

Älskade Desirée – varje husmors önskekniv

Av Helena Karlsson

Under ett drygt sekel från 1868 och framåt spred Jernbolaget (Eskilstuna Jernmanufaktur AB) sina ankarmärkta produkter, såsom hushållsvågar, bestick, dörrstängare och beslag, över världen. En av företagets största försäljnings-succéer var kniven Desirée. Så här berättar Jernbolagets reklamavdelning om kniven Desirée och dess framgångar:

En av Jernbolagets största tillverknings- och försäljningsuccéer var troligen ”Desirée”-kniven. Den började tillverkas år 1952 och redan år 1956 visade försäljningssiffrorna, att den nått ut till 600.000 hushåll. När Jernbolaget år 1960 sålde knivtillverkningen till A/B Bahco, torde ”Desirée”-kniven ha sålts i ett antal, som översteg en miljon stycken.



Reklamblad för Desirée 1950-tal. Eskilstuna Jernmanufakturs arkiv, Arkiv Sörmland.

Vad som gjorde denna kniv så populär var i första hand det vågeggade bladet, som hade utomordentligt goda skäreenskaper. Denna blad-typ var dock ej någon nyhet. Redan i slutet av 1890-talet tillverkade Jernbolaget en brödkniv med vågeggat blad, nämligen kniv n:r 250, som tillverkades i längderna 200, 220 och 265 mm. Den försvann så småningom ur vårt tillverkningsprogram, men återuppstod sedan i den vackrare och ändamåls-enligare form, som gjorde ”Desirée”-kniven till hus-mödrarnas önskekniv.

Jernbolagets vd Henry Haner med Desirée-flicka på reklamkongress 1955. Foto: Text & Bilder. Eskilstuna Jernmanufakturs arkiv, Arkiv Sörmland.



År 1955 visades på de svenska bioograferna den publikdragande filmen om den sköna men olyckliga svenska drottningen Desirée. Denna filmsuccé blev upptakten till Jernbolagets stora reklamkampanj för ”Desirée”-kniven. Vackra ”Desirée”-flickor, iklädda tidsenliga 1800-tals dräkter, sändes ut till de största järnaffärerna i landet för att demonstrera vår knivsuccé. De medverkade vid mässor och andra reklamarrangemang. Vid demonstrationerna medförde de skyltmaterial samt en



elektrisk etsningsapparat. Varje kund som köpte en ”Desirée”-kniv, fick skriva sin namnteckning på knivbladet, där det sedan etsades in.

Etsning av nyinköpta Desirée-knivar 1955. Foto: okänd. Eskilstuna Jernmanufakturs arkiv, Arkiv Sörmland.

Hur järnhandelskunderna reagerade vid dessa demonstrationer, framgår av följande citat ur ett brev från en dam i Bohuslän: ”Jag kom ner i Hanssons järnaffär en eftermiddag och fick se något så vackert – en ung mörk flicka, klädd i en gammaldags cyklamenfärgad klänning och likadan hatt. Jag tittade på henne och jag undrade vad detta kunde vara. När biträdet kom, kunde jag ej låta bli att fråga: ”Vem är denna vackra uppenbarelse?” ”Det är Desirée”, sa biträdet. Då gick det upp ett ljus för mig. Henne hade jag ju sett och beundrat i tidningarna. Det var riktigt roligt att nu få träffa henne i verkligheten.”

Demonstration av Desirée-kniven i Karlstad 1956. Foto: okänd. Eskilstuna Jernmanufakturs arkiv, Arkiv Sörmland.



Bland de många tävlingsformer, som ingick i denna reklam, kan nämnas ”rimsmidartävlingen”, med värdefulla smycken som pris. Första pris i tävlingen utgjordes av ett armband, andra pris var ett par örhängen och tredje en brosch. Samtliga var av 18 karats guld och utförda i tidstypisk 1800-talsstil. En hel del mer eller mindre välfunna rim strömmade in till vår reklamavdelning. Här ett prov på rimsmidarnas alster:

*Den bästa kniv en husmor kan finna
bär naturligtvis namnet efter en kvinna.
Den varje jämförelse även tål:
flott, elegant och med en vilja av stål.
Visserligen vass, men med en skärpa som tjusar,
har ”Desirée” en styrka som alla berusar.*

Med den dikten avslutar reklamavdelningen historien om Desirée, en av många älskade produkter i Jernbolagets omfattande produktion.

Artikel publicerad i Sörmlandsbygden den 2 oktober 2014.