

# Abecita och Swegmark blir ett - starkare tillsammans under ett och samma varumärke



Efter decennier av gemensam historik går nu varumärkena Abecita och Swegmark samman under ett och samma namn. Beslutet markerar ett naturligt nästa steg i en långsiktig strategi för att stärka kunderbudandet och driva framtida tillväxt. Det är Swegmark, det familjeägda företaget med rötter från 1937, som blir det varumärke som kommer att leva vidare.

Swegmark har varit ägare till Abecita sedan mitten av 1980-talet och de två varumärkena har sedan dess verkat sida vid sida under familjen Swegmarks ledning. Sedan 2021 är de dessutom sammanslagna i ett bolag, Underwear Sweden AB. Under det gångna året har arbetet med att successivt förena produktportföljer, design och strategi intensifierats, vilket nu kulminerar i en samlad och enhetlig marknadsnärvaro.

*- Vi ser tillbaka på Abecitas historia med stor respekt och tacksamhet. Det har varit ett starkt och omtyckt varumärke under lång tid. Genom att nu samla all vår kraft under Swegmarks namn skapar vi en stabil och tydlig plattform för framtiden, säger Helena Thorell, VD för Swegmark.*

Genom att integrera Abecitas formspråk och bästsäljande produkter i Swegmarks redan starka plattform skapas ett bredare, mer sammanhållet och framtidssäkert erbjudande till både nuvarande och framtida kunder. Beslutet innebär att inga nya kollektioner under Abecitas namn lanseras efter 2025, i stället breddas kunderbudandet inom ramen för Swegmark, där både design, kvalitet och värderingar från båda världar bevaras.

Sammanläggningen innebär inga förändringar i ägarstruktur eller kärnvärden. Underwear Sweden AB fortsätter vara ett familjeägt bolag med tydlig förankring i kvalitet, långsiktighet och kundnära utveckling. Den nya varumärkesprofilen implementeras successivt under 2025.

Helena Thorell lyfter även fram tydliga fokusområden för bolagets fortsatta tillväxt:

*- Genom att kombinera det bästa från två världar lanseras nu ett bredare bh-sortiment, nya trosor i modal samt återvunna material inom sportsegmentet, med fortsatt fokus på komfort, kvalitet och hållbarhet för den medvetna kvinnan," berättar Helena.*

*- Hållbarhet är en fortsatt hörnsten. Alla bh:ar är Öko-Tex-certifierade och tillverkas med ekologisk och Fairtrade-certifierad bomull. Återvunna material används redan i stora delar av badsortimentet, och från SS26 består alla yttermaterial i badkollektionen av 100 % återvunnet. Arbetet fördjupas även med ökad spårbarhet och förberedelser inför ny EU-lagstiftning, fortsätter Helena.*

Digitalisering är ett annat viktigt fokusområde. Här ser Swegmark stor potential i att effektivisera både processer och kundresor särskilt i takt med att AI blir en naturlig del av vardagen. Men teknik i all ära: framtidens konkurrensfördelar handlar också om något annat.

*- Vi bygger en kultur som vilar på tillit, ansvar och omtanke. Det är där vi hittar styrkan som gör oss relevanta, både i dag och imorgon, avslutar Helena.*

Att två starka varumärken nu blir ett markerar inte slutet på något, utan snarare början på en ny fas. Med 90 års erfarenhet i ryggen står Swegmark rustat att navigera en bransch i snabb förändring, med hållbarhet, innovation och mänskliga värden som kompass.

**För ytterligare information, intervjuförfrågningar och bilder, vänligen kontakta:**

EKPR Communications | Telefon: 08-667 22 06 | E-mail: [info@ekpr.com](mailto:info@ekpr.com)  
För pressbilder: EKPR Communications [bildbank](#)