Den nordiska pälsnäringens marknadsföring i Kina

Sammanfattning

- Den nordiska pälsnäringen har sedan 1980-talet bidragit till att öka produktionen och konsumtionen av päls i Kina. Därmed är det nuförtiden främst kineser som köper pälsar producerade i Norden.
- Den nordiska pälsnäringen marknadsför sig genom högre kvalitet och bättre djurvälfärd. Därmed sprider de en bild av att päls kan produceras på ett etiskt acceptabelt vis i hela världen.
- Idag är Kina en av världens största producenter av päls och har börjat konkurrera med den nordiska pälsnäringen. Det ställer krav på den nordiska pälsnäringens marknadsföring.

1. Bakgrund

Svenska pälsdjursuppfödare säljer i huvudsak sina minkskinn hos danska Kopenhagen Fur. Tidigare såldes troligen det mesta via Saga Furs i Finland innan Kopenhagen Fur stiftades år 2004 [1]. Redan år 1946 fanns det dock en auktion i Danmark, men då hette den Danish Fur Auctions [2].

1.1 Fur Europe

Kopenhagen Fur och Saga Furs är båda med i paraplyorganisationen Fur Europe som stiftades 2014. Även Svensk Mink är medlemmar där [3]. Fur Europe ska representera den europeiska pälsnäringens intressen internationellt och inom EU. I det arbetet ingår att verka för en god marknad för europeisk päls både inom och utanför EU [4].

1.2 Saga Furs organisering och ekonomi

Saga Furs är ett internationellt pälsauktionsbolag som grundades som varumärke och marknadsföringsbyrå för nordisk päls. Saga Furs Group består idag av auktionshuset Saga Furs Oyj, Saga Design Center och varumärket Saga® [5]. Pälsen i märket Saga kom tidigare enbart från nordiska pälsfarmer, men kommer troligen även från andra länder i Europa idag.

Tabell 1 visar summorna som använts av Saga Furs för marknadsföring mellan år 2007 och 2011. Efter år 2011 redovisas inte längre marknadsföringskostnaderna i deras årsrapporter.

Tabell 1: Summor i euro använda för marknadsföring av Saga Furs 2007-2011.

2007-09-01 – 2008-08-31	EUR 4.8 miljoner [6]
2008-09-01 – 2009-08-31	EUR 3.2 miljoner [7]
2009-09-01 – 2010-08-31	EUR 5.4 miljoner [8]*
2010-09-01 – 2011-08-31	EUR 6.3 miljoner [9]*

** Fr.o.m. 2010 är representationsavgifter betalade till International Fur Trade Federation inkluderat i totalsumman.*

1.3 Bildandet av Kopenhagen Fur

Den danska pälsnäringsföreningen var från början medägare till Saga Furs. År 2004 gick de ur samarbetet och började istället att bygga upp det konkurrerande varumärket Kopenhagen Fur [10].

1.4 Auktionshusens profiler på marknaden

Saga Furs och Kopenhagen Fur marknadsförs båda som de som har högst kvalitet [11] och de som erbjuder spårbar päls från gårdar med god djurvälfärd [12]. Deras mål är att kunden ska betala ett merpris för de värdena och att deras auktioner ska vara världsledande på pälsmarknaden. Både Saga Furs Oyj och Kopenhagen Fur är idag världsledande auktionshus för päls [2] och Saga® är den mest kända pälsmärkningen i världen [5].

Spårbarhet har ingått i Saga Furs profil sedan 2005 och de har som mål att all päls ska vara certifierad. De menar själva att de har en viktig roll internationellt att profilera sig som djurvänliga genom certifieringar [12].

Kopenhagen Fur marknadsför sig på motsvarande sätt med päls av högre kvalitet och med löften om att produkterna är etiskt och miljömässig producerade. På grund av den kvalitet de har på pälsarna kan de lägga sig på en prisklass där köparna är rikare och villigare att betala merpris för pälsarna [11]. I en mastersuppsats om Kopenhagen Furs marknadsföring i Kina kommer det fram att Kopenhagen Fur och Saga Furs tillhör olika kvalitetsnivåer. Därför är de egentligen inte direkta konkurrenter, trots att de marknadsförs på liknande sätt, utan snarare samarbetspartners för att upprätthålla efterfrågan på päls [11].

1.5 Saga Furs övergripande marknadsföringsstrategier

Sedan 1954 har Saga Furs bidragit till att legitimera och öka efterfrågan på päls globalt. Det har de gjort genom så kallad ”generisk marknadsföring” som profilerar produkten och inte det specifika varumärket. Målet har varit att öka produktionen och konsumtionen av päls – även om det inte är från Saga Furs. Det framgår tydligt i följande citat från Saga Furs egen årsredovisning 2016:

“A decrease in the demand for furs is clearly a risk for the company. Successful sales of the present-day large global production requires that the fashion industry actively uses fur as a raw material, consumers want fur garments and trimmings and the retail structure allows people to buy them. The company is engaged in active marketing and product development in order to influence the choices of the international world of fashion. The goal is to modernise fur as a material and find new uses for fur in order to establish its position in the world of fashion and as a raw material for the fashion industry. To maintain a demand for fur among consumers in the main markets requires that fur remains at all times visible in the world of fashion and, above all, the purchasing power of consumers increases and they remain confident about the future.” [13]

Speciellt fyra metoder har varit centrala för Saga Furs för att uppnå legitimitet för pälsproduktion och efterfrågan på päls [5; 12]:

- **Etisk profilering:** genom att de marknadsför pälsproduktion som etisk och miljövänlig och kopplar det till hög kvalitet.

- **Sponsring och utbildning:** genom kampanjer riktade mot designers och säljare motiverar och inspirerar de till ökad användning till päls.
- **Innovation:** genom att utveckla tekniker för att använda päls på nya sätt på Saga Furs designcenter och Kopenhagen Fur Studio i Danmark.
- **Lobbyarbete:** genom lobbykampanjer och kontakt med politisker och myndigheter uppnår de politisk välvilja.

För Kopenhagen Fur har strategierna inte legat på samma nivå som hos Saga Furs, men de använder sig också av en hel del specifik marknadsföring av sin produktion också i Kina [11].

2. Den nordiska pälsnäringens marknadsföring i Kina

2.1 Kina som marknad för nordisk pälsnäring

Saga Furs och Kopenhagen Fur arbetar med att öka den kinesiska produktionen och användningen av päls vilket kan ses som exempel på deras övergripande marknadsföringsstrategi. Kopenhagen Fur har exempelvis samordnat mässor tillsammans med bland annat Kinas konsthögskola på plats i Kina [14] och att Saga Furs firade 30 år i samarbete med Kinas modeindustri och pälsmarknad år 2016 [15].

Samarbetet verkar ses som viktigt för pälsnäringens framtid även när det går mindre bra här i Norden. År 2013 skrev det norska Pelsdyralslaget följande i sin medlemstidning:

”Det er viktig at pelsmoten er i utvikling, og det høye prisnivået på skinn sammen med den vanskelige økonomiske situasjonen i Europa, er en utfordring. Samtidig popper det opp kinesiske ”motehus”, og det vil være et viktig supplement til europeiske motehus for å opprettholde interessen for pels.[…] Messene holder liv i pelsmoten og kineserne skaper markedet for pels.” [16]

2.2 Saga Furs tidiga arbete i Kina

Saga Furs startade sitt arbete i Kina redan år 1986. Deras chef för affärer inom Asien, Samantha Vesala, förklarar samarbetet så här:

“In 30 years the Chinese luxury market has grown into a 250 billion euro business. For many top luxury brands, including Saga Furs, China represents a substantial portion of their sales. During our collaboration with numerous Chinese fashion designers and design schools over the years we’ve witnessed constant growth in the numbers of young and talented people who have chosen fashion – including fur fashion – as their career path.” [15]

Under den första halvan av 1980-talet genomförde Saga Furs marknadsundersökningar och upprättade kontakter för att skapa ett nätverk för en potentiell marknad. Under den perioden etablerades de första kinesiska pälsfarmerna. Sedan mitten på 1980-talet har sedan Saga Furs deltagit på mässor och seminarier för detaljhandeln och designers i Kina samt arrangerat designtävlingar och modeshower [17]. Även den norska jordbruksministern var involverad i marknadsföringen av nordisk päls i Kina under 1980-talet [18].

År 1986 hölls den första internationella pälsmodeshowen i Kina, anordnad av Saga Furs och Dior [15]. År 1989 fortsatte samarbetet genom att det första seminariet för kinesiska designlärare arrangerades på Sagas designcenter i Danmark. Samma år sponsrade Saga Furs Shanghai Model Contest. År 1991 lanserades Saga Furs utbildningsprogram för unga designers i Kina [19].

Runt år 1995 var det en kritisk period för den globala pälsmarknaden eftersom den globala omsättningen av päls var så låg att näringen var nära att försvinna. Allt färre personer i västvärlden köpte pälsar och fler blev engagerade i djurskyddsfrågor. I Kina och Korea sågs däremot en motsatt utveckling som gjorde att större delen av näringen klarade av svåra år [19]. Saga Furs bestämde sig därmed för att intensifiera arbetet med päls i Kina. En stor del av bearbetningen av pälsar hade flyttat dit för att exporteras till Japan, USA och Europa, samtidigt som pälsanvändningen ökade i Kina [20].

År 1996 hade Saga Furs därför fullt fokus på pälsmarknaden i Kina. Bland annat arrangerade de ett utbildningsseminarium för den kinesiska pälsnäringen i nio olika städer och en tioårs-jubileumsshow för Saga Furs arbete i Kina [20]. Showen var då den största pälsshowen någonsin arrangerad i Asien [21].

Saga Furs har hittills lyckats i sitt arbete. Från slutet av 1990-talet ökade både kinesisk pälsdjursuppfödning och konsumtion av päls. Enligt marknadsanalysinstitutet Mintel och flera i den kinesiska pälsbranschen har Saga Furs arbete spelat en central roll i den ökningen [22].

Den danska pälsnäringen var länge kritiska kring Saga Furs typ av marknadsföring vilket gjorde att de gick ur Saga-samarbetet 2004-2005 [23]. Under den tiden uttryckte även många inom norsk och svensk pälsnäring fruktan för att kinesisk pälsproduktion skulle konkurrera ut den nordiska. År 2006 ökade kinesisk minkproduktion med minst 35 % [24] och år 2014 producerade Kina ungefär 60 miljoner minkskinn, 13 miljoner rävskinn och 13 miljoner tvättbjörnsskinn vilket är ungefär tre gånger mer än 2006 [25].

Saga Furs arbetade huvudsakligen med att öka produktionen och konsumtionen av päls generellt under slutet av 1990-talet. Under början av 2000-talet gick de över till att snarare skapa lojalitet och preferens för deras egna märken Saga Mink och Saga Fox [26].

2.3 Marknadsföring i Kina: etisk profilering

Den kinesiska pälsbranschen köper in päls från bland annat Sverige och Danmark. Nordisk djurvälfärd profileras övergripande som särskilt bra i marknadsföring mot Kina, även om lagstiftningen ser ut och tolkas på olika sätt i de olika länderna [25].

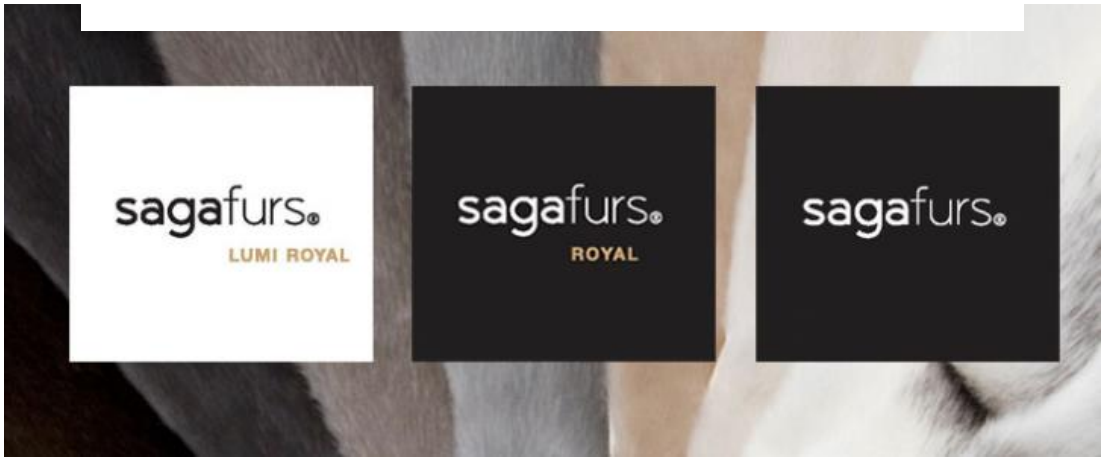
Eftersom den kinesiska pälsnäringen producerar både för marknaden i det egna landet och för export är den etiska konsumtionstrenden relevant för dem både inom landet och i andra länder. Det är huvudsakligen exportmarknaden som motiverar den kinesiska pälsnäringen att fokusera på etisk produktion, men det blir mer och mer aktuellt även i Kina [25]. År 2008 exporterades ungefär 80 % av det Kinas pälsfarmer producerade [27]. Det är oklart om det ser likadant ut nu.

Enligt Saga Furs är deras etiska profil väldigt viktig för konsumenter och därmed även för många designers [12].

2.4 Certifiering som marknadsföring

År 2007 infördes certifieringsprogrammet Origin Assured (OA) för att visa på att pälsarna kom från farmer som följde någon typ av lagstiftning [28]. Origin Assured har sedan dess integrerats i Saga® och Kopenhagen-märket. På Saga Furs pälsar står det nu istället ”Certified Farm Fur” på räv- och tvättbjörnspälsar. På minkpälsarna står det bara ”Lumi Royal” eller ”Royal” [29].

Figur 1: Märkningar från Saga Furs på räv- och tvättbjörnspälsar (29).



Figur 2: Märkningar från Saga Furs på minkpälsar (29).

Saga-gruppen har länge haft som mål att införa certifiering av all päls de producerar för att fortsatt vara konkurrenskraftiga. I Finland började certifieringssystem utvecklas under 2005. I Sverige har Sveriges Pälsdjursuppfödares Riksförbund arbetat sedan 2010 för att skapa ett djuromsorgsprogram med namnet ”Minkhälsan” för att kunna marknadsföra sin näring som mer djurvänlig [30]. Året innan lanserades även WelFur-projektet av European Fur Breeders’ Association för att utveckla välfärdsprotokoll för pälsnäringen i flera länder. Syftet med WelFur är att öka transparensen och pälsdjurens välfärd [31]. Det projektet ligger till grund för Minkhälsan. Problemet med både WelFur och Minkhälsan är dock att djurvälfärdskraven ligger på liknande nivå som i Sveriges lagstiftning vilket riskerar att päls från djur med samma eller sämre välfärd som det minst accepterade i Sverige blir certifierat som något extra bra [32]. Dessutom saknar Minkhälsan trovärdig egenkontroll.

Både Kopenhagen Fur [33] och Saga Furs [34] har implementerat WelFur i sina egna certifieringar. Kopenhagen Fur kommer dessutom inte acceptera päls som inte är WelFur-certifierad efter år 2020 [33].

Även mänskliga rättigheter har företagen använt sig av för att marknadsföra sig som hållbara. År 2008 anslöt Saga Furs till FN:s Global Compact Initiative och har därmed officiellt förpliktat sig att företaget engagerar sig inom mänskliga rättigheter, för bättre arbetsförhållanden och emot korruption [35]. Även Kopenhagen Fur anslöt sig 2010 samt deras märke Oh! år 2015 [36].

2.5 Innovation som marknadsföring

Saga Furs och Kopenhagen Fur har sedan slutet av 1990-talet haft som mål att alltid finna nya konsumenter och användningsområden för päls i Kina [37]. För att nå de målen har särskilt Saga Furs arbetat inom flera olika områden:

- **Fler försäljningskanaler:** Från åtminstone 1999 har Saga Furs arbetat för att päls inte bara ska finnas inom ”high fashion” utan också inom kollektioner i vanliga klädesbutiker [38]. Ett annat mål är att sälja hela pälsplagg inom modebranschen och inte bara i speciella pälsbutiker [39].
- **Tekniker:** Speciell färgning, klippning och kombinationer av olika material med päls används allt mer [40].
- **Pälskvaliteter:** Saga Furs marknadsför sig genom att prata om en egen typ av pälskvalitet, Saga Lumi Royal, för att locka till sig kunder som söker lyxprodukter. Den pälskvaliteten presenterades som något som kan konkurrera med amerikansk mink under en päls-mässa år 2012 [41].
- **Pälsar för alla tillfällen:** På årsmötet 1999 föreslog Saga Furs VD koncepten ”Päls för sommarbruk” och ”Päls för hela året” [42]. Sedan dess har Saga Furs utvecklat pälsplagg både för inomhus- och utomhusbruk samt för alla årstider. Saga Furs har samarbetat med flera toppdesigners kring det såsom Oscar de la Renta [43].
- **Produkter:** Saga Furs och Kopenhagen Fur experimenterar ständigt för att ta fram nya användningsområden för päls. De vill ändra uppfattningen om att pälsprodukter bara innebär pälskappor eller pälsmössor. Saga Furs har satsat mer på olika pälsprodukter än Kopenhagen Fur, men Oh! by Kopenhagen Fur säljer nästan enbart accessoarer gjorda av päls [44]. Här är några exempel på produkter som päls nu används till:
    - Tillbehör såsom väskor, hattar och nyckelringar [44].
    - Interiör såsom kuddar [45] och dörrmattor [46]. Se figur 3.
    - Skor i samarbete med exempelvis Manolo Blahnik [47; 48].
    - Smycken och klockor [49].

Figur 3: Kudde av päls från Master Furrier Lars Paustrier. Pälsen är ”Origin Assured” från rävfarmer i Finland via Saga Furs [45].

- **Pälsar till alla:** Ledningen vid Saga Furs designcenter uttalade sig år 1998 att ”Pälsar till alla!” var ett av deras motton [50]. Detta har sedan visats sig i Saga Furs arbete globalt.

    - Saga Furs har genom flera kampanjer och nya designer försökt få fler män att bära päls [51; 52].
    - Saga Furs har speciellt önskat att öka pälsanvändningen bland yngre kvinnor för att inte bara rikta sig till äldre kvinnor [53].
    - Saga Furs fokuserade förut främst på att öka pälsanvändningen i de nordligare delarna av Kina där det är kallare klimat, men har utvidgat marknaden även till de mer förmögna konsumenterna i södra Kina [54].

2.6 Sponsring och utbildning

Saga Furs har haft aktiviteter i Kina inom sponsring och utbildning sedan 1986 [15]. År 1988 öppnade Saga Furs ett designcenter i Danmark som samlad kurs- och seminarieplats för pälsbranschen globalt [55]. Det har även arrangerats årliga tävlingar för designstudenter i olika länder där vinsten har varit vistelse på designcentret [56]. Saga Furs har sedan 2002 även haft ett designcenter på plats i Beijing [57].

År 2013 öppnade Kopenhagen Fur sitt egna designcenter i Köpenhamn med liknande arbetssätt som Saga Furs designcenter [58]. De arbetar likt Saga Furs också tätt med unga, kinesiska designers samt butiker. Utöver det samarbetar de med Tsinghua Universitet och deras magisterexamen i design där de bland annat undervisar studenterna [11]. Kopenhagen Fur har även öppnat ett eget kontor i Beijing med enbart endemisk personal för att bland annat knyta kontakter med lokala affärsmän [11].

Nedan följer på några exempel av aktiviteter Saga Furs har genomfört i Kina under den senaste tiden:

- Deltagande i Beijing Fur Fair 2017 [59].
- Anordning av modeshow med BIFTPARK (kinesisk designskola) i Beijing 2017 [60].
- Deltagande på Hong Kong International Fur & Fashion Fair 2018 [61].
- Inspirationsseminarier på tre olika platser i Kina [62].

3. Den nordiska pälsnäringens framtidsutsikter i Kina

Den norska pälsnäringen har slagit fast att den kinesiska marknaden är den viktigaste marknaden. De måste lita på att Kina fortsätter köpa in päls för att kunna upprätthålla sin verksamhet [63]. Den svenska pälsnäringen har samma förutsättningar och måste förlita sig på att kineser efterfrågar deras pälsproduktion [64].

Fur Europe har trots det inte helt gett upp försäljning av päls på den europeiska marknaden. Samtidigt motarbetas de av en stor andel av den europeiska befolkningen som vill förbjuda pälsdjursuppfödning - vilket också lett till förbud i många länder [65]. En betydande andel av världens pälsproduktion pågår nu istället i Kina. Det har lett till att en del inom den europeiska pälsnäringen blivit bekymrade över konkurrensen som uppstått. De nordiska pälsarna säljs ofta till ett högre pris vilket kan minska kundernas köpvillighet [16].

För att de nordiska pälsfarmerna ska kunna konkurrera med de kinesiska måste de se till att ha något speciellt, som exempelvis högre kvalitet på pälsarna. Både Saga Furs och Kopenhagen Fur brukar profilera sig på det sättet vilket troligtvis är deras enda chans för att på längre sikt kunna hålla sig kvar på den kinesiska marknaden [11; 12].

En analys av Kopenhagen Furs strategier och framtid pekar på att en ekonomisk kris i världen och utebliven ekonomisk tillväxt i Kina troligen kan påverka efterfrågan på deras pälsar negativt [11].

Referenser

1. Norsk Pelsdyrblad. Nr 7 2004. Det nya SAGA.

2. Kopenhagen Fur. Hemsida: https://www.kopenhagenfur.com/en/about-kopenhagen-fur/ Sidan besökt 2018-08-15.

3. Fur Europe. Members. Hemsida: https://www.fureurope.eu/about-us/fur-europe-members/ Sidan besökt 2018-08-24.

4. Fur Europe. Hemsida: https://www.fureurope.eu/about-us/ Sidan besökt 2018-08-15.

5. Saga Furs. Hemsida: http://www.sagafurs.com/sv/bolaget/om-saga-furs/ Sidan besökt 2018-08-15.

6. Finnish Fur Sales. Annual Report Summary 1.9.2007 - 31.8.2008.

7. Finnish Fur Sales. Financial Statements Bulletin for the Financial Year 1 September 2008 – 31 August 2009.

8. Finnish Fur Sales. Financial Statements Bulletin for the Financial Year 1 september 2009 - 31 august 2010.

9. SAGA FURS OYJ. Financial Statements Bulletin for the Financial Year 1 september 2010 - 31 august 2011.

10. Norsk Pelsdyrblad. Nr 7 2004. SAGA - ny strategi.

11. Classen T. T. (2011) Strategi for Kopenhagen Fur i Kina. Aarhus Universitet, Business and Social Sciences.

12. Saga Furs (2017) Sustainability at Saga Furs 2017.

13. Saga Furs OYJ. Financial Statements Bulletin for the Financial Year 1 November 2015 - 31 October 2016.

14. Kopenhagen Fur (2017) Fur fashion exhibitions show the latest trend of the fur industry. Hemsida: https://www.kopenhagenfur.com/en/news/2016/march/fur-fashion-exhibitions-show-the-latest-trend-of-the-fur-industry/ Sidan besökt 2018-08-16.

15. Saga Furs (2016) Saga Furs and China - a proud heritage. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/saga-furs-china-proud-heritage/ Sidan besökt 2018-08-16.

16. Norsk Pelsdyrblad. Nr 2 2013. Nye markeder dominerte pelsmessene.

17. Norsk Pelsdyrblad. Nr 4 2006. Norsk blårev: Hvilken vei går vi videre?

18. Norsk Pelsdyrblad. Nr 4 2013. Veteranhjørnet: Jostein Vestre, Sjøholt.

19. Norsk Pelsdyrblad. Nr 7/8 1995. Markedsorientering.

20. Norsk Pelsdyrblad. Nr 10 1996. Kina – et land i rivende utvikling.

21. Norsk Pelsdyrblad. Nr 1 1997. 10 år i Kina: SAGAs 10-års jubileumsshow.

22. Norsk Pelsdyrblad. Nr 9 1999. Saga skapar god pelsutvikling.

23. Norsk Pelsdyrblad. Nr 5 2003. Brudd i SAGA-samarbeidet.

24. Norsk Pelsdyrblad. Nr 3 2007. Forventet skinnproduksjon i Kina i 2007.

25. NOAH & Animalia (2014) Case Saga Furs: Nordic fur trade – marketed as responsible business.

26. Norsk Pelsdyrblad. Nr 6 2001. SAGAs aktiviteter for sesongen 2001-2002.

27. Norsk Pelsdyrblad. Nr 4 2008. Motevisningen i Beijing – et hedersbevis til SAGA.

28. Furs Forever. Origin Assured. Hemsida: http://fursforever.ca/ridiculus-lorem/ Sidan besökt 2018-08-17.

29. Saga Furs. Labels. Hemsida: http://www.sagafurs.com/auction/labels/ Sidan besökt 2018-08-17.

30. Statens Jordbruksverk (2010) Minkhälsan: Minknäringens omsorgsprogram. Diskussionsunderlag till möte med Jordbruksverket 29 november 2010. Dnr 31-6686/11.

31. Fur Europe. WelFur. Hemsida: http://www.fureurope.eu/fur-policies/welfur/ Sidan besökt 2018-08-17.

32. Djurens Rätt (2018) Granskning av WelFur och Minkhälsan.

33. Kopenhagen Fur. WelFur - Animal welfare certification. Hemsida: https://www.kopenhagenfur.com/en/fur-farming/animal-welfare/welfur/ Sidan besökt 2018-08-17.

34. Saga Furs. WelFur assesment included in the Saga certification. Hemsida: http://www.sagafurs.com/sustainability/certification/science-based-welfur-assessment/ Sidan besökt 2018-08-17.

35. United Nations Global Compact. Saga Furs Oyj. Hemsida: https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/9558-Saga-Furs-Oyj Sidan besökt 2018-08-17.

36. United Nations Global Compact. Kopenhagen Fur. Hemsida: https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/11544-Kopenhagen-Fur &

https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/57851-Oh-by-Kopenhagen-Fur Sidan besökt 2018-08-17.

37. Norsk Pelsdyrblad. Nr 4 1999. Kina - et interessant land i forandring.

38. Norsk Pelsdyrblad. Nr 7/8 1999. SAGAs strategi - Fra Haute Couture til Ready to Wear.

39. Norsk Pelsdyrblad. Nr 1 2003. Nyttårstanker, Leder.

40. Saga Furs. Five London designers taking fur forward for AW18. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/five-london-designers-taking-fur-forward-aw18/ Sidan besökt 2018-08-17.

41. Norsk Pelsdyrblad. Nr 2 2012. Kundene strømmer til pelsmessene.

42. Norsk Pelsdyrblad. Nr 6 1999. Pelsinform årsmøte.

43. Saga Furs. Maria Reich finds inspiration for Oscar de la Renta. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/maria-reich-finds-inspiration-oscar-de-la-renta/ Sidan besökt 2018-08-17.

44. Oh! by Kopenhagen Fur. Hemsida: https://ohbykopenhagenfur.com/product-category/new/ Sidan besökt 2018-08-20.

45. International Furs Master Furrier. Pillows & Cushions. Hemsida: https://www.master-furrier.com/fur-pillows/?p=1 Sidan besökt 2018-08-20.

46. Norsk Pelsdyrblad. Nr 12 2000. Feiende flott fur-midable! Saganytt.

47. Manolo Blahnik. Hemsida: https://www.manoloblahnik.com/us/shopping?query=saga%20furs Sidan besökt 2018-08-20.

48. Saga Furs. Most succesful Fur Vision Milan ever as brands show their dedication to modern fur. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/successful-fur-vision-milan-ever-brands-show-dedication-modern-fur/ Sidan besökt 2018-08-20.

49. Nordstrom. Women's Fur (Genuine) Jewelry. Hemsida: https://shop.nordstrom.com/c/jewelry/fur Sidan besökt 2018-08-20.

50. Norsk Pelsdyrblad. Nr 7/8 1998. ”Fur for all”.

51. Norsk Pelsdyrblad. Nr 6 2003. Pels for menn: SAGA bak ny inspirasjonskolleksjon.

52. Norsk Pelsdyrblad. Nr 6 2007. Pels for menn.

53. Norsk Pelsdyrblad. Nr 3 2003. Hvor er pelsen til 30-åringene?

54. Norsk Pelsdyrblad. Nr 8 2006. Regionmøter, Oslo skinnauksjoner SL.

55. Saga Furs Design Centre. Hemsida: http://www.sagafurs.com/inspiration/design-centre/ Sidan besökt 2018-08-21.

56. Saga Furs Supporting Young Designers' Fashion Competition in Russia. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/saga-furs-supporting-young-designers-fashion-competition-russia/ Sidan besökt 2018-08-21.

57. Norsk Pelsdyrblad. Nr 12 2002. Åpning av SAGA Workshop og Designcenter.

58. Kopenhagen Fur Studio. Hemsida: https://www.kopenhagenfur.com/en/kopenhagen-fur-studio/ Sidan besökt 2018-08-21.

59. Saga Furs booth is source of inspiration at Beijing Fur Fair 2017. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/saga-furs-booth-source-inspiration-beijing-fur-fair-2017/ Sidan besökt 2018-08-21.

60. Saga Furs. BIFTPARk fur fashion show in Beijing, China, was inspired by the northern lights. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/biftpark-fur-fashion-show-beijing-china-inspired-northern-lights/ Sidan besökt 2018-08-21.

61. Saga Furs. Hong Kong Fur Fair got inspiration from Saga Furs. Hemsida: http://www.sagafurs.com/corporate/news/hong-kong-fur-fair-got-inspiration-saga-furs/ Sidan besökt 2018-08-21.

62. Saga Furs Seminars Held in China. Hemsida: http://www.sagafurs.com/fashion/saga-furs-seminars-held-in-china/ Sidan besökt 2018-08-21.

63. Norsk Pelsdyrblad. Nr 4 2013. En ny, spennende sesong i møte.

64. Dagens Industri (2017) Svensk mink värmer kineser. Hemsida: https://www.di.se/nyheter/svensk-mink-varmer-kineser/ Sidan besökt 2018-08-24.

65. Fur Europe (2016) Annual report 2015.