

# Nya förutsättningar på marknaden

ETT PAR AV våra viktigaste kundgrupper - kommuner och landsting - har ändrat på sitt sätt att köpa in textilier. Förändringen beror såväl på ekonomiska begränsningar som på att inköpsbesluten flyttats från centrala inköpsavdelningen till användarna. Därför är det nu ännu fler kunder som vi skall träffa och visa våra produkter för, samtidigt som var och en ofta köper färre meter och framförallt köper/söker billiga produkter.

DETTA ÄR en delvis ny trend, som vi skall möta och bemästra. Som Du sett av försäljningsrapporteringen, är volymerna både för tapet och textil fortfarande i avtagande på den svenska marknaden. Det är också en trend som måste mötas och bemästras.

DET NYA inköpsmönstret och volymutvecklingen innebär att vi måste anpassa vårt säljarbete och organisera oss därefter. Det nya organisationsförslaget bör vara klart i augusti.

VILKA MEDEL finns då för att möta den utveckling med sjunkande volymer som vi möter idag? Det första motmedlet är en ständig effektivisering - både inne i vårt företag och ut mot kunden. Det andra är nya marknader och produkter. På denna punkt har samgåendet med Weil's varit bra för båda parter, även om flera av de ursprungliga agenturerna inte "följde med". Vi har nu ett bredare sortiment och når fler kunder. Weil-sortimentet har också bidragit positivt till resultatet.

PÅ DEN LINJEN skall vi fortsätta att arbeta, främst genom egen produktutveckling. Det nya vi möter i det arbetet är att inga produkter tål pris-höjningar. Nu gäller att allt skall bli billigare och fortfarande vara lika bra. Det är ingen lätt uppgift, men vi skall lösa den och här kan alla bidra.

Glad sommar!

*Ola*

*Kinnasand/Weil's:*

## Ett sortiment som slår det mesta

Femtonåriga grossisten Weil's har alltså blivit medlem av Kinnasands-familjen. I bagaget medför vi moderiktiga och konstnärliga tyger, ibland blivande klassiker, från all världens tygmarknader. Med följer också tre tygentusiaster - Monica (Hamrén), Matz (Ridderström) och jag själv.

Vi hoppas att ni skall bli nyfikna på våra "godsaker" och att vi gemensamt kan föra ut dessa till alla våra kunder. Jag är övertygad om att vårt gemensamma sortiment kommer att slå det mesta på marknaden.

Som grossist är man beroende av många utomstående leverantörer. Dessa frestar ibland ens tålmod och en stor portion flexibilitet liksom god framförhållning behövs för att allt skall fungera smidigt. Mycket energi krävs för löpande kontakter med leverantörerna och för att hålla kunderna informerade.

Ett halvår har nu gått sedan vi blev bröder och de svårigheter som funnits har uppvägs av det spännande i samgåendet med ett ansett produktionsföretag. Förhoppningsvis kan vår kunskap vara ett tillskott.

I mitten av augusti flyttar vi till en gemensam utställning i Gamla stan. Tullhus 3 (vid Slussen/

Djurgårdsfärjan) kommer att bli nyheten med stort N i branschen. Det hela har redan väckt en del nyfikenhet - titta in när Du är i Stockholm!

*Jack*

## Naturmaterial i höstkollektion

Under augusti kommer Kinnasand att presentera en liten textilkollektion, som omfattar 10 artiklar med totalt ca 32 enheter.

Tre av de nya dessinerna har samma kvalitet som möbeltyget Thule - med vackra, färgglada och klassiska ränder. Vidare kommer ett alltyg tryckt på smärting.

En skir vit gardin i bomull/lin kommer också i några olika varianter. Det är i huvudsak Lena Fransson som arbetar med de nämnda nyheterna.

Kollektionen kompletteras med tre nya mönster av Ulrica Hydman-Vallien, som också gjort några nya mönster för handtuftade mattor.

Den handtuftade "Art collection" består av ett antal mattor som svenska och utländska formgivare ritat.

*Anna Severinsson*