



Sommarens strandväska

Inför sommaren har vi tagit fram en liten trevlig strandväska. Väskan kan beställas hos Marianne Aspflo på vår kundservice. Det subventionerade priset är 25 kronor.

Novalin Stableford, 10 år

Lembit Vaks jubileumsvann

Tiden går, klockan slår, Novalin Stableford fyllde 10 år. Under dagarna 28—29 maj spelades den 10:e upplagan av vår golftävling för våra kunder. Tävligen var förlagd till Isabergs Golfklubb i Hestra och inkvarteringen till Hestravikens Vårdshus. Det var något mer än femtio gäster och tävlingen spelades i vackert golfväder.

Länge såg det ut som Torgny Jonsson från AK-inrede i Handen skulle vinna tävlingen. Men så icke, ty i en av slubbollarna gick årets jubileumsvinnare. Det var alltså en stark spänning ända in i det sista om vem som slutligen skulle stå som

segrare till den åtråvärda pokalen. Nu med 10 in-teckningar.

Årets vinnare blev Lembit Vaks, Stockholm, chef för Alfort & Cronholms väggdivision. Kinnasandsbladet ber att få gratulera vinnaren.

"Caddy"

Vilket skick i denna limerick

*A golf-playing girl ifrån Lund
för var dag blev alltmera rund
because hennes man
lyckats med "hole in one"
in the bed-room en skön aftonstund*

Paridon Rudholm

"Viva Mexico" med Kinnasands möbelyger

Den observante har redan noterat att sportspeglens mexicostudio har vårt möbelyg Fia på studiostolarna.

Fia är ju visserligen också ett spel, men vi tror inte att det är därför man valt ett möbelyg med så sportigt namn. Det är vinnarna som alltid tar hem spelet.

Teko — framtidsbransch i ny profil

Nu är den svenska teko-branschen ordentligt på offensiven. De 700 tekoföretag som idag exporterar för 5,5 miljarder kronor, dubbelt så mycket som järnmalmen, är definitivt ingen krisbransch.

Branschens samtliga organisationer har satt samman en styrgrupp som skall tvätta bort krisstämpeln inom teko.

Den svenska tekoindustrin var som allra störst i mitten av 1950-talet. Då arbetade mer än 140 000 människor inom teko. Sedan dess har teko krympt. Idag sysselsätter de 700 företagen inom textil och konfektion 33 000 människor (27 000 helårstjänster) och omsätter drygt 10 miljarder kronor. Av dessa kommer 6 miljarder från textil- och 4 från konfektionsindustrin.

Lösningen till fortsatt expansion heter konkurrenskraft. Där innefattas alla de åtgärder som sammantaget skall ge teko en ny positivare profil.

— Först skall

krisstämpeln

tvättas bort

— Krisprofilen som har varit så svår att få bort är djupt felaktig, menar gruppen.

— Det har också en psykologisk verkan, även på oss i branschen. Vi måste föra fram allt det fina och positiva som händer i svensk teko idag, menar Peter Skoglund medlem i styrgruppen. På folk i allmänhet får stämpeln effekt av att man inte vågar satsa på teko igen när företagen söker medarbetare.

— "Alla älskar en vinnare"... är den logiska motsatsen och det är den profilen som ger en mer korrekt bild av teko av idag.

För att nå dit skall styrgruppen jobba i tre steg. För det första skall

den nya branschprofilen medvetandegöras för egna tekomedlemmar. Bland annat på en särskild Tekodag i Göteborg.

Nästa steg är information till anställda om hur man kan främja kund- och branschsamarbete.

Den tredje profilperioden kommer att bli den stora satsningen utåt där man i annonser, seminarier, mässor, etc verkligen skall få begreppet accepterat och en gång för alla ta död på krisstämpeln.

Den förbättrade konkurrenskraften skall byggas upp i tre viktiga faser: Engagemang, Anpassning och Lönsamhet.

Engagemang i varje arbetsmoment och kontakt i sysalen, beredningshallen, vaktmästeriet eller i styrelserummet.

Anpassning till en verklighet som hela tiden förändras. Våga ändra på saker i tid. Satsa offensivt med rätt att få göra ett eller annat fel.

Lönsamheten är som nämnts det viktigaste konkurrensmedlet. Den handlar om kvalitet, effektivitet och service. Där ligger förutsättningarna till nya investeringar, menar styrgruppen.