED JOHANSSON
BILD ARKIVCENTRUM ÖREBRO LÄN, SKOBILDER UR
LILJEHOLMENS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

ETT LIV MED

PROFILER. Örebro var under
1900-talet Sveriges
ledande skostad.
En av de mest
framträdande
skoföretagarna
var Ernst Åqvist.

Skor

NAMN: ERNST ÅQVIST
LEVNADSÅR: 1875-1943
FAMILJ: FRU LILLIE CHRISTINA HALLBERG
 SAMT SJU BARN
KÄND FÖR: SKOFABRIKANT SOM GRUNDADE
 OSCARIAKONCERNEN



Ernst Åqvist grundade en skofabrik i Sundbyberg 1907 tillsammans med C.A. Pfersdorf. Sedermera döptes den om till skofabriken AB Oscaria. Eftersom det var svårt att hitta yrkeskunnigt folk i Stockholm flyttade Åqvist företaget till Örebro, och en fabrik byggdes där 1913-14. Åqvist ledde sitt företag med stor framgång. Vid hans bortgång den 24 augusti 1943 omfattade Oscariakoncernen tre skofabriker, två garverier, omkring 285 skobutiker och totalt 2 000 anställda.

SKOMAKARLÄRLING

Ernst Åqvist föddes 16 februari 1875 i Västra Vingåker i Södermanland på ett litet torpställe. Här bodde han tillsammans med sina föräldrar Nils Erik och Brita Christina Åqvist och åtta syskon. Barnen fick tidigt lära sig att klara sin egen försörjning. Redan som pojke kom han in i sko- och läderbranschen, och vid 10 års ålder började han som skomakarlärning i Lappe, Julita.

Anders Åqvist i Kil, Värmland, är släkt med Ernst och berättar att hans farmor Ida Åqvist ansåg att det var bra att bli skomakare eller skohandlare - "skor kommer alltid folk att behöva". Han berättar vidare att det var hans farfar Oscar (Ernst Åqvists äldre bror) som följde med Ernst när han gick mellan Lappe och hemmet i Vingåker. En sträcka på cirka fyra mil tur och retur.

Att vara skomakarlärning gav ingen lön, däremot mat och husrum. Under de tre åren som Ernst Åqvist var lärling fick han avbryta skolgången, men avslutade den efter sin utbildning.



Som 13-åring fick Åqvist anställning som springpojke hos Johnson & Widlund i Örebro, där han blev kvar i ett år. Sedan började han röra på sig och jobbade bland annat i Hudiksvall och Bollnäs, innan han återkom till Örebro för att bli handelsresande hos Carlsson & Åqvist. En av delägarna var hans äldre bror Erik Åqvist.

HITTADE FÖRETAGSNAMNET I FAMILJEN

Ernst Åqvist var en driftig person, och med sin samlade erfarenhet inom skobranschen hade han fått ihop lite pengar, vilket gjorde att han kunde starta en egen firma 1898 i Stockholm med namnet Grossistfirman Ernst Åqvist, engrosaffär i läder- och skinnvaror samt skodon.

Denna firma ombildade han 1904 till Skofabriks AB Standard som han lämnade 1907 när han tillsammans med en kompanjon grundade Skofabriks AB Oscaria. Ett namn som enligt Anders Åqvist i Kil kommer från Anders farfar Oscar och farmor Ida.

Efter att Ernst Åqvist flyttat sin verksamhet till Örebro avvecklades Grossistfirman Ernst Åqvist. Nu växte företaget kraftigt och blev allmänt känt. Tidigt fick han idén att starta också en skokedja där han kunde sälja sina skor i egna butiker. År 1910 övertog han en skoaffär i Västerås som också blev den första av de 285 butikerna. Företaget hade en gyllene tid under hela 1940-1950-talet.

Vid Ernst Åqvists bortgång 1943 övertogs vd-posten av äldste sonen Gösta Åqvist som hade denna tjänst till 1967. ➤

I mitten av 1960-talet ökade skoimporten alltmer vilket gjorde att *Oscariakoncernen* blev tvungen att se över sin verksamhet och utvecklade olika rörelser. Dessutom påverkade andra förhållanden situationen, som dödsfall inom familjen och att ingen i Åqvistsläkten ville ta över rörelsen. År 1968 sålde Åqvistfamiljen hela bolaget till *Bata Shoe Ltd*, vars huvudkontor låg i Kanada.

VÄRNADE OM PERSONALEN

Ernst Åqvist var en social person som hade uppdrag inom bland annat frikyrkan, Skofabrikantföreningens styrelse och Folkpartiet. Från 1930 var han också ledamot av riksdagens andra kammare. Han donerade stora summor både till *Konsert- och Bibliotekshuset* i Örebro.

Ernst Åqvist värnade mycket om sin personal, och redan 1926 inrättades det en personalkonsulent eller "fabrikssyster" på företaget, vilket var unikt inom svensk industri. År 1929 överlät familjen Åqvist sitt sommarhus *Sundbyvik* vid Hjälmarén till personalen som ett rekreationsområde, där de anställda kunde tillbringa en tid av sin semester. I Örebro lät han bygga personalbostäder vid Södra Allén öster om Kungsgatan. År 1941 donerade Ernst Åqvist 100 000 kronor till en fond för koncernens arbetare, en fond som skulle hjälpa personal som kommit i svår belägenhet genom långvarig sjukdom, arbetslöshet eller på annat sätt inte kunde få hjälp. År 1956 startade *Oscaria* även en handelsskola för aspiranterna till butikerna.

Här fick de lära sig bland annat försäljningsteknik, varukännedom, affärsekonomi, engelska, handelsrätt och arbetsledarpsykologi.



Ovan. Arnes Skor i Kopparberg, som tidigare var en Oscaria-butik har kvar sina originalskyltar från 1950-talet på fasaden. Foto: Seved Johansson

Det tunga och monotona arbetet på fabriken gjorde att kamratskapet bland de anställda utvecklades positivt, den berömda "Oscariaandan" är det många som känner till. Mycket av det som hände på Oscaria kan man läsa om i personaltidningen "*Sko-bandet*" som kom ut mellan 1946 och 1966. När Oscaria firade 50 år ordnades det en fest i Örebro som kom att gå till historien. Lokalpressen skrev att "*maken till skiva har sällan skådats på våra breddgrader*". •





Fråga: En folkkär och stilbildande bokhylla, som under mer än ett årtionde fanns i snart var mans hem. Lätt att köpa, ta hem och montera. *Ledtrådar*: Man behöver ingen åttkantsnyckel för att sätta ihop den, och den har inget förnamn. Blev det för svårt? *Livlina*: Konstruktören hette *Nils Strinning*, hans namn går igen i hyllnamnet. Just det – stringhyllan förstås! Sinnebilden för det nya sextioalet, tillsammans med tonårsrummen med ep-skivor och läderlappsfatöljer. Och den finns fortfarande att köpa: det finns till och med specialsajter med uppåt hundra inspirationsfoton för den som vill inreda sitt hem med den här ständigt aktuella klassikern.

STRINGHYLLAN

PRYLEN. "Böckerna ska tala, hyllorna tala!" Den klassiska bokhyllereklamen passar som handen i handsken in på en svensk inredningsklassiker. I den nästan svävande tunga volymer på väggen, utan mycket synligt stöd.



Det började dock med något helt annat, ett diskställ. Nog vore det mycket mer hygieniskt med bestick och tallrikar som torkade i luften än att de skulle gnos med en kanske inte så fräsch tygtrasa? Nyckeln blev förmågan att lägga mjuk skyddande plast på tunna metalltenar – med den tekniken kunde ingenjören och formgivaren *Nils Strinning* tillsammans med producenten *Arne Lydmar* skapa diskstället modell *Elfa* i slutet av 1940-talet.

År 1949 utlyste så Bonniers folkbibliotek en tävling om en ny praktisk bokhylla. Nils och hustrun *Kajsa Strinning* sände in det vinnande förslaget: skruv, nätgavlar och hyllplan blev tillsammans en stringhylla. Eller två, eller tre. Framgången var ett faktum, i synnerhet sedan stringhyllan visats på Svenska slöjdföreningens stora arrangemang *Hälsingborgsutställningen 1955, H55*. Konceptet förgrenades till golvhyllor, hallbord, vitrinskåp och chifffonjéer i stringutförande. Stringmöbler blev en del i den moderna livsstilen.

I dag finner vi stringhyllor i nyproduktion hos företaget *String Furniture AB*, med verksamhet i Sverige och Japan. Däremot lever det plastade trådsystemet från diskstället *Elfa* sitt eget liv. Koncernen *Elfas* säljer i dag trådkorgar till exempelvis hyllor och garderober över hela Europa. De hyllor man finner i *Elfas* sortiment är lika luftiga och lättmonterade, men bygger på en annan teknisk lösning än stringhyllan. •

TEXT PER DAHL
BILD STRING FURNITURE

Vänster: Nisse Strinning poserar framför sin skapelse.



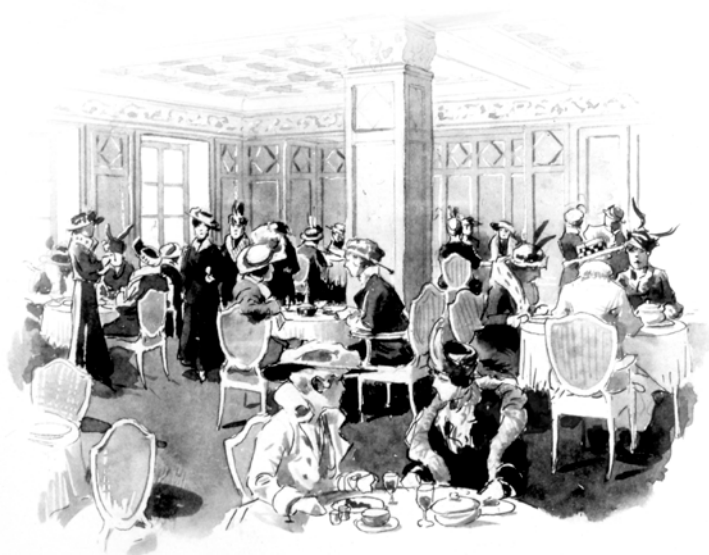
TEXT ORSI HUSZ/SARA JOHANSSON
BILD UR NK:S ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

HAMNGATAN

STOCKHOLM, DEN 22 SEP 1915

ÖGONBLICKET. *Mitt under första världskriget invigs Sveriges första riktiga varuhus - NK i Stockholm. Varuhuset speglade på olika sätt det moderna samhället. Det var ett palats, nästan ett sagslott, där mycket var möjligt. Här blev konsumtionen inte bara en nödvändig vardagsrutin, utan en livsstil och ett nöje.*





"Det kan inte vara att undra på att de stora varuhusen har blifvit kallade storstädernas paradys. Om det nu icke möjligen skulle vara så att Stockholm först med detta paradys har blifvit storstad." - NYA DAGLIGA ALLEHANDA

När Nordiska Kompaniets varuhus på Hamngatan öppnade sina portar för första gången en septemberdag 1915, var det en stor händelse i huvudstaden. Stockholm hade fått sitt första riktiga varuhus, och öppnandet bevakades av en överväldigad journalistkår. Tidningarna rapporterade om NK i flera dagar i rad. Stockholm har fått "en kontinental sevärighet af rang", skrev Stockholms Dagblad.

De tidiga varuhusen blev överallt i Europa och i USA viktiga inslag i den urbana miljön, och den moderna konsumtionens mest framträdande institutioner. Varuhusen reformerade handeln. Varorna fanns utställda, fasta priser tillämpades i stället för det tidigare vanliga prutssystemet. Det var fritt för alla att komma in, vandra runt och titta; inget köptvång existerade. Gatubilden förändrades. De stora skyltfönstren dominerade gatan inte bara på dagen utan också på natten. När Josef Sachs lät uppföra NK:s nya palats på Hamngatan, ritat av arkitekten Ferdinand Boberg, breddades därför även trottoaren utanför.

ATT HANDLA BLEV ETT NÖJE

"Fördelen att köpa i varuhus" hette ett avsnitt i den presentationsbroschyr som NK gav ut i samband med det nya varuhusets öppnande. Där hävdar man att varuhusen "motsvara moderna människors anspråk". I varuhuset fanns, förutom en rad försäljningsavdelningar, bankkontor och postkontor även en resebyrå



och en uthyrningsbyrå som förmedlade bostäder. Allt kunde ordnas och köpas inom huset. En del tjänster, som till exempel gratis hemkörning, sparade ytterligare tid för kunden. Samtidigt gick hela principen ut på att hålla kunden kvar i huset och få henne, oftast var det en hon, att spendera tid där. Förhoppningen var att hon då också skulle spendera pengar. På bottenvåningen serverades läskedrycker i den så kallade amerikanska sodafontänen. På andra våningen fanns det mycket eleganta terummet och på fjärde våningen det stora lunchrummet. Restaurangerna var inte planerade för att gå med vinst, de skapades enbart för att öka komforten och locka kunderna. Förutom de olika serveringarna fanns det även ett läsrum/konversations-salong för kvinnopubliken, och ett tystnadsrum med "bekväma schäslonger". Att handla på varuhus var alltså inte någonting som nödvändigtvis måste gå snabbt. Inte bara överflödet och de många sinnesintrycken lockade, utan också dessa bekvämlighetsinrättningar.

Konsumtion gjordes till ett nöje och ett tidsfördriv. Miljön utformades för "nyfikna ströware", som varuhuschefen uttryckte det, på ett sätt så att konsumerandet inte bara blev bekvämt utan också underhållande. En kvinnlig journalist skrev i Stockholms Dagblad: "Det är något utomordentligt raffineradt i det sätt hvar på dylika stora varuhus förmå lägga frestelser af alla slag i vägen för ett svagt och lätttrödt kvinnohjärta. Att gå i butiker hör annars inte till det enbart roliga i den här världen, men att få 'go shopping' i ett dylikt palats, det är nästan enbart en njutning." •

Orsi Husz är docent vid ekonomisk-historiska institutionen vid Uppsala universitet. Läs mer om NK i hennes avhandling "Drömmars värde. Varuhus och lotteri i svensk konsumtionskultur".

UNDERHÅLLNING

med gamla

ANOR



Vänster och höger. Cirkusartisterna
och äkta makarna Rolando Johansson
& Lilly Yokoi.

CIRKUSHISTORIA. Cirkuskonjunkturen i Sverige har gått både upp och ner men familjerna bakom verksamheterna verkar vara gjorda av segt virke. Bland de gamla familjer som fortfarande är aktiva med egna cirkusar i Sverige finns Rhodin med cirkus Brazil Jack, och Bronett med cirkus Scott.

TEXT MARIA KAPLA & JOHANNES STÅHLBERG
BILD CIRKUSARKIVET OCH GRÖNA LUNDS TIVOLI
AB:S ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

Den allra första cirkusföreställningen i Sverige gavs 1787. Ett engelskt sällskap, lett av *Peter Price*, gästade Stockholm under åtta månader. Men det var inte riktigt cirkus så som vi är vana att se den - i stället kretsade det mesta kring hästar. Till det hade sedan adderats lite styrkedemonstrationer, dans och balanserande på ståltråd. Att hästarna var det viktigaste är inte så konstigt - engelska kavalerister var nämligen cirkusens verkliga pionjärer, bara ett par årtionden innan Price gjorde sin turné.

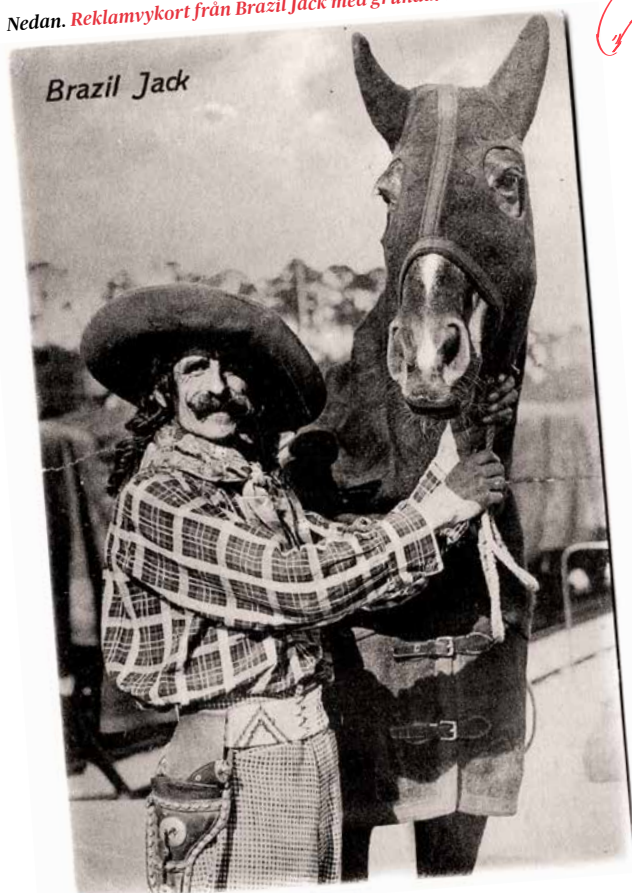
LÅNG CIRKUSTRADITION

Brazil Jack kallar sig för Sveriges äldsta cirkus, grundad 1899, medan *Cirkus Scott* startade 1937. Båda har visserligen haft sina uppehåll och avbrott, men båda kan också rent familjemässigt hävda flera hundra år av cirkustradition. Till exempel ska en förfader till dagens Bronettar redan på 1740-talet ha underhållit gästerna under kröningen av Österrikes kejsarinna *Maria Theresia*, och Rhodinarnas släktträd är hopväxt med familjen Gautiers, som bland annat var de som introducerade den första cirkuselefanter i Sverige 1804.

Hur upplever då dessa människor med generationer av cirkusblod i sina ådror att det är att driva en cirkus i dag jämfört med hur det var förr? *Trolle Rhodin* tar villigt emot i sitt mobila vardagsrum på cirkus *Brazil Jack* för att berätta. Hans far, som också hette *Trolle Rhodin*, drev framgångsrikt och i stor skala företaget *Zoo Cirkus* mellan 1941 och 1964. Hans far i sin tur var ingen mindre än den legendariske *Brazil Jack* (*Carl Rhodin*) som var den som drog i gång familjens första cirkus 1899. ➤



Nedan. Reklamvykort från Brazil Jack med grundaren Carl Rhodin.



- Min far reste över hela Europa. På vintrarna åkte han söderöver, och han var den första efter kriget som åkte med cirkus till Östeuropa. Han hade ett tält som rymde 5 000 sittplatser. I dag har vi ett med 1 000. Men det är nog inte svårare att driva cirkus i dag. Det är möjligen mer komplext med olika regler, till exempel för fordon. Förr var det kanske inte de mest trafiksäkra ekipagen som rullade, säger Trolle Rhodin.

Men rent faktiskt har de svenska cirkusarna blivit mindre sedan Trolle Rhodin d.ä. var i farten med sin *Zoo Cirkus*. Det verkar som om den gamle Trolle hade riktig fingertoppskänsla - han inte bara expanderade i rätt tid. Han passade också på att lägga sin cirkus i malpåse mellan 1964 och 1982, ungefär under den period som svensk cirkus gick sin värsta kräftgång.

TV FÖRÄNDRADE ALLT

Max Carling på cirkusmuseet i Ingelsträde i Skåne har själv varit inne i branschen som lindansare, akrobat och jonglör, och han kan sin cirkushistoria. Enligt honom började nedgången för svensk cirkus med tv:ns inträde i hemmen.

- Men den ekonomiska uppgången i samhället inverkade också på det sättet att många artister lämnade cirkuslivet för bättre och

mer välbetalda jobb. Samtidigt handlar det också om intresse, kultur och mode. Tidigare hade det varit inne att syssla med frisksport och gympa, och det alstrade artistämnen, berättar Max Carling.

På 70-talet hade det gått så långt att cirkus enligt Max Carling nästan var borta i Sverige. I Trolle Rhodins frånvaro - han arbetade under den här perioden som artistchef i USA - var *Cirkus Scala* (med säte i Östra Göinge 1944-2000) den enda svenska cirkusen som förde en regelrätt verksamhet. Rent ekonomiskt verkar det ha varit nästan oöverstigligt att få en cirkus att gå runt. Max Carling berättar om en talande episod från 1975 som beskrivs i en tidning i museets gömmor.

- Där fanns en bild av två franska kaskadörer, en dansk trollkarl och en kameldressör från Österrike vars cirkusdirektör hade rymt från sitt tält på Gärdet. Då börjar man ju tänka lite ... En cirkusdirektör som har rymt från inventarier som är värda hur mycket som helst, bara för att han inte har kunnat betala ut löner på en vecka. Då förstår man hur mycket en cirkus kostar varje dag. Det var bättre att rymma från hela skiten.

UPPSVING UNDER 80-TALET

Men så hände det något på 80-talet. Familjen Rhodin gjorde come back på hemmaplan, samtidigt som en hel flock andra svenska cirkusar som *Maximum*, *Olympia*, *Skratt* och *Wictoria* bestämde sig för att starta. Hur kan det komma sig? För Trolle Rhodins egen del är svaret tradition:

- Det var egentligen min far som kom på idén att dra igång igen. När han kom hem från USA tyckte han helt enkelt att hans tre vuxna barn behövde ha en cirkus. De andra svenska cirkusarna som startade på 80-talet gjorde det av intresse, inte av tradition.

Max Carling å sin sida tolkar uppsvinget under 80-talet som att 70-talets barnafödslar varit tillräckligt talrika för att börja fylla upp cirkustälten igen. Men det var också på 80-talet som cirkusföretagen verkligen anpassade sin kostym till de nya samhällsförhållandena:

- Det som hände på 80-talet var att det uppstod en del småcirkusar, för de är ju tåligare. Cirkus Maximum började till exempel som Minimum och körde i liten skala i många år. Samtidigt skedde också en förskjutning mot att de gamla cirkusfamiljerna blev mer agenter. Direktör och artist blev olika skrån.



Ovan. Trolle Rhodin matar elefanterna på Zoo Cirkus, 1940-tal.

Max Carling radar upp exemplen. Många av de nya cirkusarna startades helt enkelt av duktiga entreprenörer. *Maximum* leds av en före detta rid-sportföretagare, *Victorias* direktör har tidigare drivit snickeri, och *Skratt* startades av en reklambyråchef.

SOM I DET MILITÄRA

Samtidigt kräver livet som cirkusdirektör betydligt mer än att man bara ska vara en bra affärsman. Vill man lyckas får man inte vara rädd att dra på sig blåstället - eller uniformen. Trolle Rhodin, som själv är gammal hemvärns-veteran, liknar gärna cirkuslivet vid det militära.

- På samma sätt som i hemvärnet är vi en samling människor med olika bakgrund och yrkeskunnande som tillsammans utför ett lagarbete. Och så omgrupperar vi ju varje dag här också... Rent hierarkiskt är jag som en trestjärnig general, min hustru är generallöjtnant och min son [Trolle Rhodin III] generalmajor. Men det är en praktisk nödvändighet att jag inte ser någon syssla som för enkel, eller att jag skulle vara för fin för något.

Att ta fordon till bilprovning, eller att skaffa hö till djuren är kanske inget direktörer brukar syssla med. Kanske inte höga officerare heller. Trolle Rhodin, som under samtalet iklätt sig sin uniform i rött och guld, ser nu faktiskt ut som den trestjärniga cirkusgeneral han är. Eller är det kanske snarare cirkusens pionjärer, de engelska 1700-talskavalleristerna, han liknar? Nåja, själv föredrar han trots allt helst att kalla sig kulturarbetare. •

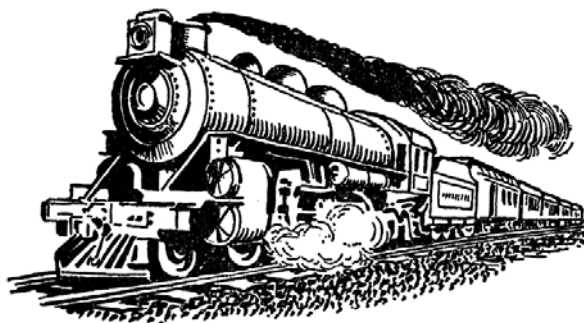


Ovan. Kreativ marknadsföring av Zoo Cirkus på Dramatens terrass 1943.



*Höger. En ångpanna nitas
för ett "rysslok" 1921.*

TEXT MATS CARLSSON-LÉNART
BILD INNOVATUM BILDARKIV



NOHABS *lokomotiv* DROG IGÅNG SVERIGES EXPORT

NOHAB. *Alldeles vid kanten av Trollhätte kanal låg i nästan 150 år en storindustri som byggde tusentals lok vilka exporterades över hela världen.*

I industriföretaget *Nohab* tillverkade under sin historia även hundratals andra typer av produkter, och "verkstan" i Trollhättan var även en av födelseplatserna för den svenska flyg- och bilindustrin.

INNOVATIVA STUDENTER

I början av 1830-talet var två tonåringar från Södertörns landsbygd studenter på det då nystartade *Teknologiska Institutet i Stockholm (dagens KTH)*. *Antenor Nydqvist* och *Johan Lidström* delade ett brinnande intresse för tekniska framsteg och utvecklade en vänskap som med tiden skulle göra dem till grundare av ett av företagen som gjorde Sverige till ett av världens ledande industriländer. Efter avslutade studier flyttade Antenor Nydqvist till Göteborgstrakten där han fått plats på *Mariedals spinneri*. Där arbetade redan den 13 år äldre göteborgaren *Carl-Olof Holm* som delade unge Nydqvists entusiasm för tidens nya möjligheter. Genom Nydqvist blev Holm även tidigt bekant med Johan Lidström. Trion talade mycket om framtiden - nya tekniska lösningar och affärsidéer kopplade till dessa.

Den innovative Johan Lidström hade efter Teknis kommit till *Brevens bruk* i Närke. Där hade han bland annat utvecklat en "ström-snurra", och erhöll patent på denna tidiga vattenturbin 1843. Då bestämde sig de tre för att äntligen börja göra verklighet av sin företagsdröm, en mekanisk verkstad med gjuteri.

Man sökte efter en lämplig plats vid ett vattenfall och skrev 1846 till *Nya Trollhätte Kanalbolag* och hörde sig för om möjligheterna att bygga en verkstad vid de då ännu vilt forsande fallen i Trollhättan. De tre fick omedelbart ett positivt svar. Kanalchefen Nils Ericson ville mycket gärna ha avancerade industrier vid den nya större kanal som byggts förbi Trollhättefallen.

MORMORS PENGAR FINANSIERADE FÖRETAGET

Den drivande kraften i Nohabs grundartrio var *Antenor Nydqvist*. Avgörande för att han skulle kunna vara med i det nya företaget var att hans mormor kunde låna honom pengar genom att sälja sin gård, vilket han till sist förmådde henne att göra. Och till sist kunde firman *Trollhättans Mekaniska Verkstad* bildas. ➤



Nedan. Tre generationer Nydqvist år 1904. Från vänster Antenor Karl Herman Nydqvist (1893-1973), hans farfar Johan Henrik Antenor Nydqvist (1817-1914) och hans far Herman Antenor Nydqvist (1862-1922). Bild från Walter Göranssons bildsamling. Fotograf: Emelie Jacobson.

År 1848 började produktionen. Strömsnurror var kärnan, men de tre grundarna förstod att man måste ta alla typer av beställningar (till och med gravkors) för att överleva. Äran i att inte avvisa någon kund var sedan något som hängde med inom Nohab även då företaget blev en storindustri.

Den första tiden för företaget var tuff. Ungkarlarna Nydqvist och Holm bodde på jobbet, de sov i sina kontorsrum på balkongen ovanför verkstaden. Lidström hade familj och hyrde in sig i en stuga. Men efter något år kunde alla tre grundarna flytta in i ett

nybyggt bostadshus, med gemensamt hushåll där Lidströms fru lagade maten. Även Nydqvists mormor ingick i hushållet.

År 1850 kom koleran till Trollhättan. Den 35-årige Johan Lidström blev ett av de första offren. Uppfinnargeniet Lidströms död chockade kompanjonerna, men Lidströms bortgång tycks inte ha påverkat företagets snabba utveckling särskilt mycket. Firman hade grundats i rätt tid - Sverige blomstrade, och inte minst fanns det en stor efterfrågan på virke, vilket gynnade Nohab som både tillverkade strömsnurror som kunde driva sågverk och lokomobiler, d.v.s. ångmaskiner som visserligen inte var självgående men möjliga att flytta.

LOK OCH DELAR TILL TITANIC

Samma år som Lidström avled öppnade Sveriges första järnväg, Frykstad-Clara Elfi i Värmland. Men Nydqvist&Holm började tillverka lokomotiv först 1865. De första åren var lokproduktionen ganska blygsam men så småningom rullade 50-60 ånglok per år ut från verkstäderna i Trollhättan. År 1912 byggdes det tusende loket. Företaget som då hade 1 300 anställda leddes fortfarande av Antenor Nydqvist som då hunnit bli 95 år gammal. Men även turbinproduktionen hade utvecklats sedan företaget grundades 65 år tidigare. Nohab gjorde exempelvis turbinerna till de första stora statliga kraftverken i Sverige, allra först till det som byggdes i Trollhättefallen 1907.

År 1912 är även ett bra exempel på att Nohab var ett företag som gjorde nästan allt. Det året levererade man bland annat jättelika skruvar till slussarna i Panama-kanalen. 236 skruvar, var och en 9 meter lång och 900 kilo tung. Och så däck, alltså båtupphängningsanordningar, för livbåtarna på *Titanic*.

Nedan. Inspektion av en däck till livbåtarna på Titanic, Olympic och Britannic.





Ovan. Arbetet pågår med inpassning av lager, koppelstänger och vevstakar till "Ryssloken", år 1922. Avbildade personer: nr två fr. vänster Melin Magnus, nr fyra fr. vänster Brendberg Carl, nr sex fr. vänster Lindkvist Adel.

Gamle Antenor avled 1916. I nästan 60 år hade familjen Nydqvist ensam ägt hela företaget, och det blev Antenors son Herman som tog över ledningen. Samtidigt ombildades företaget till aktiebolag och fick nu formellt namnet *Nydqvist & Holm AB* (trots att Holm lämnat företaget redan 1866). Men Nohab var det vardagliga namnet.

JÄTTEORDER FRÅN RYSSLAND

Herman Nydqvists tid som Nohabs ledare blev dock kort. Kriget och de första åren efter blev tuffa för Nohab som tvingades till nedskärningar. Räddningen blev att Lenin med regering i det nya Ryssland, det gigantiska Sovjetunionen, snabbt behövde många tusen nya lok. Nohab fick en order på 1 000 lok! - den största beställning ett svenskt industriföretag fått dittills.

Den som ordnade affären var en ung trollhättefödd affärsman, *Gunnar W. Andersson*. Han fick kontakt med en delegation från Moskva som reste runt och beställde lok i väst. Med ett sovjetiskt förskott köpte Andersson aktiemajoriteten i Nohab av den sjuklige Herman Nydqvist i juni 1920. I oktober samma år skrevs kontrakt. Betalningen (350 miljoner kronor) skulle ske i rent guld.

"Ryssordern" medförde att arbetsstyrkan på Nohab i ett slag ökades från 800 till 2 700 personer. Men det räckte inte. Gunnar W. Andersson tvingades köpa andra fabriker för att klara upp åtagandet. Leveranserna kunde dock ändå inte genomföras i tid, vilket ledde till att ryssarna halverade ordern till 500 lok. I slutändan tjänade Nohab nästan inget alls på ryssordern och stod kring 1925 på randen till konkurs då en ny utländsk order räddade upp situationen. Turkiet beställde 100 lok och 1 500 järnvägsvagnar.

Fler utlandsbeställningar följde, och Nohab blev under mellankrigstiden ett ännu mer tydligt exportinriktat företag. Gunnar W. Andersson däremot avgick som vd 1926 och sålde Nohab till nya ägarintressen. År 1930 ville staten att Sverige skulle ha en egen flygmotorproduktion. Frågan gick till den innovativa och flexibla "verkstan" i Trollhättan som startade *Nohab Flygmotor* - det

företag som senare i många decennier hette *Volvo Flygmotor*. År 1937 ville staten få i gång svensk militär flygplanstillverkning, och igen gick frågan till Nohab som då bildade *Svenska Aeroplan Aktiebolaget*. *Saab* var under sina första år inrymt i Nohab-verkstäder i Trollhättan, innan produktionen flyttades till Linköping 1939. Samtidigt hade Nohab fått en ny ägare, Bofors AB, och företagsnamnet ändrades till *Bofors-Nohab AB*.

Efter andra världskriget såg Nohab som så många andra företag ljus på framtiden. Bland annat byggdes en stor forsknings- och utvecklingsavdelning i anslutning till verkstäderna i Trollhättan. Där skulle Nohabs framtid säkras, och i labbet arbetade man bland annat med utveckling av atomreaktorer på 1950-talet, samtidigt som företaget levererade sina sista ånglok till SJ.

Men Nohab skulle inte gå någon lysande framtid till mötes. Kanske var det i längden olyckligt för det en gång så innovativa Nohab att bli ett dotterbolag i en stor och sluten koncern som *Bofors*. I Trollhättan tyckte man inte alltid att koncernledningen i Karlskoga förstod vad Nohab handlade om - flexibel produktion i en kreativ anda. Sakta men säkert nedrustades den stolta "verkstan" i Trollhättan. Det sista loket, det 3 067:e i ordningen, som var ett ellok, levererades till NSB i Norge 1980.

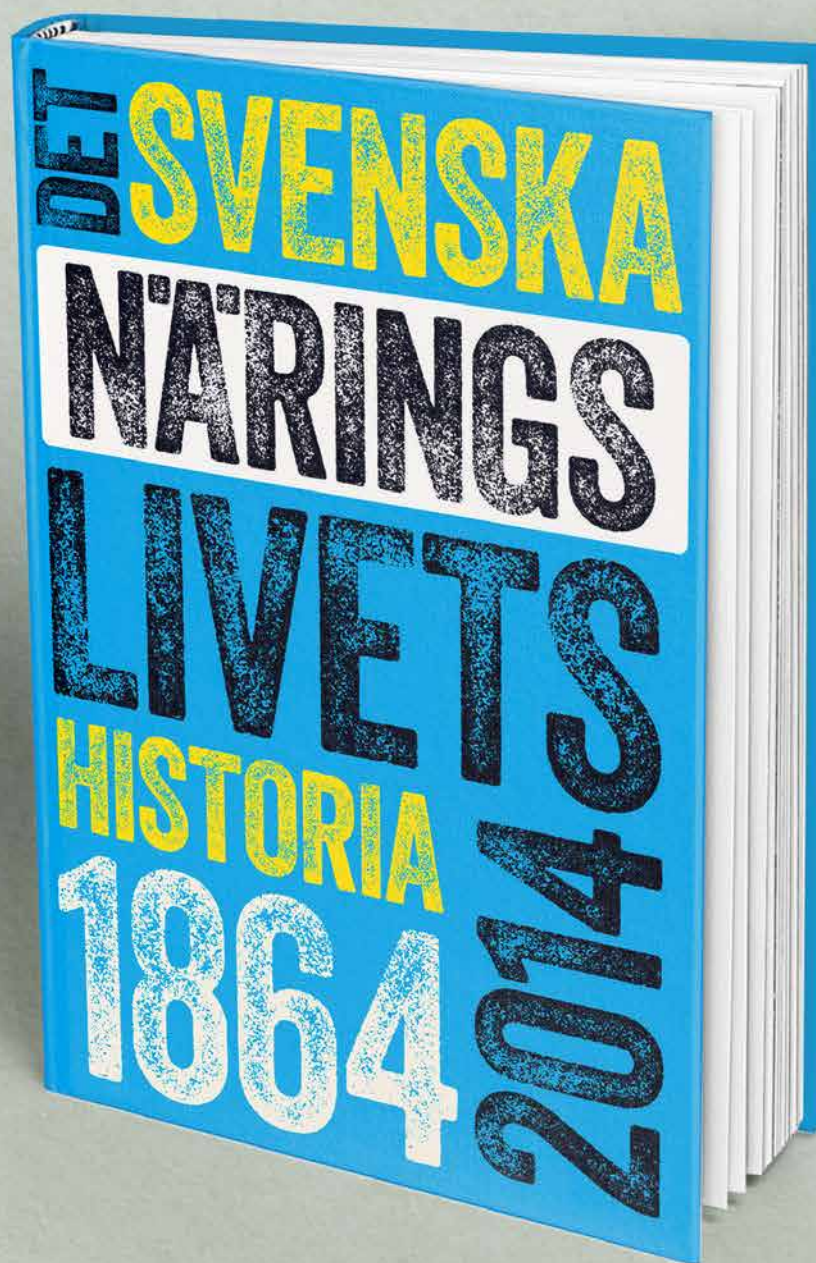
FÖRSÄLJNING OCH AVVECKLING

Till sist återstod bara tillverkning av turbiner och dieselmotorer. År 1985 sålde Bofors Nohab till finska *Wärtsilä*, och det nästan 140-åriga företaget gick definitivt i graven.

Under 1990-talet avvecklade Wärtsilä all verksamhet i Trollhättan, och Nohabs fabriksområde blev stående tyst. Men så småningom fylldes lokalerna med nytt liv, bland annat *Film i Väst* med omfattande långfilmsproduktion ("*Trollywood*"), *Saabs bilmuseum* samt *Innovatum*, en stiftelse som driver ett teknik- och naturvetenskapscentrum och som även försöker förvalta minnet och arvet efter företaget Nohab som grundades 1847. •

NY BOK: SÅ FÖDS DET MODERNA SVERIGE

Några av våra främsta ekonomhistoriker skildrar företagens och välfärdens framväxt under 150 år. Boken utkommer på *Dialogos förlag*.



CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

FRÅN *Abba* TILL *Önos*

FÖRETAGSNAMN. Många svenska företagsnamn rymmer en intressant historia. Här är bakgrunden till några välkända **företagsnamn** - från Abba till Önos.

TEXT ANDERS JOHNSON



ABBA har sitt ursprung i den handel med fisk som *Christian Gerhard Ameln* startade i Bergen 1838. Huvudkontoret flyttades till Stockholm på 1850-talet och 1906 inregistrerades företaget *AB Bröderne Ameln*, vilket förkortades till varumärket Abba.



BILD UR LRF:S ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS- OCH HISTORIA

ADDÖ (latin för jag adderar) var en tillverkare av räknemaskiner grundad av *Hugo Agrell* i Malmö 1918. Företaget köptes av *Facit* 1966 och var Malmös näst största arbetsplats 1970. Året efter kom Facitkrisen. Sista räknemaskinen i Malmö tillverkades 1972.



ASSA ABLOY är världens största låsföretag. *Assa* (*AB August Stenman*) grundades i Eskilstuna 1881. 1994 fusionerades Assa med finska *Abloy*, vars namn är en förkortning av svensk-finska *AB Låsfabriken Lukkotehdas Oy*.



BILD UR ATLAS COPCOS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS- OCH HISTORIA

ATLAS COPCO har rötter i *Atlas*, grundat i Stockholm 1873 för att tillverka järnvägsvagnar och i *Diesels Motorer*, grundat 1898 i Nacka. Företagen slogs samman 1917 till *Atlas Diesel*. Atlas-delen kom successivt att övergå till produktion av tryckluftsutrustning och dieselverksamheten såldes 1948. Nu kunde man knappast heta Atlas Diesel längre. I stället bytte företaget namn till *Atlas Copco* 1956. Namnet *Copco* är en förkortning av *Compagnie Pneumatique Commerciale*, ett företagsnamn som ursprungligen fanns på ett belgiskt dotterbolag.



BILD UR ICA:S ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS- OCH HISTORIA

BOB lanserades 1952 och står för *Billigt Och Bra*. Det lanserades av *Kumla Fruktindustri*, grundat av ICA-handlaren *Frank Olof Jansson* 1949.

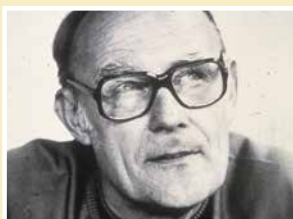
BRIO 1884 grundade *Ivar Bengtsson* ett företag som kring sekelskiftet var störst i landet på korgvaror. 1902 flyttade han till järnvägsorten Osby i Skåne och 1907 utvidgades sortimentet med en leksakshäst i trä. 1908 överlät Ivar rörelsen till sönerna *Victor, Anton* och *Emil* för att få de äldre bröderna att ge upp tanken på att emigrera till USA. Företaget döptes om till *Bröderna Ivarsson i Osby*, vilket sedan 1930 i förkortat skick är varumärket *Brio*.



ESSELTE Sveriges Litografiska Tryckerier (SLT) var en tryckerikartell skapad 1913. 1970 bytte företaget namn till *Esselte*.



GEVALIA är det latinska namnet för *Gävle*. Det blev 1920 namn på Sveriges första kaffe som såldes rostat och paketerat som märkesvara. Det lanserades av *Victor Engwalls handelshus* som hade grundats i *Gävle* 1853 och som bland annat blev en viktig importör av kaffe och andra kolonialvaror.



IKEA är som bekant en förkortning för *Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd*, alltså namnet på grundaren och hans adress. Notera att *Agunnaryd* ligger i *Ljungby* kommun men de är så storsinta så att de låter världen tro att *IKEA* grundades i *Älmhult* 1943.



HENNES & MAURITZ grundades av *Erling Persson* 1947 när han öppnade den första dammodebutiken i Västerås med namnet *Hennes*. 1965 köpte han jakt- och vapenaffären *Mauritz Widforss* för att kunna expandera *Hennes*butiken vid *Hötorget* i *Stockholm*. Med köpet följde ett lager herrkläder och *Persson* började nu även sälja herrkläder i butiker som fick heta *Mauritz*. Företaget bytte därför namn till *Hennes & Mauritz*, sedermera förkortat till *H&M*.



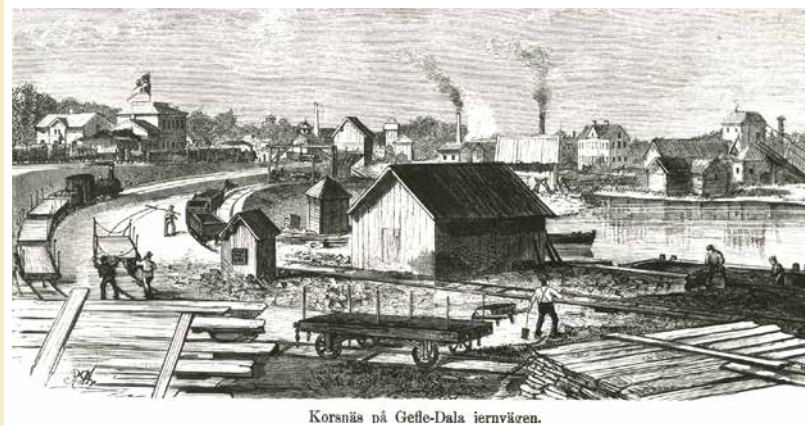
JOFA i *Malung* hette ursprungligen *Jonssons Fabriker*. Företaget grundades av 17-åriga *Niss Oskar Jonsson* 1926. Fadern var sadelmakare och *Niss Oskar* började tillverka skidstavar, bindningar och skridskoremmar av spillmaterial från skinnindustrin. *Jofa* blev världsledande på ishockeyutrustning, en utveckling som inleddes genom att man 1963 fick världspatent på en hockeyhjälm. Tillverkningen i *Malung* är numera nedlagd.



Investment AB Kinnevik

KINNEVIK kommer av den östra del av Vänern som ligger norr om Lidköping. *Wilhelm Klingspor* var ägare till ett sockerbruk i Lidköping. 1923 grundade han rederiet *Kinnevik* för brukets transporter. 1936 sålde han sockerrörelsen och bildade tillsammans med advokat *Hugo Stenbeck* ett investmentbolag som fick överta namnet Kinnevik. Hugos son, Jan, skulle med Kinnevik som bas bli en av det sena 1900-talets mest dynamiska entreprenörer.

BILD UR SVENSKA HANDELSBANKENS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGS- OCH LIVSHISTORIA



Korsnäs på Gefle-Dala järnvägen.

KORSNÄS ligger i Bomhus söder om Gävle. Orten *Korsnäs*, som företaget är uppkallat efter, ligger söder om Falun. Här grundades Dalarnas första ångsåg 1858. När Dalälven blev flottningsbar nästan ända ner till kusten behövde man inte längre använda järnvägen. I stället flyttades huvuddelen av *Korsnässågen* till Bomhus 1899. Landets längsta flottningsränna anlades från älven till sågen.



LUXOR *Axel Holstensson* i Motala grundade företaget *Luxor* 1923 som blev Sveriges ledande tillverkare av radio- och tv-apparater. Företagsnamnet återspeglar intresset för antikens Egypten efter att Tutankhamuns grav hittats i närheten av Luxor.



MACK är bildat av initialerna till *N.P. Mathiasson*, *Oscar Andersson*, *Gunnar Collin* och *Helmer Key*. 1916 grundade de *AB Mackmeter* i Midsommarkransen i Stockholm för att tillverka en bensinpump med automatisk mätapparat. Den hade upfunnits 1912 av *Oscar Andersson*. På pumparna stod "MACK" ingjutet, vilket ledde till att namnet kom att bli synonymt med bensinstation.



SCANIA är det latinska namnet på *Skåne*. Men företaget ligger i Södertälje. Förklaringen är att det bildades genom en sammanslagning 1911 av *Vagnfabriks AB* i Södertälje (*Vabis*) och *Maskinfabriksaktiebolaget Scania* i Malmö. På 1920-talet koncentrerades verksamheten till att framställa tyngre fordon i Södertälje. 1969 skedde namnbytet till *Scania*.

SIBYLLA *Oskar Lithell* grundades av en charkuteriaffär i Kumla 1907 som har utvecklats till en stor livsmedelsindustri. 1932 lanserades varumärket *Sibylla*, samma år som prins *Gustaf Adolf* gifte sig med *Sibylla*.

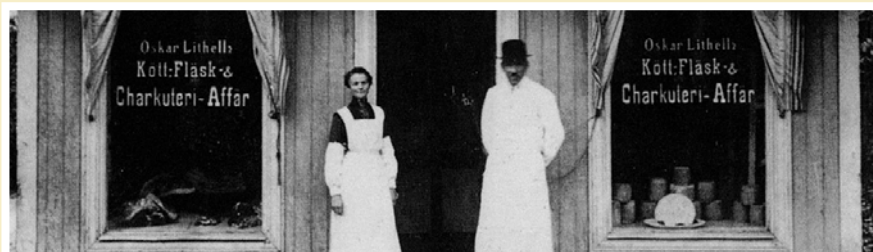


BILD LITHELLS.SE



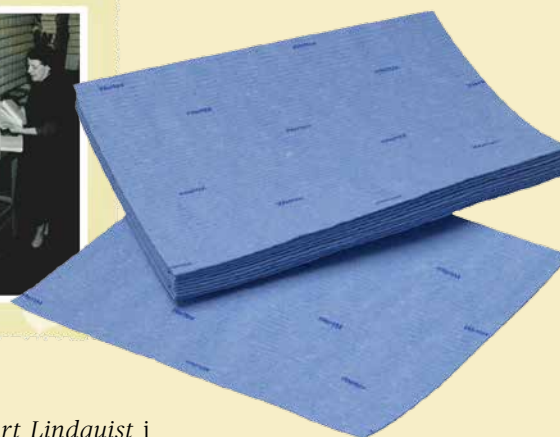
STENA 1939 grundade *Sten A Olsson* i Göteborg handelsbolaget *Sten A Olsson Metallprodukter*. Företaget handlade med skrot och metaller. *Stena Metall* är idag Nordens ledande företagsgrupp inom återvinning och miljöservice. 1962 startade han färjerederiet *Stena Line*.



STIGA grundades som grossistföretag 1934 av *Stig Hjelmquist* i Tranås. Tio år senare startade han tillverkning av bordtennisprodukter, 1957 av bordshockeyspel och 1958 av gräsklippare.



TRANGIA *John E Jonsson* i byn Trång, Jämtland, började tillverka kokkärl i aluminium 1925, vilket i dag är *Trangia* som tillverkar stormkök till friluftsmänniskor över hela världen. Företagsnamnet är en förkortning av "Trång i aluminium".



WETTEX Ingenjören *Curt Lindquist* i Norrköping utvecklade 1949 en hushållsduk med en uppsugningsförmåga upp till 15 gånger sin egen vikt. Den kom att säljas under varumärket *Wettex*, vilket är en sammandragning av "wet textile" (våt textil).



VOLVO är latin och betyder "jag rullar". Det var ursprungligen namn på ett dotterbolag i SKF-koncernen. När *Assar Gabrielson* och *Gustaf Larson* med SKF:s stöd skulle grunda ett bilföretag 1926 fick de överta det vilande dotterbolaget.



ÖNOS grundades i Tollarp, Skåne, 1903 när *Ragnar Wollin* började tillverka nattvardsvin. Önos är skånskt uttal på grekiskans *oinos* = vin.

Höger. Reklamtryck för brandförsäkring, 1950-tal. Ur Länsförsäkringar Stockholms arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Elden är LÖS!

TEXT MIKAEL LÖNNBORG

INNOVATIONER. Hur gammal är din brandsläckare? Försäkringsbolag brukar fråga det, men det nämns sällan att själva modellen för en kolsyresläckare är över hundra år gammal. Den var också en innovation som efter stort motstånd nådde marknaden.





Ovan. Trädgårdsföreningens restaurang i Göteborg brinner ner till grunden 1965. Ur Skandias arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



Det svenska företaget AB Lux ("ljus" på latin) bildades 1901 för att exploatera den så kallade Lux-lampan. Det var ett sätt att skapa belysning som först hade uppfunnits av en David Kempe och därefter vidareutvecklats av ingenjören H. Rustige. Luxlampan var en typ av fotogenlampa där lågan fick en metallstrumpa att glöda och ge ljus. Själva fotogenen trycktes fram till brännaren av flytande kolsyra. Det starka skenet från lampan användes för gatubelysning men installerades också i fyror, exempelvis i Landsorts fyr 1907.

Företaget Lux var helt beroende av denna enda produkt. År 1912 utvecklade Rustige emellertid också ett brandsläckningssystem som spåddes bli en revolutionerande produkt. Systemet var liksom de tidiga lampmodellerna baserat på kolsyra, i detta fall flytande minus 79-gradig sådan. Efter många och långa förhandlingar fick Rustige ett kontrakt med Lux som lovade honom 5 procent av intäkterna på försäljningen.

Systemet var främst avsett för att bekämpa eldsvådor där det var svårt eller olämpligt att använda traditionella släckningslösningar med vatten, exempelvis på vindar, i lastrum på fartyg och vid släckning av brinnande olja, bensin och fotogen.

FRAMGÅNGSRIKA FÖRSÖK

Efter vissa tveksamheter från flera skilda patentverk godkändes och patenterades uppfinningen i Sverige, Tyskland och Storbritannien. Därefter var det dags att introducera systemet för marknaden. För att övertyga försäkringsbolag, brandmyndigheter och vet-



Ovan. Brandsläckare förevisas på en brandövning 1971. Ur Skandias arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

enskapsmän om systemets förträfflighet, anordnade Lux demonstrationer i såväl Sverige som i Tyskland. Dessa översteg alla förväntningar och väckte stort uppseende bland branschens företrädare. Med rätta trodde Lux att produkten totalt hade revolutionerat brandsläckningsväsendet, vilket givetvis skruvade upp förväntningarna hos såväl Lux som ingenjör Rustige om framtida rikedomar.

Ytterligare ett försäljningsargument som användes av Lux var att systemet skulle reducera brandkårens "slaggprodukt" - det vill säga vattenskador. Dessa kostade ofta mer än värdet på den egendom som förstörts i bränderna. Men icke. Motståndet kom främst från två skilda håll, dels brandväsendet, dels från försäkringsinspektionen (som sedan 1991 är en del av finansinspektionen).

ELD OCH SKÅDESPEL

Så hände det. Till *Stockholms brandkårs* förfogande hade Lux ställt en lastbil fullt utrustad med den nya tekniken. Av en ren tillfällighet - och anledningen till att historien finns bevarad - passerade en av Lux chefer brandkårens insatsstyrka vid en pågående vindseldsvåda på Strandvägen i Stockholm. Kolsyrevagnen från Lux hade också anlänt till platsen, och brandmännen var fullt

upptagna med att dra slangarna uppför trapporna i huset. Men då anlände brandchefen, som hette *Axel Svinhufvud*. Han beordrade genast och högljutt undan kolsyrevagnen med orden "*bort med det där skräpet*". I stället restes stegar, och brandmän klättrade upp, högg hål i taket och attackerade brandhärden med rikliga mängder vatten.

Sent omsider släcktes branden. En stor del av vinden var nedbränd, taket demolerat och flera underliggande våningar helt förstörda av vattnet. Lux-chefen ansåg att det var uppenbart att dessa kostnader kunde ha undvikits om man i stället använt kolsyra för bekämpning av eldsvådan. Han drog slutsatsen att brandchefen tyckt att branden skulle ha släckts alltför snabbt och inte tillräckligt spektakulärt med den effektiva kolsyran. Eldsvådor var ett uppskattat skådespel hos allmänheten, och brandkåren ville gärna passa på med kombinerad ögonfägnad och styrkedemonstration inför den månghövdade publiken, och till det syftet passade vatten bättre än kolsyra.

MYNDIGHETER TVEKAR

Även försäkringsinspektionen var tveksam till systemet, främst när det gällde att bekämpa bränder i lastrum på fartyg. ➤



Enligt en av brandingenjörerna på inspektionen kunde systemet inte tillåtas, eftersom det efter släckningen skulle vara omöjligt att avlägsna gasen ur lastutrymmet. Kolsyra var ju tyngre än luft och skulle därför stanna kvar på botten, resonerade han.

Chefen vid Lux återopade emellertid den franske fysikern *Gay-Lussacs* lag, som säger att gaser diffunderar, det vill säga hastigt blandar sig med varandra. Om inte denna fysiska lag förekom skulle den stora mängden kolsyra i atmosfären sjunka ned till jorden och göra planeten obeboelig. Inte ens detta argument räckte för att övertyga försäkringsinspektionens representanter. Följden blev att *Tarifföreningen* inte beviljade någon premiened-sättning för användning av kolsyresystemet, och den förväntade försäljningssuccén frös inne.

FRAMGÅNG TILL SLUT

Trots allt motstånd lyckades Lux slutligen att introducera uppfinningen - men då genom att sälja den till USA. Där blev systemet obligatoriskt och infördes på alla fartyg, och tack vare detta fick ingenjör Rustige på gamla dagar äntligen utdelning på sin konstruktion.

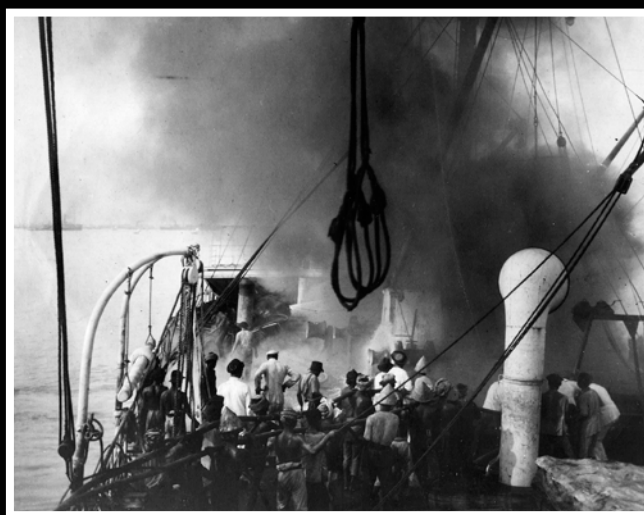


Ovan. Brandchef Axel Svinhufvud.
Bild från Etnografiska museet.

Till historien hör också att den tidigare nämnde brandchefen Svinhufvud faktiskt ändrade sig med tiden och blev en av kolsyresystemets varmaste anhängare i Sverige. Axel Svinhufvud (1867-1939) var chef för *Stockholms brandkår* 1911-1932 och en man med många talanger och erfarenheter. Tidigare hade han varit anställd vid Belgiska Kongostatsens tjänst. Vid sidan av hans normala värv som brandchef agerade han också som skådespelare och medverkade 1922 i filmen *Luffar-Petter*, där han spelade - en brandchef.

Av episoden kan vi lära att reaktionära tendenser finns i de flesta samhällslager. Även brandkårer och inspektionsmyndigheter har tidigare varit ytterst konservativa i sin hållning till innovationer och ibland fördröjt utvecklingen på brandsläckningsområdet. Dessutom visar historien den gamla tesen att det är svårt att vinna erkännande på hemmamarknaden.

Det är inte lätt att gå från en briljant idé till en färdig produkt, men inte ens där slutar en innovatörs bekymmer. Det är möjligt att ha en helt revolutionerad produkt. Men det är många olika aktörer som måste övertygas före och efter lansering för att innovationen ska bli framgångsrik. •



Ovan. Kolsyresläckaren fick sitt genombrott som brandsläckare på fartyg i USA. Bild från en fartygsbrand 1928-1929. Ur Skandias arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Mikael Lönnborg är førsteamanuensis, Senter for næringslivshistorie (SNH), Institutt for innovasjon og økonomisk organisering, BI Handelshøyskolen (Oslo) och docent Avd. för företagsekonomi, Institutionen för samhällsvetenskaper, Södertörns högskola.

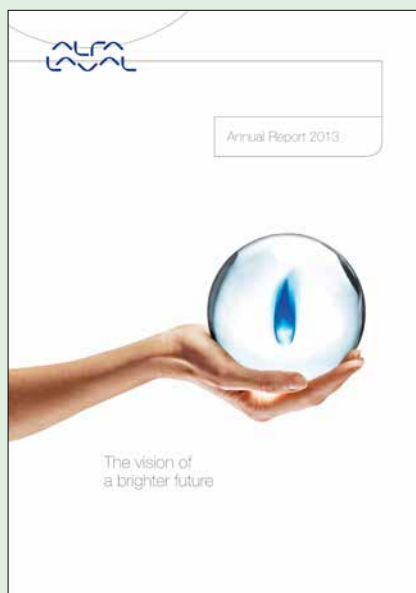
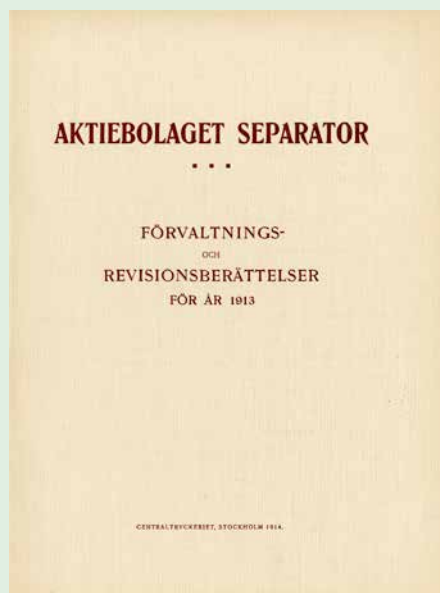


FÖRETAGSSPRÅKET *har* LEDAR- TRÖJAN

TEXT LARS MELIN
BILD UR ALFA LAVALS
ARKIV HOS CENTRUM FÖR
NÄRINGSLIVSHISTORIA



FÖRETAGENS SPRÅK. Årsberättelser är kanske inget man förknippar med ett särskilt livfullt språk, men faktum är att det är i företagsspråket vi kan hitta några av de snabbast spridda uttrycken just nu.



Vänster. Årsredovisningarna från Alfa Laval har förändrats en hel del från 1913 till 2013.

I ett företags historia är 100 år en evighet. Ett normalt svenskt ingenjörsföretag från förrförra seklets slut har utvecklat gamla produkter och introducerat nya, etablerat en global närvaro och funnit nya marknader och kundsegment, specialiserat och automatiserat produktionslinjerna, förfinat management och försäljning och i regel mångfaldigat sin intjäningsförmåga. Ingenting är sig likt. Men språket, vad händer med det under samma tid? Inte mycket. Vi läser ju obehindrat författare som *Strindberg*, *Selma Lagerlöf* och *Hjalmar Söderberg*. Och vi är väl alla medvetna om mormorsteorin: tre generationer måste kunna samtala med varandra problemfritt om vardagspusslet ska gå ihop.

KORTARE, GLOBALARE OCH TRENDIGARE

Men det finns ett mellanting mellan det snabbfotade företaget och det tröga språket: företagets kommunikation. Vi tar ett litet stickprov och ser vad en snabb kontroll kan ge. Vi skådar tillbaka i tiden till den 6 maj 1914 då *Aktiebolaget Separator* höll årsstämma. Deltagarna hade ett tunt, grått och garanterat charmlöst häfte i händerna: Förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1913. I häftet på 13 sidor, fanns nästan bara tabeller, det som i dag kallas *"The numbers"*. Men först och sist finns två korta texter på ca 200 ord, just förvaltnings- och revisionsberättelsen.

Hundra år senare bläddrar deltagarna vid Alfa Lavals (nytt namn på samma företag) stämma i en tung bok på 144 sidor med ett överflöd av siffror, diagram, bilder och texter, allt förföriskt formgivet och tryckt på glassigt papper. Företagets kommunikation har genomgått samma drastiska omvandling som produkterna och befinner sig alltså miltals framför det sälliga språket.

Men språket då, bara orden och meningarna? Vi tar ett smakprov från 1913 och jämför med 2013. Det borde räcka med en mening, vi väljer den allra första i de två årsredovisningarna.

1913, bolagets trettioförsta verksamhetsår, har haft ett normalt förlopp, och arbetstiden har därunder ej var på något sätt störd, och, som af nedanstående siffror framgår, har årsresultatet varit tillfredsställande.

Hundra år senare, 2013, kunde vi läsa följande text:

Alfa Laval har varit verksamt sedan slutet av 1800-talet, med visionen att kunna bidra till att förbättra förutsättningarna för människors vardag.

Båda texterna blickar bakåt för att strax blicka framåt, båda håller stolt upp sina produkter och resultat. Men det finns tre tydliga trender, väl synliga i våra ultrakorta smakprov: *Kortare* - *Globalare* - *Trendigare*.

Med 144 sidor mot 13 står det ett-noll i korthet, men man kan mäta på annat sätt. Den gamla texten har 30 procent längre meningar och 10 procent längre ord. (Ännu mer om man räknar på ett längre textparti.) Det ger ett sävligt tempo som förstärks av ordförrådets karaktär. Bara på det här korta smakprovet kan man se en tydlig trend: ord som *verksamhetsår* skulle i en modernare text bli *period*, och *förlopp* bli *process*. Numera föredrar vi romanska ord (latinska och franska ofta via engelska ord) framför germanska. Det är de romanska som har en air av global business. De germanska luktar tysk tråkighet.

De ord som fångar vår uppmärksamhet är dock lite annorlunda. I den äldre texten har vi bedagade ord som *därunder* och *sistlidne*, och i den yngre har vi ett poppigare ord som *vision*. Detta är ett termliknande ord utan någon etablerad definition.

För ord som *vision*, *momentum* och *fokusera* är det snarast bristen på definition, luddigheten, som är utmärkande. Och orden brukar kallas jargong eller modeord. Sådana ord trivdes inte bra i den formella ton som präglade tidigt nittonhundratalspråk. Men nu är de en markör för trendriktigt språk, ett aktivt språk på banan. På dessa punkter följer företagets språkbruk allmänspråkets utveckling.

FÖRETAGSSPRÅKET ACCELERERAR

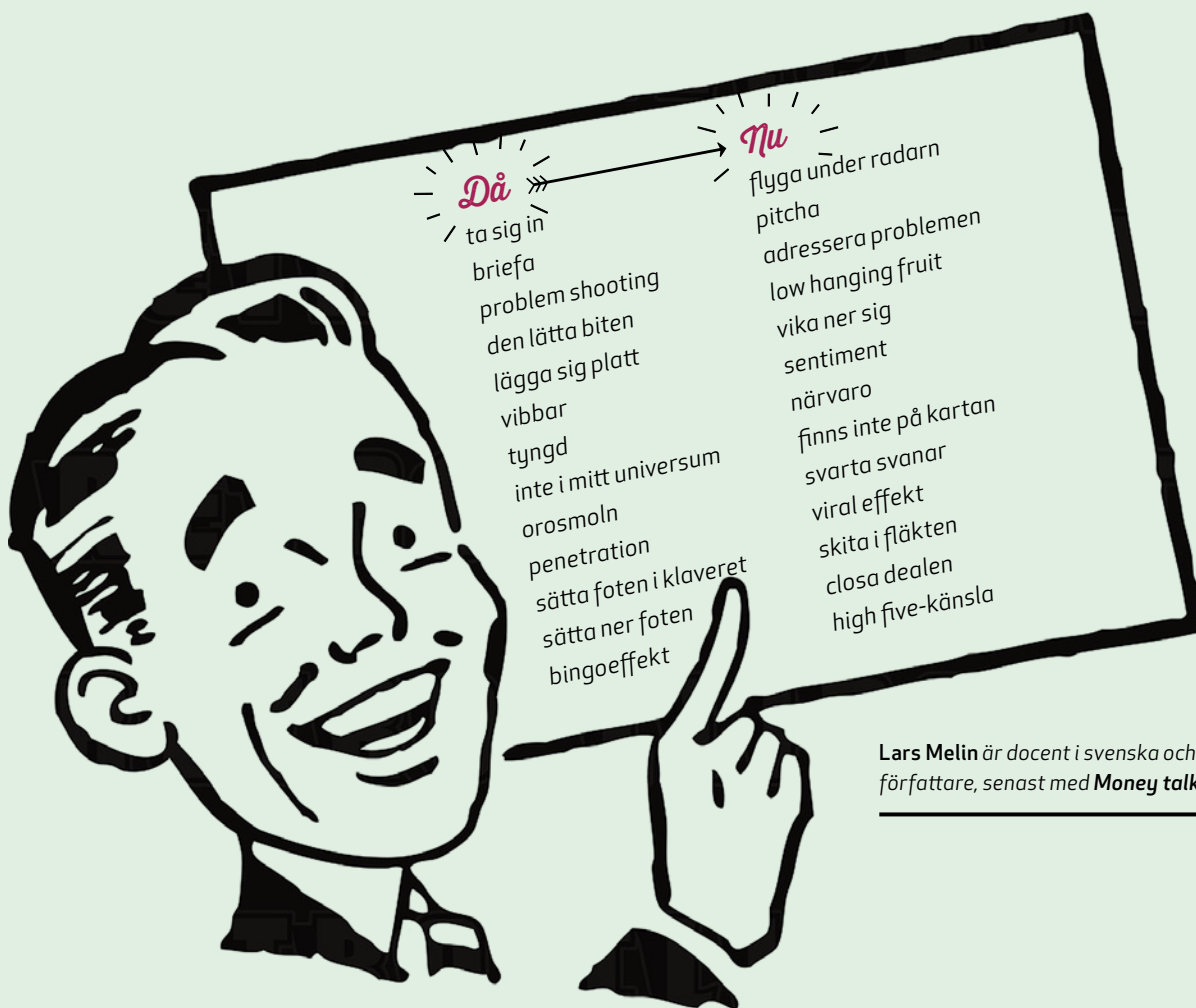
Ok, företagets språk har också förändrats. Efter 100 år blir språket globalare, kortare och lite jargongigare. Men so what?

Jo, det intressanta är hur företagets språk under de senaste årtiondena lagt i en ny växel och accelererat i just dessa riktningar, mycket snabbare än allmänspråket. På bara några få år har vi kunnat iakta hur ganska vanliga jargonguttryck förändrats: Ord har, som så mycket annat, cykler. Redovisa resultat har blivit leverera som har blivit *prester* som har blivit *performa* som strax blir...? Ja, vi får snart se. Det brukar ta cirka fem år, ungefär som en konjunkturcykel, för ett ord att *rusa*, *peaka* och sedan plana ut och ersättas av ett nytt.

Och ännu mer spännande är att se hur företagets språk inspirerar annat språk. Det är vanligt att till och med organisationer och myndigheter - även dagis och kyrkorådet - *räknar på*, *finansierar*, *investerar*, *räknar hem*, *går runt* och *rundar regler*. Även politiker hänger på trenden. Förr *sonderade* politikerna *möjligheterna* att *äska medel* för en *genomgripande reform* i enlighet med organisationens *grundvärderingar*. Nu *tittar de på öppningar* för att *ta höjd* för ett *projekt* som kan stärka *varumärket*. Förr *förankrade* de det, nu *säljer de in* det, förr *föredrog* de *ärendet*, nu *pitchar de idén*. Och det gäller både röda, blå, gröna och andra politiker.

Det är till och med helt normalt att ett nyförälskat par vill *satsa på sin relation* och ser äktenskapet som en *win winsituation* med ett par ungar som *bonus*. Faktum är att vi alla *knyter nätverk*, *säljer in oss själva* och *vårdar våra varumärken*.

Efter 100 år är det företagsspråket som har ledartröjan, som springer lite fortare än annat språk och som inspirerar andra användningsområden. •



Lars Melin är docent i svenska och populärvetenskaplig författare, senast med **Money talks**. Morfem förlag 2013.

Ur arkivet



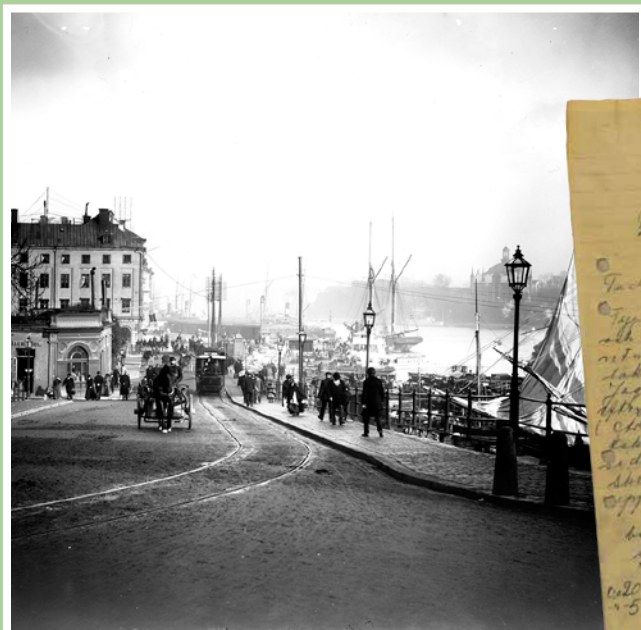
Medarbetarna på Centrum för Näringslivshistoria väljer ut sina personliga favoriter bland arkivens skatter.

ETT SVUNNET STOCKHOLM

Glasplåtens stora format ger fotografiet djup och detaljer. Vyn visar utsikten ungefär från dagens stadsmuseum i Stockholm - då Västra Slussgatan och Brunnbacken - ned mot Gamla stan och Skeppsbrons södra del. Det är en bild att gå in i. Man upptäcker detalj efter detalj. Se på spårvagnen och dess enkelspår. Inga oplanerade möten här, inte. Och se på alla segelskutor, som fortfarande ser Skeppsbron som den normala kajen att lägga till vid. Vad kan de ha levererat till Stockholms borgare?

Fotografiet från 1896 är del av SARA:s (*Sveriges allmänna restaurangbolag*) arkiv. De lokala föregångarna till SARA grundades i bland annat Stockholm på 1910-talet för att höja vanor och standard hos de så kallade folkrestauranterna, och minska alkoholmissbruket. I SARA:s arkiv finns en mängd äldre fotografier av Stockholmsmiljöer från slutet av 1800-talet, så de måste vara tagna innan folkrestauranger eller SARA ens var påtänkta. Hur det kommit att tas om hand av SARA är inte dokumenterat.

Ur SARA-bolagens arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.
Utvänt av arkivassistent Jessica Wahlén.

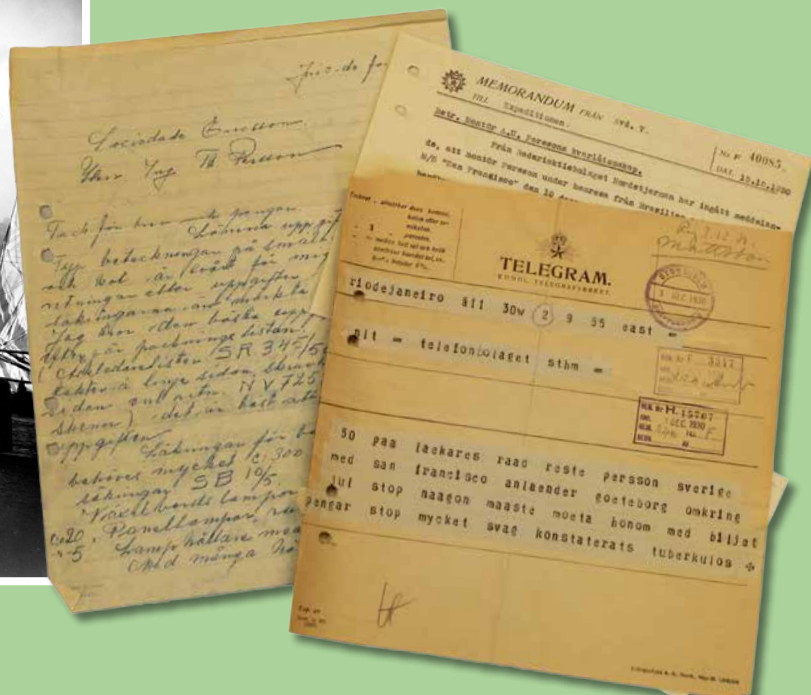


BEVARAD MOTGÅNG

Ofta talar vi bara om framgångar men i företagshistorien finns naturligtvis också motsatsen. För montören *Anders Ugo Persson* slutade det tragiskt. Hans olyckliga Brasilienresa finns dokumenterad i korrespondensen mellan honom och hans chefer på *LM Ericsson* i Sverige.

Persson sändes till Brasilien 1929 med uppgift att svara för uppförandet av en växelstation. Men problemen satte in redan från början; utrustningen fastnade i den brasilianska tullen. Sedan tillkom komplikationer med de arbetare som skulle bygga upp växeln. Till råga på allt blev Persson sjuk. I rapporterna och brevväxlingen med Sverige kan vi följa hans otacksamma slit och företagets frågor och krav under ett och ett halvt år. Till slut, när hälsan och pengarna var förbrukade, lyckades Persson få en plats på ett fartyg hem till Sverige. Men då ingick villkoret att hans arbetsgivare skulle möta upp på kajen hemma i Stockholm och lösa ut honom ekonomiskt. Det behövde inte LM Ericsson göra. Under överfarten över Atlanten avled nämligen *Anders Ugo Persson*, och fick en sjöbegravning på plats.

Ur Ericssons arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.
Utvänt av vice vd Krister Hillerud.



Företaget *Archimedes* började med utombordare 1912. Företaget såldes därefter till *Electrolux* men utombordartillverkningen hamnade så småningom hos *Volvo Penta*. Volvo hade köpt upp maskinföretaget *Pentaverken*, som var framgångsrika med att tillverka utombordare, och skapat Volvo Penta.

Reklambilden med kvinnan och motorn ger en stämning av problemfritt sextital, skinande sommarsol och billig bensin. En åskådare kan nästan tro att paret dansar en mjuk skärgårdsvals. Den är också något av ett skolexempel på bipolära motsatsers kraft i reklamen: kvinnligt mot manligt, mjukt mot hårt, ljust vitt mot en mörkt molngrå bakgrund. En bild från en tid innan diskussioner om könsstereotyper tagit fart.

Ur Archimedes arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.
Utvalt av webbmaster Åsa Holmgren.

"Inplanering av tryckning" står det lite torrt som överskrift på de dokument som åtföljer tygproverna från *Mah-Jong*. Kontrasten mellan de exakta, lite torra specifikationerna och tygprovernas intensiva färgexplosion kunde inte bli större. Mönstren, materialen och färgerna minner om en tid av omprövningar, ifrågasättanden och radikal debatt. Bara det att kläder för vuxna skulle kunna göras av plysch...

Färgernas namn låter oss också ana tidens ideal: *nattblå, plommon, violett, cerise*. Kombinationer som några år tidigare hade ansetts som omöjliga blir nu högsta mode. Modeförresten, Mah-Jong hade som mål att avskaffa modeväxlingarna med sina naturliga material och enkla snitt som skulle finnas under lång tid. Företaget skapade sin egen framgångsrika nisch, men fick slutligen upphöra med verksamheten 1976 efter att ha varit verksamt i tio år. Det blev för dyrt att låta sy kläderna i Sverige, och inhemsk produktion var en av Mah-Jongs grundvalar.

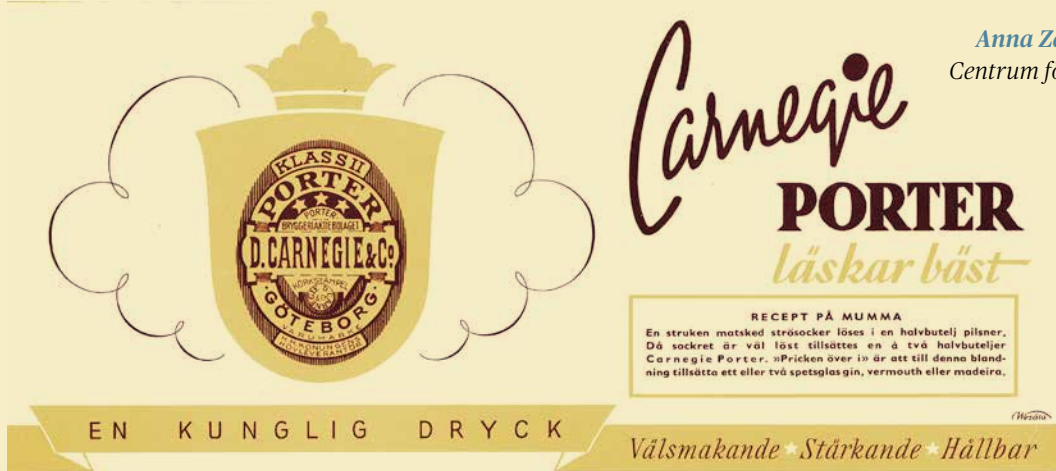
*Ur Vamlingbolagets arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.
Utväldt av arkivarie Linda Israelsson.*

FÖRETAGSHISTORIA / 03 / 14



FRÅGA: Vilket är det äldsta varumärke som fortfarande finns kvar på marknaden i Sverige? / **Elisabeth**

SVAR: Carnegie Porter är idag det äldsta existerande och bevarade varumärket i Sverige. Etiketten som vi känner till idag bygger på den etikett som började användas kring 1870. Det var Porterbryggeriet AB D Carnegie o Co. som ursprungligen bryggde Carnegie Porter. Pripp & Lyckholm köpte majoriteten i Porterbryggeriet AB D Carnegie o Co. 1928. Portern är ursprungligen en 1700-talsdryck från London och ordinerades som medicin, bland annat mot smärta i magen. I Sverige kunde Carnegie Starkporter endast köpas på apoteken och var receptbelagd fram till 1955.



Anna Zeuthen, arkivarie hos Centrum för Näringslivshistoria

BILD UR CARLSBERGS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

HAR DU OCKSÅ EN FRÅGA OM FÖRETAGSHISTORIA? KONTAKTA REDAKTIONEN@FORETAGSHISTORIA.SE



Gå med i Centrum för Näringslivshistorias vänförening! Ett medlemskap stöttar bevarandet av näringslivets historia och medlemmarna ges möjlighet att uppleva företagshistoriskt intressanta miljöer, bekanta sig med unikt arkivmaterial och träffa en och annan näringslivsprofil av idag. Och inte minst - att under trevliga former träffa andra med samma intresse för företagshistoria. Medlemskapet kostar 280 kr/år och då ingår även en prenumeration på tidskriften Företagshistoria.

Läs mer på naringslivshistoria.se/vanforeningen.

SÄLLSKAPET NÄRINGSLIVSHISTORIENS VÄNNER

Minnet

När livet är lite tungt och motigt, sådär som det kan vara ibland, så ekar orden ”sprattla på Malin, sprattla på” i mitt bakhuvud. Det är ett uttryck som Gustaf Dalén, min farfars far myntade och som har använts flitigt i familjen i generationer därefter.



För nog är det så att gemensamt för de som lyckas med något stort är att de har misslyckats med mycket längs vägen, dock utan att tappa tron på sin förmåga. Gustaf kämpade mycket. Inte bara med alla hundratala uppfinningar han lämnade efter sig, utan även med livet. Det började i skolan där han blev utdömd som svag på grund av sin dyslexi. Han gav inte upp, han sprattlade vidare. Senare förlorade han synen i en olycka, bara 43 år gammal. Han gav inte upp, han sprattlade vidare. Han förlorade nästan allt han byggt upp under Krügerkraschen. Han gav inte upp, han sprattlade vidare. Det var vid Krügerkraschen som han berättade historien om grodorna för människor han träffade som höll på att förlora hoppet. Historien går så här: Två grodor hade hamnat i en skål med grädde. En var optimist och en var pessimist. De försökte hoppa ut ur skålen men nådde inte kanten. Det dröjde inte länge förrän pessimisten sa *”det här går inte, det är ju omöjligt!”* och så gav han upp och drucknade. Optimisten däremot fortsatte att sprattla på hela natten. Och vad hände? Jo, när gryningen kom hade grädden blivit till smör. Och från smöret kunde optimistgrodan lätt hoppa ut ur skålen. När Gustaf hade berättat historien om grodorna satte han fast en nål på personens jacka med budskapet *”Var Optimist”*. Så till alla som kämpar vill jag med den här berättelsen skicka budskapet vidare: *Sprattla på!* •

Malin Dalén, barnbarnsbarn till Gustaf Dalén

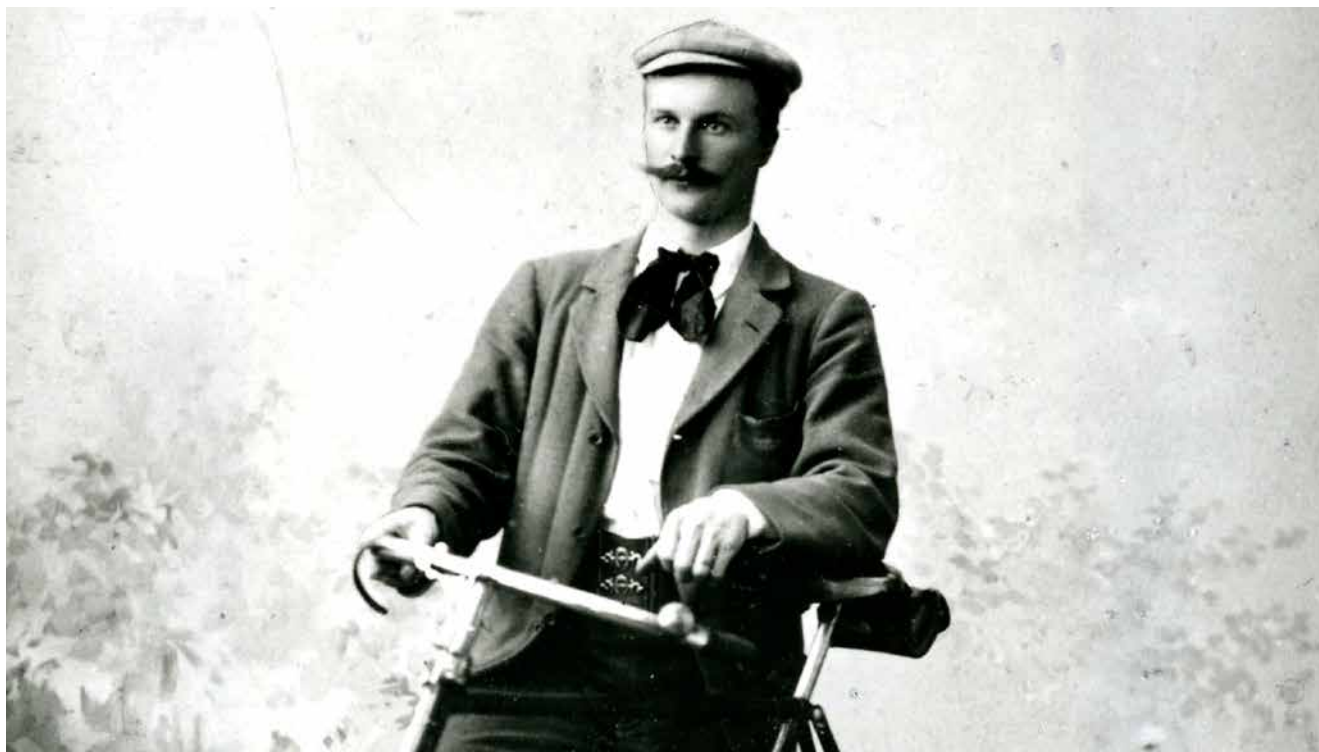


BILD UR AGA GAS ARKIV HOS CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

HAR DU OCKSÅ NÅGOT DU VILL BERÄTTA SOM ANKNYTER TILL FÖRETAGSHISTORIEN?

Hör av dig till oss på redaktionen@foretagshistoria.se så har du chans att få din berättelse publicerad här.



RECENSENT: BÖRJE ISAKSON,
JOURNALIST & FÖRFATTARE



BUSSKUNGEN – SVENSKEN SOM GRUNDADE GREYHOUND

KRISTIN LUNDELL

Norstedts förlag

Greyhoundbussarna är en del av den amerikanska myten. Men företaget som drev dem startades av *Martis Jerk* (egentligen *Karl Erik Vretman*) från Limbäck i Dalarna. Som 18-åring utvandrade han 1905 till USA. Efter att ha arbetat som skogs-huggare och gruvarbetare började han 1914 skjutsa gruvarbetare i Minnesota till gruvan med en Hupmobil. Då hade han tagit sig namnet Eric Wickman. Verksamheten blev startpunkten för det som växte till *Greyhound Lines*.

Martis Jerk/Eric Wickman hade bara sex års utbildning i folkskola, men var uppenbarligen en född entreprenör och matematisk begåvning. Han blir en rik och betydelsefull person. Men han har problem med alkohol. Det bidrar till att han 1953 avlider i en hjärtattack. Det går ändå bra

för Greyhound. År 1953 har företaget har 50 000 anställda, 6 600 bussar, driver lönsamma restauranger och tjänar 245 miljoner dollar. Men under de sista decennierna av 1900-talet tappar bussarna fart. Och att i dag resa med Greyhoundbuss är inte särskilt trevligt, att döma av författarens erfarenheter.

Kristin Lundells genomgång av Greyhounds historia är gedigen och intressant. Men busskungen, vars liv man skulle vilja läsa mycket mer om, hamnar i skymundan.



DEN GLÖMDA KONSUMTIONEN – AUKTIONSHANDEL I SVERIGE UNDER 1700- OCH 1800-TALEN

GÖRAN ULVÄNG, SOFIA MURHEM
& KRISTINA LILJA

Gidlunds förlag

Auktioner är inne. Det var de också under 1700- och 1800-talen. Då var auktionerna en betydelsefull del av den lokala handeln. Det är en av slutsatserna i den här boken. Den redo-visar ett forskningsprojekt

med samma titel som genomförts vid Uppsala universitet. Här kan man läsa om vilka typer av varor som köptes under olika perioder, vilket skikt av folket som handlade/sålde, vilka som skötte auktionerna och mycket mera. Dessutom erbjuds en kort auktionshistorik.

Redovisningen är omfattande, men det mesta är förmodligen främst av intresse för andra forskare inom samma disciplin. Det som lockar dagens auktionsbesökare. Konst och antikviteter, behandlas knappast.



NÄR LANDET KOM TILL STADEN – LANTBRUKSMÖTEN OCH LANTBRUKSUTSTÄLLNINGAR

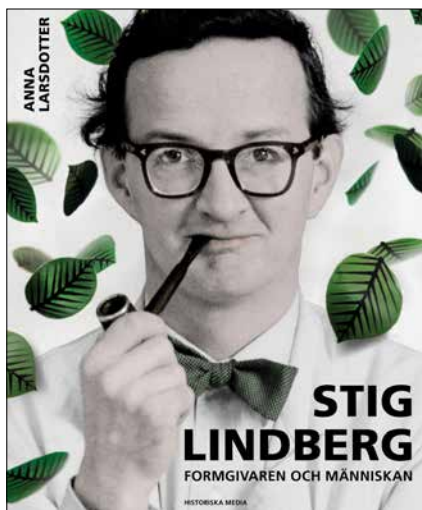
OLOF KÅHRSTRÖM

Kungl. Skogs- och Lantbruksakademien

Under gångna sekel drog landet till staden med buller och bång, fest och glam. Det skedde i form

av lantbruksutställningar. Det började med en plöjningstävling. Senare samlades i första hand godsägare till allmänna lantbruksmöten. Där spreds kunskap om vetenskapliga rön och modern jordbruksteknik. Mötena kompletterades så småningom med utställningar av djur, redskap med mera. Och i takt med att allt fler flyttade till städerna, och utställningarna växte, ökade intresset.

År 1886 lockade det allmänna lantbruksmötet i Stockholm nära 87 000 besökare. De kunde beskåda närmare 1 300 utställda kreatur och lika många redskap och maskiner. Kulmen nåddes i Stockholm 1930 då lantbruksmötet - som låg granne med Stockholmsutställningen - lockade 238 667 besökare. När landet kom till staden vänder sig främst till specialister. Men, som professor *Sverker Sörlin* skriver: Vi får "generösa skopor artiklar och material ur arkiven...så att sikten både bakåt och framåt klarnar."



STIG LINDBERG FORMGIVAREN OCH MÄNNISKAN

ANNA LARSDOTTER
Historiska Media

"Per-Albin byggde folkhemmet och Stig Lindberg dekorerade det". Det talesättet säger något om hur mycket av Stig Lindberg som en gång fanns i svenska hem. Han siktade på att bli pianist, men högg av tummen. Det blev keramik i stället. Till glädje för många. Men mest gladdes nog Gustavsberg, där han var mer eller mindre verksam från 1937 till sin död 1982.

Stig Lindberg var oavbrutet aktiv och kreativ. Han hade en unik förmåga att känna kommande trender. Från 1949 ledde han den konstnärliga verksamheten, Studion, vid Gustavsberg. Samtidigt formgav han serviser, hushållsföremål i både plast och keramik, illustrerade böcker, gjorde skulpturer, utförde fasaddekorationer, formgav textilier o.s.v. Mellan 1957 och 1972 var han huvudlärare i keramik vid Konstfack - samtidigt som han utförde uppdrag åt Gustavsberg. Men även om han var beundrad av många var han inte omtyckt av alla. År 1980 flyttade Stig Lindberg till familjens sommarhus i Skåne. Men han var fortsatt högaktiv fram till 1982 då han avled av en hjärtattack.

För många är Stig Lindberg främst känd som formgivare av serviser. Men Anna Larssdotters breda, välskrivna och rikt illustrerade biografi, visar att han var betydligt mer än så.

SKEPPAREN FÖRST, BÅTEN SEDAN EN BOK OM MARCUS WALLENBERGS VÄRLD OCH SYNEN PÅ LEDARSKAP

CARINA BECKERMAN
SIR - Stockholm School of Economics
Institute for Research

Detta är en underhållande och avslöjande bok. Men den är också en seriös bok om ledarskap. Författaren, *Carina Beckerman*, är ek. dr och undervisar vid *Handelshögskolan* i Stockholm.



Med utgångspunkt i *Atlas Copcos* utveckling från starten 1873, skildrar författaren de olika ledarnas arbetssätt och betydelse. Bland dem spelade *Marcus Wallenberg* en avgörande roll. Hur han agerade, såväl i *Atlas* som på andra håll, får läsaren veta mycket om. Och det är intressant.

Han efterträddes 1974 som styrelseordförande av *Peter Wallenberg*. Även hans ledarstil analyseras ingående - liksom dåvarande vd:ns, *Tom Wachtmeister*. Han hade tillträtt 1974.

Atlas Copco var länge ett företag där ledningen gav medarbetarna frihet under ansvar. I gengäld krävde den lojalitet. Vilket den fick. Allt detta ändrades radikalt när *Michael Treschow* 1991 utsågs till vd. Hans ledarstil var en helt annan än den traditionella. "Han...reagerade nästan alltid med att ge så kallade whistleblowers sparken" skriver Carina Beckerman.

Skepparen först, båten sedan är en lärorik bok som stundom får läsaren att häpna.

**"Utan entreprenörer
stannar Sverige. Utan
Entreprenör stannar
min kreativitet."**

Douglas Roos, entreprenör



Prenumerera nu!

Tidningen Entreprenör har precis kommit ut med ett nytt nummer. Se till att du inte missar nästa. Gör som Douglas Roos och prenumerera på Sveriges största tidning för entreprenörer.

Beställ din prenumeration på:
www.prenservice.se
08-762 61 40
prenumeration@entreprenor.se

entreprenör

TIDNINGEN FÖR FÖRETAGSAMT FOLK

LOGGAN SOM ÄR SOMRIGARE än mjukglass

KRÖNIKA

Edward Blom är en känd tv-personlighet och skribent med särskild inriktning på matens, dryckens och näringslivets kulturhistoria. Vid sidan om anställningen i eget bolag är han även knuten till Centrum för Näringslivshistoria som fellow writer.

PR. *Det har varit en fantastisk sommar. Trots en ganska kort semester har jag hunnit med åtskilliga bad, båt-färder och utflykter.*

NÅGOT SOM SLAGIT MIG varhelst jag befunnit mig i Sommarsverige - öarna i Stockholms skärgård, Vanadisparkens utomhuspool, Ölands kalkstensklippor, Göta Kanals slussar eller Klädesholmen - är att de alla har en sak gemensam: överallt hänger Trygg-Hansas livbojar. Det är något man sällan reflekterar över. Bojen är lika självklar som röda stugor, tjärade ekor, mjukglass och träskor. Att på detta sätt, utan att betala någon hyra, få ställa ut fysiska "modeller" av sin egen logotyp över hela landet - och just vid de platser vi mest förknippar med glädje och avkoppling - måste vara en PR-mässig bedrift på världsnivå.

Det hela började hösten 1954. I den våg av försäkringsbolagsfusioner som varade från sent 1800-tal och nästan ett sekel framåt, bestämde sig *Svenska Liv* och *Balder* att gå samman, och behövde genomföra en PR-kampanj för att göra detta känt. De svenska försäkringsbolagen har alltid stött skadeförebyggande åtgärder, och just sommaren 1954 hade pressen fyllts av upprörda artiklar om hur illa det stod till med livräddningsmaterialet utmed Sveriges kuster. Bolaget såg här en möjlighet att både förebygga olyckor och genomföra sin kampanj, och började därför i samarbete med *Svenska Livräddningssällskapet* dela ut rödvita livbojar prydda med det egna namnet.

Först motsatte sig många kommuner att ett företagsnamn skulle stå på offentlig utrustning, men de hade hamnat i en rävsax. Själva kunde de inte omgående få fram livräddningsmaterial, och hur skulle folk reagera om någon hann drunkna för att de tackat nej till gratisbojar - när det redan var folkstorm i frågan? De fick helt enkelt svälja den offentliga reklamen. Redan detta var ett billigt sätt att få upp reklam över hela landet, och företaget kunde samtidigt ses som en god samhällsaktör.

Men det riktigt geniala draget återstod: Det var när *Svenska Liv-Balders* ett år senare antog en bild av en karaktäristisk röd-vit livboj som logotyp. Därmed var det inte bara ett litet namn nertill på utrustningen som utgjorde reklamen, utan bolaget hade plötsligt stora, fysiska versioner av sin egen logga uppsatta över hela landet! Företaget fortsatte att fusionera och byta namn, men logotypen bestod.

Dagens utformning fick den 1959. Namnet *Trygg-Hansa* uppstod 1964.

Det enda man undrar över är om konkurrenternas direktörer någonsin kan njuta av semestern - eller om de gnisslar tänder inför var livboj, och undrar varför det inte var deras bolag som kom på den geniala idén. •

FOTO: EVA HILLEN SMITH



FÖRETAGSQuizet

Testa dina kunskaper om näringslivshistoria!

FRÅGEKONSTRUKTÖR GUSTAV SVENSSON

FÖRETAGET

5

Företaget grundades 2006 av entreprenörerna Daniel Ek och Martin Lorentzon.

4

Tjänsten som bär samma namn som företaget, marknadsförs genom affärsmodellen freemium...

3

... där den enklaste varianten är gratis. För att slippa reklamavbrotten måste man dock betala för sig.

2

Vissa artister, däribland Magnus Uggla, har kritiserat tjänsten för de låga ersättningarna till artisterna.

1

Det svenska företags slogan är A world of music och deras streamingtjänst har i nuläget 40 miljoner användare.

PROFILER

5

Utsågs 2013 till hedersdoktor vid Kungliga Tekniska Högskolan.

4

Bar under en tid efternamnet Mörner.

3

Utnämndes 2008 till Sveriges mäktigaste kvinna av tidningen Forbes.

2

Hennes farfarsfar Axel Johnson grundade på 1800-talet både handelsföretaget A. Johnson & C:o och rederiet Nordstjernan...

1

...vilket lade grunden till koncernbolaget Axel Johnson AB, där hon idag sitter som styrelseordförande.

PRODUKTEN

5

Lanserades 1953 av företaget Saturnus AB.

4

Innehåller koffein, vilket då var ovanligt för en svensk läskedryck.

3

På etiketten syns ett trefärgat parasoll.

2

Läskedryckens franskklingande namn kommer troligen från torget i Paris där man har en utmärkt vy över Eiffeltornet.

1

Trots att den uppfanns i Malmö kallas den ofta Norrlands nationaldryck. "Norr om Dalälven härskar Troca", är en inofficiell slogan.

ÅRTALET

5

Den första kommersiella varan med streckkod, ett tuggummipaket, säljs på en stor-marknad i USA.

4

Ungraren Ernő Rubik uppfinnar Rubiks kub.

3

Postbanken och Sveriges Kreditbank går samman till PK-banken.

2

Riksdagen antar en ny regeringsform och rösträtten sänks till 18 år.

1

ABBA vinner Eurovision Song Contest i Brighton.

ORTEN

5

I början av 1900-talet fanns här företaget Kocks Kryddor, ej att förväxla med Kockens kryddor.

4

Denna företagsamma ort ligger i Åls socken, ungefär en mil sydost om Leksand.

3

Åhlén & Holm grundade sin postorder verksamhet här 1899.

2

... men idag är det ett annat företag som dominerar. Deras stora butik är idag Dalarnas största turistmål.

1

Clas Ohlson AB frar snart hundra år på orten.

Lär dig mer om näringslivets historia!

På skolwebben.org har vi samlat texter, bilder och filmer som berättar näringslivets historia. Materialet berör flera olika ämnen och passar för undervisning på gymnasiet och grundskolans senare år.



NÄSTA NUMMER AV FÖRETAGSHISTORIA UTE DEN 4 DECEMBER!

Kaffe, bullar och sju sorters kakor

Det svenska fikat är inte bara en social begivenhet – det är också grunden till många företag.

FRÅN KNALLE TILL E-HANDLARE

Vi tittar närmare på postorder-
företagens utveckling.

ÄLSKADE ALADDIN

För många blir det ingen jul
utan den klassiska pralinasken.

Prenumerera på Sveriges enda tidskrift om företagshistoria!

Fyll i talongen eller gå den digitala vägen foretagshistoria.prenservice.se

☐ 4 nummer för 249 kronor Kod: 332 1002

Fyll i namn och adress:

NAMN

ADRESS

.....

.....

EPOST

FÖRETAGSHISTORIA

c/o Titeldata

SVARSPOST

20570342

110 12 Stockholm

Frankeras ej.
Mottagaren
betalar portot



REKLAMKLASSIKER

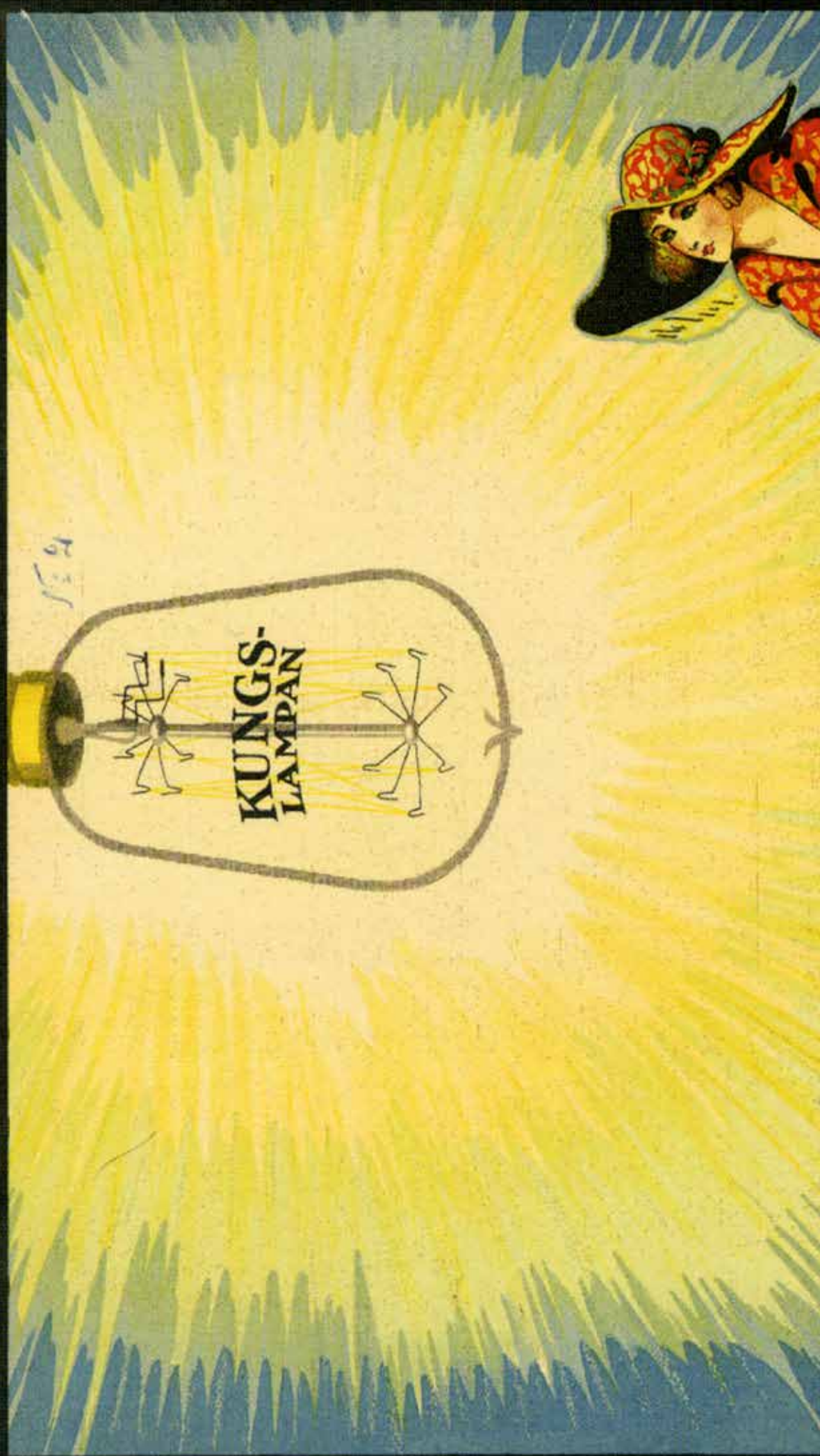
*Företagshistorien vimlar av fantasifulla och vackra **reklamaffischer**.
Klipp ut och spara eller njut av dem som de är i tidningen!*

I detta nummer:

Reklam för *Kungslampan*, någon gång mellan 1917-1925.

Det är okänt vem kreatören är, men bilden är märkt *Hugo Brusewitz AB*, Göteborg.

Ur Osram AB:s arkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



MAMMA,

ÄR DET

SOLEN?

NEJ, MITT BARN,

DET ÄR

KUNGS SLAMPAN





Vill du bli min Skyddsängel?

Ge de övergivna barnen ett hem, en familj och en framtid.

Vi har varit med och startat ett helt nytt sätt att hjälpa utsatta barn i Sydafrika. Resultaten är så fantastiskt bra, att vi nu vill ge den möjligheten till många fler. Därför frågar vi dig: **Vill du bli en "Skyddsängel" för övergivna och föräldralösa barn?** Då är du med och stöttar hela resan från kris tills barnen har fått en ny familj. Kan det bli mer meningsfullt än så? Tack för din insats.

Läs mer på lakarmissionen.se

Sätt in din gåva på 90 00 21-7. Skriv "skyddsängel" på talongen. Eller stöd denna insats med 50, 100 eller 200 kronor via vår Gåvotelefon 0900 – 2921.



Se film om de utsatta barnen i Sydafrika.

Läkarmissionen
Förändrar framtiden för utsatta människor

