

Pressmeddelande från Brav

13 juni 2018

## SWIX SPORT GROUP BLIR BRAV

**Swix Sport Group byter namn till Brav. Namnbytet återspeglar det faktum att koncernen har utvecklats till ett *house of brands* med flera unika varumärken och med en omsättning på en miljard norska kronor. Marknaden utanför Norge utgör hälften av bolagets försäljning.**

I mer än 70 år har Swix varit ett av de starkaste och mest kända varumärkena inom skidindustrin. Swix grundades 1946 och är en pionjär inom skidvalla. Ferd köpte Swix 1978 och företaget fortsatte att växa. Flera företag köptes och Swix blev Swix Sport Group. Idag äger koncernen varumärkena Swix, Lundhags, Toko, Ulvang, Helsport, Hard Rocx, Skisporet och Original. Koncernen har dotterbolag i åtta länder, och varumärkena säljs i mer än 30 länder världen över. I dag nås en ny milstolpe i företagets historia då namnet byts till Brav.

- Detta är ett naturligt steg i vår utveckling. Vi är ett *house of brands* och ska arbeta för att stärka alla våra varumärken och dotterbolag. För att skapa ännu bättre förutsättningar för att växa och utvecklas ska vi som moderbolag ha ett eget namn, en egen identitet och dessutom skapa en tydlig riktning och målbild för hela koncernen, säger koncernens VD Tomas Holmestad.

Han betonar att detta inte är slutet på Swix som ett varumärke.

"Inte alls. Swix, Lundhags och övriga varumärken kommer att fortsätta att utvecklas, växa och inspirera våra kunder. Brav är namnet på moderbolaget som äger varumärkena."

### Skapad av de anställda

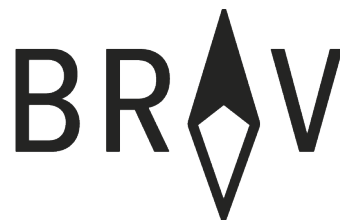
Namnet Brav lanseras tillsammans med en ny värdeplattform. Över 300 medarbetare världen över har deltagit och en intern arbetsgrupp har tagit del av alla förslag. Ferd's ägare och styrelseledamot i Brav, Johan H. Andresen, har varit en av deltagarna.

"Vi fick mer än 100 namnförslag, vilket resulterade i Brav. Det norska ordet "Brav" betyder modig, tapper. Ordet handlar om mod, men också om en önskan om äventyr. Den danska ordboken definierar exakt vad vi definierar oss som: "Typ av beslutsfattande handling, mod, uthållighet och integritet", säger Holmestad.

Brav kommer att ha en grafisk profil utvecklad av Ferskvann. Logotypen innehåller en enkel symbol i bokstaven "A", som representerar ett berg som reflekteras i vattnet, tillsammans med en kompassnål – en guide. "Brav ska förena och ge riktning till alla våra varumärken", säger Holmestad.

### "Turning dreams into memories"

Bravs nya vision lyder "Turning dreams into memories". Denna sammanfattar den nya gemensamma värdeplattformen som ska leda företagets olika varumärken in i framtiden.



"Vår vision sammanfattar perfekt vad vi ska sträva efter att vara, som varumärken och som arbetsgivare. Vi ska inspirera fler människor och familjer att prova på friluftslivet som ger oförglömliga och fantastiska naturupplevelser. Vi ska stimulera och utveckla arbetsmiljön så att den skapar förutsättningar för våra medarbetare att nå sina egna mål. Vi ska vara äventyrarnas följeslagare på deras expeditioner. Vi ska vara marginalen för toppatleten som tävlar om olympisk guld", säger Holmestad, som lägger till,

"Minnen gör oss till vad vi är. Drömmar inspirerar oss att nå våra mål och vi vill skapa förutsättningar för människor att nå sina mål."

#### **Lundhags Skomakarna AB blir Brav Sweden AB**

I samband med namnbytet byter även Lundhags Skomakarna AB namn och blir Brav Sweden AB, bytet kommer gå igenom inom de närmsta veckorna. Lundhags kommer precis som tidigare att fortsätta vara ett varumärke och leverera kvalitativa och funktionella kängor, kläder, ryggsäckar och långfärdsskridskor.

För mer information om Brav besök [www.brav.com](http://www.brav.com)

För frågor kontakta Henrik Ottosson (VD) Lundhags Skomakarna AB → Brav Sweden AB  
[henrik.ottosson@lundhags.se](mailto:henrik.ottosson@lundhags.se) / 070 559 68 08.