

Tunna och skira – men hållbara. **Linn Frisinger** och **Nadja Forsberg** på e-handelsbolaget Swedish Stockings vill ta strumpbyxan till en ny nivå. Från miljöbelastande förtret till lyxig vardagsaccessoar för medvetna kvinnor i alla åldrar.

TEXT: AGNETA RENMARK FOTO: JOHAN MARKLUND



Återvinnarna

DE VILL BENA UT ETT MILJÖPROBLEM

Kvinnligt och sensuellt, men även bekvämt och praktiskt. Strumpbyxor är ett plagg med många nyanser och som väcker känslor. Det visar inte minst en snabb googling där otippade träffar som "strumpbyxor utsatta för onani" och "Magnus Uggle dansar gärna i strumpbyxor" samt "lyckad insamling av strumpbyxor till fattiga kvinnor med förlösningsskador i Etiopien" onekligen ger en vink om det breda användningsområdet.

– Det är just det som är så häftigt. Strumpbyxor är både lyx och glamour samtidigt som det är något väldigt vardagligt, säger Linn Frisinger, civilekonom och vd för Swedish Stockings, ett e-handelsbaserat företag som hon grundat tillsammans med journalisten Nadja Forsberg, som är styrelseordförande i bolaget.

– Strumpbyxor är en fantastisk accessoar som kan lyfta vilken outfit som helst. Jag tycker att det är världens bästa plagg säger Nadja Forsberg, som har bakgrund från SVT Dokumentär och som gärna beskriver sig själv som "miljömedveten skogsmulle".

Det var under sin tid i tv-huset som hon snubblade över dokumentären Glödlampsteorin, en film som handlar om hur varor och produkter har en förutbestämd livslängd för att underblåsa den höga konsumtionen.

– Där tog de bland annat upp det här med hur strumpbyxor gått ifrån att vara en produkt som man på 60-talet lämnade in till skräddaren för lagning, till att bli en extremt kortlivad förbrukningsvara. Från första bör-

jan var de så hållbara att de kunde bogsära bilar. Jag läste på om nylonstrumpor och insåg att tillverkningen är helt sjuk. Dels leder den till stora koldioxidutsläpp, dels används stora mängder kemiska ämnen i färgningen – och själva råvaran är en onedbrytbar petroleumprodukt som vi sedan bara slänger i soptunnan så fort det går en maska, säger Nadja Forsberg, som började fundera på hur man skulle kunna göra strumpbyxor av nylon mer hållbara.

När hon via en gemensam bekant träffade Linn Frisinger så föll alla bitar på plats.

– Vi fann varandra direkt och pratade strumpbyxor hela kvällen. Vi insåg att det här var en affärsidé med potential, säger Nadja Forsberg.

Men marknaden är väl redan full av strumpbyxor?

– Ja, fast strumpbyxebanschen kändes ganska likriktad och stagnerad, och miljövänliga nylonstrumpor var i princip omöjligt att hitta. Vi ville ju ta fram en strumpbyxa som var snygg, bekväm och som har en hög modegrad samtidigt som den är hållbar, säger Linn Frisinger.

– För oss är det viktigt att vi kan stå för vår produkt hela vägen, förtydligar Nadja Forsberg.

Efter ett intensivt detektivarbete lyckades de hitta ett företag i Israel som återvinner nylonspill från bland annat tält och ryggsäckar. Då vågade de lämna sina heltidsjobb inom finans- och mediebranschen för att satsa helhjärtat på sin affärsidé.

I mars 2013 lanserade de en egen produktlinje med miljöprofilerade strumpbyxor tillverkade av 98 procent återvunnet nylon, men med en lyxig känsla och skön passform.

– Vi tycker inte att man ska behöva välja mellan stil och hållbarhet. Snarare är det så att det måste finnas ett likhetstecken mellan ekologiskt och trendigt, säger Nadja Forsberg, och drar paralleller med det växande intresset för ekologisk mat av premiumkarakter.

Strumpbyxorna syddes till en början i Ukraina men när situationen där blev osäker flyttades produktionen till Italien och till en fabrik som drivs av solenergi och som renar och återanvänder vattnet efter infärgningen av nylonet.

Merparten av försäljningen går via den e-handels-shop som de själva varit med och byggt upp tillsammans med Linn Frisingers bror.

– Strumpbyxor är den perfekta produkten för e-handel. Förpackningen är lätt och smi-

” Vi ville ju ta fram en strumpbyxa som var snygg, bekväm och som har en hög modegrad samtidigt som den är hållbar.



HÅLLBARA. Strumpbyxorna från Swedish Stockings är hållbara ur flera aspekter. Dels går de inte sönder lika lätt som andra strumpbyxor, dels är de tillverkade på ett miljövänligt sätt. Företagets grundare Linn Frisinger (tv) och Nadja Forsberg (th) talar gärna om "Eco Luxury".



LINN FRISINGER

Ålder: 27 år.
Familj: Singel men bor ihop med hunden Frans.

Bor: Lägenhet på Östermalm.
Utbildning: Civilekonom, Lunds Universitet.

Karriär: Arbetat inom finansbranschen i tre år.

Fritid: Har ett stort hästintresse och tillbringar gärna helgerna på föräldrarnas lantställe utanför Köping. Driver även företaget MyRace, en app där den som "slarvar" med sin träning och därmed inte når upp till sina träningsmål samtidigt donerar pengar till välgörenhet.

Bästa stunden på dagen: "Långpromenaden med min hund på morgonen – det är en väldigt bra start på dagen."

Därför är strumpbyxor bästa plagget: "För att det både är ett bra basplagg och bästa festplagg som kan varieras i det oändliga."

NADJA FORSBERG

Ålder: 26 år.
Familj: Man, dottern Lia, tre månader, samt hunden Frank.

Bor: Lägenhet på Östermalm.
Utbildning: Journalist, JMK Stockholms Universitet.

Karriär: Tre år på SVT.

Fritid: Träffa familj och vänner. Gillar att laga mat och att vara utomhus – "jag är en riktigt skogsmulle, faktiskt."

Bästa stunden på dagen: "Kvällen, när jag kollar mejlen och känner att jag hunnit med allt jag ska och verkligen utträttat något. Då kan jag unna mig ett bad och läsa en bok."

Därför är strumpbyxor bästa plagget: "För att de både är glamorösa och funktionella, en schysst accessoar som ger ett klätt och kvinnligt intryck."



» dig att både lagerhålla och distribuera och går enkelt ned i ett brevinkast. Dessutom har vi knappt haft en enda retur – strumpbyxor är inte lika storlekskänsligt som andra plagg, konstaterar Linn Frisinger.

S om komplement till e-handeln jobbar de även med ett växande antal återförsäljare; i dagsläget drygt 80 stycken i Sverige, Finland, Holland, England, USA, Japan och Norge.

– Sverige är just nu väldigt hett utomlands som modeland. Och vi har medvetet valt att sikta in oss på lifestyle-butiker i stället för underklädesbutiker eftersom vi gärna vill se våra strumpbyxor som ett lyxigt favoritplagg och inte ett nödvändigt ont som det annars ofta är. Eller varför inte som den perfekta presenten i stället för en blomma eller chokladask, säger Nadja Forsberg.

Just därför har de lagt ned mycket tid och arbete på såväl designen av själva strumpbyxorna som på den grafiska profilen. Förpackningarna från Swedish Stockings har elegant tryck mot sobra färger och en solliknande logga som vid en närmare titt visar sig föreställa kvinnoben i ett snurrande kretslopp.

Gensvaret från kunderna har varit "över all förväntan". Att strumpbyxorna tillverkas av återvunnen nylonfiber gör dem nämligen inte bara hållbara ur ett miljöperspek-

dragord som hållbart, återvunnet och miljösmart.

Det kan ju knappast bli så mycket bättre – eller?

– Ja, det är klart att vi medvetet satsat på storytelling och att vi vet att vi i mångt och mycket är vårt eget varumärke, säger Nadja Forsberg, som tidvis fungerat som strumpbyxmödel i marknadsföringen på hemsidan och i sociala medier.

– Men förutsättningen är ju givetvis att det går att kombinera storytelling och hållbarhet med affärsmässighet. Annars skulle ju inte det här fungera hur miljömedvetna vi än vill vara, säger Linn Frisinger.

Vad har varit tuffast i hela den här processen?

– Att vi egentligen inte kunde någonting om vare sig tillverkning, logistik eller distribution. Eller e-handel för den delen. Vi har fått ta reda på allting själva och verkligen lära oss från grunden. Men det har ju samtidigt varit utvecklande och spännande. Utmaningarna är många och de dyker upp nya hela tiden.

Har ni någon finansär bakom er?

– Nej, vi har gått in med eget kapital och tagit banklån och så där. Vi kommer båda två från familjer med många entreprenörer i släkten så att satsa på en idé som man tror på är inget konstigt, säger Linn Frisinger.

– Och så kände vi väl att det var en bra tid i livet att starta eget. Vi är unga och har inga stora familjer att försörja,

”Förutsättningen är ju givetvis att det går att kombinera storytelling och hållbarhet med affärsmässighet. Annars skulle ju inte det här fungera hur miljömedvetna vi än vill vara.”

tiv utan även hållbara rent praktiskt – det går inte maskor lika lätt som det gör med andra strumpbyxor.

Och tur är väl det, med tanke på att priset ligger betydligt högre jämfört med en konventionell strumpbyxa från någon av de stora klädkedjorna. Mellan 165 och 195 kronor får kunden betala för en strumpbyxa från Swedish Stockings, lite olika beroende på modell, mönster och denier. Just nu finns ett 15-tal olika strumpbyxor i sortimentet men utvecklingsmöjligheterna är enligt de båda grundarna oändliga.

– Inte bara vad gäller färger och mönster utan även funktion, och snygga stödstrumpor. Där skulle man ju till exempel kunna tänka sig ett samarbete med något flygbolag, säger Nadja Forsberg.

S wedish Stockings är redan relativt omskrivna och har förekommit som notiser eller artiklar i både svenska och internationella modemagasin och även i tidningar som DI, Svenska Dagbladet och Aktieägaren.

Att de har haft lätt för att få publicitet förklarar kanske bäst av att både Linn Frisinger och Nadja Forsberg är drivna och har en bra affärsidé och goda kontakter. Men även av att storyn de valt att berätta gör sig så bra i mediaformatet: två unga tjejer utan tidigare handelserfarenhet som av en lycklig slump hittar en egen nisch på en tuff marknad och som kryddar med både flärd och trendiga

säger Nadja Forsberg, som dock hunnit bli mamma sedan företagsstarten och som just nu kombinerar föräldradighet med jobb.

Men någon slags dörröppnare kanske ni ändå har haft?

– Ja, vi har några personer bakom oss som tror på oss och som hjälper oss att fatta kloka beslut och som på sikt säkert kan tänka sig att gå in i bolaget. Det är personer som har olika positioner inom näringslivet som är lite av våra mentorer och som säkert har något slags karma-tänk kring det, säger Linn Frisinger.

Lever ni själva miljömedvetet, så som ni lär?

– Absolut. Vi köper gärna ekologisk mat och handlar helst ekologiska kläder och åker väldigt lite bil.

Har ni gått på några riktiga nitar under den här resan?

– Kanske inte nitar direkt, men vi har lärt oss att man aldrig ska ha för bråttom. Och att man måste korrekturläsa allting väldigt ordentligt – minsta lilla text på en förpackning måste vara rätt, säger Linn Frisinger, medan Nadja Forsberg nickar och fortsätter:

– Sedan ska man veta att allting alltid tar längre tid än man tror.

När kommer den första fysiska butiken?

– Inom ett eller ett par år. Vi tänkte börja med att ha kontor och butik ihop någonstans i centrala Stockholm. Men det är klart att får man drömma fritt så skulle vi gärna öppna flaggskeppsbutiker i alla större städer i både Europa och USA. Men vi tar ett steg i taget.

Strumpbyxans historia

Strumpor av silke har funnits ända sedan 1500-talet men det var på 1920-talet, när kjolarna blev kortare och blottade mer av kvinnornas ben, som efterfrågan sköt i höjden.

I början på 1930-talet värvade det amerikanska företaget DuPont kemisten Wallace Carothers, vars team forskade på olika syntetiska fiber-lösningar, med utgångspunkt från polyester. Man sökte efter något mer stabilt och upptäckte så småningom polyamid 6-6 – nylonet.

Nylon introducerades på Världsutställningen i New York 1939, och de första nylonstrumporna lanserades under våren 1940. Eftersom nylonet var billigare än siden och silke

kunde man producera i allt högre takt, och fler kvinnor kunde köpa sig ett par.

De allra första strumpbyxorna tillverkades 1956. Från omkring 1967 blev strumpbyxorna vanligare även bland kvinnor i Sverige.

Länge var nylonstrumpbyxorna hopsyddas med en söm på baksidan av benet, vilket ansågs moderiktigt samtidigt som det var förföriskt då sömmen gav benen illusionen av att vara längre och smalare. De som inte hade råd eller möjlighet att köpa sig ett par målade således dit strecket direkt på huden med en ögonbrynsenna.



FÖNSTER MOT VÄRLDEN.
Sverige har ett gott rykte som spännande modeland och Nadja Forsberg och Linn Frisinger har definitivt siktet inställt på den internationella marknaden med sina hållbara strumpbyxor.