

RAPPORT FRA STUDIETUR TIL STOCKHOLM JUNI 2016

Takket være Arkivarforeningens stipendordning fikk jeg muligheten til å bli bedre kjent med et svensk forbilde, nemlig FÖRETAGSHISTORIA, som utgis av Centrum för Näringslivshistoria i Stockholm.

Ønsket om å besøke Centrum för Näringslivshistoria bunnet i en fascinasjon av det de gjør og får til. Håpet var at jeg skulle lære litt om hvordan de tenker og jobber, både fordi det har en relevans for meg i Vestfoldarkivet der jeg jobber med kommunikasjon og digital formidling (nettredaktør), og fordi jeg som fersk redaktør av Arkheion, nasjonalt fagtidsskrift for KAI-miljøet, og Arkivert, Vestfoldarkivets nye blad, ønsket å lære av en storebror i faget.

Jeg ble tatt varmt imot av kommunikasjonssjef Anders Sjöman som gav en god innføring i hvordan ting foregår der, samt omvisning i lokalene og magasinet i Bromma utenfor Stockholm. Noen timer senere forlot jeg storebror med en pose stappfull av tidligere publikasjoner av ulik art, en tettskreven notatbok og et hode fullt av inspirasjon.

CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

Centrum för Näringslivshistoria (CFN) er en ideell forening med foretak som medlemmer. De «bevarar och berättar näringslivets historia» for å bruke deres egne ord på nettsiden.

Det hele begynte i 1974, da som *Stockholms Företagsminnen*. På den tiden ble mye revet i Stockholm og mange foretak ble lagt ned. Som en følge av dette var mye Stockholmshistorie på vei til å forsvinne, og derfor gikk kommunen sammen med Sveriges Handelskammer. I 2006 ble navnet endret til Centrum för Näringslivshistoria. I dag har CFN spor av 4-5000 foretak, fordelt i 70.000 hyllemeter arkiv oppbevart i et 4000 kvm magasin. De har 350 betalende medlemmer; deriblant store svenske selskaper som Ericsson, ICA, IKEA, H&M og Volvo. Real storebror der, altså.



I dag er Centrum för Näringslivshistoria både et aksjeselskap og en forening.

Aksjeselskapet CFN har 30 ansatte, derav 15 er arkivarer og 7 jobber i redaksjonen og resten har andre oppgaver. CFN ser på seg selv som «caretakers», en slags vaktmestere for bedriftenes arkiver – en oppgave bedriftene har outsourcet til dem. Oppgaven er todelt, nemlig å «bevara» og «beretta» (fortelle/ formidle).

I bevaring ligger ordning og registrering, og dette gjøres mot betaling. Uten betaling, blir arkivene stående i eskene i magasinet inntil firmaet finner plass i arkivet til å få arkivet ordnet. I tillegg hjelper CFN til med å fortelle bedriftenes historie.

Dette gjøres som spesifikke oppdrag for den enkelte bedrift, for eksempel ved at CFN gjør dem oppmerksomme på noen godbiter fra arkivet. Og som mer generell formidling av næringslivshistorie,

gjennom forskning og et granskende øye. Det siste gjøres via stiftelsen Foreningen CFN.

Foreningen CFN har tre ansatte og består av et forskningssekretariat. Overskuddet fra aksjeselskapet CFN går til denne foreningen, som har til mål å løfte det generelle næringslivets historie. Denne foreningen gir ut egne utgivelser, står for skoleformidlingen og gir ut bladet Företagshistoria.

BLADET FÖRETAGSHISTORIA

Företagshistoria markedsfører seg som Sveriges eneste tidsskrift om næringslivets historie – og er et fargerikt og delikat blad på 60 sider, stappfullt av historier knyttet til svensk næringsliv. Bladet kommer ut med fire utgaver i året, og er mulig å få tak som abonnement og på enkelte Pressbyrå.

Det hele begynte som en stensil, kalt Företagsminnen, tilbake i 1997. Siden da har stadige endringer gjort dette til det profesjonelle tidsskriftet det er i dag. I 2014 skiftet bladet navn til Företagshistoria samtidig som layouten ble modernisert.

Chefsredaktøren, Sara Johansson, har ansvaret for at bladet fylles med bra historier. Helst fra deres eget arkiv, men det er ikke et krav. Til å skrive sakene bruke de både egne skribenter og henter inn eksterne journalister utenfra.



RETRO - IKKE NOSTALGI

Det er et mål for bladet ikke å «fastna i nostalgirösket» for å sitere ansvarlig utgiver; Anders Sjöman. De vil vise at historie er lærerikt, ikke bare morsomme saker fra arkivet. De beste sakene er dem som beskriver noe som hendte da som gjør at en forstår det som skjer nå bedre, sier han.

Som eksempel trekker han frem nåtidens «startups», små gründerfirmaer som for eksempel utvikler ny teknologi og som er i stor vekst. En av årets utgaver var viet til dette fenomenet, og hadde blant annet en rekke saker om store firmaer alle første år.

«Det er hva du gjør med historien som teller. Hvordan du aktiverer den», sier Anders (vel og merke på svensk), før han siterer Ted Ryan i Coca Cola med «Nostalgia is boring. But retro is cool.»

HISTORY MARKETING

Og med dette er det naturlig å komme inn på et nøkkelbegrep for CFN; *History marketing*. Dette handler om at selskaper bruker sin egen historie som utgangspunkt for framtidig utvikling. Både for å bygge varemerket, styrke bedriftskulturen og minske risikoen for å gjøre samme feil igjen.

CFN ønsker at bedrifter skal se verdien av å ta vare på og formidle – aktivisere - sin egen historie. Da jeg var der i juni fikk jeg høre om en fagdag de skulle arrangere over sommeren: [History Marketing Summit 2016](#). Foredragsholderne kom fra store foretak som Ikea, Volvo, Ericsson, Benetton og Coca Cola. Mer om dette ligger ute på nett – se lenken og hashtag #HMS16. Der kan man også se video fra de ulike foredragene.



HISTORY MARKETING SUMMIT

VIVECA AX-SON JOHNSON
NORDSTJERNAN

PATRIK NYGREN-BONNIER
IKEA

ALBERT BONNIER
ALBERT BONNIERS FÖRLAG

MELANIE ASPEY
ROTHSCHILD ARCHIVES

GIANLUCA PASTORE
BENETTON

MARGARETA VAN DEN BOSCH
H&M

PER CARLEO
VOLVO CAR SVERIGE

BEN DE VRIES
ERICSSON

TED RYAN
COCA COLA

Alla företag har en historia. En berättelse som är unik för verksamheten. Idag använder allt fler företag, världen över, sin egen historia som hävstång för framtida utveckling. Kom möt de svenska och globala marknadscheferna som alla använder history marketing för att bygga varumärken.

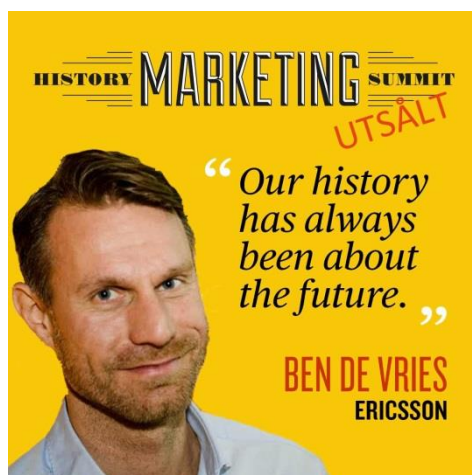
1 SEPTEMBER 09.00 – 18.00
VOLVO CARS SHOWROOM KUNGSTRÄDGÅRDEN, STHLM

Pris 3 900 kr. Anmäl före 20 juni för 1 900 kr.
www.naringslivshistoria.se/hms

MEDIAPARTNER
SvD

ETT ARRANGEMÅNG FRÅN
CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA

TACK TILL
VOLVO



HISTORY MARKETING SUMMIT

UTSÅLT

“Our history has always been about the future.”

BEN DE VRIES
ERICSSON



Näringslivshistoria
@CNH_historia FOLLOWING YOU

TWEETS 3,165 FOLLOWING 1,777 FOLLOWERS 1,420 LIKES 930 LISTS 7

Näringslivshistoria @CNH_historia · Aug 30
“Nostalgia is boring. Retro is cool” – möt Ted Ryan från @CocaCola på #HMS16 nu på torsdag! naringlivshistoria.se/hms/

HISTORY MARKETING SUMMIT

UTSÅLT

“Nostalgia is boring. But retro is cool.”

TED RYAN
COCA COLA

AKTIVERER HISTORIEN

Til å aktivere historien i ulike kanaler har CFN en **redaksjon** på sju personer. Redaksjonen består av to redaktører og skribenter, to bilderedaktører der den ene også har ansvar for sosiale medier, en webmaster, en prosjektleder og en skoleansvarlig.

CFN har også knyttet til seg andre skribenter, slik som företagshistoriker og skribent Per TH Dahl og Edvard Blom, gastronom, kulturhistoriker og tv-personlighet.

Redaksjonen jobber med å aktivisere historien i en rekke kanaler. I tillegg til å jobbe med Företagshistoria, bruker de selvsagt sosiale medier som [Facebook](#), [Instagram](#) og [Twitter](#), men også sin egen nettside med nyhetsportalen BizStories og nyhetsbrev. Og jobber med ulike utgivelser, noe jeg kommer tilbake til.

BIZSTORIES

[BizStories](#) er en nyhetsportal der CFN samler de beste tekstene om foretaksarkiv, history marketing og næringslivshistorie. Det er en emneportal som har til formål å økte bevisstheten rundt næringslivshistorie – både for de enkelte foretakene og for samfunnet generelt.

De historiene som ikke får plass i Företagshistoria deles her. Men BizStories er også en samling av alle mulige saker som handler om bruk av history marketing rundt om i verden. Webmaster søker rundt på nettet etter slike historier, og skriver så et lite avsnitt om funnet, for eksempel fra Benetton i Italia, som så deles på BizStories.



[SÖK I ARKIVEN](#)

[BUTIKEN](#)

BizStories

☒ Visa alla artiklar

☐ Företagsarkiv

☐ History Marketing

☐ Næringslivshistoria

[OM BIZSTORIES](#)

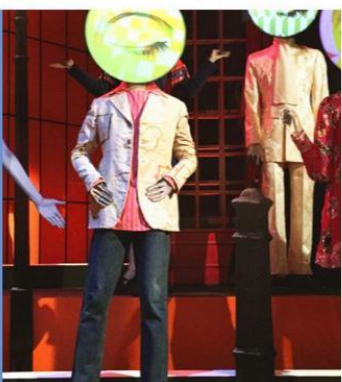
[LÄSTIDNINGEN FÖRETAGSHISTORIA](#)

[PUBLICERA HÄR](#)

2016-10-21

You Say You Want a Revolution? Levis samarbetar med V&A

Med utställningen *You Say You Want a Revolution? Records and Rebels 1966-1970* har jeansstillverkaren Levis gått samman....





2016-10-17 | Næringslivshistoria

Lunarstorm 20 år!

År 1996 startar Richard Ericsson ett community som han döper till Staj(P)lejs. Som mest har...



2016-10-13 | Företagsarkiv

Nominera till årets arkiv 2017!

För 10 året i rad kommer DIK tillsammans med Riksarkivet och



2016-10-13 | Næringslivshistoria

Uniform(t) på Postmuseum

Postverket, Posten AB, Postnord, postbönder, brevbarare och



2016-10-12 | Næringslivshistoria

Internetmuseum ser tillbaka på Dataspelsdebatten

Under 1980-talet rasade en debatt om



BizStories

Du kommer få ett mejl där du bekräftar din prenumeration. Kul att du är intresserad av historia inom företag och näringsliv!

NYHETSBREV

I de ukentlige nyhetsbrevene Anders sender ut fra CFN hver fredag, har han plukket ut de beste historiene fra denne siden som han deler med alle markedssjefer, HR-sjefer, alle medlemmer, medier og andre interesserte. En viktig del av hans jobb er stadig å øke denne listen av mottakere.

AUTOMATISKE NETTSØK

CFN har lagt inn automatiske søk på internett (ala Google Alerts) som redaksjonen følger opp. De søker på jubileer, foretaks flyttinger (da kan som kjent arkiv forsvinne) og på medlemsforetakene. Dette følges så opp ved å ta en telefon, enten for å få tak i arkivet og/ eller for å få et oppdrag om å skrive noe – for eksempel en jubileumsberetning.

UTVGIVELSER PÅ OPPDRAG

Redaksjonen skriver som nevnt også på oppdrag for foretakene. Altså mot betaling. CFN gjør da all research og bestemmer struktur og vinkling. Alt med et granskende og nøytralt øye. Foretakene må stå for det som har vært – og det gjør også de fleste.

Oppdragene varier i omfang fra store bokprosjekter over flere år og til flere millioner, til mindre prosjekter på for eksempel tre måneder. Alt tilpasses det firmaet har økonomi og anledning til.

EGNE UTGIVELSER

Overskuddet fra Aksjeselskapet CFN går som sagt inn i Foreningen CFN, og brukes i tillegg til å lage Företagshistoria til å fortelle de «oberättade» historiene, de som bedriftene ikke vil betale for. Til dette søker de også midler eksternt. Dette gjelder for eksempel en bok om kvinner i foretakene – de som tidligere ikke har vært synlige i historiene. Eller en bok om innvandrerne som bygde Sverige. Alle dem det før ikke har vært skrevet så mye om. De har gjerne to-tre slike prosjekter i året.

FOR SKOLER

Siden januar 2016 har Foreningen CFN også tilsatt en «skolansvarlig» som jobber med å lage lærerveiledninger og leksjoner knyttet til læreplanen og det som finnes av digitalt arkiv på [CFN online](#). På den måten skal det bli lettere for skoler å ta dette materialet i bruk.

ANNEN INSPIRASJON

Jeg hadde opprinnelig tenkt til å få til et møte med digital navigatør på Nordiska Museet, men det fikk jeg ikke til. Istedenfor fikk jeg besøkt Fotografiska museet, Moderna museet og Ark-Des, der jeg hentet inspirasjon og påfyll av ulik sort. Man kan alltid snappe opp noe av nytte når man besøker andre kulturinstitusjoner på den måten.

Takk for støtten!

Vennlig hilsen

Heidi Meen



Företags historia
NR 3
PRIS 65 KR
2016

TEMA:
HOPP OM HÄLSAN

Har du de som ett sjukvården
nya möjligheter? SID 6

TRELLEBORG & DUNKER SID 24
PIONJÄREN MIMMI EKHOLM SID 34
LEDARSKAP FRÅN SOKRATES TILL LEAN SID 38
SÅ SÄNKTES PRISET PÅ BEGRAVNINGAR SID 46
PROGGIG SIDA AV KATJA OF SWEDEN SID 50

EDWARD GLOW

INTERPREGIO 7596-03

WIKIATRIK SID 4 • JEVRE TILLETSTATION SID 22 • TWIST SID 32 • KRÖNIKAN: CONVOIS ENSTRÖM SID 45 • RÖKVER SID 50

naringslivshistoria
Centrum för Näringslivshistoria

[Följ](#)

19 liker 3 u

naringslivshistoria Nytt nummer av #Företagshistoria är ute! Läs om medicinshistoria, betongbussen i Uppsala och gummikungen Henry Dunker! #historia #näringslivshistoria

Logg in för att like eller kommentera.