



From **oiling**
drops of
acacia tree!



Följ med på **Läkerols** resa

Läkerol makes people talk. Och har nu gjort det i exakt hundra år. Halstabletten som så gärna slinker in i munnen och lenar halsen har en lång, rolig och intressant historia bakom sig. Visste du till exempel att Läkerol fick sitt namn efter ett flytande antiseptiskt medel som påstods vara bra för allehanda besvär från topp till tå? Eller att Selma Lagerlöf intygade dess förträfflighet redan i början av förra seklet?

**Särdeles
välgörande ...**



Läkerol har överlevt två världskrig, levererats i guldask till kungligheter och sponsrat Sveriges första segelflyg. Dessutom är Läkerol kunglig hovleverantör sedan 1916.

Detta är ett varumärke som alltid har följt med sin tid. På trettioalet syntes Läkerol på vita duken. På sextioalet marknadsfördes det med hjälp av kyssande par. På sjuttioalet lanserades den första sockerfria varianten. Och på åttioalet dök Björn Borg upp i reklamen. Men Läkerol har inte bara rest i tiden – utan också ut i världen. Läkerol hittar du i dag i över sjuttiofem länder.

Detta är vår hyllning till Läkerol – välgörande, välsmakande och världsberömd i hundra år!



Den första Läkerolasken formgavs av reklammannen Hugo Krantz – och den ursprungliga designen har bevarats och uppdaterats under åren. Texten i logotypen var till exempel redan på den tiden böjd i en båge, eftersom blicken dras till den böjda formen.

1909



Så började allt ...

Läkerol hade inte varit Läkerol om det inte vore för Adolf Ahlgren – en grosshandlare med näsa för bra affärer. Ahlgren handlade med cigarrer och jobbade i sin bror Fredrik Ahlgrens kemtekniska firma i Gävle. Med häst och vagn, tåg och cykel reste han runt i landet för att sälja sina produkter.

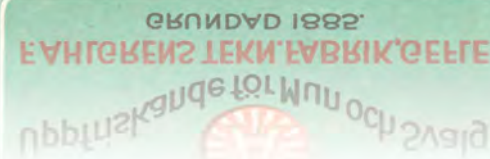


När brodern dog 1907 tog Adolf över den kemtekniska firman och började aktivt leta efter nya varor att göra affärer på. På en tysk mässa 1909 hittade han en riktigt intressant produkt; en brösttablett som såldes i lösvikt på tyska apotek. Ingredienserna var mentol, lakrits och gummi arabicum – som är kådan från det afrikanska acaciaträdet. Det är gummi arabicum som ger Läkerol dess smörjande effekt.



Namnet Läkerol tog Ahlgren från en annan vara han redan hade i sortimentet – ett flytande antiseptiskt medel som påstods kunna bota lite allt möjligt, så som hosta, skäggsvamp och hemorrojder. Ja, till och med lindra kolera!

Läkerol ärvde sitt namn av ett smärtstillande och bakteriedödande medel.



1926



Vem som helst fick inte sälja Lakerol

Lakerol började säljas i Gävle för att sedan spridas till resten av landet. Ahlgrens försäljningsstrategi var att fokusera på tablettens medicinska egenskaper. I de allra första annonserna för Lakerol kan man läsa att tablettens är till för "desinfektion av mun och svalg".

Ahlgren lät inte vem som helst sälja Lakerol. De handlare som valdes ut fick skriva på dokument för att intyga att de inte skulle sälja tablettens vidare till andra grossister. Inte heller fick de sälja den till ett för lågt pris. Genom att vara dyrare än konkurrenterna skapade Ahlgren ett förtroende för sitt varumärke. Succén Lakerol var därmed ett faktum!

Hemligt recept

Gummi arabicum är Lakerols viktigaste ingrediens. Receptet till Lakerol Original har sedan Lakerols begynnelse varit en mycket väl bevarad hemlighet. För att förhindra att receptet läcker ut har det i alla tider endast varit tillgängligt för tre högt uppsatta personer inom Lakerol samtidigt. Dessa tre personer har varit tvungna att lära sig hela receptet utantill och får därför exempelvis inte flyga med samma plan. Varje gång Lakerol Originals grundsmet blandas ihop görs det av minst två av dessa tre personer.



Tillverkade en speciell Krigs-Lakerol

Ursprungligen tillverkades Lakerol i Tyskland, men under första världskriget flyttade man produktionen till Gävle. Kriget gjorde dock att man snart stötte på problem. Den viktiga ingrediensen gummi arabicum fanns inte längre att få tag på, trots idogt sökande. I stället för att lägga ner produktionen tog Ahlgren då fram en ny tablett – Krigs-Lakerol, som gjordes på socker och lakrits. Den blev en riktig storsäljare! Och så snart kriget var över kunde Ahlgren basunera ut att Lakerol-originalet äntligen var tillbaka.



1934

Vägen till framgång: marknadsföring



Jubileumskampanj från 1960.

I en intervju med Arbetarbladet 1932 fick Adolf Ahlgren frågan: Vad skulle Läkerol ha varit utan reklam?

– Jag skulle förstås ha pengarna kvar, stora pengar. Men jag skulle ha varorna kvar också. Med andra ord: jag skulle aldrig ha lyckats.

Nej, utan marknadsföringen hade vi troligtvis inte haft nöjet att fira Läkerols hundraårsjubileum 2009. Ingen produkt säljer sig själv. Det förstod Ahlgren tidigt. Han var något av en pionjär när det kom till att marknadsföra sina produkter.



Den första annonsen införd 19 december 1909.



Butiksskylt från 1930-talet.



1947



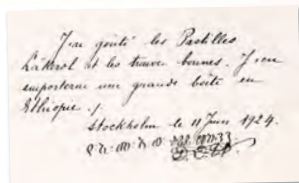
Josephine Baker



Ras Tafari



Fred Astaire



Skaffade intyg från kändisar

En av Adolf Ahlgrens tidiga idéer var att skaffa intyg från kända personer som beskrev Läkerols förträfflighet. Under sina resor, både i Sverige och utomlands, såg han till att träffa berömdheter som fick skriva personliga brev om Läkerol. Utan att betala dem en enda krona fick Ahlgren kungligheter, Nobelpristagare, politiker och sångare att tycka till om tabletterna. Sedan publicerade han intygen i tidningsannonser – inte sällan i samband med att personerna figurerade i något reportage i tidningen. 1932 tillverkade Läkerol också ett fåtal speciella guldaskar som gavs till utvalda kungligheter och forskare – ett utmärkt sätt att skapa uppmärksamhet!



1980



Sponsrade första segelflyget

Ahlgren såg alltid till att Läkerols reklamkampanjer låg rätt i tiden. När man på tjugotalet ville rikta sig mer till barn och ungdomar skapades den tecknade mannen "Farbror Läkerolius". Han presenterade till exempel den tecknade Läkerolserien "Hasses äventyr" i den populära tidskriften Lyckoslantén.

När biofilmen fick sitt genombrott på trettiotalet var Ahlgren naturligtvis inte sen att se till att skaffa intyg från stora filmstjärnor. Läkerol synes också tidigt på vita duken. Den första reklamfilmen som kom redan 1925 visade hur Farbror

Läkerolius bjöd en hes tupp på en Läkeroltablett.

År 1933 lyfte det första svenska segelflyget. Vad stod det över hela planet? Jo, Läkerol med stora bokstäver såklart.

– Folk tittar på allt som är nytt. Folk är kolossalt nyfikna. Man tittar och undrar – och under tiden har namnet Läkerol ytterligare inpräntats i folks medvetande, sa Adolf Ahlgren.

På trettiotalet marknadsfördes Läkerol som rökarens bästa vän och ett effektivt botemedel mot rökhosta. Och under andra världskriget dök svenska soldater upp i annonserna.



Får det lov att vara en Läkerol efter cigaretten? Läkerol Smokers Pastilles vände sig till rökare som vill lena halsen och få fräsch andedräkt.



1983

Jobbade med legendariska reklamare

Adolf Ahlgren gick bort 1954 – men hans idéer och tankar kring marknadsföring levde vidare inom företaget när hans son Bengt Ahlgren tog över.

På sextiotalet gjorde en ny typ av ungdomskultur entré. För att fånga upp den nya popgenerationen började Ahlgrens att samarbeta med nytänkande kreativa pionjärer som Leon Nordin på reklambyrån Arbmans och Nils Welinder på Hera. De numera legendariska männen gjorde annonser som visade upp Läkerol som den perfekta munuppfrysaren när man skulle kyssas – eller efter att man druckit öl.

På sjuttioalet satsade Läkerol på att utöka sitt sortiment. 1970 lanserades nya Läkerol Special i en stor kampanj med Carl-Gustaf Lindstedt som frontfigur i en rad roliga annonser och reklamfilmer. Ledordet för sjuttioalets marknadsföring var definitivt humor!

Året därpå instiftades Läkerols kulturpris i Sverige. Priset delades varje år ut till såväl välkända som mindre kända kulturutövare. Bland pristagarna kan nämnas Povel Ramel och Thorsten Flinck. Långt tidigare hade priset börjat delas ut i Danmark. Bengt Ahlgren, som var



Romantik lockade unga köpare. 1969 tog reklambyrån Hera fram dessa annonser.



1990



dansk konsul, hjälpte danska flyktingar under andra världskriget. År 1946 besökte han Köpenhamn och återknöt kontakten med det fria Danmark. Han kände då att han ville göra något speciellt för det land han blivit så fäst vid. Tankarna tog form och 1955 inbjöds danska kulturpersonligheter att delta i en oberoende kommitté för att välja ut pristagare till Läkerols Kulturpris.



Fokus på rösten

Länge har Läkerol valt att fokusera på tal och röst. Redan på femtiotalet kunde man i Läkerolannonser läsa:

”Hals och röst äro värda att värda. En god röst innebär alltid trevnad för Er själva och Er omgivning.”



Det har man tagit fasta på även i dag. Sedan 1993 är Läkerol halstabletten som ”makes people talk”.



Makes
people
talk

Kommer du ihåg den här?
Reklamfilm från 90-talet där skolpojken inte får fram svaret på mattefrågan förrän kompisarna ger honom en Läkerol.



Läkerol i världen



Läkerol spred sig snabbt utanför Sveriges gränser. Bara ett par år efter starten fanns Läkerol att köpa i alla de nordiska grannländerna. 1913 fick även ryssarna möjlighet att lindra halsen med Läkerol. Och sedan fortsatte det i en rasande fart: Holland, Polen, USA, Sydafrika, Colombia, Mexiko, Kina, Venezuela ... 1939 såldes Läkerol i imponerande 35 länder! Och namnet var detsamma var i världen du än fick tag på en ask Läkerol. Att Läkerol hade en internationell närvaro var viktigt för grundaren Ahlgren. Det borgade för kvalitet och trovärdighet på hemmaplan – och användes därför flitigt i reklamen. Läkerol blev helt enkelt den världsberömda halstabletten!

Till Schweiz kom Läkerol redan 1927 – inte konstigt att de flesta schweizare tror att Läkerol ursprungligen kommer från Schweiz!



Ständigt har nya länder tillkommit i Läkerols värld, vilket innebär att Läkerol år 2009 finns i inte mindre än 76 länder. Och än i dag sker största delen av produktionen för den globala marknaden i Gävle.



2002

Läkerol i dag – och i **100 år** till

I dag ägs Läkerol av företaget LEAF. De har sett till att Läkerolfamiljen vuxit i rekordfart. Flera nya smaker i den klassiska asken har tillkommit de senaste åren. Liksom flera nya produktkoncept. GIANTS, XTREME, split!, Fresh Drops, Dents, CARE och DARK är alla nya spännande varianter som blivit en del av Läkerolfamiljen under tjugohundratalet.

Kulturpriset kommer tillbaka

Läkerol är fortfarande ett varumärke med ett stort samhällsengagemang. 2006 byggdes exempelvis Läkerol Arena i Läkerols hemstad Gävle. Den nya hockeyarenan är Brynäs hemmaplan.

2009 kommer Läkerols kulturpris återigen att årligen börja delas ut efter en paus på sju år. Denna gång med en mer folklig innebörd. Mottagaren av det nya priset "Läkerol – Voice of the year" ska ha utmärkt sig för en bredare massa med rösten som verktyg, eller ha gjort sin röst hörd så att en kultur- eller samhällsförändring kan märkas.



Stolta över att fylla 100 år

LEAF är nogna med att förvalta arvet efter Adolf Ahlgren. Det välkända A:et på halstabletterna och förpackningarna är inte bara en kvalitetsstämpel – utan också en hyllning till Läkerols grundare! Men samtidigt som Läkerol gärna visar upp sitt arv och sin historia är det i dag ett modernt och samtida varumärke som blickar framåt. Framtidsvisionen är att levandegöra begreppet *makes people talk* – alltså att verkligen få människor att uttrycka sig och göra sina röster hörda. Läkerol är stolta över att fylla 100 år och ser fram emot nästa 100 år!



Dagens reklamfilmer har ett tydligt budskap: Läkerol makes people talk.



2008



2009



Vi som passionerat levtt med och lyft fram LäkeroL de senaste åren fram till hundraårsjubileet är:

President Lars Pålsson President Michael Forsmark VP Marketing Ewald Frenay Marketing Director Patrick Axzell

Marketing Director Magnus Andersson Marketing Director Vibeke Wolfsberg Marketing Manager Catarina Englund

Marketing Manager Pontus Egnér International Brand Manager Fredrik Sjöström Brand Manager Henrik Lethagen

Brand Manager Petra Lamorell Brand Manager Cecilia Krook R&D Director Annika Sahlström

R&D Manager Zara Gustafsson R&D Project Manager Lars Engstrand

Läkerol
makes people talk[®]