

FÖRETAGS*minnen*

Smakprov

#1

Bankfolk, blåställ och butiksbiträden

Unik intervju med H&M:s grundare

Den svenska handelns historia

Ny bok om LM-staden!



Ledare

MÅNGA HAR HÖRT av sig och frågat om inte nästa nummer kommer snart och det är verkligen roligt att förstå att tidskriften är så efterlängtd. Att det dröjt ett halvår beror dock på att vi nu återgått till en utgivning med två-tre nummer per år. Fyra var roligt, men visade sig kräva lite väl mycket av Centrum för Näringslivshistorias resurser – särskilt eftersom vi inte fick det stöd från Kulturrådet, som vi hade hoppats på.

För ovanlighetens skull har vi inget egentligt huvudtema denna gång; något som går som en röd tråd genom numret är dock anknytningen till nyutkommen näringslivshistorisk litteratur, vilken i sin tur bygger på forskning hos Centrum för Näringslivshistoria. Vi har hämtat artiklar ur såväl vår egen fotobok *Bankfolk, blåstall och butiksbiträden*, som vår multimedia *Den svenska handelns historia*. Anders Johnson har skrivit en artikel som utgår från hans bok *LM-staden – folkhem i förort* (som Centrum för Näringslivshistoria har producerat) och Jan-Bertil Schnell en text, som bygger på forskning han genomfört om AB Bröderna Hedlund inom ramen för ett projekt hos oss. Således har vi kallat numret för *Smakprov*.

Vidare glädjer vi oss över att ha fått möjligheten att trycka en aldrig tidigare publicerad intervju med Hennes & Mauritz grundare Erling Persson, som var känd för att annars inte ge några intervjuer. Texten är en ren nedteckning av det muntliga samtalet, utan vidare redigeringar och har alltså formen av ett källmaterial, men är väl så intressant att läsa.

Den allra senaste näringslivshistorien får också sin plats: i form av en recension av Hans-Göran Björks bok kring konkursen i Rederi AB Slite.

Jag hoppas Ni får en god läsning och en skön sommar! Glöm dock inte att den varma årstiden inte bara är till för att spela krocket, äta matjes och dricka skummande vin – regniga semesterdagar passar utmärkt för ett besök hos Centrum för Näringslivshistoria!

Edward Blom, REDAKTÖR

Ur innehållet

Den svenska handelns historia 4
Sex smakprov på artiklar ur den nya cd-rom-produktionen *Den svenska handelns historia*.

Bankfolk, blåstall och butiksbiträden 10
Smakprov ur den nya fotoboken *Bankfolk, blåstall och butiksbiträden*.

LM-staden – Folkhem i förort 18
Den nya boken *LM-staden – Folkhem i förort* berättar om hur det var att leva i LM-staden under beredskapstiden och rekordåren. | ANDERS JOHNSON

AB Bröderna Hedlund 20
Bröderna Hedlund spelade en viktig roll inom byggandet av berömda byggnadsverk som Tranebergs- och Västerbron. | JAN-BERTIL SCHNELL

Intervju med H&M:s grundare 24
Intervju från 1993 med H&M:s legendariske grundare Erling Persson (1917–2002). | BJÖRN EDSTA

Omslagets framsida: Reklambild för Primuskök av märket *Primus de Luxe*, ca 1963. Ur *Primus bildarkiv hos Centrum för Näringslivshistoria*.

Omslagets baksida: Reklamskylt för *Mjölcentralens Kronsmör*, märkt med logotyper från Svenska Mejeriernas Riksförning (SMR) och Föreningen Mjölpropagandan, kring 1930. Ur *Arlas bildarkiv hos Centrum för Näringslivshistoria*.

Ansvärig utgivare: Alexander Husebye, tel. 08-634 99 14
alexander.husebye@naringslivshistoria.se

Redaktör: Edward Blom, tel. 08-634 99 29
edward.blom@naringslivshistoria.se

Medarbetare, bilder: Anders Gidlöf

Grafisk form och produktion: Matts Hildén,
Silvia Media AB, matts@silviamedia.se

Repro och tryck: AB Sandvikens Tryckeri

Prenumeration: Tidskriften *Företagsminnen* utkommer årligen med två-tre nummer, som erhålles genom medlemskap i föreningen Centrum för Näringslivshistoria. Årsavgiften för privatmedlemmar är 200 kr. Företag och privatpersoner som vill bli medlemmar kontaktar Centrum för Näringslivshistoria på telefon 08-634 99 00. Detsamma gäller bibliotek och institutioner som önskar tidskriften.

Manus: Manuskript till *Företagsminnen* mottages tacksamt av redaktionen; artiklar skall ej överskrida 8 500 tecken, skrivinstruktioner kan beställas. Arvode utgår ej i annan form än friexemplar av tidskriften.

ISSN: 1101-7473

Ungt företagande – nu som då

JAG TRÄFFADE NYLIGEN ett tiotal färska företag på Våga vara egen-mässan. Ungdomar som under sista läsåret i gymnasiet har drivit företag med stöd av Ung Företagsamhet. Nu skulle man tävla om bästa företag och vi i juryn synade dem från alla håll.

Vann gjorde fyra killar från Småland, med ett företag vid namn Aeroplast UF. De var ena riktiga hejare på att sälja och på att uppträda, en av dem svävade rentav över marken.

Killarna hade liksom tusentals andra gymnasieelever prövat på företagande – från affärsidé och produktion till marknadsföring och försäljning. Inga gränser fanns för produkten – en flexibel byggkloss i plast för inredning, trädgård eller butikernas skyltfönster.

Kundgrupperna var definierade, tekniken var i hamn och distributionen mer eller mindre säkerställd.

Det var nog bara killarnas årsredovisning som lämnade en del att önska i formalia. Men även där uppenbarade sig något som jag kände igen. Kombinationen av klurighet och förmågan att utveckla en hög grad av positiv opportunist. Det där som verkar gå över generationer av tonåringar som dras till företagande.

Vi har lyckligtvis inte något facit på hur det kommer att gå för killarna och deras byggklossar. Men, det förtjänar att påpekas att flera av våra stora företag har startats av ungdomar i samma ålder och med en liknande talang att ställa sig i mitten för tillgång och efterfrågan.

Historia fungerar också i umgänget med eleverna. Gymnasieungdomarna lockas av att titta på hur andra har startat och lyckats – eller misslyckats. En högst personligt genomförd gallup visar att en av de bästa saker som Centrum för

Näringslivshistoria kan göra är att möta detta intresse. Läroböckerna gör det nämligen inte!

Våra källmaterial innehåller många exempel och paralleller till nutid. Gymnasieeleverna har inga problem med att se bakom lite arkivdamm. Lars Magnus Ericsson, bröderna Carl och Jean Bolinder och Wilhelmina Skogh inspirerar genom sina brev, anteckningsböcker och kladdar. Ibland önskar man att historierädda beslutsfattare i både näringsliv och politik vore närvarade då vi får skolbesök – de skulle få sig en tankeställare!

Som en bonus uppstår historia som ett kärnämne i gymnasieskolan nästa år. På flera program ingår även entreprenörskap som ämne. Vi är med andra ord ute i god tid, när vi nu utvecklar vår webbplats med cases och övningsuppgifter för juniorforskarna och deras lärare.

Forskningsdatabasen på webben ger oss också möjligheten att ställa texter mot källmaterial. Att så att säga ge eleverna fri prövningsrätt. Man kan också kalla det fotnoternas revansch – det är ju ändå i dem som allt spännande utspelar sig, som en av mina historielärare konstaterade.

Slutligen, om Ung Företagsamhet hör av sig, ställ upp! Man får chansen att sväva lite själv över marken – åtminstone för en stund. Det behövs och det är roligt.

ALEXANDER HUSEBYE är
Centrum för Näringslivs-
historias vd.





Löfgrens speceriaffär i Klingsta, en typisk lanthandel år 1943, decenniet innan de moderna snabbköpen började göra entré. Ur ICAs bildarkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

Den svenska handelns historia

CENTRUM FÖR Näringslivshistoria inledde nyligen Svensk Handels årsstämma med att presentera en cd-rom om handelns historia i Sverige. I hela 235 artiklar berättas den svenska handelshistorien, från begynnelsen till idag, med tonvikt på de senaste 150 åren. Artiklarna illustreras med historiska fotografier, filmklipp och ljud ur Centrum för Näringslivshistorias stora samling handelsarkiv: över 700 bilder, två timmars filmklipp och ljud. Som komplement ingår även handelns tidslinje, bildgallerier och ett introducerande bildspel.

Bland de 45 skribenterna återfinns arkivarier, professorer, journalister och välkända namn som Göran Albinsson Bruhner, Alice Bah Kuhnke, Hans De Geer, Mats Svegfors och Göran Willis (K-märkt).

Skivan svarar på så vitt skilda frågor som: Vilka byggde upp dagens stora

handelsföretag? Hur har handeln framställts i konst och litteratur? Vad låg bakom oljekrisen? När började handelsanställda engagera sig fackligt? Målgruppen är studenter, gymnasieelever, handelsanställda och alla som vill förstå en viktig del av vår svenska historia. Projektet har finansierats av Handels Utvecklingsråd (HTF, SACO, Svensk Handel) samt Torsten och Ragnar Söderbergs stiftelser.

Här i tidskriften Företagsminnen bjuder vi på några smakprov från skivan. På följande sidor möter ni lanthandlare, Ingvar Kamprad, Konsumbutiker, kostcirklar, husmorsfilmer och handel i barnlitteraturen.

Den svenska handelns historia kostar 175 kr inklusive frakt och kan beställas genom att sätta in beloppet på Centrum för Näringslivshistorias plusgirokonto: 98264-5. Ange namn

och adress! Mer information finns på www.naringslivshistoria.se.



Lanthandeln – marknads-ekonomins första och sista utpost | FREDRIK SANDGREN

Utan lanthandlare skulle Sverige inte ha blivit vad det är idag. De som under 1800-talet öppnade en handelsbod bidrog till att Sverige utvecklades till en av världens främsta ekonomier. Lanthandlarnas viktigaste uppgift var att hålla folk med varor. Men man köpte också lokalt producerade varor. Välbeställda handlare kunde t.o.m. låna ut pengar. Handelsmannen kunde bedriva flera olika typer av affärsverksamhet.

Lanthandelns expansion

Vad är en lanthandel? Från början betydde ordet bara att handel bedrevs utanför stadens gränser. Fram till 1846 var handelsbodar på landet förbjudna. Men detta år blev det tillåtet att öppna en handelsbod, om den låg minst 3 mil från stadsgränsen. När lanthandel blev tillåtet visade det sig att det fanns ett uppdämt behov. När man 1847 för första gången räknade antalet lanthandlare fanns 960 stycken runt om i Sverige. År 1860 hade antalet fördubblats till 2 100. När man 1864 fick rätt att etablera lanthandel oavsett avstånd från staden kom antalet lanthandlare att snabbt fördubblas. År 1870 fanns således hela 4 300 lanthandlare i Sverige.

Lanthandeln hjälpte till att sprida konsumtionen i samhället. Landsbygdsbefolkningen behövde inte åka in till staden för att köpa varor, vare sig det gällde livets nödtorft eller livets goda. Handelsboden erbjöd smör, mjöl och snus. Men också olika tyger, kläder och skor, spik och skruv. Genom att erbjuda ett brett sortiment spred lanthandlarna varor och vanor till de mest avlägsna delarna av Sverige. Om något inte fanns inne kunde man beställa det. På så sätt kunde lanthandeln sälja både plogar och cyklar.

Lanthandelsbodar var relativt väl spridda över Sverige. Där det fanns folk fanns det även efterfrågan. Handlaren köpte varor från när och fjärran. Lanthandlare i Jämtland hade på 1870-talet t.ex. mer kontakt med Stockholm än med Östersund. Lanthandeln medverkade på så sätt till att skola in människor i konsumtions-samhället. Man kan tycka vad man vill



Redan 1963 när man ännu bara hade ett varuhus, det i Älmhult, spreds IKEA-katalogen till 100 000-tals familjer. Annonns från Allt i Hemmet nr 3/1963.

om detta, men det bidrog till att skapa efterfrågan på varor. Det bidrog också till att skapa kunniga konsumenter.

Lanthandelsboden var en viktig mötesplats. Innan snabbköpet slog igenom på 1950-talet var det handelsmannen eller biträdet som plockade fram varorna. Det tog sin tid. Kunden kunde tillbringa en god stund i handelsboden. Via handelsmannen, biträdet och andra kunder fick man sig till livs lokalt skvaller, men också nyheter från Sverige och utlandet.

Lanthandlaren fungerade ibland som bankir genom att låna ut mindre summor. Några kombinerade lanthandel med annan affärsverksamhet, t.ex. som delägare i en kvarn eller ett sågverk. Lanthandlaren köpte också upp lokalt producerade varor som smör, trävaror, hudar m.m. Dessa såldes i den egna boden, eller till större uppköpare.

Lanthandelns upphörande

Den traditionella lanthandeln försvann fr.o.m. 1960-talet för att ersättas av snabbköp. Såväl enskilda handlare som medlemmar i ICA eller Kooperationen kom att koncentrera utbudet till dagligvaror. Ville folk köpa andra varor kunde man ta bilen in till centralorten, eller köpa kläder och annat på postorder från Ellos, Josefssons eller Clas Ohlson.

Från 1980-talet har den ökade storskaligheten samt avfolkningen av landsbygden lett till att mindre butiker på

landet försvunnit. Av de tre stora dagligvaruföretagen är det ICA som hänger sig kvar längst på mindre orter. Under de senaste åren har alla tre dragit igång särskilda butikskoncept som skall passa mindre orter (och stadsdelar). ICA har *ICA Nära* och *Nära Dej*, Coop har *Coop Nära* och Axfood *Handlar'n*. Detta har bidragit till att butiker på landsbygden lättare kan överleva. Om än med ett begränsat utbud är lanthandeln inte död.

FREDRIK SANDGREN *är fil dr i ekonomisk historia och arbetar som forskare vid Uppsala universitet. Han har framförallt studerat handel och distribution under 1800-talet.*

Ingvar Kamprad – avvikaren som möblerade om Sverige | EVA SELIN

IKEA. Så stod det högst upp på brevpappret som 17-åriga Ingvar Kamprad beställt till sitt nystartade handelsföretag. Det var 1943 och bokstäverna stod för initialerna i hans namn samt gården Elmtaryd i byn Agunnaryd.

Vid det laget hade Ingvar flera års erfarenhet av att köpa och sälja! Han beskriver sin barn- och ungdomstid som harmonisk men sitt affärsintresse som klart avvikande i bondesamhället där han växte upp. Visst sparkade Ingvar fotboll med kompisar på skolgården. Men mest cyklade han, i början av kris-



årens 30-tal, runt i byn och sålde varor. Tändsticksaskar, frön, visböcker och jultidningar. Affärerna gick bra, behovet av varor till låga priser var stort.

De första prylarna körde han ut på mammas cykel. Men när försäljningen av färgglada fröpåsar gav god förtjänst, förstod den snart 12-årige Ingvar att det var dags att investera för bättre ruljangs. Till priset av 90 kronor köpte han en blå racercykel samt en begagnad skrivmaskin.

Mot slutet av 40-talet hade postorderverksamheten växt. Ingvar läste tyska månadsmagasin och fann leverantörer som sökte agenter. Han importerade cigarettändare, de första kulspeppennorna, tavelramar, smycken och nylonstrumpor. Så annonserade han i lantbrukarnas föreningsblad. Det han inte själv levererade skickades på en mjölkvagn till närmsta tågstation. 1948 kunde man beställa ur en broschyr som beskrev utbudet. Året därpå innehöll den mest möbler och heminredning.

Efter Osby Samskola blev det gymnasium i Göteborg. Affärerna skötte han bredvid, under militärtjänsten från ett källarutrymme i en villa i Växjö. Vid utbildningen till reservofficer flyttade kontoret till Stockholm.

Pappa ordnade "ordentligt" arbete hos Skogägarföreningen men Ingvar tjänade mer pengar på affärer vid sidan om. Som då han sålde pärmor från en cykelkärra i Växjö och gjorde stadens bokhandlare rasande.

Ingvar Kamprad menar att en god affärsman och inköpare måste sälja sig själv och sitt företag. Men också tycka om kontakten med andra människor. Lyssna, lära, ta efter, fråga, våga göra annorlunda men ändå vara ödmjuk.

– En besserwisser får aldrig till några bra avtal!

Själv funderade han tidigt på pris-sättning. Hur kom det sig att en strumpa som kostade 50 öre att tillverka hade ökat sex gånger i pris när den nådde kunden? Ingvar bestämde sig för ett experiment. I slutet av 40-talet annonserade han ut ett litet bord, någon fåtölj och andra småsaker. När ordern kom skickades den direkt till fabrikanten, som tillverkade och sände varan vidare till kunden. Betalningen delades mellan Ingvar och tillverkaren. Idén bar, fler hakade på. Priskriget mellan konkurrenterna i början av 50-talet blev förödande för kvaliteten. Nya grepp måste till om inte IKEA skulle dö.

Banbrytande utställning

1953 skickade man så ut en 100-sidig katalog och bjöd även in kunderna till en utställning i den nyinköpta snickerifabriken i Älmhult. Där kunde man jämföra produkterna i verkligheten och göra sitt val. Kunderna valde rätt, IKEA överlevde medan de dåvarande konkurrenterna försvann. 1965 öppnade det runda IKEA-varuhuset i Kungens Kurva och resten är historia, nutidshistoria!

Själv har Ingvar Kamprad sagt att man får bäst idéer genom att studera andra branscher. På så sätt har IKEA utvecklats med hjälp av flera små uppfinningar inom tillverkning, distribution och paketering. Att bli för mycket av expert inom ett område tror han däremot kan bli till en belastning.

– Då tänker du att allt ska göras som det alltid gjorts.

Artikeln bygger på en intervju som etnologen Lars Kaijser gjorde med Ingvar Kamprad den 8/8 1994.

.....
EVA SELIN är frilansjournalist med ett förflutet som reporter på flera fackpress-
ningar inriktade på detaljhandel. Ex. ICA
Nyheter och Habit .

Motstående sida: Böök fascinerades av hur de lysande vita Konsumfasaderna dök upp var gång man korsat en djup skog. Denna låg vid ett öde vägshål i djupaste Värmland, intill den norska gränsen i Skillingfors, ca 1939. Ur KF:s bildarkiv.

Kära gamla konsum

GÖRAN WILLIS

DET VAR INTE så länge sedan som varje by eller samhälle med självaktning hade minst två livsmedelsaffärer. Alltid en Konsum och nästan alltid dess konsumentpolitiska motpol ICA.

Idag har ICA vunnit den matchen men frågan är om inte den mest konservativa anhängaren av privathandel ändå kan hålla med om att Konsum idag saknas i landskapsbilden. När jag kom till Färö första gången i mitten av sjuttitalet, fanns på denna lilla ö två Konsumbutiker. Kanske inte så roliga men de fanns där när man behövde dem. Konsums mjölk eller smör eller falukorv var inte sämre än ICAs. Konsumbutikerna på den här tiden kändes som en del av samhällsservicen, något man tog för givet, precis som Postkontor, Telefonkiosker och Systembolag. Nu är båda Konsumbutikerna nedlagda och Färöborna och vi sommarturister får tränga ihop oss inne i Nyströms ICA. Bor man en bit ifrån och inte har bil har det definitivt blivit sämre.

"Civilisatorisk faktor"

När Fredrik Böök åkte norrut i sin Cadillac på trettioalet på jakt efter den svenska folksjälen ansåg han att Konsumbutikerna var ett tecken på den nya tiden;

Har det inrättats en konsumbutik i en by som man är förtrogen med, så föranleder det inga närmare reflektioner, även om man finner det förenligt att gå dit; men när man, var gång man korsat en djup skog eller en öde myr, ser de gula eller vita fasaderna lysa mot sig ur bebyggelsen och kastar en blick in genom de klara fönstren på den blanka, obelamrade disken, så går det upp för en, vilken mäktig insats denna organisation gjort runtomkring på hela den svenska landsbygden. Jag bekänner det med blödande hjärta, ty jag har själv stått bakom disken i en gammaldags lanthandel, jag minns hur trivsamt det kunde vara med den gemytliga

oordningen och de blandade dofterna, jag är fortfarande inte okänslig för det nu försvinnande systemets behag. Men det nya är bättre, det vore oärlig romantik att bestrida det. Man behöver bara ha ögon att se med för att begripa, att Kooperationen utgör en civilisatorisk faktor ute på landsbygden, framförallt i de fjärran trakterna och ödemarkerna.

Så kunde det låta när den kulturkonserverive Fredrik Böök prisade etableringen av moderna Konsumbutiker på vischan. Föga anade han att samma Kooperation, som han prisade som civilisatorisk, femtio år senare skulle medverka till det svenska samhällets centralisering. Ett första steg togs när man på sextitalet anammade det amerikanska bilsamhällets shoppingkoncept – stormarknaden – och startade OBS! Stormarknad i våra större städers utkanter. Sakta men säkert, en efter en blev de små singelbutikerna marginaliserade.

Konsumenternas fel

Och återigen måste man fråga sig om det faktiskt inte är vi konsument som är de stora bovarna i dramat. Åker man till en stormarknad på lördagen och veckohandlar, har man ingen rätt att beklaga att de trevliga småbutikerna läggs ner. Så går det naturligtvis. Det finns en amerikansk bildekål som på något sätt summerar problematiken: "SUPPORT YOUR LOCAL DENTIST – EAT CANDY!" Något att tänka på eftersom det fortfarande finns en och annan tapper handlare, som håller de stora drakarna stängna med hjälp av service, kunskande och kunder som uppskattar en närbelägen butik. Det finns de som tycker att denna lilla mötesplats är så viktig att priset på varorna spelar mindre roll. Som tycker att den dagliga shoppingen hemmavid är guld värd – oavsett om det står ICA, Konsum eller Närlivs på skylten.

.....
GÖRAN WILLIS har, tillsammans med Staffan Bengtsson, producerat över 150 kulturhistoriska tv-dokumentärer och flera böcker under namnet K-märkt.

Optimal näringstillförsel för alla? | PER-OLA KARLSSON

DEN MODERNA människans kost- och levnadsvanor genomgick under förra århundradet en aldrig tidigare skådad förändring. Övergången från kroppsarbete till kontorsarbete och från gröt till frukostflingor bidrog till framväxten av så kallade välfärdssjukdomar.

Redan i samband med att byggandet av folkhemmet på allvar tog fart under 1930-talet blev kosten föremål för diskussion och vetenskaplig bedömning, inte minst eftersom välfärdssjukdomar drog resurser från den gemensamt finansierade sjukvården. Det var nu begreppet folkhälsa tillkom.

Kostcirkelns födelse

Först 1963 lades en motåtgärd mot de dåliga kostvanorna fram. Då introducerade Folkhälsoinstitutet kostcirkeln, ett kostprogram framtaget av professor Arvid Wretling och kostkonsulent S.I. Westin. Kostcirkeln fick till en början ett svalt mottagande men efter maximal samhälls mobilisering till förmån för kost och folkhälsa blev genomslaget enormt.

Idén var enkel: den dagliga kosten skulle innehålla en tillräcklig mängd kalorier och oumbärliga näringsämnen. För att uppnå detta måste kosten vara så välbalanserad och allsidig som möjligt. Därför borde man äta något ur var och en av kostcirkelns sju grupper varje dag. Det var alltså inte fråga om bristande tillgång på livsmedel utan om felaktig fördelning. För att göra budskapet lätt att förstå presenterades också respektive grupp livsmedel i bild.

I den samtida debatten påpekades att fördelen med kostcirkeln var att den kunde användas av alla friska människor och att den upptog alla livsmedelsgrupper. Emellertid undanhölls medvetet de två farligaste: gruppen med socker (honung, sylt, marmelad, konfektyr, choklad m.m.) samt gruppen med drycker, d.v.s. läskedrycker, öl och vin. Detta för att undvika att de två mest destruktiva livsmedelsgrup-

perna skulle uppmärksammas och betraktas som "godkända".

Bilden av kostcirkeln fanns med i praktiskt taget alla läromedel, som behandlade kost och näringslära eller livsmedelskunskap. Den förekom i informationsskrifter, läroböcker, på planscher, som *mathjulet* i pedagogiska leksaker, på diabilder och i filmer. Att hänga en kostcirkel på insidan av skafferidörren blev en självklarhet för 1970-talets hemmafruar som ansågs bära det yttersta ansvaret för familjens kosthållning.

Pyramid och cirkel

Men frågan var om alla hade råd att äta enligt kostcirkelns föreskrifter? Nej, menade kritikerna, varför socialstyrelsen 1972 tillsatte en referensgrupp som skulle utarbeta ett underlag för information om kost och kostnader. Gruppen bestod av representanter för konsumentverket, livsmedelsverket, KFs, ICAs och Jordbrukets provkök samt Svenska sparbanksföreningen.

Gruppen fann att en billig och samtidigt näringsrik kost måste bygga på en bas med livsmedel, som hade en låg kostnad i förhållande till sitt näringsvärde och som skulle ätas varje dag, nämligen mjölk, ost, potatis, bröd och matfett samt något av gryn, ris, makaroner eller mjöl. Basen innehöll livsmedel från fyra av kostcirkelns sju grupper. De övriga tre, grönsaker, frukt och bär och gruppen kött, fisk och ägg blev istället tillägg, eftersom dessa livsmedel inte behövde förekomma dagligen.

Bas-tillägg-programmet hade till en början andra symboler, t.ex. matpyramiden och kostnyckeln men fick till slut en modifierad kostcirkel som kännetecken.

Trots den framgångsrika kostcirkelkampanjen är vi idag på intet sätt förskonade från välfärdssjukomar. Tvärt om anses dagens svensk vara tjockare än tidigare generationer. En kombination av snabbmatens intåg och dygnetruntöppna butiker som säljer chips, öl och läskedrycker brukar lyftas fram som orsak.

PER-OLA KARLSSON *är fil. mag. och projektledare vid Centrum för Näringslivshistoria där han arbetat med bl.a. ICAs och LRF:s arkiv.*

Betraktelse över två husmorsfilmer | EDWARD BLOM

HUSMORSFILMER VAR EN SORTS informativa reklamfilmer som visades på biografer dagtid. Gratis film var ursprungligen tillräckligt för att locka dit dåtidens hemmafruar; senare fick man ta till kända skådespelare och små presenter. I mitten av 70-talet, när antalet hemmafruar minskat och tv:n gjort film till vardagsmat, upphörde företeelsen.

Fru Plotter och Fru Planér (1951) är en av de första husmorsfilmer som gjordes. I programmet, som arrangerades av *ICA-kuriren*, ingick även sex andra kortfilmer. Mellan visningarna spelade Margareta Kjellberg luta och det hela avslutades med modevisning från NK. Programmet visades 500 gånger för sammanlagt 200 000 husmödrar!

Personerna bakom filmerna var hemkonsulent Elisa Lindström, redaktör Bengt Davidsson och regissör Helge Hagerman. Följande år startade de två förstnämnda Husmorsfilm AB som kom att producera husmorsfilmer i 24 år.

Fru Plotter och fru Planér skildrar den dåliga respektive goda husmodern. Fru Plotter tänker baka, men visar sig ha slut på mjöl och går iväg för att handla. Det framkommer övertydligt hur irriterande det är för handlaren att behöva expediera en sådan liten order. Dessutom står fru Plotter vid disken och velar en sekund om hon skall köpa majonnäs eller inte, vilket får de ordentliga hemmafruarna i kön bakom att himla med ögonen och lämna affären. När fru Plotter kommit hem upptäcker hon att även sockret är slut... Fru Planér däremot gör regelbundna skafferiinventeringar, fyller i beställningsblock, veckohandlar i början av veckan och köper allt i storpack.

Moraliserande och fördomsfullt

Målet med filmen är att visa hur illa det är att inte hålla ordning på sina varor och därför tvingas småhandla. Det är således ingen reklam för att vi skall handla hos ICA, utan en uppfostrande film, där man försöker lära kunderna att handla på det för handlaren minst bevärliga sättet.

För att markera att fru Plotter är en allmänt tvivelaktig person, används en rad mer eller mindre subtila medel: Speakern är raljerande mot henne, Plotters röst görs av en man, vilket ger något främmande över henne. När hon först syns i bild spelas jazzmusik, som av många förknippades med lössläppt dans. Hon bär vidare håret utslaget och är fåfång; innan hon skall gå ner till affären ställer hon sig och borstar håret, synbart nöjd med sin spegelbild. Naturligtvis är hennes läppar täckta med kraftigt läppstift och hennes klänning helt enligt 1951 års mode.

Fru Planér däremot bär ett gulligt förkläde med volanger, håret är uppsatt, halsgropen kyskt dold och kring sig har hon två mycket värlartade barn. En kvinnoröst hörs nu som speaker.

Jubileumskalaset

Jubileumskalaset spelades in 1968. För manus och regi stod Tom Younger. Husmors Filmer AB skötte inspelningen på uppdrag av ICA och det var ICAs leverantörer som betalade.

Handlingen är enkel: en duktig journalist och f.d. hemkonsulent kringde 60 (Isa Quensel) får i uppdrag att skriva en artikel om ICA. För detta tar hon hjälp av sin familj. Dottern får testa varorna och svärsonen smygfilma kunder i en ICA-butik. Ramhandlingen fylls sedan ut med skämt i familjemiljö, komiska kunder och besök i partihallar, provkök och livsmedelsindustrier.

Fast det bara gått 17 år sedan Fru Plotter är filmerna ytterst olika. Om den förra var svartvit, tråkig, moraliserande, så är den senare färgsprakande, humoristisk och lättsam. Särskilt syns det i synen på husmodern. Journalistens dotter, hemmafrun Emmy (Lena Söderblom) sägs vara "intensiv, nyckfull och livsbejakande", usel på ekonomi och galen i realisationer. Hon är elegant klädd i korta klänningar och dresser, inte olik Jacqueline Kennedy, växlar klädsel och frisyr mellan varje scen och bär ständigt ett strålende leende. De fem barnen är rejält livliga. Deras favoritlek sägs vara "stoj" och de drar sig inte för att spruta ned sin far med vattenpistol.

Här finns det ingen som helst ambition att uppfostra. Vissa synpunkter på en god hemmafru kan dock anas:

Emmy sägs trots "sina egenheter" kunna åstadkomma en middag i ett litet nafs och ha gott öga för dukning och dekorationer. Vinklingen är att hon kan göra en god och elegant middag, trots att hon är "vild och galen", tack vare de nya halvfabrikaten och recepten från ICA.

Det är uppenbart att kristidens ordentliga fru Planér på 17 år har blivit helt ute. Istället är det den glada, slarviga och fåfänga fru Plotter som blivit ideal, och tack vare bättre ekonomi och moderna varor fungerar hennes hushåll utmärkt. Vilken lycka!

EDWARD ELOM *arbetar som chef, särskilda projekt vid Centrum för Näringslivshistoria och har varit projektledare och redaktör för Den svenska handels historia.*

Handeln i svensk barnlitteratur | ANNA DUNÉR

MAN SKULLE KUNNA tro att pengar och handel helt hör till de vuxnas domäner. Så är dock inte fallet! Handel med varor och tjänster är av stor vikt även i barnens vardag, vilket ofta speglas i barnlitteraturen.

Den lilla grisen ska gå på torget, Hallå där – köp blåbär! och *Sko, sko liten häst* ("då blir skorna dyra, tre daler och fyra") är alla traditionella ramsor, som visar att handeln haft sin plats i barnens värld långt tillbaka.

I Ester Callerstens visa *Nisse tänker sjöman bli* (i *Nu ska vi sjunga* från 1943) anas en livlig utrikeshandel. Nisse ska hämta "ett bananparti" från Jamaica, socker från Cuba, kaffe från Brasilien och apelsiner från Sicilien.

Fri företagsamhet

Handeln i barnlitteraturen förekommer i huvudsak i två olika former. Dels handlar det om barnet som påhittig företagare och dels om affären som miljö.

Det företagsamma barnet ser vi många exempel på hos Astrid Lindgren. I samlingen *Kajsa Kavat och andra barn* (1950) finner vi Sammelagust som öppnade 13 grindar åt grosshandlare Sörensen och på så sätt tjänade ihop till "den enorma, otroliga rikedom" 65 öre. Där finns förstås också Kajsa Kavat själv, som säljer polkagrisar på torget på julmarknaden då mormor har brutit benet.



År 1950 tog Mjölcentralens symbol "Kossan" med sig Klas och Kristina till ett land som beboddes av frodiga mejerskor och där barnen fick lära sig hur bra det var med grädde, smör, ost och mjölk. Vi må anta att handeln i MC:s mjölkaffärer ökade. Privat ägo.

Emil i Lönneberga är en god efterföljare till Sammelagust då han öppnar grindar, handlar på auktion och kommer över en egen häst på Vimmerby marknad (1966 och 1970).

Butiker av olika slag är ett viktigt inslag i barns närmiljö. I Astrid Lindgrens *Vi på Saltkråkan* (1964) är handelsboden öns trygga centrum. Det var "trivsamt i deras lilla tränga butik, där det luktade så gott av kaffe och torkad frukt och sill och tvål och diverse andra ting."

Påfallande ofta är det specialaffärer som förekommer i barnböckerna: godishandlare, brödbutiker, leksaksaffärer, tygaffärer... Men självklart finns också varuhusen och livsmedelsbutikerna representerade. Allt som oftast störs affärens lugn av barnets besök.

I Lennart Hellsings *Att handla är nödvändigt* (1991) räddas Lillebror i sista stund från att störtta utför rulltrappan. En mjölpåse punkteras av ett träsvärd och en pyramid av burkar tipas omkull. "Från himlen faller soppor ner / i blanka burkar fler och fler."

Burkpyramider blir också ett stort problem i *Rädda Joppe – död eller levande* (1985) av Gunnel Linde. Femåriga Ola lägger sitt tröstdjur Joppe i en "pyramid med burkar, som någon håller på att bygga". När han kommer att tänka på Joppe nästa gång är pyramiden färdig-

byggd och affären ska till att stänga...

Att gå till affären på egen hand är ett tecken på självständighet och mognad. Att göra det för första gången är en viktig, men oftast inte helt problemfri, upplevelse. Pysen i boken med samma namn (1952) av Edith Unnerstad ska köpa en "grov kryddlimpa", men det är inte så lätt när man är i femårsåldern. På vägen till bageriet glömmar han bort vad det var han skulle ha (en "god kladdlimpa" kanske?) och på hemvägen kan han inte låta bli att smaka på brödet.

Eva Erikssons lilla grisflicka i *Malla handlar* (1998) har det ännu knogigare. Hon släpar hem potatis i stället för bönor, tappar portmonnän och dyker slutligen upp med semlor i stället för wienerbröd.

Som kontrast till svårigheterna står Astrid Lindgrens suveräna Pippi Långstrump från 40-talet, som har guldpenar nog att köpa allt hon önskar när hon går "i affärder". Likaså är Hellsings *Kraket Spektakel* helt oslagbar då han i *Kraket Spektakel köper en klubba* (1957) lyckas köpa inte bara klubban utan också fatet, duken, bordet och hela kiosken!

ANNA DUNÉR *är fil.mag. i litteraturvetenskap, utbildad forskningsbibliotekarie och barnboksförfattare, som bl.a. skrivit böckerna om Emilia och "Regnbågsväder".*



Bankfolk, blåställ och butiksbiträden

EN FOTOGRAFISK BILDSKATT FRÅN STOCKHOLM 1890–1970



Bankfolk, blåställ och butiksbiträden

VÅREN 2006 PUBLICERADE Centrum för Näringslivshistoria i samarbete med B. Wahlströms Förlag boken *Bankfolk, blåställ och butiksbiträden*. Där presenteras ett urval bilder ur Centrum för Näringslivshistorias väldiga fotosamlingar. Bakom urvalet och texterna står bildarkivarie Anders Gidlöf. Delaktig i bildvalet har även varit Matts Hildén, som också stått för den aptitliga grafiska formen. Skriftställaren Anders Johnson har skrivit ett inledande, introducerande kapitel.

Bilderna visar människors arbetsvardag – från direktörernas välpole-

rade styrelserum och butiksanställdas arbetsplatser i fashionabla varuhus, till den uttråkade ljusstöperskan eller telefonkabelinstallatören som svävar i en korg ovanför den framväxande staden. Vi får också se glimtar av restaurangliv från olika decennier, kända byggnader under konstruktion och exempel på den moderna teknologins intåg.

På följande sidor bjuder vi på några smakprov ur boken.

Du beställer den genom att sätta in 250 kronor (inkluderar frakt) på vårt Plusgirokonto: 98264-5. Ange namn och adress!

Till vänster: Stockholms Allmänna Telefonaktiebolag hade under 1880- och 1890-talen bråda dagar med att bygga ut sitt telefonnät i staden. En liten yrkesgrupp inom bolaget var linjearbetarna som kontrollerade de större luftledningarna åkande i så kallade kabeldressiner. Linjearbetarna rekryterades huvudsakligen bland sjömän, eftersom de var vana vid höga höjder. Mannen på bilden från år 1896 svävar ovanför kvarteren mellan Biblioteksgatan och Birger Jarlsgatan, då ett gytter av mindre hus. Det riddarromantiska huset i bakgrunden, idag rivet, markerar början på Grevturegatan.





Till höger: Varvsarbetare vid Ekensbergs Varv undersöker roder och propeller inför sjösättningen av M/S Mimer den 19 maj 1958. Ekensbergs Varv grundades 1873 av Stockholms Transport- och Bogseringsaktiebolag. De första motorfartygen byggdes under 1900-talets första år. Varvet hade goda tider på 1920- och 1930-talen när stålkonstruktioner till Stockholms brobyggen svetsades samman här. På

1940-, 1950- och 1960-talen byggdes på varvet många båtar åt den nya ägaren Salénrederierna. Varvets belägenhet vid Mälaren blev därefter ett problem då riktigt stora fartyg inte kunde ta sig ut i Saltsjön vare sig via Hammarbyleden eller Södertälje kanal. Varvet lades ned 1970 men här låg i ytterligare några år en mekanisk verkstad. På fotografiet från 1955 är dock driften i full gång.

Ovan: På Marabous fabrik i Sundbyberg tar man det inte lugnt 1960 när tuggummit TOY skall förpackas tre och tre i små rosa paket. Det är TOY:s storhetstid, men Marabou har även många andra storsäljare igång som Dajm, Aladdin och Nonstop. Tuggummi importerades från USA redan 1909, men det var Marabou som 1934 började tillverka TOY, det första svenska tuggummit.





Till vänster: Arbete på ICA Provkök vid Odenplan i mitten av 1960-talet. Provköket startade 1953 för att prova mat och producera recept åt den framgångsrika ICA-kuriren.

Fram till 1964 låg provköket på Biblioteksgatan vid Stureplan men flyttade sedan med ICA:s huvudkontor till det nybyggda höguset vid Odenplan, som då kallades Odenhuset. Provköket anordnade

också kontrollerade provsmakningar och utförde demonstrationer för hela busslaster med folk.

ICA Provköks verksamhet upphörde i december 2005.

Ovan: Fram till 1970-talet såg ett normalt sätteri på ett tryckeri ut på det här viset, även om sätteriet i Esseltehuset 1936 var ovanligt stort, med sina 150 sättare. Handsättarna

plockar bokstav för bokstav i form av blytyper och sätter i en vinkelhake som, när den blivit full, överflyttas till ett sättskepp som en rad. Det fanns flera stilsorter, vad vi kallar typsnitt, och varje regal (de lådor/möbler som sättarna arbetar vid) kunde ha sin speciella stilsort. Vid den här tiden blev det dock allt vanligare med halvautomatiserade lösningar för en snabbare sättning av typer.

Recensioner

Hans-Göran Björk: Den ena den var vit: Om konsten att sänka skepp. Linghem, 2006. | ROLF ÅBJÖRNSSON



Omtumlande läsning

SOM FÖRVALTARE I Rederi AB Slites konkurs är jag en del av Hans-Göran Björks berättelse om en statlig banks kamp mot rederiet. Jag tycker ändå, när detta är sagt, jag kan tillåtas ha en del synpunkter på boken. Först och främst vill jag framhålla värdet av att det i Sverige kommer fram mer litteratur om ekonomiska falllismang inom näringslivet. Intresset har kanske av naturliga skäl mera koncentrerats kring framgångssagor och hur man når lycka och välgång, men för att få helhetsperspektivet behöver även myntets baksida belysas, om inte annat för att skapa kunskap och erfarenhet för att själv kunna navigera på ett framgångsrikt sätt. I Sverige har egentligen bara Krügerkonkursen, Salénkonkursen och nu Slitekonkursen belysts. Krügerkonkursen väcker än i dag intresse.

Det intressantaste med Slitekonkursen är Nordbankens agerande. Sannolikt är inte bankens handlande unikt, men jag har i min 30-åriga yrkeserfarenhet inte stött på något liknande. Hans-Göran Björk har i boken på ett tydligt och väldokumenterat sätt beskrivit hela förspellet till konkursen. Bankens aparta ställningstagande har helt styrts av en uppenbar jävsituation. Kampen mellan rederierna Slite och Silja belyses på ett pedagogiskt sätt genom beskrivningen av kampen om det nya flaggskeppet, Viking Europa,

som blev Silja Europa. Hans-Göran Björk lyckas väl blottlägga alla snåriga relationer mellan banker i Sverige, Finland och Tyskland samt rederier och varv. Genom att boken innehåller referenser till tydlig dokumentation och också namngivna personer som dessutom intervjuats erhålles en stabil grund för de bedömningar som görs. Naturligtvis är inte enbart jäv hos en bank ett problem, utan även den eviga sanningen att en företagare som inte har tillräckligt med eget kapital inte heller har någon egentlig handelsfrihet. Detta senare fenomen blev övertydligt för Consafe och har också belysts i Slitekonkursen. (Om jag läst media rätt är Consafes skapare Christer Eriksson efter konkursen en mycket framgångsrik företagare, helt utan lån!)

Med en bakgrund som undersökande journalist har Hans-Göran Björk lagt ned ett imponerande arbete för att beskriva skeendet runt i kring Slitekonkursen.

Finanskrisen återstår att beskriva

I boken belyses också på ett intressväckande sätt olika aspekter av finanskrisen i början på 90-talet. En kris som än idag inte på ett tillfredsställande sätt belysts. Enligt min mening finns en hel del studier om orsakerna till krisen men egentligen ingenting beträffande hur krisen hanterades. Jag satt

själv i den bankkriskommitté, som den borgerliga regeringen tillsatte, men som efter något års arbete havererade och lades ned på grund av motsättningar mellan professionella ekonomer, forskare och kommitténs ordförande, bankdirektören Jan Wallander. I efterhand kan konstateras vilka enorma förmögenhetsöverföringar som ägde rum under krisen, men frågan är: Var detta berättigat och nödvändigt? Kunde till exempel inte mycket ha lösts genom ett enkelt lagstiftat moratorium, d.v.s. ett besked från lagstiftaren om att näringslivet erhöill visst betalningsansvänd. Verkligheten har visat att efter några år hade förhållandena normaliserats på ett sådant sätt att krisen var övervunnen och i mångt och mycket torde densamma ha varit av närmast administrativ art. Om genom matematiska bedömningar panträtterna i landets fastigheter plötsligt halveras inträder naturligtvis omedelbart en ekonomisk kris, men denna är inte reell. Detta visas också genom att många företag som drogs in i krisen kunde betala räntor och amorteringar. Statliga Securums agerande var särskilt anmärkningsvärt. Securums filosofi styrdes av att banken inte skulle fortsätta att göra affärer, varför man kunde hantera kunderna som engångsengagemang. Detta medförde en företagsslakt av sällan skadat slag.

Den bästa balanserade faktorn i affärslivet är att parterna framgent

kommer att göra nya affärer och detta fenomen hindrar att man utnyttjar ett tillfälligt, ensidigt övertag. Man får hoppas att Hans-Göran Björks ansats att i boken delvis belysa dessa fenomen skapar jordmän för andra att fördjupa kunskandet om hur en kris av det slag som Sverige genomgick

i början av 90-talet skall hanteras. Detta förefaller så mycket mer angeläget som vi idag ser många tecken på samma fenomen som dök upp i slutet på 80-talet.

För aktörer i näringslivet och aktiva politiker är Hans-Göran Björks bok en spännande och lärorik läs-

upplevelse. För en och annan kanske rentav omtumlande.

.....
ROLF ÅBJÖRNSSON *är en av Sveriges mest erfarna konkursförvaltare. Han är delägare i advokatbyrån Setterwalls och har suttit i Insol Europe's styrelse samt är Centrum för Näringslivshistorias styrelseordförande.*

 *Information från Centrum för Näringslivshistorias Forskningssekretariat:*

Berättelser om tillväxt

DET FINNS IDAG många aktörer med tillväxt och entreprenörskap på agendan. Att skapa intresse för entreprenörskap och sprida kunskap om behovet av tillväxt är närmast allmångods, accepterat över hela den politiska skalan. Mynigheter och branschorganisationer med flera bedriver och har bedrivit otaliga kampanjer med dessa mål de senaste åren. Trots detta kan det konstateras att behovet av kunskap om begreppen tillväxt och entreprenörskap kvarstår, rent av större än någonsin. Allt för många tror fortfarande att en entreprenör är en person som genom någon fiffig uppfinning blir rik utan ansträngning.

Bilden av entreprenörskap och av entreprenören behöver vidgas och bli mer generell och instrumentell. Man behöver gå tillbaka till den grundläggande betydelsen av *entreprenör*: den som i konkret handling skapar ny affärsverksamhet. Det blir då uppenbart att entreprenörskap kan handla om ett brett spektrum av mänskliga aktiviteter. Entreprenören kan vara en visionär i olika slags verksamheter, den som skapar nya framgångar i en redan stor organisation eller den som försörjer sig på sitt enmansföretag.

Näringslivets historia vimlar av människor som varit entreprenörer i ordets alla upptänkliga betydelser. Där finns framgångsexempel från seklers affärsverksamheter. Några få är allmänt kända. De så kallade snilleindustrierna som startades kring 1900 används ofta

som positiva exempel utan att man egentligen vet vad deras framgångar grundades på. Modernare exempel är Ingvar Kamprad och Erling Persson.

Men ska man fördjupa sig mera, krävs en större mångfald av exempel. De behöver handla om fler platser, tider, branscher och om företag av olika storlek. Alla entreprenörers företag blir inte världskoncerner. Det är tvärt om det lilla företaget som är det typiska exemplet och det som man själv som människa kan relatera till.

Att arbeta med skolor, högskolor och regionala branschorganisationer ger en direkt ingång till regionala exempel på historisk tillväxt. Kunskap om regionala eller lokala historiska förhållanden är ett medel för ökad förståelse för näringslivet. Detta blir tydligare ju närmare man kommer människorna och de individuella företagen; bakom varje företag finns en eller flera människor. Näringslivshistorien kan exempelvis på ett konkret sätt användas för att undersöka uppfattningar/myter om regionen, och antingen visa vad de baserar sig på eller också avliva myter. Genom ett lokalt förankrat samhällsperspektiv kan man visa att näringslivshistoria inte är nostalgi eller kuriosas.

Centrum för Näringslivshistoria har under tre decennier producerat och publicerat berättelser om näringslivets historia. Berättelserna utformas oftast som artiklar som kan användas i produkter

riktade till målgrupper som företag, media och skola.

Vi kommer i år att genomföra ett projekt med målet att publicera alla relevanta artiklar på vår webbplats. Projektet har arbetsnamnet *Berättelser om tillväxt*.

Artiklarna kommer att ingå i en forskningsdatabas som kommer att innehålla omkring 2 000 artiklar. Vi kommer även att publicera en bilddatabas, Centrum för Näringslivshistorias biblioteksregister samt utvalt källmaterial.

Utöver de artiklar vi tidigare publicerat, har vi formulerat ett antal teman som belyser de grundläggande begreppen *entreprenörskap, innovationer och globalisering*. Inom vart och ett av dessa teman finns underlag för ett flertal nya artiklar som skrivs av våra egna medarbetare, akademiska forskare, lärare, journalister och historieskribenter. *Storlekens betydelse, Svenska företag i världen, Familjeföretaget och Entreprenören som hjälte och förebild* är några av temana.

Centrum för Näringslivshistoria är en oberoende ideell förening. Vår verksamhet och vårt budskap är lika relevant för företagare och anställda som för samhället i stort. Vår nya webbplats kommer att bli en av de viktigaste resurserna för att studera entreprenörskap och tillväxt i ett historiskt perspektiv, både nationellt, regionalt och lokalt.

.....
PER DAHL *är fil.dr. i idé- och lärdomshistoria och chef för Centrum för Näringslivshistorias forskningssekretariat.*

LM-staden – Folkhem i förort

Boken LM-staden – Folkhem i förort är en berättelse om hur det var att leva i LM-staden under beredskapstiden och rekordåren. Den bygger bland annat på intervjuer med arbetare och tjänstemän på LM, liksom med daghemspersonal, butiksinnehavare och andra som har bott och arbetat här – några av dem har varit med ända sedan LM-staden byggdes. | ANDERS JOHNSON

DEN 10 MARS 1938 hördes första sprängskottet från det stora nybygget i Midsommarkransen. Här började nu den nya anläggningen för Telefonaktiebolaget LM Ericsson att uppföras. Även bostäder och serviceinrättningar för personalen skulle byggas i detta område som låg i den växande storstadens ytterkant.

Den ljusa mönsterfabriken

Under 1940 flyttade LM Ericsson till de nya lokalerna. Verkstäderna, kontoren, bostäderna och övriga delar av LM-staden representerade det mest moderna som tiden hade att bjuda – taylorism och funktionalism i skön förening.

LM Ericssons anläggning i Midsommarkransen, Huvudfabriken (HF) som den hette på LM-språket, är ett av de internationellt mest uppmärksammade exemplen på framstående svensk funktionalistisk arkitektur och på en genomarbetad tayloristisk fabriksorganisation. "En mönsteranläggning som saknar motstycke", ansåg tidningen *Social-Demokraten*. *Svenska Dagbladets* konstkritiker Gotthard Johansson, som var en ledande förespråkare för funktionalismen, skrev:

En fabrik betydde förr i världen något svart, sotigt och beklämmande, en social skräckmiljö för naturalistiska romanförfattare och en vildvuxen byggnadstyp, som ingen människa skulle fallit på idén att räkna till arkitekturen. En fullständig dementi på denna föreställning om en fabriksbyggnad – som nog ännu lever kvar hos många, som icke följt med den moderna industriarkitekturens

utveckling – kan man icke få än under en rundvandring genom LM Ericssons nya jätteanläggning vid Midsommarkransen.

Huvudfabriken ritades av arkitekten Ture Wennerholm (1892–1957) och detta är utan tvekan hans magnum opus. Med vita putsfasader, stora fönsterytor och enkla geometriska former, gav anläggningen ett öppet och ljust intryck. Fabriken låg på tre sidor omgiven av skogsklädda höjder och naturen omkring hade i största möjliga utsträckning bevarats för att ge intryck av "fabrik i det gröna". Wennerholm hade även bemödat sig om en funktionell skönhet i olika detaljer som armaturer, räcken och cykelställ. Innerväggarna i verkstäder och kontor hade ofta stora glasade partier, både för att skapa ljus och rymd och för att underlätta kontrollen.

Vård för allt utom fyllesjuka

LM Ericsson hade sedan länge en stark tradition av välfärdsinstitutioner för de anställda – en tradition som levde vidare i LM-staden. Redan 1889 hade det bildats en sjuk- och begravningskassa på LM. Lars Magnus Ericsson tillsköt personligen 1000 kronor till kassans grundplåt. Ingen ersättning fick dock utbetalas med anledning av fyllerigalenskap eller venerisk sjukdom. I mitten av 1930-talet omformades sjukkassan till en erkänd sjukkassa varvid begravningskassan avskiljdes till en särskild understödsförening. När den allmänna sjukförsäkringen infördes 1955 upphörde Telefonfabrikens erkända sjukkassa.

Fri sjukvård för LM-anställda infördes 1891. Även familjemedlemmar och pensionerade medarbetare kom att få fri sjukvård. När barnen till en LM:are var sjuka, kunde företagsläkaren göra hembesök. Den fria sjukvården för familjemedlemmar avskaffades när skattemyndigheterna ville förmannsbeskatta den. Den fria sjukvården för medarbetarna försvann när landstinget inte längre ville låta företagshälsövern ingå i husläkarsystemet.

Mellan 1940 och 1995 hade LM Ericsson egna daghem i området. Företaget ägde och skötte fastigheten men personalen var kommunal. LM disponerade 75 procent av platserna som fördelades av företaget.

LM drev också en barnträdgård under förmiddagarna för barn i åldrarna fyra till sju år och ett eftermiddagshem där över 20 skolbarn kunde få mat, tillsyn och läxhjälp. För att klara den sista uppgiften hade eftermiddagshemmets personal en nära kontakt med de olika skolornas lärare. Fram till 1960-talet hade LM en egen barnkoloni på Resarö.

Som LM-anställd fanns stora möjligheter till studier. Man kunde få ren yrkesutbildning och andra former av kompetenshöjning eller vidareutveckling för arbetet. Det fanns även många typer av hobbykurser. Och man kunde få hjälp att läsa till realen, till studenten eller gå på universitet och högskola.

Idrott och kultur

För de LM-anställda fanns ett stort utbud av fritidsaktiviteter att tillgå. Man hade en rad olika fritidsföreningar och flera idrottsanläggningar. Till fritidsföreningarna räknades bland annat LM-orkestern, LM-kören, LM-teatern och LM:s folkdanslag. Företaget stödde ekonomiskt Midsomargården, ett kultur- och fritidscenter i fabriken omedelbara närhet.

Företaget försökte på olika sätt hjälpa de anställda att lösa sin bostadsfråga. Man gav lån och borgen



Den ljusa funkisfabriken gav eko över världen. Här syns östra fasaden med ritkontorstrappan, 1941. Ur Ericssons bildarkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.

till de anställda att köpa bostadsrätter eller småhus. Man inrättade och gav stöd till flick- och pojkhem för unga anställda. Man förmedlade bostäder åt anställda som flyttade till eller från Stockholm.

Från 1918 till 1993 fanns ett intressekontor på L M som kunde ta hand om de anställdas regelbundet återkommande utgifter och hjälpa till med att lägga upp en betalningsplan. De

anställda kunde öppna sparkasseräknings med bättre ränta än vad bankerna erbjöd. Intressekontoret förmedlade också lån och gjorde att de anställda kunde komma i åtnjutande av diverse förmånliga inköpsmöjligheter. Dessutom bistod man med rådgivning i ekonomiska och sociala frågor. Företaget stod för kostnaderna att driva kontoret.

10 000-tals stockholmare har som anställda, anhöriga eller boende i L M-

staden en personlig relation till L M Ericssons folkhem i Midsommarkransen. Nu finns den historien för första gången skildrad i bokform.

ANDERS JOHNSON, *skriftställare och författare till "L M-staden – Folkhem i förort"*. Boken ges ut av Stockholmia förlag. Den innehåller över hundra bilder, de allra flesta från Ericssons historiska arkiv vid Centrum för Näringslivshistoria.



AB Bröderna Hedlund

Bröderna Hedlund ville egentligen inte alls starta något företag, men gick motvilligt med på det när pappa tjätade. Timingen blev perfekt och de kom att spela en viktig roll inom byggandet av berömda byggnadsverk som Tranebergsbron, Västerbron eller Stockholms högskolas huvudbyggnad. | JAN-BERTIL SCHNELL

INDUSTRIALISMENS genombrott i Sverige innebar stora förändringar för samhället och inte minst för människorna. Bland annat skedde en geografisk omlokalisering av industrierna. Grovt generaliserat kan man säga att de flyttade från landsorten till städer och tätorter. Det gäller inte minst Stockholmsområdet som under 1800-talets andra hälft växer fram som Sveriges viktigaste industriregion. Pionjärföretagen i Stockholm, sådana som Bergsunds gjuteri och mekaniska verkstad på Södermalm, Samuel Owens mekaniska verkstad samt Bolinders mekaniska verkstad, båda på Kungsholmen, hade en starkt diversifierad verksamhet och tillverkade produkter av de mest skilda slag. Senare växer det fram en ny typ av företag som var betydligt mer koncentrerade och tillverkade en produkt eller produktgrupp. Särskilt markanta bland dessa företag är naturligtvis de så kallade snilleindustrierna som byggde sin verksamhet kring en innovation, antingen en egen uppfinning eller en importerad produkt som förbättrades väsentligt. Specialiseringen av företagen fanns dock även utanför denna krets.

Ett av dessa företag som arbetade inom en begränsad sektor och blev denna trogen under hela sin verksamhet var Bröderna Hedlund som grundades år 1911 av bröderna Petrus E. och Jonatan H. Hedlund och hyrde en verkstadstomt på 500 kvadratmeter vid Hälsingegatan och Norrtull. Senare

involverades ytterligare två bröder och en syster i företaget. Syskonskaran växte upp i Munkfors i Värmland där pappan var bruksbyggmästare och de två äldsta bröderna kom tidigt ut i arbetslivet som smeder. Enligt familjetraditionen var de inte särskilt entusiastiska till att starta företaget. Jonatan Hedlund hade kommit från Amerika och stod i begrepp att fara dit igen medan Petrus Hedlund hade en säker anställning som verkmästare i en smidesfirma. Pappan, bruksbyggmästaren J.O. Hedlund i Munkfors, var uppenbarligen den drivande och han fick sin vilja igenom.

När de båda bröderna började sin verksamhet var produktionen inriktad på byggnads- och ornamentsmide i liten skala. En omtyckt och ofta upprepade företagshistoria är den om firmans första uppdrag som inbringade 75 öre och bestod av reparation av två strykjärn. Redan efter något år kom man emellertid in på den verksamhetsinriktning som sedan skulle gälla under företagets hela historia nämligen grovsmide och stålkonstruktioner för olika typer av byggnader och anläggningar.

Flygande start

Man kan säga att Petrus och Jonatan Hedlund startade firman vid en lycklig tidpunkt när tekniken att bygga större byggnader radikalt förändrades.

Användandet av järnkonstruktioner i byggnadssammanhang hade utvecklats i Europa under det tidiga 1800-talet. Kulmen kan sägas ha nåtts med byggnader som Kristallpalatset till världsutställningen i London år 1851 och Eiffeltornet i Paris år 1887–1889. Men det var i Amerika som den nya tekniken utvecklades till en helt nyskapande arkitektur och gav förutsättningarna för utveckling av skyskraporna. Det hela började i Chicago där arkitekter som William le Baron-Jenney och Louis Sullivan ritade de första kontors- och affärshusen som sedan skulle bli normgivande både i Amerika och till vissa delar även i Europa. Ofta nämnda komplex är Home Insurance Building från år 1885, Fair Building från år 1901 och Guaranty Building från år 1893, samtliga i Chicago.

En förutsättning för denna höghusarkitektur var att husen byggdes kring ett skelett av horisontella och vertikala stålbalkar som nitades eller svetsades ihop och också fick sitt uttryck i fasadutformningen. Också till Sverige kom dessa influenser, även om inte skyskraporna var aktuella här. Ett av de första exemplen på denna teknik med hus byggda på stålstomme var Centralpalatset vid Tegelbacken i Stockholm ritat av Ernst Stenhammar och uppfört åren 1895–1898. Ännu ett viktigt exempel är Myrstedts vid Kungsgatan, även det ritat av Stenhammar och uppfört 1908–1910. Senare byggdes en mycket stor mängd affärs- och kontorskomplex efter denna metod och det gällde också idrottshallar och industrianläggningar.

Inom denna byggsektor fann Bröderna Hedlund en mycket lönsam nisch med det första arbetet åren

Motstående sida: Några av Bröderna Hedlunds arbetare högt över marken, 1940-tal. Ur Bröderna Hedlunds bildarkiv hos Centrum för Näringslivshistoria.



1913–1914, som omfattade ca 400 ton järnkonstruktioner för en utbyggnad av Stockholms stads vattenverk vid Norsborg och samtidigt 85 ton till tornet i Stora Tuna kyrka i Dalarna. Genom åren levererade företaget järnstommar och övriga järnkonstruktioner till ett mycket stort antal affärs- och kontorskomplex liksom industribyggnader. I Stockholm kan nämnas ESSELTE-huset vid Vasagatan, Cityhuset vid Norrmalmstorg, Stockholms Högskolas huvudbyggnad vid Norrtullsgatan och General Motors Nordiska AB:s fabriker i Södra Hammarbyhamnen.

Dammar och broar

Under firmans första år fick man det första uppdraget i ett annat produktsortiment som också skulle bli mycket viktigt nämligen regleringsmaskinerier och dammluckor för vattenkraftverk. Åren 1912–1918 uppförde Stockholms stad sitt första vattenkraftverk vid Untra vid Dalälven i Uppland. Kraftverket var för sin tid en mycket stor anläggning, mycket påkostad såväl vad gäller den tekniska som den arkitektoniska utformningen. Arkitekt var Gustaf de Frumerie, som skapade en slottsbyggnad med höga estetiska värden. Byggandet blev ovanligt komplicerat genom det svårbemästrade vattensystemet i älven vid kraftverket med flera älvgrenar som medförde ett stort antal dammbyggnader. Avstängningsluckorna vid intaget till den långa tillloppskanalen utfördes som segmentluckor, en lucktyp som introducerades vid Kvarnsveden år 1900 men fick sitt genombrott här. Leveransen av dammluckorna blev Bröderna Hedlunds första uppdrag för vattenkraftsindustrin som skulle följas av många flera.

Det tredje stora segmentet i företagets tillverkningsprogram var järn- och stålkonstruktioner för broar och viadukter, där det första arbetet tycks ha varit en broklaff mellan Lilla och Stora Essingen. Mellan åren 1925 och 1931 färdigställde Bröderna Hedlund järnöverbyggnader för ca 75 landsvägsbroar med upp till 41 meters spännvidd, huvudsakligen i Norrland. Ett av de större uppdragen var att bygga S:t Eriksbron år 1929. Ett mycket viktigt arbete genomfördes åren 1934–1935 då Pålundsbron upp till Västerbron byggdes som en av de första broarna i

Sverige med helsvetsade järnkonstruktioner utan nitning. Delarna levererades av Bröderna Hedlund medan svetsningen utfördes av Elektriska Svetsningsaktiebolaget i Stockholm. Metoden medförde en minskning av vikten med en tredjedel, något som bidrog till att helsvetsade konstruktioner kom att bli regel.

I övrigt tillverkade man på beställning alla former av grovsmide och framför allt konstruktioner i fackverk som transportbanor, kabelkranar och kraftledningsstolpar. Ett av företagets mera spektakulära arbeten, om än inte det största, var rivningen av den gamla Katarinahissen med gångbron över till Mosebacke, som utvecklades till en folkfest med stora åskådarskaror. Rivningen av gångbron skedde natten till söndagen den 13 juli 1933 eftersom elledningarna för spärvägen måste monteras ner och trafiken därmed stoppades. Händelsen har gestaltats litterärt av Per Anders Fogelström i romanen *I en förvandlad stad* från år 1966 som ingår i romansviten *Stad*.

Med undantag för två svackor under 1920- och 1930-talens ekonomiska kriser visade Bröderna Hedlund, som omvandlades till aktiebolag år 1918, en jämn och positiv utveckling. Omställningen steg från 96 000 kronor år 1912 till 14 351 200 kronor år 1951 och arbetsstyrkan steg under samma tid från 15 till över 300. Detta medförde att den ursprungliga hyrda tomten snabbt blev otillräcklig och år 1921 köpte man denna tomt tillsammans med ett angränsande markområde på sammanlagt 4 200 kvadratmeter. Året därpå uppförde man här en verkstadsbyggnad på 2 200 kvadratmeter, vilken emellertid blev för trång redan efter fyra år och måste utvidgas till en golvyta på sammanlagt 6 000 kvadratmeter. År 1935 var det dags igen för en ny utvidgning då företaget kunde köpa en angränsande tomt på 5 200 kvadratmeter i kvarteret Blästern av KF och här uppföra en ny verkstad som framför allt utnyttjades för svetsningsarbeten.

Till Hammarby

Bröderna Hedlunds utvecklingsmöjligheter vid Norrtull blev trots detta allt mer inskränkta. Från att ha varit en öde utkant år 1911 hade området nu

blivit intensivt bebyggt. Dessutom och framför allt saknades järnvägsspår till verkstaden, vilket var ett allvarligt hinder. Tillverkningen bestod till största delen av mycket stora och tunga enheter och det blev allt svårare att klara transporter med lastbilar. Företagsledningen började därför undersöka möjligheterna att finna en ny plats dit man kunde koncentrera hela produktionskedjan och dessutom få tillgång till industrispår.

År 1941 kunde man köpa en tomt på 15 000 kvadratmeter i Södra Hammarbyhamnen av Stockholms stad. Arkitekterna Eskil Sundahl och Erik Ahlsén, båda knutna till KF:s arkitektkontor, fick uppdraget att rita den nya anläggningen. År 1943 kunde invigningen ske omfattande sammanlagt 30 000 kvadratmeter golvyta. Bara verkstadshallen hade en yta på 12 000 kvadratmeter och var då Sveriges största smides- och plåtverkstad.

År 1950 övertogs aktiekapitalet i företaget av AB Defibrator och året därpå avgick firmans grundare Petrus Hedlund. Verksamheten drevs dock vidare med i stort sett samma inriktning som förut fram till år 1961 då AB Bröderna Hedlund köptes av Grängesbergskoncernen och blev ett dotterbolag under namnet Gränges Hedlund. Bakgrunden till förvärvet var att Grängesberg hade fått en mycket stor order på svetsade rör och pipelines till den sovjetiska oljeindustrin. Bröderna Hedlund hade redan året innan börjat bygga ett stort rörverk i Jordbro i Huddinge. Förvärvet var därför rationellt men härmed var Hedlunds tillvaro som självständigt företag slut.

.....
JAN-BERTIL SCHNELL är f.d. länsantikvarie med ett starkt intresse för industrihistoria. Han är bl.a. en av initiativtagarna till industrimuseet Pythagoras i Norrtälje.

Ny bok om industrihistoria!

Jan-Bertil Schnell är just aktuell med boken *Skog, malm och vatten – 400 års industrihistoria i Roslagen*, i vilken han bl.a. behandlar Bröderna Hedlund. Skriften som är rikt illustrerad skildrar den industrihistoriska utvecklingen från 1500-talets slut till våra dagar i det centrala Roslagen (dagens Norrtälje kommun). Pris ca 305 kr. Vi rekommenderar även Jan-Bertil Schnells *Industriminne* (2004). En intressant bok om Stockholms framväxt som industriellt centrum, med vackra bilder, varav många från Centrum för Näringslivshistoria. Pris: ca 275 kr.

Båda böckerna kan köpas via Stockholms läns museum, www.lansmuseum.a.se/butik/

VI GÖR DIN TIDNING BÄTTRE.

Molenisl ullaor iriusto commy nit ex et lutet ad mod eu faccummolore mincinc ipsustrud dolor sim ilis er si. Os nonumsandre tatinci ncilla am, coreet augait loreetue et, voloreet lutpat incidunt nonsequis euguercidunt wissectem vel ut delit ver sequisl iriustie facillamet, quat, core consenibh eugue feuisl ut praessent iuscidunt doleniat ad tiscin velis nullan henit venis nulputat. Metummodolut iurem nullamc onsecte modoloborem quam, conumsan henis adigna augait, cons augait er sed esequis ad tio et ad te feu facipit praestie dunt eros dolore dit prate conullum et auguero dolor sequam, sit adipsuscipit luptatum adit, coreetum ver ing eugait ut nisi. Uguer in volut wis nostrud exercilla aliquiscip euisit velit wis num esenibh ent in essit do eugiat. Raesto et adit praestrud tat wisit estin henisim. Molenisl ullaor iriusto commy nit ex et lutet ad mod eu faccummolore mincinc ipsustrud dolor sim ilis er si. Os nonumsandre tatinci ncilla am, coreet augait loreetue et, voloreet lutpat incidunt nonsequis euguercidunt wissectem vel ut delit ver sequisl iriustie facillamet, quat, core consenibh eugue feuisl ut praessent iuscidunt doleniat ad tiscin velis nullan henit venis nulputat.

SILVIAMEDIA.SE

Intervju med H&M:s grundare Erling Persson

✎ Källorna berättar: *Vid tre tillfällen hösten 1993 träffade dåvarande Köpmanna-tjänsts Björn Edsta H&M:s legendariske grundare Erling Persson (1917–2002). Resultatet blev en flera sidor lång intervju som idag ingår i Svensk Handels arkiv. Intervjun redovisas här i sitt originalskick, men en aning förkortad.* | INTERVJU: BJÖRN EDSTA

– JAG ÄR FÖDD i Borlänge och kom sen till Västerås i tidig ålder. Pappa hade en charkuteriaffär på Skultunavägen i Västerås. Det var ingen stor affär, ett par, tre anställda. Mamma var också med i affären. Hon hade ”go” i sig och hon hade fantasi. Men det var inte hon som bestämde. Hon skötte vissa saker medan det var pappa som var yrkesmannen. Han var egentligen väldigt duktig. Det var nog meningen att jag skulle ta vid där, när jag slutat skolan. Men jag tyckte inte om branschen.

Varför tyckte du inte om chark-branschen?

– Jag hade andra idéer helt enkelt. Men jag tyckte inte heller om skolan och de tyckte inte om mig heller tydligen. Så jag hängde lite i luften. Jag tog ett par kvällskurser. Det var trevligare. Där lärde jag mig lite handelsutbildning och sedan var jag springpojke i pappas affär tills jag började militärtjänsten. Sedan flyttade jag till Stockholm, för jag hade andra idéer. Det var helt mitt eget initiativ. Föräldrarna såg att jag inte hade lust för chark. Pappa sa, att låt pojken åka, han kommer snabbt tillbaka.

Fick du några ord på vägen?

– Nej, jag var bara välkommen tillbaka. Det var ju en styrka att ha den möjligheten. Jag var 21 år då. När jag kom till Stockholm så hade jag en idé från Västerås, nämligen ost. Jag gick till en firma som hette Aktiebolaget Ost och sa att jag hette Carl Persson, vilket inte imponerade så mycket på dom. Men jag fick köpa en kartong med lagrad ost och betalade kontant,

varefter jag sålde osten. Det var den första affären. Jag tog två ostar på pakethållaren. Det var ganska jobbigt att balansera dem från Upplandsgatan ner till Centralrestaurangen, som var min största kund. Ägaren sa att han hade köpt fyra ostar och förstod inte varför jag kom med två ostar första gången. Men jag hade ju inga pengar så jag kunde bara lösa ut två ostar. Så sa han, att han har ju köpt två ostar till. Och jag sa att det här är Carl Persson Ostkällaren och vi har kontantpris. Han trodde naturligtvis att jag hade stulit ostarna, men han betalade så att jag kunde köpa ut de andra ostarna. Så fick han dom också.

– Jag lärde mig något på den där affären. Hur viktigt det är med finansiering och transporter. Det är ju svårt att transportera ost på pakethållaren. Så jag övergick till att sälja andra saker till kunderna, bl.a. för Eskilstuna Järnverk. Det gick ju lika bra att sälja knivar till restaurangerna. Det höll jag på med ända tills jag kom in på något annat tack vare min kompis Björn Wennberg som kom till Stockholm ungefär samtidigt. Och utan att ha några större överenskommelser blev det bara så att vi gjorde affärer tillsammans och det höll vi på med i fyra, fem år. Ända till 1946. Då hade vi hunnit med dom där julstjärnorna och framförallt ransoneringsportföljer som vi sålde miljoner av till ICA och Hakon – och Epa, Tempo, Konsum. Alla köpte dom. Där var vi också med, varefter som ransoneringskortet kom ut. Det blev nästan ett måste att ha en sån där portfölj för att bevara de här kupongerna.

Hur stora var dom?

– Den var som en liten handväska med tryckknapp. Och det här var, liksom julstjärnorna, hemarbete. Vi sålde också pennställ direkt till konsumenterna. Det var hela idén till att vi så småningom fick kontakt med pennor. Vi fick agenturen för Montblanc. Och när kriget slutade fick vi inga leveranser därför att det var tyska pennor. De var väldigt lönsamma, de här affärerna och när vi kom till Göteborg köpte jag en pennaffär. [1943]

– Vi hittade en port i Göteborg som vi tyckte skulle stängas och bli en affär istället. Det var absolut bästa läget, Hamngatan 10. [Lite osäkert vad som menas, eventuellt Östra hamngatan.] Det finns kvar fortfarande som Ur&Penn. Vi firar 50 år nu. Vi öppnade en butik mittemot också på samma sätt. Det var en bred port i ett relativt nytt hus som den kände arkitekten Einar Eriksson hade ritat. Vi tyckte att han skulle ha en uraffär i porten. Han sa ja och tyckte att den där porten var onödigt stor så han ordnade så att vi fick en affär där också. Och så skulle vi ha en butik i Stockholm och vi kom till Hamngatan och såg i det Sagerska huset en port som också skulle vara lämplig för våra penn- och uraffärer. [Två Sagerska hus fanns tidigare där PK-huset ligger idag.] Det var Ivar Tengbom som hade ritat för Skandias räkning deras hus. Han ordnade så att vi fick en affär i porten. Det fanns inte rum för toalett där, så vi fick gå ner till Norrmalmstorg och använda den toaletten när det var nödvändigt.



När butiken på Kungsgatan invigdes 1952 fylldes trottoarerna av intresserade kunder. Ur H&M:s bildarkiv.

Under den här tiden hade du också berättat för din pappa att du inte skulle komma tillbaka till Västerås?

– Ja, det förstod han. Han följde mina affärer och jag var ofta i Västerås och vi hade väldigt fin kontakt med varandra. Pappa var ju som sagt en väldigt skicklig yrkesman och han skötte sina affärer och la sig inte i mina.

Efter 1943 kom det flera pennbutiker som skulle bli Ur&Penn ...

– Pennspecialisten hette butikerna då. Kulpennan kom till Sverige 1944. Den första pennan hette Biro. Sen kom olika märken. Det behövdes ju inte nån specialaffär för att sälja kulpennor.

Dom såldes ju i alla affärer, så småbutikerna måste ju ha något annat också och då kom klockorna in i bilden. Kvar fanns också idén med kulpennskedja. Jag kompletterade den med att sälja klockor och utvidgade när vi fick ensamförsäljningen för Seiko. Men sedan hann vi med också, innan 1946, att starta en bokhandel på Kungsgatan [i Stockholm]. Det blev Kungsbokhandeln. Då fick vi bokhandelsrättigheter, vilket var mycket fint och min kompanjon Björn Wennberg blev bokhandlare.

Vem gav rättigheterna?

– Det var bokförläggarna med Tor Bonnier i spetsen som delade ut rättigheterna. Jag var bokhandlare några

dar. Sen kom vi underfund med att intressena gick isär. Han var fångad av sin bokhandel och jag tog mig an de andra affärerna. Så åkte jag till Amerika och var där i tre månader. Jag köpte en bil, en begagnad en, och åkte runt hela kontinenten. Från New York över till Klippiga Bergen ner till San Francisco och ända ner till New Orleans och upp igen till Philadelphia och Washington och New York. Det var en tripp som man fick lära sig mycket på. Vi var två stycken. En kille som jobbade i firman då. Tyvärr är han död nu. Men han var också ung och vi körde som kompisar.

– Jag fick se vilka möjligheter som fanns och det var det som gav idéer.

Det var 1945 eller 1946 och det var där jag fick idén med damkläder, då jag såg en kedja som framgångsrikt sålde damkläder i Amerika.

Var det något speciellt du lärde dig?

– Ja, jag insåg värdet av att ligga rätt i allting. Man måste ligga rätt i tiden och man skall finnas där kunderna går. Det har jag försökt följa hela tiden. Man skall inte finnas på någon bakgata.

Och så kom första butiken som skulle följas av flera, alla i bra lägen.

– Ja, det skulle bli kedja i någon bransch, det hade jag bestämt, och det blev damkläder. Jag skaffade en lokal i Västerås, Stora gatan/Vasagatan, 1946. Där låg en port som vi stängde och lade den till den befintliga lokalen som var fiskaffär. Då fick vi en butik på två våningar. Det blev första butiken som hette *Hennes*. Inte *ModePersson* som många ville att den skulle heta, utan *Hennes*. Det blev bara så.

När kom sen nästa affär?

– 1948. Det var ett stort steg att öppna en butik i Uppsala. Jag vet inte om våra etableringar utomlands har känts så stora som det här steget. Vi fick bästa hörnan i Uppsala, vid torget och då öppnade vi två butiker. 1949 kom jag till Jönköping. 1951 kom butikerna på Kungsgatan [Stockholm]. Sedan har det gått uppåt allteftersom orken tillåtit. Sedan blev det affär i Malmö och Göteborg o.s.v.

Nådde ni några stordriftsfördelar?

– De, som sysslade med kläder då, ansåg att vi inte kunde sälja samma kläder i Västerås som i Uppsala, utan att vi måste ha två inköpare. Och sedan öppnade vi en affär i Jönköping, då behövde vi tre inköpare. När vi kom in på Kungsgatan i Stockholm, så behövdes det fyra och fem inköpare för det var två butiker på Kungsgatan... Jag åkte med dom här flickorna, dom var inköpare och skulle handla kläder var och en till sin affär. Det var då jag började inse att det inte var rätt. Så vi ändrade på det så att en inköpare skulle köpa samma kläder för alla buti-

kerna. Det var första rationaliseringen.

– Långt senare fick jag ett erbjudande att köpa ett företag vid *Hötorgcity*. Då fanns ju bara första stumpan av det torget och en skyskrapa. Vi slogs om ett namn där. Om det skulle heta *Nya city* som Skoman tyckte eller *Hötorgcity* som jag ville. Det blev *Hötorgcity*. Vår butik låg vid *Hötorget* och det var ju bra att kunna skriva i annonserna att vi fanns i *Hötorgcity* så folk kunde hitta dit. Där fanns ett stort varuhus inritat, men det var alldeles för stort för oss. Ena hörnan där skulle vara på *Sveavägen* och vi skulle ligga vid *Sergelgatan*. Jag trodde inte på varuhus och fick dom att dela på det. *Svanströms* tog *Sveavägen* första och undre planet och vi tog *Sergelgatshörnan*, första och övre planet. Och så är det även i dag.

Hur fick Hennes sällskap av Mauritz?

– Det var på *Drottninggatan* som vi började med herrkläder. Vi fick en butik där för att vi hade en pennaffär. När dom skulle riva så ville vi inte släppa pennaffären utan att ha någon ersättningslokal istället. När det skulle byggas nytt så fick vi en lokal på övre planet. På nedre våningen skulle det bli en livsmedelsbutik. Den levde i två, tre år. Sedan slog den igen och då fick vi erbjudandet att ta den lokalen också. Det var ett stort steg att ha bara damkläder i så stora ytor, så därför blev vi intresserade av herrkonfektion. Det var i samma veva som *Mauritz Widforss* [detaljist i jakt- och friluftsbeklädnad] gick i konkurs. Han hade flyttat in på *Sergelgatan*, granne med oss, och då vi ville ha det kontraktet så fick vi köpa företaget. Vi köpte faktiskt för 1 miljon kr dunder och krut och fick också överta deras lager med mycket sportkläder o.s.v. och lät den avdelningen heta *Mauritz*. För *Mauritz* tyckte vi var ett bra namn, eftersom det var ett herrnamn. Så blev det *Hennes & Mauritz* och på den vägen är det. Vi är fortfarande kvar i *Widforss* lokaler och det har blivit mer och mer herrkläder i den här lokalen.

Några förebilder?

– Från Amerika hade jag en förebild när jag startade, men sen när vi kom

till Tyskland fanns det något som hette *C&A*, en stor kedja som vi alltid titlade på när vi var där nere. Det tyckte jag var en värdig konkurrent.

Konkurrenter i Sverige?

– Första tiden var det inte så många konkurrenter i Sverige. Vi styrdes mycket av fabrikanter och de sålde till ägarna direkt, så någon konkurrens av kedjor fanns inte. Vi var först med den här typen av kedja. Sen kom ju *KappAhl* igång med sina lokaler i Göteborg, men det var fem år senare och han sålde väl bara kappor då. Men så småningom byggde han ut sortimentet och öppnade flera butiker. Likadant gjorde *Gulins* som ju hade en stor butik i Göteborg. Vi hade ingen kontakt med varandra. Jag träffade *KappAhl* vid ett par tillfällen bara. Det var en trevlig karl. *Modekille*, yrkesman som kunde kappor. Jag tror att det var sonen som valde att lägga upp sitt företag likadant som *Hennes* när han kom in.

Är du i första hand säljare eller entreprenör?

– Jag tror inte jag kan säga att jag är säljare eller entreprenör. Man måste vara både och. Det behövs dessutom lite fantasi och mer improviserat tänkande.

Vad är en bra säljare?

– Skall man bli en bra säljare, då måste man först lära sig lyssna, ha varukännedom och framför allt ha en vara som man själv tror på. En del lyckas som försäljare, en del inte. Det beror kanske på talang.

Vad betyder affärsidén för ett företag?

– Det är väldigt viktigt att man har en affärsidé innan man startar. Det är nästan bättre att inte ha så mycket pengar utan en fin idé att starta med. En bärande idé. Det har gjorts många misstag när någon bara satt igång nånting. Sen visar det sig att det inte går utan en riktig idé och då förlorar han pengarna. Det har jag sett många exempel på.

Vad är er egen affärsidé?

– Vi har ju bara en idé och det är ungdomliga kläder till bra priser. Det är hela idén. H&M har den linjen fortfarande.

Hur tuff kan man vara i affärer och hur viktig är moralen?

– Jag tror inte man behöver vara så tuff i affärer. Bara man håller fast vid det, som man anser rätt och som man kommer överens om från början. Det är väldigt viktigt att man gör riktiga avtal och skriver riktiga order o.s.v. så att man har ryggen fri om man inte följer upp leveranserna.

Finns det något tillfälle då man kan svika en uppgörelse för affärernas skull?

– Man skall ju inte göra det, men kan tvingas till det. Vi har varit i det läget någon gång. Då har vi klarat upp allting med leverantören så vi kan komma tillbaka och göra affärer. Det finns ju annars en del som schackrar lite och försöker vara smarta, men det håller inte i längden. Det är kolossalt viktigt med affärsmoralen och att man har namn om sig att vara pålitlig. Det betyder mycket att personalen vet detta också. Vi kan få leveranser och ibland en felaktig faktura. Då rättar vi till det, oavsett om det är till vår nackdel eller fördel. Det vet vår personal och behöver inte fråga om det. Moralens måste finnas rakt igenom företaget.

Hur viktigt är fackkunnandet?

– Fackkunnandet är viktigt. Den som är inköpare och hanterar varan måste ha fackkunnande. Det kan inte chefen för ett stort varuhus med 1 000 artiklar alltid ha. Men chefens viktiga uppgift är ju istället att sköta driften och se till att rätt folk finns på rätt plats. Jag är väldigt lite fackman på vårt varuområde. När jag åkte ner till Tyskland hade jag med någon som kunde konfektion. Det har jag själv aldrig kunnat.

H&M satsar nu på de mest etablerade modellerna i sin reklam och har alltid syntts.

– Ja, vi har alltid gjort reklam. När vi sålde julstjärnor sålde vi ju till

grossister och dom fick en mycket enkel broschyr, som vi gjorde själva. Dom tog ju stora kvantiteter och sålde vidare. Därför fick de en snabb spridning. Det är lika nödvändigt för oss nu att synas om kunderna skall hitta rätt och då krävs nog den bästa reklamen.

Ni har vuxit till ett storföretag. Har utvecklingen gått för fort?

– Nej, men det är väldigt viktigt att man växer någorlunda i takt med den ork man har. Och med det menar jag, det kapital man disponerar. Det har ju alltid funnits möjlighet till generösa villkor för affärsmän att skriva ner lager o.s.v. men man kan inte skaffa lager för att skriva ner. Enda sättet att få ett öppet kapital har varit att skatta sig fram, betala skatten och få behålla runt hälften. Det är den ryggrad som vårt företag har, det öppna kapitalet.

Din son Stefan har gått in i företaget och är nu vd.

– Ja han var med redan som skolgrabb vid sommarlov och jobbade lite i affären. Men sen flyttade han till England efter studierna. Han var där i nio år och var med om att öppna våra nya butiker i Europa.

Vad är det viktigaste du har lärt honom?

– Att jag inte lärt honom så mycket. Stefan har fått lära sig själv. Pekpinnen tror jag inte så mycket på. Han har fått vara med själv och i den mån han har lärt sig har han tagit efter utan att man har pekat på saker och ting. Det är viktigt. När han sen kom till Sverige så hade företaget börsnoterats och då var det styrelsen som ville ha hem honom. Samma dag som han kom hem och blev chef här flyttade jag till London. Så vi bytte på sätt och vis och det tror jag var kolossalt viktigt för företaget och för honom. Att inte behöva ha någon gammal pekpinne.

Hur löser man generationsskiftet?

– Det är ju skrämmande egentligen, att av alla dessa fina företag som man såg för 30–40 år sedan, så är knappast

något företag kvar. Dom är borta. Och vad beror det på? Först är det skattesatsen, som när en ägare faller bort, då skall det krasas ur en massa pengar till skatten. Den har ju varit oerhört hög, 60–70 %. En bil måste ha bensin för att gå. Ett företag måste ha kapital för att fungera. Kapital försvinner för arvsskattens skull. Sen är det ju också på det sättet att det är många arvtagare som krasas och skall ha ut sin del i familjeföretag. Jag tror att om man tittar på vilka stora företag som försvunnit, så är det sådana frågor som går igen hela tiden. Dom har helt enkelt tömts på pengar och resurser.

– Jag har övertagit BK en gång i tiden. Det var samma sak där. Dom var tvungna att sälja BK i Malmö, ett gammalt fint familjeföretag. Carl Axel Pettersson övertog vi också. Samma sak där. Det var ju omöjligt att föra det vidare med tanke på de skatter som skulle betalas o.s.v.

Vad är viktigt för dagens företagsledare?

– Först är det viktigt att man har bra rådgivare. Jag har haft tur att ha en duktig ekonom vid sidan av mig – en duktig och pålitlig ekonom. Vi fick en rekommendation från handelshögskolan. Han har alltså skött den sidan hela tiden.

Personalpolitiken?

– Det är viktigt med ett förtroendefullt och fint samarbete hela vägen mellan inköpare och budgeteringsmän och säljare i butikerna. Man måste nog ha en viss blick för människor. För annars är det lätt att man får in fel personer och då går det inte bra.

Vad tänker du på vid anställning av butikschefer?

– Först ser man om betyget är någorlunda hyggligt o.s.v., och får sen en känsla när man pratar vid. Det är då man kommer underfund med om en viss person är något att satsa på. Det är ofta på det sättet att man har mycket folk som man kan följa. Och då ser man om det är en bra människa. Så kan man plocka upp personal från golvet till

högre befattningar. Det är många här som börjat så. Folk som vi vill ha kvar stannar längre. Men det är också många som flyttar till konkurrenterna.

Hur gör du med dem som gjort fel?

– Folk skall kunna göra fel, det är också viktigt. Dom som inte gör fel nån gång kan inte heller göra rätt. Det är slutsatsen. Det behövs inget klarspråk till dom som gjort fel. Nej, det vet dom. Vi diskuterar ju hela tiden.

Kunderna?

– Vi har vår kundkrets. Vi säljer till unga och vi har hela skiktet av kunder. Det kan hända t.ex. att KappAhl har lite stabilare kunder. På hans tid var det mycket pensionärer med pensionsrabatt också. Vi har inga rabatter. Jo, personalen får givetvis rabatt, men inga andra.

Dina egna intressen?

– Jag spelar rätt ofta golf, träffar mycket folk utan att göra några affärer på det sättet. Men jag får motion och kommer ifrån affärstankarna. Det har betytt mycket för mig. Jag började spela golf i början av 60-talet och har haft 10 i handicap i många år. Nu kommer jag upp i 12 eller 14 ... Fotboll är jag också intresserad av och så boxning. På vintern följer jag hur det går för Västerås SK i bandy och försöker gå på någon match. Helst SM-finalen.

Andra intressen? Konst och musik?

– Nej, inte så mycket. Vi promenerar mycket, där jag bor i London. Vi går en runda i parken varenda morgon. Sen går jag till kontoret. Vi har ett kontor där, men det blir ju mindre och mindre att göra, när jag nu trappar ner. Vi har många svenska vänner i London, så det är alltid någonting på gång. Det är ju en stad med stort utbud, så där finns det mycket att göra.

Har du varit intresserad av politik?

– Inte ett dugg. Jag har naturligtvis följt vissa frågor. Men aldrig varit

engagerad. Det finns inte tid över för sådant engagemang. Man har en kundkrets som spänner över alla olika riktningar. En del håller på (s) och andra på borgerlig politik och då tror jag inte att det är bra att tycka till för mycket, utan det är lika bra att vara neutral.

Har religionen haft någon betydelse för dig?

– Jag har konfirmerats men det har inte blivit så många kyrkobesök. Så där lite normalt. Det finns väl en tro i grunden.

När intervjun återupptogs några dagar senare kommer samtalet in på om något annat arbete lockat:

– Jag har ju aldrig haft en anställning. Men jag har faktiskt fått ett erbjudande en gång. Det var Marcus Wallenberg som erbjöd mig att bli chef för EPA efter den legendariske Josef Anér. När jag tackade nej påpekade jag att jag ju bara har folkskola och lite handelsutbildning. Wallenberg svarade: Jag vet mer om herr Persson än vad Persson vet om sig själv. Sen fick jag ett brev från Josef Anér med en bok och en hälsning till den som avböjt "att bli min efterträdare". Många år senare träffade jag Marcus Wallenberg som sa: Vi hade ju stora planer för herr Persson. Och vi hann inte ens lägga bort titlarna då, men det kan vi ju göra nu. Du gjorde nog rätt, men vi hade ju haft mindre problem med EPA om Du tackat ja.

Har du saknat en djupare utbildning?

– Man kan ju säga att jag saknar utbildning men att livets skola inte heller har varit så dum. Och jag har ju ständigt umgåtts med välutbildat folk. Vi har ju tidigast haft högskolutbildade där det har behövts.

Finns det risk att du idag skulle ha läst för länge och inte blivit affärsmän om du varit ung nu?

– Ja, som välutbildad hade jag nog blivit en medelmätta. I sämsta fall

hade jag kunnat så mycket om riskerna att jag inte vågat ta de tillfällen som far förbi. Man ska vara så dum att man inte tvekar att ge sig in i affärerna men så klok så man kan reda upp det man gett sig in i.

– Marcus Wallenberg hade en stor talang att skaffa duktigt folk till sina företag. Vi har nu 10 000 anställda och 800 nya kom förra året. Det viktigaste för oss när företaget växer är att vi har en talangscoutjakt i företaget. Talangerna finns där. Det gäller bara att ta vara på dem. Vi får inte ha chefer som är rädda för konkurrensen och därför bromsar duktigt folk.

Ni har hållit fast vid er egen linje i många frågor.

– Ja, vi fick ju kritik för att vi hade för mycket pengar i kassan under 80-talet och att vi borde ha köpt fastigheter. Vi avstod och det var ju rätt. Men när man tycker att man är världsmästare på ett område så är det lockande att pröva om man inte är lika bra på allt. Den här skomakarlästen är inte så dum att stanna vid.

Är det ett förhållningssätt över huvudtaget för dig och H&M?

– Ja, lite av detta går nog igen i både mitt och Stefans sätt att vara. Vi har medvetet valt en låg profil. Folk känner inte igen mig och det är skönt. För veckotidningarna tag i en så är man fast. Att jag hittills har sagt nej till intervjuer och memoarer är också ett utslag av ödmjukhet inför uppgiften att leda ett företag. Det är en kamp för företaget varje dag. Många företagare med mig vet hur lätt det är att "ramla ned" även när man trott sig sitta säkert. Då är man ödmjuk även när det går bra.

– Det här är faktiskt första gången på 40 år som jag har berättat så här om mig själv för en intervjuare.

.....
BJÖRN EDSTA är ursprungligen journalist och har arbetat över 25 år inom handeln och dess organisationer, senast inom Svensk Handel.



Ny bok till premiärpris!

År 1940 flyttade LM Ericsson till en nybyggd, modern fabrik i Midsommar-kransen. Runt omkring byggdes bostäder och hela området kom att kallas LM-staden. Det blev ett eget litet folkhem där LM Ericsson tog ett stort ansvar för kultur- och fritidsverksamheter och för den sociala servicen.

Området kring Telefonplan är en av tolv industrimiljöer i Sverige som Riksantikvarieämbetet har valt ut som särskilt intressanta. Boken innehåller över 100 unika bilder. Beställ den genom att sätta in 280 kronor (inkluderar frakt) på vårt Plusgirokonto: 98264-5. Ange namn och adress!

Företags- och organisationsmedlemmar

JUNI 2006

ABA of Sweden
AGA
Agria Djurförsäkring
Ahlbins Patentbyrå
Akzo Nobel
Alecta
Alfa Laval
ALMEGA
ALMI Företagspartners Stockholm
AP-fastigheter
Apotekarsocieteten
Apoteket
Arbio AB
Arla Foods AB
Astra Zeneca
Atlas Copco
Barnens Bokklubb
AB Wilhelm Becker
BEEP
Bokbinderimästareföreningen i -Stockholm
Stiftelsen Bokbranschens Understöds-
och Utbildningsfond
Bonnierföretagen
Stiftelsen Branschorganisationernas kansli
Brandkontoret
Busslink i Sverige
Carl Lamm AB
Carlsberg Sverige
Christenson Roth Advokater
Advokatfirman Cederquist KB
Cederroth International
Chefsekreterarna Stockholms
Christenson AB, Advokat
Dometic
Edita Norstedts Tryckeri
Ekshagastiftelsen
Electrolux
Elekta
ELFA
Stiftelsen Olle Engkvist Byggmästare
Telefon AB LM Ericsson
Esselte
FABEGE
FAR
FAR FÖRLAG AB
Farmacihistoriska Sällskapet
FERA Ljuskultur
Flood Advokatbyrå
Flygtekniska Föreningen
FR i Stockholms län AB
C E Fritzes
Färg- och Lacktekniska Föreningen
Föreningsarkiven i Stockholms län
Föreningsparbanken
Försäkringsförbundet
Grafiska Företagen
Grand Hotel Holdings AB
Gröna Lunds Tivoli
Hakon Invest AB
Hald & Tesch Brand
Hamilton & Co Advokatbyrå
Handelsbanken
Petrus och Augusta Hedlunds stiftelse
Heidelberg Sverige
Henkel Sweden AB
Hufvudstaden AB
Hushållningssällskapens Förbund
Hökerberg & Söderqvist Advokatbyrå
ICA AB
ICH-handlarnas Förbund
IFU Utbildnings AB
Industrins Utredningsinstitut IUI
Informationsförlaget Heimdahls

Institutet för värdering av fastigheter
Investment AB Kinnevik
JCDecaux Sverige AB
Jehander Sand o Grus AB
Jernhusen AB
John Mattson Fastighets AB
Juridiska Biblioteket
Järnhandelns Intresseförening
Konstnärernas Riksorganisation
Kontorstekniska föreningen
Kooperativa Institutet
Kraft Foods Sverige AB
Landahl Öhman Advokatbyrå AB
Landshypotek
Lantbrukarnas Riksförbund LRF
Lantmännen
Lernia AB
Lindahl HB, Advokatfirman
Lindberg & Saxon HB, Advokatfirma
Sten Lindskog Advokatbyrå HB
Livsmedelsföretagen
Lokaltidningen Mitt i Stockholm AB
Ivar Lundh & Co
Länsförsäkringar Stockholm
Länsförsäkringsbolagens AB
Magnusson Advokatbyrå
Mannheimer Swartling Advokatbyrå
Mariebergs Arkivbyrå
MAQS Lawfirm AB
Martin Olsson HAB
Metallgruppen MEGAB
MQ/Jaller Klädcenter AB
NCC
Nordea
Advokatfirma Nordia KB
Nordiska Kompaniet
Nordstjärnan
Nordia KB, Advokatfirma
P A Norstedt & Söner
Nova AB, Advokatfirman
Nynäshamns Ångbryggeri,
Intresse-förening
Näringslivets Informations-
konsult Sören Karlsson AB
Odhner & Co Belysning
Osram
Packhuslagret
Plåtslageriernas Riksförbund
Primus
Procordias Pensionsstiftelse
Procordias Pensionsstiftelse II
Propeller
Rekolid
Roth, Advokatbyrå Peter
Röda Korsets Sjuksköterskeårns Intresse-
förening
Sackemark AB, Advokatfirma
Salus Ansvar
Sandrew Metronome AB
Scandinavian Airlines System (SAS)
Schering-Plough
SEB
Setterwalls Advokatbyrå
Sievrt AB
Silvermeden Giertta AB
Sinf Konsult AB
Sirius International Insurance Corp.
SITA Sverige AB
Skandia
Skanska AB
Skolfastigheter i Stockholm AB
Sollentuna Kommun
Sparinstitutens Pensionskassa

Spendrups Bryggeri AB
Spårvägens Idrottsförening
Sthlms Bleck & Plåtslagarmästareförening
Stockholm Business Region AB
Stockholm Globe Arena
Stockholm Saltsjön
Stockholms Handelskammare
Stockholms Hantverksförening
Stockholms Jernkramhandlareförening
Stockholms Läns Hemslöjdsförening
Stockholms Stadsmision
Stockholmsmässan
Stokab
Strömma Turism & Sjöfart AB
Svala & Söderlund Hovmusikhandel
Svensk Energi
Svensk Fastighetsförmedling
Svensk Filmindustri
Svensk Fjärrvärme
Svensk Form
Svensk Handel
Svensk Mjölke
Svensk Pantbelåning
Svenska Bankföreningen
Svenska Bostäder
Svenska Bryggareföreningen
Svensk Fastighetsförmedling
Svenska Filmklubben
Svenska Försäkringsföreningen
Svensk Handelstidning Justitia AB
Svensk-Thaiändska Föreningen
Svenska Hundskyddsföreningen
Svenska kyrkans Församlingsförbund
Svenska Pappers- och Cellulosaingenjörs-
föreningen
Svenska Spel
Svenska Trävaruproducenter
Svenska Uppfinnareföreningen
Svenskt Näringsliv
Sveriges Advokatsamfund, Stockholm-
savdelningen
Sveriges Aktiesparares Riksförbund
Sveriges Försäkringsförbund
Sveriges Trähusfabrikanter
Systembolaget
SYVAB, Sydvästra Stockholms-regionens
Va-Verks AB
Sällsk. för Folkundervisningens Befrämjande
Sällskapet Järn, Maskin, Metall
Teknikföretagen
Stiftelsen Telefondirektören H.T. Cederg-
rens Uppfostringsfond
Stiftelsen Tornspiran
Tendorf, Advokatfirma Thomas
Thure och Karin Forsbergs Stiftelse
J H Tidbeck AB
Timbro
Tore Ulf Chartering AB
Trafiksäkerhetsföreningen
Transportgruppen
Trygg Hansa
Trygghetsfonden
Ung Företagsamhet
Unilever Sverige
Veteranklubben Alfa
Vin & Sprithistoriska Muséet
B. Wahlströms Bokförlag
Tekn. Dr. Marcus Wallenbergs Stiftelse
Wennerholm & Öhman KB,
Advokatfirma
Widell AB, Advokat Anna Stina
AB P Wikström J:or
Ähléns



CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

Om Centrum för Näringslivshistoria

DEN IDEELLA FÖRENINGEN Centrum för Näringslivshistoria hanterar världens största samling av näringslivshistoria. Bakom bildandet 1974 stod Stockholms stad, Stockholms Handelskammare samt enskilda företag. Idag finns företag och organisationer från hela Sverige och utlandet bland medlemmarna.

Vårt syfte är att bevara och presentera näringslivets historia. Vi hjälper företag och organisationer att säkerställa historiskt intressant material och ser till att det bevaras på bästa sätt. Vi hjälper också våra medlemmar att använda sin historia i olika former, internt och externt. Vi genomför och projektleder research, böcker, utställningar samt webb- och multimedieprojekt.

En viktig uppgift är att bistå forskare, skolor och allmänhet med research och kunskaper.

Idag hanterar Centrum för Näringslivshistoria närmare fem mil historiskt källmaterial, cirka tre miljoner fotografier, en halv miljon ritningar och tusentals föremål. Mer än 6 000 företag representerar alla storlekar och branscher. Materialet sträcker sig från 1700-talet och fram till idag. Deponerande företag förblir ägare till sitt material och har full kontroll över användningen.

Stockholms Företagsminnen är en lokal förening som på Stockholms stads uppdrag hanterar material från företag som inte längre existerar. Dessutom genomförs projekt med koppling till Stockholms näringsliv.

Kontaktinformation

Adress

Centrum för Näringslivshistoria
Grindstuvägen 48–50, 167 33 Bromma

E-post och webbplats

info@naringslivshistoria.se
www.naringslivshistoria.se

Företagsminnens redaktör

Edward Blom, 08-634 99 29
edward.blom@naringslivshistoria.se

Öppettider

Reception och växel
09.00–11.30, 12.30–16.00
Besök enligt överenskommelse.

Vd

Alexander Husebye, 08-634 99 14
alexander.husebye@naringslivshistoria.se

Telefon och fax

Växel 08-634 99 00, Fax 08-634 99 35

Chef, forskningssektariat

Per Dahl, 08-634 99 13
per.dahl@naringslivshistoria.se



**det är smöret
som gör'et**

