

Inför höstens textilförsäljning

Detta är ju första numret av Kinnasandsbladet under höstsäsongen och man kan kanske därför se lite både bakåt och framåt.

Höstsäsongen börjar ju arbetsmäsigt för oss alla omkring första augusti efter semestern. Försäljningsstarten är mycket beroende av vädret. Om detta lockar till bad och förlängd semester så är det alltid svårt för våra säljare att ge sig ut på sina kund- och arkitektbesök, eftersom folk då oftast är svår-anträffbara och säljresandet ger då mycket ringa resultat. Om hösten kommer snabbt med kallt och regnigt väder så borde vi vara glada eftersom säsongstarten kommer snabbare. Hur vädret än utvecklar sig så börjar säljarna sitt intensiva resande mot slutet av augusti. Det gick väl an om de då kunde få ha kunderna ifred, men de skall då trängas med andra väskbärare från andra fabriker och grossister, som vill sälja liknande varor – många gånger mycket billigare än våra. Väl inne hos kunden får man oftast finna sig i otaliga avbrott i form av telefonsamtal, kunder till kunden som måste betjänas etc. När kollektionsvisningen är över skall hela säljkollektionen snyggt och prydligt vikas ihop för att kunna föreläggas nästa kund. Förr i världen köpte detaljhandeln åtminstone styck, men utvecklingen nu är att man endast köper prover eftersom man inte vill binda för mycket pengar i lager och för att man vill undvika spekulationsrisker. Skulle det sen komma en konsument och köpa några meter, så skall fabrikanterna omgäende kunna mäta av och leverera från sitt lager. Eftersom mellan- och sydeuropa har augusti som huvudsemester månad, så börjar exportförsäljningens höstsäsong senare än svenska försäljningen.

September är därför en intensiv resmånad för att sälja i Sverige och på våra exportmarknader. När man mellanlandar hemma någon weekend efter utlandsbesök för att se om hustru och barn fortfarande finns kvar, så har alltid en försvarlig hög dagstidningar lagts på hög för snabb genomläsning. Detta har senaste tiden icke varit speciellt uppbyggeligt eller stimulerande. Det är klart att man kan köra huvudet i en buske, försöka bortse från det mesta och tänka på något stimulerande istället, men en sådan verklighetsflykt är väl inte att rekommendera. Krisen för varvs- och stålindustri har accelererat och stora personalinskränkningar är att vänta, skogsbolagen måste ha statsstöd i halvmiljardsklassen, våra flaggskepp utåt ifråga om tillverkning av kvalitetsglas behöver en miljon i månaden i likviditetsförstärkning, konfektionsbolaget Schlasbergs i Landskrona får konstgjord andning i form av rådrumsbidrag från staten, Erlabologet i Borås lägger fram en plan att minska personalen från ca 360 till 100, alldeles i vår närhet begärs en av Sveriges arrikaste och det enda kvarvarande mattväveriet i konkurs, en av våra närmaste grannar försöker få sina fordringsägare att sätta ner sina fordringar och sen statshjälp för att klara det hela etc, etc. Uppräkningen och listan skulle kunna göras lång. Ett av de få företag, som har lysande konjunkturer är Ackordscentralen, som har specialiserat sig på att hjälpa företag, som hamnat i ekonomiska problem till sanering och rekonstruktion.

Läser man statistiska centralbyråns statistik över vad som säljes i Sverige finner man att försäljningen av gardin- och draperivävnader av bomull minskat med 31 % jämfört med föregående år och försäljningen av inredningstextil av korta syntetfibrer, ex acryl,

25 %. Därtill kommer att importandelen av dessa varor nu pendlar mellan 70–80 %.

Så mycket sämre borde det inte kunna bli och alla förändringar borde bara kunna gå i en riktning – till det bättre.

Man får också den tankeställaren att det fordras än förbättrade insatser av oss alla om vi på Kinnasand fortfarande skall kunna glädja oss åt en gynnsam försäljningsutveckling och ett bra resultat. Det är ju så att man måste alltid vara beredd på att vinden kan slå om snabbt och att man måste hålla undan för blindskär.

Alla av oss, de som designar våra varor, de som sysslar med tillverkningens olika skeden, säljare och lagerpersonal, som sen skall skicka ut vad som sålts, måste prestera sitt yttersta.

Vi har på den amerikanska marknaden i samarbete med Borås Väveri knutit kontakter med en organisation, som skall sälja våra produkter. Till vår hjälp har vi 18 showrooms och 30-talet säljare geografiskt spridda över den amerikanska kontinenten. Vi hade för några veckor sedan en säljkonferens i Minneapolis över en weekend. Där presenterades Kinnasand och Borås Väveri som "the two swedes" och kollektionerna blev väl mottagna, så säljarna kommer att gå ut med stor entusiasm. Vårt prisläge jämte den omständigheten att nästan allt som säljes till offentlig miljö i USA måste vara brandsäkert gör att vi inte skall vänta någon explosionsartad efterfrågan, men vi hoppas att successivt kunna bygga upp en intressant marknad.

Hitintills har vi sålunda en del att vara gemensamt tacksamma för och icke minst att vi nu åter kan hälsa Sven Engdahl välkommen tillbaka efter sjukdomen.

Bengt Gilbert