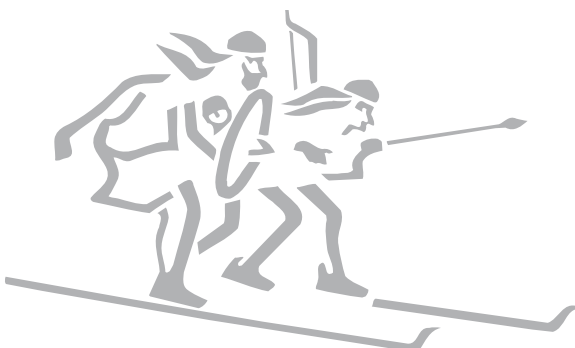


# Bergans

OF NORWAY



## Markedet

I nesten 100 år har Bergans vært en ledende leverandør av ryggsekker og funksjonelt utstyr for de mest krevende utendørs aktiviteter. I takt med den generelle utviklingen og et uttrykt behov for rekreasjon og naturopplevelser i en stadig mer urbanisert tilværelse, har markedet for sport og fritidsutstyr vist en kraftig økning de senere årene.

Med basis i sin sterke posisjon i fritidsmarkedet, utvikler Bergans en rekke nye funksjonsriktige produkter av høy kvalitet, og pr i dag øker markedet mest innen bekledning. I Norge konkurrerer Bergans i den øvre delen av markedet. De viktigste eksportmarkedene er Sverige, Danmark, Tyskland, Østerrike, Belgia, Nederland og USA.

## Resultater

Selv et anerkjent merke som Bergans, med historie tilbake til 1908, kommer ikke utenom nedture og vanskeligheter. Etter problematiske år med brann og konkurser mot slutten av 80-tallet, var Bergans omsetning kraftig redusert, markedsandelene krympet og merket var på vei ut av markedet.

Det ble da besluttet å samle seg om verdiene som lå i merket og å satse dristig og offensivt. Strategien ble å arbeide med innovativ produktutvikling, ny design og målrettet markedsføring. Denne satsingen har ført til at Bergans har vokst fra kr 8,6 mill. i omsetning i 1991 til kr 211 mill. i omsetning i 2005.

Mye av æren for at denne prosessen ble gjennomført så vellykket, kan tilskrives de sterke og positivt profilerende merkeverdiene som

gjennom årtier har vært knyttet til Bergans-navnet. Vi ser at nye innovative produkter, god design og målrettet markedsinnsats kombinert med styrken som ligger i et sterkt merkenavn har enorm markedskraft. Bergans har, de siste ti-tolv årene, oppnådd å videreføre og styrke kvalitetsprofilen og sitt gode rykte som leverandør av kvalitetsprodukter til den mest krevende delen av fritidsmarkedet.

Sommeren 2006 mottok Bergans utmerkelsen Outdoor Industry Award for sin nye QSS Viking Lady sekk.

## Historien

Bergans har en historie som innovativ produsent siden 1908, og dette er en historie som vi med rette er stolte av.

Ryggsekk med meis var et kjent begrep rundt århundreskiftet. "Cyclefabrikanten" Ole F. Bergan fra Tønsberg var friluftsmann på sin

hals. Det sies at han oppfant Bergans meis da han under en jaktturn nådde fram til sitt bestemmelsessted, lemster, støl og med blodig rygg etter å ha båret utstyr og vilt på en ubekvem måte.

Dette var i 1908, og allerede året etter var patent nr. 20547 en realitet. Hans geniale oppfinnelse begynte med en briskekvist som han bøyd etter ryggen for å gi ryggsekken, eller ryppesekken som det den gang het, skikkelig passform. Senere utviklet han meisen og skiftet brisken med lette stålrør og remmer.

Det er faktisk Ole F. Bergans' ide om å «kle på seg sekken» og stabilisere den, som fremdeles gjelder som grunnprinsipp i dagens moderne, anatomiske sekker.

Allerede i 1913 benyttet det Norske Forsvaret Bergans ryggsekker. Praktisk testing under ekspedisjoner i ekstreme arktiske strøk var med på å videreutvikle produktene. Polfarere som Roald Amundsen, Lincoln Ellsworth og General Bruce fra Mount Everest-ekspedisjonen, benyttet Bergans ryggsekker. I 1928 uttalte Amundsen at han var «overmåde tilfreds» med Bergans meis og ryggsekk. Slike uttalelser fra kjente og berømte personer, førte til at Bergans ryggsekker ble verdensberømte.

Bergans Meis og Ryggsekk var med på flere Verdensutstillinger og høstet mange priser. Bergansmeisen var i sin tid patentert i 22 land og Bergans eksporterte sine patenterte ryggsekker til de fleste land i Verden. På midten av 20-tallet gikk patentene ut, og med det en viktig beskyttelse. Fra nå av kunne alle



kopiere og lage ryggsekker med meis, og den internasjonale konkurransen bl.a. fra lavkostland, ble stadig sterkere. For Bergans ble 80-tallet en turbulent tid. Den store produksjonsheten i Nord-Odal med over 100 ansatte ble lagt ned i 1989, og all produksjon ble flyttet, først til Korea, deretter til Kina og Vietnam.

Bergans filosofi, nå som tidligere, er å utvikle og produsere funksjonelt utstyr av høy kvalitet. Selskapet driver kontinuerlig produktutvikling og testing, hele tiden for å ligge i forkant av utviklingen både på ryggsekker og funksjonsbekledning. Vi legger stor vekt på tilbakemeldingene fra våre brukere. Den «vanlige» mann og kvinne, samt ekstrembrukerne på klatreekspedisjoner og turer under ekstreme forhold, der utstyret utsettes for usedvanlig tøff behandling, er med på å danne grunnlaget for våre nye produkter og høye kvalitet.

Bergans er fortsatt en betydelig og viktig samarbeidspartner for det Norske Forsvaret. Gjennom en rekke ekspedisjoner får vi langtidstestet våre produkter under de mest ekstreme forhold. Bergans var leverandør til ekspedisjonene Arctic Ocean 2000 og The Longest March, Antarktis kryssing 2005–2006, der Rune Gjeldnes er blitt historisk med verdens lengste skitur uten etterforsyninger. Cecilie Skog

er den første kvinne i verden som har besteget alle sju verdensdelers høyeste fjell, samt «de tre poler» Mount Everest, Sydpolen og Nordpolen. I mai 2006 kjørte eventyreren Tormod Granheim på ski ned nordsiden av Mount Everest.

## Produktet

Dagens produkter fra Bergans er ryggsekker, skolesekker, bæremøbler for barn, telt, soveposer, teknisk bekledning, fritidsbekledning og Ally sammenleggbare kanoer.

Bergans startet med ryggsekker og har i mange år hatt det som sitt hovedprodukt. I dag er det teknisk bekledning i vanntett-, vindtett og fukttransporterende stoffer som står for mesteparten av omsetningen.

Et Bergans produkt skal alltid ha et tiltalende og funksjonelt design kombinert med høy kvalitet. Bergans skal alltid ligge i forkant av utviklingen, og selskapet investerer

store summer i produktutvikling og testing av produktene.

Alle produktene blir designet og utviklet ved hovedkontoret i Hokksund. Det blir brukt mye tid og ressurser på å finne stoff og råvarer, og gjennom dette sikre at Bergans hele tiden leverer riktige produkter av høy kvalitet.

Tilbakemeldingene fra markedet viser også at Bergansproduktene oppfattes som moderne produkter med god funksjon og høy kvalitet.

## Seneste utvikling

I dag er det stadig flere som ønsker å teste ut grensene sine med naturen som arena. Bergans ønsker å være med på dette, og samtidig ha et tilbud til alle. Bergans strategi har så langt gitt svært gode resultater, og det er de samme verdier man fortsatt vil styre etter.

For å sikre videre suksess er det nødvendig å hele tiden utvikle nye, markedsstilpassede kvalitetsprodukter med praktisk og tiltalende design. Det vil også være avgjørende å videreføre og styrke Bergans kvalitetsprofil ved å kommunisere merkeverdiene som er knyttet opp til Bergansnavnet.

Høsten 2006 lanserte Bergans en serie tekniske jakker med et kart trykket på større eller mindre deler av plagget. Dette er utsnitt av Barentz' kart over Barentshavet fra slutten av 1500 tallet.



## Markedsføring

Helt fra starten har Bergans aktivt markedsført og profilert sine produkter. Gjennom produktene fordeler og egenskaper har Bergans fått ord på seg for å produsere en kvalitet du kan stole på. Dette har gitt merket et godt omdømme.

I all kommunikasjon og i alt markedsmateriell, skal Bergans framstå som en profesjonell leverandør av høykvalitets utstyr for utendørs aktiviteter. Bergans vekker drømmen om å oppleve natur og friluftsliv og viser hvordan den enkelte, uansett nivå, kan få mest mulig positive opplevelser i naturen. Bergans har i de siste par årene satset på TV som sin viktigste markedsføringskanal. Sponsing av været på TV2 samt å levere utstyr til realityserien 71° N har gitt gode resultater.

I Bergans kommunikasjon vil alle kunder kunne finne nødvendig informasjon, tips og råd, enten de skal på de mest krevende ekspedisjoner eller ønsker en enkel og ukomplisert fritidsopplevelse. Se ellers [www.bergans.no](http://www.bergans.no)

## Merkeverdi

De viktigste merkeverdiene i Bergans er kvalitet, nyutvikling og funksjonalitet.

Kvalitet – bygget på lang erfaring og testet gjennom krevende praktisk bruk.

Nyutvikling – markedsstilpasset innovativ design, konstruksjon og materialer.

Funksjonalitet – basert på erfaringer og dialog med den vanlige forbruker og med en rekke av de mest krevende brukerne.



## Ting du ikke visste om Bergans

I Kina er Bergans synonymt med ryggsekk.

Allerede i 1920 hadde Bergans et godt utvalg av spesialtilpassede damesekker i sortimentet.

Det finnes over 330 forskjellige Bergans kniver ute på markedet. Salg av kniver opphørte på slutten av 70-tallet.

Bergans har tidligere i tillegg til kniver, hatt redningsvester, støvler, ski og bindinger i sitt sortiment.

