



# OUTSTANDING OUTDOOR EQUIPMENT

CLOTHING, BACKPACKS, SLEEPING BAGS & FOOTWEAR



Pressemeddelelse, 23 oktober 2014

## Haglöfs sammenfatter sine første 100 år

I 2014 er det 100 år siden, Wiktor Haglöf begyndte at lave rygsække i en lille hytte i Dalarna. Meget af det, der karakteriserer Haglöfs i dag, er det samme, som karakteriserede den virksomhed, som Wiktor startede for så længe siden, dvs. det detaljerede håndværk, høj kvalitet og en interesse for funktionelle løsninger. Nutidens Haglöfs har en rig arv, men har selv skabt sin egen historie. Og der føjes med tiden nye kapitler til denne historie.

### W. Haglöf-rygsækfabrik, Torsång

Wiktor Haglöf begyndte at lave rygsække i en lille hytte på familiegården i Torsång i Dalarna i 1914. Wiktor købte stof, som han skar til efter et mønster af eget design. En nabodame, som ejede en symaskine, blev den første syerske, og Wiktor færdiggjorde rygsækkene ved at tilføje læderstropper og spænder. På cykel og til fods bevægede Wiktor sig gennem lokalområdet og solgte sine rygsække til landmænd, skovhuggere og skolebørn.

Wiktors rygsække blev populære, hans forretning voksede og hans salgsområde blev større. Det varede ikke længe, før den lille hytte blev for lille, og i 1919 forlod Wiktor familiegården og købte en ejendom i Torsång med smuk udsigt udover floden Dalälven. Wiktor byggede et værksted på denne ejendom - den senere så legendariske Dalstugan.

I det nye værksted kunne Wiktor arbejde mere struktureret i produktionen, og virksomheden ansatte sine første medarbejdere. Han ansatte en sælger, som cyklede rundt med produktprøver og solgte Haglöfs produkter. Afstandene var ofte lange, og der er anekdoter om, at sælgeren cyklede hele den lange vej til Östersund, 400 km fra Torsång.

### Rygsækfabrikken vokser

Da Dalstugan også blev for lille, begyndte Wiktor at opføre en fabrik på hans jord i 1934, og produktionsprocessen hos Haglöfs blev mere industrialiseret. Der var mellem 15 og 20 mennesker beskæftiget på fabrikken - en af dem var Wiktors ældste søn, Rolf. Wiktor havde mere tid at give til sin forkærlighed for innovation, og udviklede et antal nye rygsække og relaterede produkter, blandt andet en rygsæk, der kunne laves om til en stol med en simpel manøvre, og en barnebærestol.

---

Haglöfs utvecklar kläder, skor och utrustning för människor som investerar i ett aktivt uteliv. Från rygsäckstillverkning i liten skala 1914 har Haglöfs genom modern produktutveckling och strategisk distribution vuxit till en av världens ledande leverantörer av outdoor-produkter. Haglöfs varumärke marknadsförs huvudsakligen på ett 25-tal marknader i Europa och Asien och företaget har runt 200 anställda. Omsättningen för 2013 uppgick till 724,5 MSEK. Haglöfs ägs av ASICS Corporation sedan 2010. [www.haglofs.com](http://www.haglofs.com)

#### KONTAKTER:

PR & Media Manager: Sara Skogsberg Cuadras, [sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se](mailto:sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se)



# OUTSTANDING OUTDOOR EQUIPMENT



CLOTHING, BACKPACKS, SLEEPING BAGS & FOOTWEAR

HAGLÖFS

I 1945 sluttede Hans Haglöf sig til sin far og bror i virksomheden, der nu kunne tælle det svenske forsvar og en voksende spejderbevægelse blandt sine vigtigste kunde- grupper. Haglöfs begyndte at navngive sine rygsække. Disse navne blev taget fra naturen eller aktiviteter relateret til udendørsliv - en tradition som Haglöfs fører videre den dag i dag.

Da Wiktors to sønner, Rolf og Hans, overtog virksomheden i 1955, blev Haglöfs rygsække solgt i hele Sverige, og virksomheden var blevet dannet som selskab under navnet Haglöfs Ryggsäcksfabrik AB. I løbet af 1960'erne og 1970'erne blev virksomhedens produktsortiment udvidet til at omfatte udendørsprodukter. Flere af Haglöfs' klassiske rygsække, som for eksempel Alaska, Grönland og Skarja, kan spores tilbage til denne periode.

I 1975 solgte Rolf og Hans Haglöf virksomheden til Bonnierföretagen (et holdingselskab for investeringer i industrisektoren, ejet af Bonnier-familien). Tre år senere, i 1978, overtog Bonnierföretagen også Elof Malmberg, som udover sin egen produktion og salg af sports- og udendørsudstyr - såsom redningsvesten Måsen og bjergsortimentet Tarfala - også agerede som repræsentant for internationale mærker som Asics Tiger. Tilsammen udgjorde Haglöfs og Elof Malmberg en af Sveriges førende udendørsvirksomheder i den tidsperiode: Frosta Fritid.

## **Haglöfs ankommer til Avesta**

I 1980 ansatte Frosta Fritid den dengang 29-årige Mats Hedblom som assistent til salgschefen. Mats blev ansat til at sælge og udvikle virksomhedens redningsveste, der var blevet omdøbt fra Måsen til Compass. Med en telefonbog som vejviser rejste Mats rundt og besøgte søfartsvirksomheder og solgte redningsveste - meget lig den salgsproces, som Viktor Haglöf havde brugt 60 år tidligere.

I 1988 blev Frosta Fritid købt af Bagheera i Avesta. Mats Hedblom havde overtaget rollen som produktchef i Frosta Fritid og var ansvarlig for alle produktgrupperne, herunder Haglöfs. Sammen med Haglöfs' daværende administrerende direktør, Ove Edström, og fire salgsmedarbejdere, flyttede Mats ind hos Bagheera. Virksomheden blev hurtigt strømlinet, og da også Bagheera blev solgt nogle få år senere, var der kun Haglöfs tilbage.

## **Tid til forandring**

Haglöfs produktsortiment i slutningen af 1980'erne bestod af rygsække, nogle få soveposer, telte og en sko i ny og næ. Haglöfs mærke var strandet i ingenmandsland: For meget skov-og-bjerger til at kunne tiltrække de trendy forretninger, men ikke skarpe nok til at tiltrække de helt seriøse brugere. I 1989 rekrutterede Haglöfs produktudvikleren

---

Haglöfs utvecklar kläder, skor och utrustning för människor som investerar i ett aktivt uteliv. Från ryggsäckstillverkning i liten skala 1914 har Haglöfs genom modern produktutveckling och strategisk distribution vuxit till en av världens ledande leverantörer av outdoor-produkter. Haglöfs varumärke marknadsförs huvudsakligen på ett 25-tal marknader i Europa och Asien och företaget har runt 200 anställda. Omsättningen för 2013 uppgick till 724,5 MSEK. Haglöfs ägs av ASICS Corporation sedan 2010. [www.haglofs.com](http://www.haglofs.com)

## **KONTAKTER:**

PR & Media Manager: Sara Skogsberg Cuadras, [sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se](mailto:sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se)



# OUTSTANDING OUTDOOR EQUIPMENT



CLOTHING, BACKPACKS, SLEEPING BAGS & FOOTWEAR

HAGLÖFS

Lennart Ekberg. Haglöfs begyndte at teste mere moderne soveposer, og ikke længe efter blev der gjort forsøg med design af egne beklædningsgenstande. Mats og Lennart tog deres foretrukne beklædningsgenstande med på arbejde og begyndte at lave udkast til nye produkter. Der fulgte flere års prøver og fejltagelser - hvor meget af arbejdet endte med fejltagelser. Der blev bestilt stof i de forkerte farver og en enkelt skjorte blev lanceret med erklæringen "Testet med succes under after-ski" trykt på salgsmærkaten...

Mats og Lennart begyndte også at arbejde med at transformere Haglöfs' forretningskoncept og strategier til noget, der var mere i tråd med deres egne tanker og ambitioner. Deres forretningsidé var: "At tilbyde et mærke, der imødekommer dagens behov for produkter med høj funktionalitet, godt design og en pris, der står mål med værdien, til folk som investerer i et aktivt udendørsliv". Og den gælder den dag i dag.

## **Det moderne Haglöfs tager form**

Virksomheden gik nu ind i en fase, hvor den udvidede sit produktudvalg, arbejdede på at styrke forholdet til detailsælgerne og etablerede sine værdier. Haglöfs kaldte nu sig selv en udendørsvirksomhed, og begyndte at markedsføre lag-på-lag-princippet. Der blev lagt betydeligt fokus på fortsat udvikling af brandet, hvilket kan illustreres med en jobannonce, hvori Haglöfs meddelte sin søgen efter en "Salgsrepræsentant - brand".

I 1993 blev rygsækken Tight lanceret, og den skulle blive nøglen til det moderne Haglöfs. Efter en lang udviklingsperiode besluttede Haglöfs, at modellen var god nok, men at den manglede et koncept. Haglöfs udsatte derfor lanceringen for at finde det helt rigtige navn til produktet og den rette markedsføring. Da først Tight blev lanceret, blev den en stor succes og åbnede dørene til salg til forretninger i de større nordiske byer.

Hele konceptet, fra produktnavnet til salgsstrategierne, blev udviklet i samarbejde med Kjell Friberg og marketingfirmaet Strix. Tight, som blev solgt under sloganet "Du skal bevæge dig - ikke din rygsæk," markerer også begyndelsen på en tid, hvor Haglöfs' marketing blev udviklet til verdensklasseniveau - og i nogle få år i 1990'erne var kommunikationen ærligt talt ofte et trin foran produkterne.

I 1994 blev der udviklet en generation af rygsækkene i Climber-serien, med hjælp af Lars Kronlund (den første svensker, som besteg Mount Everest), og efter introduktionen blev de, blandt andre, brugt af eventyreren Göran Kropp på hans ekspeditioner. Det følgende år lancerede Haglöfs en serie vandrestøvler, To-Go, der blev udviklet i samarbejde med en

---

Haglöfs utvecklar kläder, skor och utrustning för människor som investerar i ett aktivt uteliv. Från ryggsäckstillverkning i liten skala 1914 har Haglöfs genom modern produktutveckling och strategisk distribution vuxit till en av världens ledande leverantörer av outdoor-produkter. Haglöfs varumärke marknadsförs huvudsakligen på ett 25-tal marknader i Europa och Asien och företaget har runt 200 anställda. Omsättningen för 2013 uppgick till 724,5 MSEK. Haglöfs ägs av ASICS Corporation sedan 2010. [www.haglofs.com](http://www.haglofs.com)

## **KONTAKTER:**

PR & Media Manager: Sara Skogsberg Cuadras, [sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se](mailto:sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se)



# OUTSTANDING OUTDOOR EQUIPMENT

CLOTHING, BACKPACKS, SLEEPING BAGS & FOOTWEAR



HAGLÖFS

ortopæd. Skoen blev leveret sammen med en opbevaringspose, der havde strækøvelser trykt på ydersiden - bare et af de mange eksempler på, hvordan Haglöfs gennem årene har delt sin viden med forbrugerne.

Det følgende år foretog Haglöfs en enorm investering i udvikling af beklædning, efter at have fået licens til at bruge Gore-Tex®, og hyrede designeren Christer Mårtensson på freelance-basis. Sammen med Strix forberedte Haglöfs en kampagne under sloganet "Spar penge - køb dyrere tøj". Stort set hele årets overskud blev investeret i kampagnen, og gevinsten for Haglöfs blev kolossal. Det moderne Haglöfs var opstået, og brandet var meget stærkt. Adskillige succesrige produktlanceringer, som for eksempel jakken Orca, etablerede Haglöfs som Europas - hvis ikke verdens - førende producent af Activent-beklædning (en forløber for Windstopper®) i denne periode.

I 1998 stod Haglöfs på kanten af sit internationale gennembrud, og åbnede sit første datterselskab i Finland. Martin Kössler blev rekrutteret som eksportchef, der blev udarbejdet en eksportstrategi, og snart var der etableret datterselskaber i de andre nordiske lande.

I 2000 blev der indført et nyt, moderne logo, hvilket faldt sammen med Haglöfs første skridt på det europæiske marked. For at styrke sit nye logo introducerede Haglöfs sloganet Outstanding Outdoor Equipment (enestående udendørs udstyr), der med tiden skulle komme til at symbolisere alt, hvad Haglöfs stod for, men også hvordan brandet skulle opfattes.

## I 2000'erne

Hvis 1990'erne var det årti, hvor Haglöfs opbyggede sit brand, var det følgende årti perioden, hvor Haglöfs skabte værdi. Produktkoncepter såsom LIM (Less Is More) og Climatic blev lanceret. Haglöfs produkter, og i særdeleshed beklædningen, havde overtaget rollen som drivkraften bag brandets udvikling. Virksomheden blev købt af en ny ejer, det private investeringsselskab Ratos, og en ny struktur med klare produktområder blev styrket, især via produktudvikling og design.

I 2002 åbnede Haglöfs et kontor i Kallhäll udenfor Stockholm, for design og markedsføring. Den evne til innovation, der karakteriserede Wiktor Haglöf, blev til fulde repræsenteret i det moderne Haglöfs. Innovation i alt fra nye hjælpesystemer til materialevalg og konstruktion havde transformeret Haglöfs til en førende aktør på området for tekniske udendørsprodukter, og adskillige produkter vandt internationale priser og udmærkelser.

---

Haglöfs utvecklar kläder, skor och utrustning för människor som investerar i ett aktivt uteliv. Från ryggsäckstillverkning i liten skala 1914 har Haglöfs genom modern produktutveckling och strategisk distribution vuxit till en av världens ledande leverantörer av outdoor-produkter. Haglöfs varumärke marknadsförs huvudsakligen på ett 25-tal marknader i Europa och Asien och företaget har runt 200 anställda. Omsättningen för 2013 uppgick till 724,5 MSEK. Haglöfs ägs av ASICS Corporation sedan 2010. [www.haglofs.com](http://www.haglofs.com)

## KONTAKTER:

PR & Media Manager: Sara Skogsberg Cuadras, [sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se](mailto:sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se)



# OUTSTANDING OUTDOOR EQUIPMENT



CLOTHING, BACKPACKS, SLEEPING BAGS & FOOTWEAR

HAGLÖFS

Fra midten af 2000'erne begyndte Haglöfs også at arbejde med ansvarsemner, og stillede stadig større krav til deres leverandører, producenter og partnere. I 2008 tilføjede virksomheden ordet "ansvarlig" til sit forretningskoncept, blev medlem af bluesign® og udpegede en direktør for bæredygtighed for at løfte disse emner op på et strategisk niveau.

I 2008 solgte Haglöfs nummer 1 million af rygsækmodellen Tight. Det følgende år oversteg salget 500 millioner SEK, og Haglöfs blev et af Europas førende selskaber indenfor udendørsprodukter.

## **Fremtidens historie**

I 2010 flyttede Haglöfs til et nyt hjem, da virksomheden blev opkøbt af den japanske sportsprodukt-virksomhed ASICS. I dag er Haglöfs at finde på 26 markeder over hele verden. Virksomheden har ca. 200 medarbejdere og en omsætning på 724,5 millioner SEK. Sammen med ASICS er Haglöfs gået ind i en ny ekspansionsfase med fokus på global ekspansion - en ny fase, der vil blive et nyt, spændende kapitel i fremtidens beskrivelser af virksomhedens historie.

Tekst og billeder kan findes på [www.haglofs.com/press](http://www.haglofs.com/press)  
For yderligere information, kontakt venligst:

Lars Merrild  
+ 45 60 200 900  
[lars.merrild@haglofs.dk](mailto:lars.merrild@haglofs.dk)

---

Haglöfs utvecklar kläder, skor och utrustning för människor som investerar i ett aktivt utliv. Från rygsäckstillverkning i liten skala 1914 har Haglöfs genom modern produktutveckling och strategisk distribution vuxit till en av världens ledande leverantörer av outdoor-produkter. Haglöfs varumärke marknadsförs huvudsakligen på ett 25-tal marknader i Europa och Asien och företaget har runt 200 anställda. Omsättningen för 2013 uppgick till 724,5 MSEK. Haglöfs ägs av ASICS Corporation sedan 2010. [www.haglofs.com](http://www.haglofs.com)

## **KONTAKTER:**

PR & Media Manager: Sara Skogsberg Cuadras, [sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se](mailto:sara.skogsberg-cuadras@haglofs.se)