

ICA

Inköpscentralernas tidning för affärsmedhjälpare



NR 1



JAN. 1944



EN FJÄRDEDEL ÄR VÅR!



A.-B. Kvarnintressenters egna medel uppgå till 10 millioner kronor. Bolaget äger helt sju välkända kvarnar, av vilka flera äro bland landets äldsta.

Malmö Stora Valskvarn
Trelleborgs Ångkvarn
Hälsingborgs Ångkvarn
Ystads Franska Ångkvarn
Halmstads Valskvarn
Falkenbergs Valskvarn
Alsters Valskvarn



Låt oss anta, att detta enda vetekorn representerar alla de tusen sinom tusen ton vete, som årligen förmalas vid vårt lands handelskvarnar.

Av denna väldiga produktion av vetemjöl svarar A.-B. Kvarnintressenter för en fjärdedel, vilket visar den dominerande ställning företaget intar inom svensk kvarnindustri. A.-B. Kvarnintressenter är landets största kvarnföretag.

**AKTIEBOLAGET
KVARNINTRESSENER
MALMÖ**

LANDETS STÖRSTA KVARNFÖRETAG

Nr 1 tisd. 25 januari

Utkommer en gång i månaden.
Prenumeration: Direkt hos förlaget
kr. 2:— för köpman och anställda i
ICA-anslutna affärer. Övriga kr. 5:—.

Postgiro 270429

Tel.: Namnanr. "Hakonbolaget"

ICA-tidningen

INKÖPSCENTRALERNAS TIDNING
FÖR AFFÄRSMEDHJÄLPARE

4:de årgången 1944

Redaktör:

STEN NYSTRÖM

Ansv. utg.:

STIG SVENSSON

Atergivande av text eller bilder
får ej ske utan angivande av källan.

ICA-förlaget. Vasaparken 4, Västerås

I DETTA NUMMER



Mölnlycke Väfveri framställer nu
en sytråd, som är lika bra som
den engelska Sid. 4

Nordsvenska i Östersund har byggt
ett förnämligt lagerhus Sid. 8

Köpman Sixten Almerot i Gra-
varne är en man med många goda
idéer Sid. 9

Den intressanta frågeserien »Är Ni
psykolog?» fortsätter i detta num-
mer med ett nytt avsnitt Sid. 12

10 betydelsefulla punkter för den
framåtsträvande Sid. 19

Känd köpman ger »Nyckeln till
framgång i detaljhandeln» Sid. 21

Sex nya, trevliga skyltfönsterför-
slag i »Fönsterparaden» Sid. 22

Löjtnanten, som var propaganda-
pionjär. Ett hundraårsminne
Sid. 24

Hur en lanthandel skall ordna sin
köttförsäljning Sid. 26

Några intressanta synpunkter på
påsar och påstryck Sid. 29

Kom ihåg under februari Sid. 33

Den populära frågesporten »Vad
svarar Ni på det?» Sid. 34

»Kalle Springs» sedvanliga lektion
Sid. 38

Den lärorika bildserien »Inte så
men så» Sid. 39

Det bästa

- *Det som är bäst i dag är näst bäst i morgon.* Detta påstående kan nästan alltid tagas för ett faktum, och var och en som vill framåt måste göra det till sitt slagord.
- »Vi ha lärt oss», säger Henry Ford, vars ord alltid äro värda att läsa, »att bäst endast är en relativ term. Det bästa av i dag är helt enkelt en förbättring av vad som i går föregick det. I morgon förundra vi oss över vår kortsynthet i dag och fastställa ett nytt bästa sätt att handla.»
- Symboliskt kan saken uttryckas så: Det bästa är inte en punkt utan en linje, som sammanbinder en serie av punkter, och som böjer sig i en allt brantare stigning mot idealet.
- Den, som när han nått det bästa, slår sig ned till självbelåten vila blir snart tagen ur sina illusioner. Längre bort skymtar en högre topp fram, och mot den sträva hans konkurrenter. Detta är varje människas erfarenhet, som strävar efter kommersiell eller industriell fulländning. En bättre bil, ett bättre aeroplan, ett bättre fartyg, en bättre maskin finnes alltid inom synhåll.
- *Det som är bäst i dag är näst bäst i morgon.* Denna obevekliga men hälsosamma lag styr också allt affärsliv. Den som vill vinna framgång inom affärsyrket måste göra denna lag till sin egen och hålla fast vid den hela livet. Många, som anser sig ha nått det bästa, tror att de kan slå sig till ro med det och njuta de stadiga inkomster, som detta medför. Men det är raka vägen till olyckan. Det bästa nekar att bestämmas vare sig till tid eller rum. Den som tror att han funnit det bästa och upphör att sträva framåt, han finner sina inkomster stadigt och snabbt avtagande.
- Den köpman som självbelåtet slår sig för bröstet för att han har den bästa affären i sta'n kan snart distanseras av en framåtsträvande kollega, och det bästa biträdet i en affär kan snart passeras av en yngre, studieintresserad, vetgirig, framåtsträvande kamrat.

Låt det »bästa» av idag endast bli ett trappsteg till det »bästa» i morgon!

Sten Nyström

Svensk sytråd

LIKA BRA SOM ENGELSK

Besök hos Sveriges enda, men framgångsrika sytrådsfabrikant, Mölnlycke Väfveri utanför Göteborg

Kristiden har i mångt och mycket varit svenskarna till nytta och lärdom. Den har till exempel undan för undan tvingat eller lockat landets industrier och företagare till nya initiativ och kraftigare tag. Den har tvingat fram svenska varor när de utländska inte längre stått att få. Det har gått litet trögt i början för producenterna att få den rätta djärvheten och självtilliten och därtill har det haft sina svårigheter att komma över experimentstadiet ifråga om råvaror och tillverkningsmetoder. Och konsumenterna har varit en smula skeptiska och med saknad och bekymmer erfart att den ena importvaran efter den andra obönhörligt tagit slut. Men nöden har ingen lag och i brist på annat har man måst acceptera de svenska tillverkningarna. Med tiden har dessa blivit allt bättre och ett faktum är nu, att den gamla inrotade uppfattningen om de utländska fabrikatens överlägsenhet gentemot de svenska fått lov att stryka på foten. Kristiden har med andra ord givit de svenska varorna ett tillfälle att hävda sig och bevisa att de mycket väl går att använda.

Bara för något år sedan till exempel skulle en svensk husmor inte kunnat tänka sig att använda annat än engelsk sytråd. Hennes mor och mormor kunde heller inte tänka sig annat. Idag tänker hon nog litet generat på de engelska trådullar hon hamstrade när kristiden började och vilka hon då kanhända tyckte utgjorde ett bevis på hennes förutseende och omtänksamhet om de sinas väl och ve. Ty nu syr hon med svensk sytråd och märker ingen skillnad, i varje fall inte till det sämre. Och hon medger gärna vad landets omfattande konfektionsindustri redan på ett tidigt stadium var på det klara med, att den tråden är alldeles utmärkt.

Det var för ungefär tio år sedan som Mölnlycke Väfveri, en av landets största och mest välkända textilindustrier, började experimentera med tillverkning av sytråd. Det var ett experiment inte bara vad själva framställningen angick utan kanske i ännu högre grad ifråga om avsättningen för varan ifråga. Den behövliga marknaden var ju, som ovan nämnts, sedan gott och väl ett århundrade liksom självskrivet för den engelska tråindustrien. Redan 1935 hade emellertid Mölnlycke fått fram en sytråd som både gick att använda och att sälja. Det var då huvudsakligast konfektionsindustrien som anmälde sig som köpare. Det var för övrigt mycket tack vare ett gott samarbete med denna industri som Mölnlycke gjorde så snabba framsteg i sin trådtillverkning. Konfektionen med sina oerhört snabba maskiner ställer stora fordringar på trådens hållbarhet och elasticitet. Dessa krav tog Mölnlycke noggsamt del av och rättade till den ena lilla detaljen efter den andra hos sin sytråd. Till slut var konfektionsindustrien nöjd och det gällde bara att övertyga den andra stora tråдавnämare, den enskilde förbrukaren, om att nu gick det att köpa svensk tråd som var lika bra som den engelska. Hur det gått med den saken om man inte fått en synnerligen dras-



Bomullen efter resp. kardning, grovslubb, mellanslubb, finslubb.

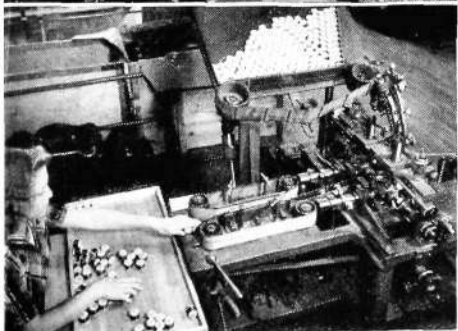
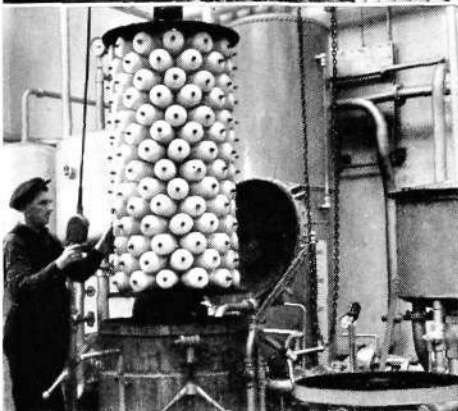
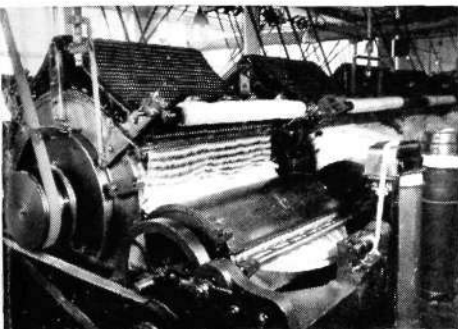
tisk och oombedd medhjälpare i det andra världskriget, är väl en smula ovisst.

Hur som helst bör även denna andra förbrukare av sytråd vara glad att Mölnlycke djärvdes ta upp kampen om den svenska marknaden med den mäktiga engelska trådtrusten, ty annars hade han kanske nu fått återgå till förfädernas primitiva hjälpmedel, tuggade senor, för att åstadkomma ett plagg. Men de 275.000 kg sytråd som Mölnlycke producerar per år räcker väl för landets behov av denna vara, varför senorna kan lämnas därhän. Denna tråd räcker även att — i tankarna — dra 200 gånger runt jorden vid ekvatorn, om någon vill roa sig med det experimentet.

Från Egyptens bomullsfält till det svenska syskrinet.

Till prima sytråd duger endast den egyptiska bomullen. I Egypten har man nämligen genom förnämlig frökultur och omsorgsfulla korsningar fått fram en råvara som motsvarar de krav sytrådsproducenten uppställer. För att sytråden skall bli prima, det vill säga stark och elastisk, skall bomullen ha långa, silkesliknande fibrer. Korta fibrer ger endast tjock och stum tråd förutan styrka. Den egyptiska bomullen som för närvarande kommer in i landet går därför huvudsakligast åt till Mölnlycketråden och en del tekniska ändamål. Utan att fördjupa oss allt för mycket i de många detaljer och invecklade finesser som hör ihop med trådtillverkning ska vi här följa bomullens förvandling till sytråd.

Att tappa en bomullsbal på tårna vore inte särdeles angenämt. En sådan bal väger nämligen ungefär 350 kilo



och är sammanpressad under ett tryck av $\frac{1}{2}$ miljon kilo. Den måste därför först luckras upp och det sker i balbrytaren, varvid fröskal, sand och andra föroreningar avlägsnas. Ett flertal rensningsmaskiner avslutar denna process. Med hjälp av toleransväg fastställs därefter vikten per längdenhet. För att få en jämn kvalitet hos bomullen föres därvid vaddar från olika balar samman.

De rena, fina fibrerna

ska nu skiljas åt och detta arbete utför kardmaskinerna. De är försedda med plattor och nålbeklädda cylindrar och arbetar efter samma metod som forna tiders husmödrar gjorde när de kardade sin ull.

I luftiga, jämna strängar lämnar bomullen dessa maskiner och går till andra, som ordnar upp fibrerna så att de komma att ligga parallellt. Därefter *kamm*as bomullen, varvid långa fibrer skiljas från korta, vilka senare som förut nämnts inte duger till sytråd.

Förspinningen

följer som nästa process. Den börjar med *grovslobben*, vilket innebär att bomullssträngen sträcker och *sno*s en smula och nu kan man börja tala om *garn*.

Maskinen påminner om den gamla spinnrocken och det färdiga *»förgarnet»* spolas på bobinen. Grovslobben ger ett löst, grovt garn, som genom *mellan-slobben* och *fin-slobben* blir allt finare. Extra finslobb avslutar proceduren.

Ringspinningsmaskinen

ger garnet dess slutgiltiga snodd och tjocklek. Först passerar garnet ett omfattande system av sträckvalsar och kommer så till *spindel*n. Ett spinneris storlek räknas i antal spindlar och omräknat i ett skift förfogar Mölnlycke Väfveri över 130.000 spindlar, vilken siffra ju vittnar om företagets imponer-

ande storlek. Imponerande är det också att se dessa många spindlar i aktion. De roterar med en hastighet av 8.000 varv i minuten. Under rotationen spolas garnet upp på spindlarna, sträcker ytterligare och *sno*s hårdare. Sträckningen är beroende av den grovlek det färdiga garnet ska ha och snodden avpassas dels efter grovleken, dels det ändamål garnet är avsett för.

Nu är tråden färdigspunnen

men tvinnas ytterligare för att bli starkare. Ännu har vi inte kommit fram till den färdiga *sytråden*. Denna består alltid av olika antal trådar, som förenas med varandra genom tvinningen. Vanlig hushållstråd är tvinnad av 6 trådar. Först tvinnas två trådar samman och därefter tre sådana dubbla trådar till en. Snodd och uppspolning sker på samma sätt som i ringspinningsmaskinen. Sträckning, tvinning, uppspolning är som synes termer, som återkommer i de flesta av de processer tråden har att genomgå innan den är färdig.

Färgningen

av tråden går så till att de spolar som den färdigtvinnade tråden rullats upp på anbringas på rör, som sitter koncentriskt på utsidan av en ihålig cylinder. Cylindern sänkes ner i en stor behållare med färgbud och badet presas ut och in genom rören och hålen i spolarna. Viktigt är att färgbudets nyans noga kontrolleras så att trådkulören blir exakt densamma från gång till gång.

En sista finpolering

ges den färgade tråden. Den poleras mellan roterande borstvalsar under tillsats av oljor och bindemedel och får därigenom glans och smidighet. Efter detta stärkande bad är den äntligen färdig att spolas upp på smårullar och etiketteras.

Mercericerad tråd

är en nyhet som Mölnlycke lanserat under namnet *Rayatråd*. Denna tråd är behandlad med natronlut och åtskilliga andra kemiska ämnen. Under behandlingen är tråden utsatt för sträckning och processen gör den glansig och smidig. Rayatråden levereras i ett 60-tal olika färger och lämpar sig utmärkt för maskinsömnad av finare klänningar och underkläder. Den ersätter på ett förtjänstfullt sätt sysilket, vilken importvara nu börjar tryta i lagren.

Bilderna visar några avsnitt av bomullens förädling till sytråd. Överst kardas ullen till luftiga strängar. Därefter kommer förspinningsmaskinen, som arbetar som den gamla spinnrocken. Därunder är den färdigtvinnade sytråden på väg till färgbudet och på nästa bild spolas den upp på smårullar och kartor. Undre bilden visar etikettering av trådrullarna. Varje process i trådframställningen följes av noggrann kontroll i laboratoriet.

Kontrollen

slappnar aldrig under tillverkningsprocessen. Varje ny operation innebär också ny kontroll. Mölnlycke har ett stort forskningslaboratorium och åtskilliga kontrolllaboratorier. Ingeniör Henry Abegg, som är chef för Mölnlyckes trådfabrik, har konstruerat allehanda apparater och instrument för att kunna pröva olika egenskaper hos Mölnlycketråden. Trådens smidighet och elasticitet kontrolleras oupphörligt liksom också dess glatthet. Smidig måste den vara för att den ska kunna följa tyget och lägga sig i vackra stygn och elastisk för att ge en söm som tål sträckning och andra påfrestningar. Glatt och jämnt polerad bör tråden vara för att friktionen mot symaskinens delar hela tiden ska bli lika stor. Glider tråden än trögt, än lätt genom maskinen blir följden den, att tråden sträcker olika och lägger sig rak än på den ena sidan av tyget och än på den andra.

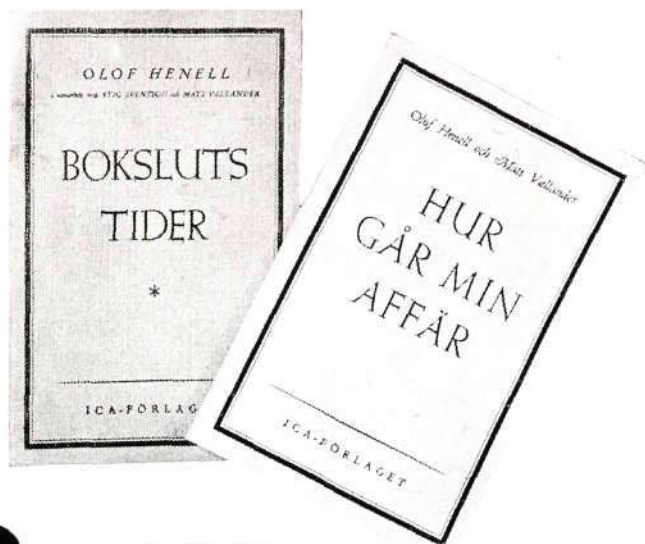
Det har lyckats Mölnlycke att få fram en prima svensk sytråd, som tål åtskillig kritisk granskning och är fullt jämförbar med den importerade tråden. Är det någon som har en sämre uppfattning om den svenska sytråden måste man nog misstänka att personen ifråga lider av s. k. vaneföreställning. Att sådan förekommer litet här och var fick Mölnlyckeindustrien erfaras, när den bad olika personer pröva den svenska tråden och kritisera den. Vederbörande fick samtidigt engelsk tråd som jämförelsematerial. Så gott som samtliga ansåg att den sistnämnda var mycket, mycket bättre. Efter en tid bad man dem ånyo pröva Mölnlycketråden. Utlåtandet blev denna gång något fördelaktigare för den svenska tråden men alltjämt föredrogs den engelska. Då blev Mölnlyckeingenjörerna en smula fundersamma, ty de hade låtit spola engelsk tråd på svenska rullar och tvärtom!

Den svenska

sytrådstillverkningen

är under nuvarande förhållande till stor nytta. Utan den skulle över 80.000 människor fått se sig om efter nytt arbete. Så många sysselsätter nämligen beklädnadsindustrien och skoindustrien. De obehagliga verkningarna som trådbristen skulle medfört hade inte stannat därvid som var och en lätt kan räkna ut.

Eva.



2 oombärliga affärsmedhjälpare

"Bokslutstider" ger en sakkunnig och lättfattlig handledning i den just nu aktuella deklarationen. "Hur går min affär" lär Er att på rätt sätt utnyttja de siffror, Ni samlar genom bokföringen. Båda böckerna är av stort värde för varje köpman. Priset är mycket lågt.

BOKSLUTSTIDER 1:—
HUR GÅR MIN AFFÄR 1:50

LÄS VAD PRESSEN SKRIVER:

Stockholmstidningen: Författarna vet tydligen hur man skall ge affärsmännen effektiv instruktion i behagliga doser.

Köpmannen: De båda författarna ha lyckats väl i sin föresats att skjuta en bräsch i den stabila uppfattningen om statistikens märkvärdigheter.

Svenska Dagbladet: Författarna ha gjort en verkligt populärt hållen handledning för detaljhandeln.

**Sänd in
denna
kupong**

Härmed rekvireras från

ICA-FÖRLAGET Vasaparken 4 Västerås

... ex. BOKSLUTSTIDER ... ex. HUR GÅR MIN AFFÄR.

Namn

Att sändas mot post-
förskott till priser en-
ligt ovanstående +
oms. + porto.

Adress

Postadress

Affärsmannens historia

PRÄGLAS AV STIGANDE AFFÄRSMORAL

För några få år sedan kom det ut ett ganska märkligt verk, »Affärsmannens historia», som var skrivet av Miriam Beard och som sedan översatts till svenska. Verket är märkligt så till vida, att historieskrivningen hittills i så ringa utsträckning sysslat med affärsmannens historia. Detta kan förklaras därav, att köpmannens värv till största delen är ett idogt arbete, som mera sällan präglas av heroism eller andra egenskaper, som tjusa människor. Folk vill gärna läsa om en härförarens bedrifter, ja till och med den enskilde soldaten kan ge stoff åt de mest djupa och intressanta beskrivningar och analyser. En och annan finansfurstes manövrer kunna visserligen i dristighet och äventyrlighet locka till studium och intresse, men det hör mera till undantagen. En annan också tungt vägande förklaring till att köpmannen så försummats av historieskrivaren är, att man under långa perioder i historien såg ned på köpmannens yrke. Ja, tidvis har uppfattningen varit så låg, att man menat att köpmannen vore en parasit på samhället. Vi sena tiders barn ha förvisso fått upp ögonen för köpmannens högeligen människogagnande värv, men ännu in i vår tid har något av den gamla uppfattningen kunnat skönjas.

Låt oss nu se på några små episoder ur Beards arbete.



Det var först den tyske hjälten Siegfried som smidde sitt svärd själv.

Sagens och mytens hjältar använde flitigt sina svärd. Men det talas aldrig om, att de själva tillverkade dem. Man får förutsätta att de köpte dem av någon affärsman, som antingen själv tillverkat dem eller också låtit någon annan göra det. Det är först om den tyske hjälten

Siegfried, som man hör sägas, att han själv smidde sina vapen. Det var också även i verkligheten så, att köpmännen försågo krigarna med deras vapen och rustningar. Men i viss mån bundo de genom en sådan försäljning ris åt egen rygg, i det krigarna ständigt plundrade och förföljde köpmännen. Även samhället självt behandlade köpmännen ganska styvmoderligt. Staden Rom som under en tid stod i spetsen för stora delar av mänskligheten, rynkade på ögonbrynen åt handeln och finanserna, trots att den inte aktade för rov, att till sig dra omätliga rikedomar, förvärvade i form av skatter och krigsbyte.

Gå vi fram till omkring år tusen e. Kr. så finna vi, att köpmännen då nått ett högt anseende. Köpmännen betydde då särskilt mycket för uppkomsten av nya städer och för samfärdseln på haven och annorstädes, och detta erkändes också av staten och allmänheten. Men under tiden tycktes också affärsmännen ha lärt inte så litet av sina krigiska bröder. De deltog i utrustandet av sjörövarexpeditioner, som ansågs vara en förvärvskälla, vilken borde utnyttjas, den liksom alla andra. T. ex. de hanseatiska städerna i Tyskland lågo ständigt i krig med konkurrenter för att kunna bibehålla sin ställning på såväl inköps- som försäljningsmarknaden. Inte sällan krigade städerna med varandra.

Men utvecklingen gick vidare. Vid nyare tidens inträde, d. v. s. omkring år 1500 hade köpmännen nått ännu högre i både makt och rikedom. Av den tidens



Jacob Fugger, den tyske finansfursten, hade till och med rätt att prägla sina egna mynt.

affärshus är det Fuggerska huset det mest vida beryktade. Det var också en

sällsynt företagsam familj. En medlem av familjen, Jacob Fugger, hade t. ex. skaffat sig rätt att liksom en regerande furste prägla mynt. Han ingrep kraftigt i den tidens metallutvinning. Men därutöver skötte han import av kryddor, som då var en synnerligen betydande vara. Han anlade väverier i Sydtyskland, för vilka han importerade bomull från Italien. Till all denna affärsverksamhet kom så också ett väl utvecklat banknät, som det mäktiga affärshuset byggt upp.

Så förtjänades det också pengar. Affärsvinsten på kryddimporten gick aldrig under 20 %. Genom att förse Europas höv med siden, juveler och andra för hoven oundgängliga artiklar, skapade man sig vidare under en lång följd av år vinster, som uppgingo till mera än hälften av det insatta kapitalet.

Även om köpmännen av Fuggers typ stodo för omfattande tillverkningar voro de i själ och hjärta affärsmän. De handlade med varor, som de ofta hämtade från avlägsna länder, och de voro finansmän. Men under sjuttonhundratalet började tillverkningen att ta alltmera industriella former, vilket var möjligt genom de uppfinningar, som följde slag i slag. Det uppstod då ofta en kamp mellan fabrikanterna och köpmännen. Det gällde sådana frågor som statens ingrepp i näringslivet inom landet men även i utlandshandeln, då särskilt tullarna voro på tapeten. Särskilt uppstodo dylika frågor i England. Striden blev där en seger för liberalismen, vars tankegång var, att var och en skulle handla efter eget skön, ohämmad av några statliga ingrepp. I detta tillstånd av fri konkurrens, som i verkligheten ingalunda alltid uppnåddes, skulle totalresultatet bli det bästa. Det var på den tid, då man präglade uttrycket, att staten skulle hålla en poliskår för att ta hand om förbrytarna men skulle i övrigt ingripa så litet som möjligt i närings- och samhällslivet.

NORDSVENSKA tar nytt lagerhus i bruk

Komplexet är ett av de hypermodernaste i landet och betyder stark effektivisering av Nordsvenskas och därmed ICA:s varudistribution.

De ICA-anslutna köpmän som fylla sina lager från inköpscentralen i Östersund är just nu att särskilt gratulera. Denna central har nämligen i dagarna tagit ett lagerhus i bruk, som kan fylla synnerligen högt ställda anspråk på rationell varuvård och varudistribution. NS i Östersund kan utan överdrift berömma sig av att nu ha ett av landets allra modernaste lagerhus.

Det förer för långt att här gå in på en detaljerad beskrivning av nybyggnaden

alla arkitektoniska och tekniska finesser, varför vi nöja oss med att endast nämna några exempel.

Komplexet är delat i huvud- och flygelbyggnad. Huvudbyggnaden, 40 meter lång och 17 meter bred, inrymmer förutom källarvåning fyra våningar och vindsvåning. Flygelbyggnaden mäter 44x8,5 meter i omkrets och är uppförd i en våning plus källarvåning. I huvudbyggnaden märkes bland annat en varuhiss med en kapacitet av 1.500 kg. På



Nordsvenskas nya, förnämliga och moderna lagerhus i Östersund.

Såsom en föregångare med många efterföljare har man nämnt den typ av affärsman, som uppstod i Amerika efter inbördeskrigets slut. Han kännetecknades av en frimodighet och fräckhet, som bjärt stack av mot de engelska industri- och affärsmännens hederskodex. Det blev t. ex. inte längre i Amerika ansett som något särskilt nedsettande att göra konkurs. Det var bara att börja om igen, obekymrat, som om ingenting hänt. I England hade den, som en gång gjort konkurs ytterst små utsikter att åter resa sig.

Ett annat kännetecken på det amerikanska affärslivet var de vilda spekulationer, som affärsmännen gävo sig in på. Man använde allehanda trick för att nå sitt mål. En produkt av denna tid är också den bluffartade reklamen, som tog sikte på att slå mynt av massans okunighet och sensationslystnad. På detta område är det mest framstående namnet P. T. Barnum, som för övrigt lancerade

vår svenska sångerska Jenny Lind i Amerika.



Cirkuskungen P. T. Barnum förkroppsligade 1800-talets amerikanska affärsmannaprincip.

Med dessa ur Beards bok skummade intryck få vi sätta punkt. Episoderna äro ganska typiska för skildringen som helhet. Vi kunna därför till sist göra reflexionen, att våra dagars affärsliv har avsevärt stabiliserats och funnit mera moraliskt oantastliga banor, än som kännetecknade många perioder under gångna tider. Det är väl heller ingen överdrift att säga, att om än vinstfaktorn är en mäktig hävstång i allt arbete, så kännetecknas de nutida affärsmännen framför allt av ett större socialt ansvar.

O. H.

denna byggnads båda långsidor ha utbyggts lastkajer som står i förbindelse med källarvåningarna och våningen en trappa upp genom elektriskt drivna transportband. På detta sätt stå också bottenvåningen och källarvåningen i flygelbyggnaden i förbindelse med varandra. Det kan nämnas att för livsmedelsbranschen är transportörer av denna typ en nyhet.

Förutom rena magasinutrymmen finns åtskilliga specialbyggda lagerrum såsom för ost, konserver, sill, sirup och syltkokning. I flygelbyggnadens källare finns rum för frukt och därtill en kyl- och frysavdelning som säkert kommer att figurera många gånger i dessa spalter. Kyltekniken har ju på senare år gått oerhört framåt och öppnat oanade perspektiv för livsmedelsbranschen. Det behöver nu inte längre stanna vid blotta önsknigen om man till exempel vill äta färska smultron på julaftonen. »Kylan» färskkonserverar dem och andra delikatesser på ett förnämligt sätt. En stor fördel med fryskonserveringen är att den möjliggör en säsongutjämning beträffande tillgången på olika varor. Man köper upp varor i tider av god tillgång och lagrar i kylhuset tills tillgången blir mindre riklig. Att detta betyder ren vinst är inte svårt att räkna ut och heller inte att stora nationalekonomiska värden sparas genom minskad varuförstörelse.

NS i Östersund har gått in för ett nytt, tidsbesparande faktureringsystem i det att vara och faktura levereras samtidigt. Detta kräver oerhört snabb förbindelse mellan faktureringsavdelningen, prissättningen och lagret och för den skull har en ny mindre kontorsavdelning inrättats i det nya lagerhuset.

För övrigt kan nämnas att El-bilarna laddas vid lastbryggan medan lastning och lossning pågår, att samtliga avdelningar och våningar stå i förbindelse med varandra genom högtalaranläggning, att samtliga lokaler äro effektivt isoleerade med träullsplattor eller korklager, att den modernaste golvbeläggning kommit till användning och fyller de högsta krav ifråga om slitstyrka, motstånd och halkfrihet, att en fläkt med en kapacitet av 3.000 kubikmeter tim. sörjer för effektiv ventilation av alla uppvärmda utrymmen i byggnaden, att stickepar dragits från bangården direkt till bottenvåningens lastkaj.

Detta var endast några glimtar från det nya NS-komplexet. Men de torde vara tillräckliga för att hos var och en som är behäftad med den rätta ICA-andan väcka en livlig önskan om flera lagerhus i denna stil.

Trots nio inkallelser tredubblad omsättning på fyra år

Besök hos Sixten Almerot i Gravarne, ett arbetsfenomen, som inte bara hinner sköta sin affär utomordentligt, utan också driver en bokförings- och försäkringsbyrå, undervisar i aftonskola och innehar flera kommunala uppdrag.

Passionerad vän av statistik — och ordning och reda över huvud taget. Har sitt eget system att göra personalen duktig och kunnig.

Välkomnade av ett vänligt nickande lejon steg vi strax före jul in i Sixten Almerots trevliga butik i Gravarne. Nu kanske det är bäst att tillägga att lejonet var mekaniskt, förhyrt för 5 kr. och avsett att tjäna som lockbete i julsmytningen. Annars kanske vi skrämmer bort andra eventuella besökare, som fruktar att komma en dag då lejonets humör är mindre gott.

Den närmaste anledningen till besöket hos Sixten Almerot var att han erövrat första priset i vår tävlan om uppslag till artiklar i ICA-tidningen. Och av tävlingsbidragen att döma tycktes han vara en köpman med ovanligt många och goda idéer.

Herr Almerot har ingen stor butiksklokal — ännu — och kanske inte heller ultramodern, men vi har sällan besökt en butik, som utnyttjats så otroligt väl. För det första är den oklanderligt ren, och för det andra dignar den av varor. Men det tycks förunderligt nog inte vara de där vanliga, stereotypa specierivarorna i sina välkända förpackningar. Allt verkar så lockande och aptitretande och man har lätt att förstå att kunderna i den affären gärna köper med sig hem litet mer än de tänkt sig. Det är kanske den flitiga förekomsten av varor frestande uppvägda i cellofanpåsar som i första hand ger lokalen dess lockande prägel. Men där finns också en glasdisk fylld med tårter och allehanda andra frestande bakverk och en kyldisk, som ger många goda uppslag till smörgåsbordet. Tittar man riktigt noga efter så hittar man nog också de »vanliga» speci-

varorna — nödvändighetsvarorna — men de har placerats på sådana platser att de inte stjälar skyltningsutrymme och ändå är nära till hands vid expedieringen.

Sixten Almerot måste sannerligen vara en man med god psykologisk blick, så förunderligt väl som han förstått att arrangera sina varor. Men så har också affären gått mycket kraftigt framåt under den tid han haft hand om dess skötsel, tidigare som föreståndare, nu som ägare. Vi låter herr Almerot själv berättat litet om denna utveckling:

Rask frammarsch — trots 9 inkallelser.

— Det var i juni 1940, som jag blev föreståndare för affären. Jag kom just då hem efter en längre tids beredskaps-tjänstgöring. Omsättningen under 1939 hade varit mycket blygsam och ökningen under första hälften av 1940 praktiskt taget ingen. Under de sista månaderna av året lyckades jag dock driva upp omsättningen så pass mycket att den för hela året blev 62 % högre än föregående års. Affären var då inrymd i en gammal, trång lokal, men genom att piffa upp den litet och genom att jag lyckades förmå firman att köpa en kyldisk och även genom att göra det bästa möjliga av de otacksamma skyltfönstren, vilka tidigare mest utnyttjats till »fabriks-skyltningar», kom det allt fler och fler nya kunder. 1941 var jag inkallad två gånger, men trots detta gick omsättningen stadigt uppåt, och jag kunde för året notera en ökning med 28 %. 1942 blev ökningen inte större än 14 %, men



Köpmän Sixten Almerot, Gravarne.

då råkade jag verkligen illa ut i fråga om beredskap. Inte mindre än tre gånger blev jag inkallad och varje gång placerad så långt bort att jag inte kunde hålla kontakten med affären, som jag just övertog i november det året och alltså nu driver som min egen. 1943 års resultat ser ut att bli mycket bra och jag beräknar att nå en omsättningsökning av cirka 32 %, trots att jag även i år varit inkallad 3 gånger. —

Mer än tredubblad omsättning på 4 år är det vackra resultat, som presterats av Sixten Almerot. Detta kan inte enbart bero på en välordnad butik, utan det måste även ligga andra orsaker bakom den snabba frammarschen.

Omskytning varje vecka.

— Ja, jag har nog gjort en hel del reklam också, säger herr Almerot. Isynnerhet intresserar jag mig för fönsterskytningen. I den gamla lokalen var visserligen skyltfönstren dåliga, och det var svårt att göra riktigt effektiva skyltningar, men här har jag ju bra fönster, mycket synligt belägna, och dem utnyttjar jag till täta omskytningar. Jag håller styvt på att en skyltning inte bör stå mer än en vecka. Efter den tiden har den mist sin effekt. Därför skyltar jag om varje vecka, såvitt inte något alldeles oförutsett kommer emellan. Det tar visserligen en rundlig tid att skylta om så ofta, och det är många kvälls- och nattimmar, jag fått offra på skyltningen, men jag anser den vara så värdefull att jag gärna tar på mig allt det arbete den medför.

Sålde snabbt 260 skärbräden.

— Har herr Almerot nått några direkt synliga resultat med skyltningen?

— Ja, jag brukar ofta studera resultatet av skyltningen. Bäst lyckas man

om man kan få tag i någon prisbillig artikel att göra en kampanj för. För ett par veckor sedan gjorde jag en skyltning med en särskilt billig damstrumpa. Resultatet blev verkligen strålande. Likaså lyckades jag för någon tid sedan skaffa hem ett parti skärbräden till mycket fördelaktigt pris. Resultatet av den kampanjen blev 260 sålda skärbräden. Det är kanske inte alltid försäljningen av själva kampanjvaran som spelar den största rollen i det här sammanhanget. Värdefullast är att man genom skyltningen kan locka in en hel del kunder, som aldrig tidigare besökt affären. Alltför ofta får man nog inte komma med dessa »billighetsförsäljningar», då kan affären lätt få en prägel av gottköpsaffär.

Ransoneringskalender med reklam.

— Begagnar herr Almerot några andra reklammedel. Annonser? Reklamblad?

— Inte annonsering, det anser jag vara en föga lämplig reklamform för en affär av denna storleksordning och i en så relativt liten ort som Gravarne. Reklamblad har jag däremot använt mig av i viss utsträckning. I början av kriget, när ransoneringen ännu inte var så omfattande delade jag varje vecka ut en liten ransoneringskalender, där jag samtidigt passade på att göra reklam för någon eller några lämpliga varor. Dessa reklamblad satte fruarna upp på sina skåpdörrar hemma i köket, och jag tror att de gjorde ganska stor nytta. Jag skrev ut dem på skrivmaskin — 6 exemplar i taget. Med ransoneringskalenderns nuvarande omfattning skulle detta arbete bli allt för omfattande, varför jag tills vidare inställt utgivandet av mitt lilla »veckoblad». Men kunde jag bara få tag i en dupliceringsmaskin till rimligt pris skulle jag sätta igång på allvar med reklamblad igen, för jag tror att det är en utmärkt reklamform. —

"Meddelanden" till personalen.

Vi strövar omkring litet i butikslokalerna och hittar i lagerrummet en an-

Här bredvid se vi herr Almerot i sin speceriaffär, som han med god psykologisk blick arrangerat lockande och köpstimulerande.



slagstavla med bl. a. ett anslag kallat »Meddelande», som innehåller diverse goda råd och fingervisningar för biträdena, vilka också tecknat sina namn inunder, tydligen för att bekräfta att de läst meddelandet.

— Ungefär två gånger i veckan sätter jag upp mina »Meddelanden», säger herr Almerot. Och jag tror att de varit mina biträden till god hjälp. Man kan för övrigt inte lägga ner nog mycken omsorg på sin personals utbildning, ty det är deras kunnskap, som till slut blir avgörande för affärens utveckling. Det gör det samma hur man själv knogar och arbetar om inte biträdena sedan kan fullfölja arbetet.

Jag har alltid en liten anteckningsbok på mig, där jag noterar allt anmärkningsvärt jag ser, hör eller läser under dagens lopp. T. ex. om ett av biträdena gör en sak felaktigt eller opraktiskt eller särskilt bra. Jag antecknar också idéer som jag kommer på, försäljningstips o. s. v. På grundval av dessa anteckningar gör jag sedan mina meddelanden. Jag började med dem i januari 1942 och det har hittills aldrig saknats stoff. Ty man måste komma ihåg att varken en köpman själv eller hans biträden någonsin blir fullärd. —

Herr Almerot gav oss tillfälle att bläddra litet i de meddelanden, som kommit ut under de gångna två åren. Tyvärr kan vi inte nu av utrymmesskäl återge dem alla, men vi kan inte under-

låta att göra ett litet axplock. Vi börjar med det allra första meddelandet.

Meddelande nr 1 1942.

Personalen!

Nytt är med nya föresatser. Låt det inte stanna bara vid goda föresatser, utan se till att de blir förverkligade. För min del har jag också börjat året med goda föresatser. En av dessa är detta meddelande, som ständigt kommer att följas av nya. Meningen är att de skall hjälpa er till förkovran i försäljarens yrke, det yrke som är det bästa av alla — om man bara kan sin sak. En del av dess tjuvning ligger i att det ständigt ger så mycket nytt att lära. En försäljare med intresse för sitt yrke har aldrig långtråkigt och väntar aldrig på att klockan skall slå 6, så att han får städa och rusa hem. För honom går alltid tiden för fort.

Dessa meddelanden kommer ständigt att innehålla kritik av det arbete ni utför. Är ni rädd för kritik? Jag hoppas att så inte är fallet, för då blir ni aldrig några duktiga försäljare. Min mening med dessa meddelande är att jag, i den ringa mån jag kan, skall försöka få er att förstå hur man skall göra och hur man inte skall göra. Jag kommer aldrig att rikta mig till någon personligen i dessa meddelanden, och jag tror att de i de flesta fall kan vara till nytta för er alla.

Detta och kommande meddelanden skall undertecknas, när ni läst det — gärna flera gånger. Bli nu aldrig nedstämd om ni får läsa något ni gjort gale. Tänk i stället: det var bra att jag fick reda på det, det kan vara till nytta i framtiden. Tycker ni inte att det skulle vara roligt att arbeta i en mönsterbutik, en butik, som i ordets vidaste bemärkelse vore känd för GOD ORDNING, RENLIGHET, GOD KUNDBETJÄNING? Skall vi inte gemensamt försöka nå det idealet? Till sist önskar jag en god fortsättning på det nya året, och så sätter vi i gång med friska tag!

Och så några punkter ur olika meddelanden:

Vet ni att en tvåkilos påse är mera värd än en tvåöring? Jag provade er i



Vi kom till herr Almerot mitt under julsmyckningstiden och fasaden till hans butik var vackert pyntad med granris och inbjudande skyltar, förfärdigade efter förslag i ICA-tidningen.

dag och lade en tvåkilos påse samt en tvåöring på golvet i lagerrummet. Dessa föremål låg kvar över en timmas tid, trots att ni flera gånger hade era vägar förbi. Till slut var det en av er, som tog upp — märk väl — först tvåöringen och sedan påsen. Påsen är mera värd än tvåöringen, men ändå tog ni upp tvåöringen först. Egendomligt! Var noga med papper och påsar! Tänk på det kapital, som går förlorat om man slösar. Glaset i butiksdörren skall vara skinande blankt.

Record Champo är utmärkt till strump-tvätt. Framhåll detta för kunden.

Handen på hjärtat. Vilken tidning läser du helst, ICA-tidningen eller Hela Världen? Låt ICA-tidningen komma i första rummet!

Aj! Aj! Aj! Hur kan det gå an att glömma väga burken först innan man öser i sirupen.

Detta lilla urval ger säkerligen en ganska god bild av herr Almerots meddelanden. Vi kommer efter hand att införa dem i sin helhet på särskild plats i ICA-tidningen.

Herr Almerot hjälper också sina biträden till korrespondenskurser. För närvarande håller springpojken på med Köpmannainstitutets nybörjarkurs. De anställda får först betala kursen själva, men när de läst den färdigt och kan uppvisa sina betyg, får de pengarna tillbaka av herr Almerot. Säkerligen en mycket förnuftig princip.

Noggrann arbetsfördelning.

Bland anslagen på tavlan i lagerrummet finns också en noggrant utarbetad arbetsfördelning, där var och en av de anställda fått sina uppgifter tilldelade.

Vi återge nere på sidan veckoschemat för ett av biträdena. Det ger faktiskt i koncentrerad form en utmärkt bild av den noggrannhet varmed herr Almerot sköter sin affär.

Intresserad av statistik.

Herr Almerot är mycket intresserad av statistik. Sällan har vi sett en detaljhandlare, så rikligt försedd med statistiskt material över sin rörelse.

— Jag anser statistiken oundgänglig, om man riktigt vill följa utvecklingen av sin affär. Den ger också goda ledtrådar för inköpen och visar vilka varor som behöver forceras för att de skall komma i klass med försäljningen i övrigt.

Nu är det nog särdeles angenämt att föra statistik i en affär, stadd i så snabb uppgång som just denna. Alla kurvor som illustrerar försäljningen peka så behagligt uppåt. Det får nu förstås inte omkostnadskurvan göra — åtminstone bör inte stigningen vara allt för brant — och det är den inte heller i detta fall. Bland statistik som herr Almerot för kan nämnas: Statistik över försäljningen i sin helhet, statistik över försäljningen av olika varugrupper, statistik över omkostnaderna, statistik över ersättningsvarorna, statistik över mjukbrödsförsäljningen — ja vi hittar rent av en liten statistik över försäljningen av lussekatter. Vi skall senare försöka förmå herr Almerot att själv delge ICA-tidningens läsare sina erfarenheter av statistiken — hur han tillämpar den och vilken nytta han har av den.

Vi kan för övrigt nämna att herr Almerot från och med nyåret börjar med bruttovärdeskontroll i sin affär.

Som ett exempel ur herr Almerots

statistikportfölj återge vi längst ner på sidan statistiken över mjukbrödsförsäljningen.

Som alla ser är det en kraftig omsättningsökning i februari 1942. Detta är resultatet av en kampanj, som sattes in just då i samband med att herr Almerot tog upp försäljning av bröd från Göteborg.

Jämsides med statistiken för herr Almerot också ett kortregister över alla sina kunder, som ger upplysning om var och ens årsköp. Detta har han lagt upp i samband med utbetalningen av kassarabatten, och det ger honom finger-visning om vilka kunder som minska sina inköp och alltså i en eller annan form måste »tas om hand» alldeles speciellt.

Säkerligen framgår i någon mån av ovanstående att Sixten Almerot i Gravarnä är en duktig, påhittig och arbetsam köpman. Och ännu mera ökas respekten för denna arbetsmyra, när man får veta att han jämsides med sin detaljaffär har en bokföringsbyrå och en mycket stor brandförsäkringsagentur. Han har också tjänstgjort som lärare i bokföring vid en aftonskola, och är flitigt engagerad i det kommunala livet.

— Men, säger herr Almerot, efter hand som affären växer kommer jag att mer och mer ägna mig åt den och avveckla min övriga verksamhet, ty detaljaffären är mitt verkligt stora intresse.

Det är just folk av Sixten Almerots kapacitet som med initiativrikedomens friska fläktar kan föra den fria köpen-skapen framåt. Betecknande nog är herr Almerot en mycket varm förkämpe för ICA-rörelsen.

Eko.

Utdrag ur arbetsschema

Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lördag
D a m m t o r k n i n g a v b u t i k e n . O b s . m e d v å t t r å s a . V ä d r a .					
Rengöring av kyl-disk.	Uppvägning.	Grundlig rengö-ring av bröds-kåp.	Fylla på i hyll-facken.	Fylla på i hyll-facken.	Expediera.
Avfrostning.	Fylla på påsar och papper.	Fylla på i hyll-facken.	Tvätta vägen.	Fylla på påsar och papper.	
Damma lamp-kuporna.	Fylla på i hyll-facken.	Klistra kuponger.	Uppvägning.	Putsa glaset på kyldisken.	
Fylla på i hyll-facken.	Fylla på i låd-facken.	Putsa glaset på kyldisken.	Expediera.	Expediera.	
Tvätta vägen.	Göra rent jäst-lådan.	Expediera.			
Expediera.	Expediera.				

Statistik över mjukbrödsförsäljningen

Jan.	Febr.	Mars	April	Maj	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.	
170: 40	178: 17	209: 37	252: —	230: 52	230: 88	265: 05	284: 97	188: 92	190: 80	169: 41	142: 71	1941
170: 69	496: 25	832: 11	591: —	636: 90	465: 38	518: 26	364: 10	509: 29	604: 60	661: 87	670: 73	1942
602: 11	690: 63	846: 03	1.014: 59	1.179: 57	1.302: 16	1.261: 39	1.058: 36	1.041: 15	1.024: 67	959: 71	849: 60	1943

ÄR NI

Psykolog?

VAD SÄGER ER DESSA TRE ANSIKTEN?

Denna serie började i ICA-tidningen nummer 11 förra året. Vi förelägger några av läsarna tre fotografier och ber vederbörande skärpa sin kundpsykologiska blick. Hur är objekten som kunder? Intresset för denna lilla tävlan har varit synnerligen livligt. Många biträden och köpmän har berättat, att de brukar roa sig med psykologiska studier med hjälp av litteraturen och levande material. Deras exempel rekommenderas till efterföljelse! Människokännedom och förmåga att "ta folk" är något som affärsyrket absolut kräver. Är säljaren psykolog får han lättare kontakt med kunden.

GISSA SJÄLV, INNAN NI LÄSER SVAREN!

Herr **Sigvard Hjertén**, firma Bror N. Johansson, Sofiagatan 40, **Göteborg**, är en typisk göteborgare, slagfärdig, kvicktänkt. Han hade snabbt sitt omdöme om de tre kundtyperna klart:

TYP 1. — En husmor som nog inte är så lätt att vara till lags. Blir lätt irriterad. Har stora fordringar men är i gengäld redig och bestämd och vet vad hon vill köpa. Är säkert mycket kunnig i hushållsarbete och intresserad av sitt hem. Kastar inte ut pengar i onödan men vill ha kvalitetsvaror.

TYP 2. — Den här damen är nog inte så hushållsintresserad. Ganska vankelmödig som kund — står och tittar uppåt hyllorna och kan inte riktigt bestämma sig. Snäll och resonlig och knappast kräsen. Ingen svår kundtyp, men långsam.

TYP 3. — En mera obestämbar kund, troligen gift. Inte helt främmande för hushållsarbete, intresserad för sitt hem. Har förmodligen ganska lätt för att slösa. Glad, skämtsam, kanske rentav en aning flirtig. Ingen oangenäm kund.

Herr **Arthur Olofsson**, firma Edv. Carlsson, **Uddevalla**, tycker det är svårt att bedöma en person efter fotografi. Vill gärna höra vederbörandes röst och studera hans uppträdande för att kunna bilda sig en uppfattning om hans kund- och karaktärsegenskaper. Men han gjorde i alla fall ett försök att döma efter fotos:

TYP 1. — En bra och värdefull kund. Duktig husmor. Intresserad av matlag-



ning. Pretentiös men inte alltför svår att komma på god fot med. Köper rejält. Bör behandlas sakligt och snabbt. **TYP 2.** — Den här kunden kommer man lätt in på livet. Trevlig, pratar och skämtar och är lätt att göra till lags. Säkert mycket duktig husmor. Ange-lägen att få råd och upplysningar i affären. Tycker därför om biträden som självmant ger henne tips om nyheter, varans användning med mera. **TYP 3.** — Troligen ungarl. Gör nog inte så mycket uppköp i livsmedels-affärerna men är inte bortkommen i

matlagning och husliga sysslor. Tycker om delikatesser. Mänsklig kund, som inte blir irriterad om han får vänta ett tag på sin tur i butiken. Inte så noga med slantarna. Humoristisk och trevlig människa.

Herr **Douglas Nicklasson**, A/B Wickman & Stillströms filial, Aschebergsgat. 23, **Göteborg**, tycker att kundpsykologi är mycket intressant. Han tvekade inte att ge sitt utlåtande:

TYP 1. — En bestämd kvinna som vet vad hon vill. Ej svår att göra till lags men hon ursäktar nog inte slarv. Förstår dock att en butik kan råka begå ett misstag. Bra »matmamma». Typen för en duktig husmor. Köper säkerligen kontant.

TYP 2. — Den här frun är nog road av att ha små fester hemma då och då. Köper gärna lyxbetonade varor och ser inte så noga på örena. Blir man förtrogen med henne är hon en god och tacksam kund. Frågar gärna expedienterna till råds och sätter värde på att man hjälper henne till rätta. Gladlynt, pratsam och fryntlig. Läger nog inget tungt på sinnet.

TYP 3. — Förmodligen ungarl och knappast någon utpräglad »matkarl». Köper kanske litet då och då till en vickning hemma, men är inte finsmakare på mat. Köper ganska mycket efter biträdenas råd och anvisningar när det gäller livsmedel. Humoristisk och gladlynt människa.

Herr **Sigfrid Ericsson**, firma Nils Larsson, **Ulricehamn**, var mycket intresserad av kundpsykologi, även om han nog helst ville se objektet i levande livet. Men han svarade på försök:

TYP 1. — Rejäl husmorstyp som fordrar korrekt betjäning. Merförsäljning knappast något att hoppas på i detta fall. Hon köper inte för att hon inte kan säga nej. Säkert har hon viss humor men man bör nog ändå inte för-



TYP 2

söka skämta med henne utan hålla sig till sak. Inte snål och inte slösaktig. Rättvis. Hygglig och bra kund men inte »idealet».

TYP 2. — Denna husmor verkar att ha ett mildare sätt. Troligen också bättre råd att köpa. Henne kan man lättare komma in på livet och göra affärer med. Lugn och snäll. Låter biträdet sälja åt sig och tar gärna råd. Har förmodligen kokerska hemma men tycker om att göra uppköp och kan nog sin sak. Köper nog gärna högsta kvalitet och dessutom en och annan delikatess. Humoristisk och pratsam men kan nog också hålla på sin värdighet. Närmar sig idealkunden.

TYP 3. — Verkar trevlig och lätt att ha att göra med. Tjänsteman vid bank eller dylikt. Har nog skapligt ställt med pengar men ingen topplönn. Köper mest delikatesser, en ask konfekt att ge som present eller liknande. Men har säkert sinne för det husliga. Flott men inte slösaktig. En mänsklig och förstående karl som jag gärna ser som kund.

Herr **Per Eric Pettersson**, firma Erik T. Pettersson, **Norrköping**, svarade raskt och säkert:

TYP 1. — En rejäl kund fast en aning skarp. Man får lov att ta henne på rätt sätt. Har reda på ransoneringskortet. Betalar ordentligt och kontant. Sparsam men vill ha kvalitet. Går knappast att sälja annat än det hon begär till henne. Ganska nervös. Knappast husmor.

TYP 2. — Denna kund är att föredra framför den förra. Har nog bättre ekonomiskt ställt än denna. Lättare att handskas med och lättare att sälja åt. Låter gärna biträdet tänka åt sig. Pratsam och skämtsam. En »önskekund».

TYP 3. — Ingen svår kund att ha att göra med. Lätt att sälja åt. Begriper sig inte på specierier. Tror inte han är huslig. Han köper nog mest delikatesser och sådant. Ingen slösaktig typ men han vill nog gärna ha litet extra gott ibland och vänder inte på tioringen för många gånger. En trevlig kundtyp.



TYP 3

Herr **Carl-Erik Pettersson**, firma Tor Mellanders Eftr., **Eskilstuna**, hade inte svårt att bilda sig en uppfattning om originalen till de tre fotografierna:

TYP 1. — Ser bestämd ut. Kräver korrekta upplysningar och har stora fordringar. Kan sin sak och vet vad hon vill. Tar man henne på rätt sätt kan man kanske göra en merförsäljning. Köper standardvaror. Tål nog skämt. Tillhör den bättre medelklassen. Blir irriterad av att få vänta länge. En bra kund, men inte idealisk.

TYP 2. — Tillhör den bättre medelklassen. Tycker om att man bugar för henne utan att fjäska. Vill ha goda råd och köper gärna nyheter. Känner ganska bra till de finare varorna. Duktig husmor. Bra att ha att göra med. Inte högfärdig. Man bör dock inte skämta i överkant med henne. En aning nervös men behärskar sig oftast. Blir hon riktigt skött blir hon något av idealkund.

TYP 3. — Verkar glad och trevlig och humoristisk. Inte svår att sälja åt. Förstår sig ganska bra på varor och är tämligen huslig. Har till hobby att gå

in i en affär och köpa någon delikatess med sig hem. Ekonomisk. Det är liv och lust i honom men han är skötsam. Trevlig kundtyp, som man kan vara till lags.

Herr **Constan Storck**, firma Storbys, **Jönköping**, tog sig en lång funderare och betraktade fotografierna eftertänksamt, innan han svarade. Det måste bli fråga om en trevlig gissningstävlan här, menade han:

TYP 1. — Bestämd människa. Bra husmor. Ingen svår kund men har höga fordringar och det lönar sig i allmänhet dåligt att söka sälja mer åt henne. Verkar lugn men samtidigt kritisk. Väljer förstklassiga affärer och vill ha be- tjänning därefter. Köper ekonomiskt men vill ha kvalitet. En tämligen bra kundtyp.

TYP 2. — Henne kan man sälja mera åt och lättare komma till tals med. Lugn och hygglig. Inte alltför ekonomisk. Vill vara flott men begriper inte så mycket utan lutar på biträdet. Shoppingtyp. Verkar en aning »uppkomling». Onekligen en bra kundtyp.



CARL-ERIK
PETTERSSON



SIGVARD
HJERTEN



ARTHUR
OLOFSSON



PER-ERIC
PETTERSSON



DOUGLAS
NICKLASSON



CONSTAN
STORCK



SIGFRID
ERICSSON

TYP 3. — Glad och hygglig karl med humor. Lätt att sälja åt. Förstår sig ganska dåligt på varor och hushåll. Trevlig att ha att göra med. Han köper flott och tycker det är roligt med delikatesser och nyheter. Ingen överklassare men en allmänbildad person. Inte nervös. Tjänsteman av något slag. Bra kundtyp.

"RÄTTA" SVAREN

Här är nu den karakteristik av de tre »kunderna», som de te sig i verkligheten, och de tillfrågade biträdena kan alltså se i vad mån de slagit huvudet på spiken.

TYP 1 ÄR

husmor och yrkeskvinna, d. v. s. konforist i ansvarsställning i ett stort företag. Hon är gift med en kollega och har en son i femtonårsåldern. De ha en egnahemsvilla i en förort till en större stad. Med organisationsförmåga, kunnighet och klokt lugn bemästrar hon sin dubbla uppgift. Hon sköter sitt hem utan hjälp, är road av matlagning, bakar allt bröd själv och konserverar mycket produkter från den egna träd-

gården. Dessutom är hon intresserad av trädgårdsskötsel, vilket ger henne full fritidssysselsättning under våren och sommaren. Sina inköp av specierier planerar hon för 14-dagarsperioder, håller sig till en affär, som hon har förtroende till, och där hon alltid får god och snabb betjäning och bra varor. Hon har utpräglad humor och uppträder vänligt och humoristiskt mot affärsbetjäningen och tycker om att bli bemött på samma sätt men vill ej att tonen skall bli familjär. Är tacksam för tips om nyheter och andra uppslag men förbehåller sig att pröva dem kritiskt, innan hon köper.

TYP 2 ÄR

gift med en kamrer. Hemmafru, 33 år, sköter själv sitt hem. Har stor bekantskapskrets och många goda vänner. Är omtyckt av folk. Hon är glad och livlig, har alltid mycket att stå i. Är energisk och hjälpsam, vill gärna »ordna» saker och ting. Inte särskilt sportintresserad, men tycker om friluftsliv. Som kund är hon mycket kinkig på kvaliteten. Köper rejält och vet alltid på förhand vad hon vill ha. Pratar och skämtar gärna med expediterna men är samtidigt en fordrande kund och kan säga ifrån ordentligt, om det

är något, som inte passar henne. Så slutade hon t. ex. helt att handla i en större butik, därför att hon ansåg sig illa behandlad av ett biträde. I många år har hon nu varit trogen kund i samma affär. Riktigt bemött är hon en utmärkt kund.

TYP 3 ÄR

handelslärare, gift. Han är bestämd och redig och mycket korrekt. Vill ha korrekt behandling och utser gärna ett favoritbiträde, som han vet att han kan lita på. Blir ej personlig, men är för den skull långt ifrån avmätt i sitt uppträdande. Vill absolut inte ha annat än kvalitetsvaror och förlåter aldrig den affär, som lurar honom i det fallet. Mera generös än sparsam men inte oekonomisk. Ifråga om specierier har han föga varukännedom och handlar sällan livsmedel. Uppskattar god mat och vet hur sådan skall smaka men kan själv inte laga mat. — »Ohuslig».

En lugn och saklig människa med glimten i ögat och vidgad syn på tingen, som säkert inget biträde har något emot som kund. Han är lättfattlig och mänsklig, om han bara får en vederhäftig behandling och ett kunnigt biträde med stil på.

Eva, Eko.

Ny giftstadga träder i kraft den 1 mars!

Skaffa i tid ett exemplar av denna giftstadga, som måste finnas i varje affär. Annars kan det vankas ganska dryga böter!

Giftlagstiftningen hör till vad man i vidsträckt bemärkelse menar med sociallagstiftning och är ett uttryck för samhällets omvårdnad om sina medlemmar och avser att gagna samlevnaden mellan dessa. Behovet av en giftlagstiftning härleder sig från den mycket gamla erfarenheten att vissa droger och ämnen är farligare än andra för människor och djur. 1876 kungjordes en nådig förordning om handeln med och värden av dylika giftiga ämnen och varor. Denna förordning efterträddes 1906 av en giftstadga som Kungl. Maj:ts utfärdad och som hittills varit gällande. *Från och med den 1 mars 1944 upphör denna att gälla och istället inträder Kungl. Maj:ts giftstadga av den 26 november 1943.*

Varje handlare som saluför något s. k. andra klassens gift är enligt lag skyldig att i sin butik ha giftstadgan jämte bilagor tillgänglig. Givetvis måste vederbörande även vara väl orienterad i stadgan. Upp till 50 kronor kan över-

trädelse eller försummelse av bestämmelserna kosta och bättre kan ju pengar användas! Ett oförberett »husförhör» bland detaljisterna och deras medhjälpare och en undersökning i samband därmed skulle nog medföra en och annan varning och kanske bötfällning! Men som försvar för syndabockarna kan ju sägas, att giftstadgan hittills varit ganska svårfattlig då under årens lopp 27 av de 48 ursprungliga paragraferna ändrats! Den reviderade stadgan torde bli betydligt mera lättfattlig.

Färg- och kemikaliefirman A/B Wilh. Becker har låtit iordningställa en överskådlig sammanfattning av den nya giftstadgan, vilken sammanfattning framför allt rekommenderas återförsäljare av andra klassens gifter — till dylika hör exempelvis råttutrottningsmedel, vissa rengöringsmedel för hushållen, färger innehållande blyvitt m.m.

Sammanfattningen är försedd med register varför man snabbt kan orientera sig i densamma och hitta en specialbestämmelse för en viss artikel. Denna förkortade giftstadga erhålles till ett pris av 2:50 och tillhandahålles liksom den ordinarie stadgan i boklådorna.

Skaffa den omgående och se till att ni själv och edra medhjälpare tar del av den. Känner ni t. ex. bestämmelserna för försäljning av ättiksyra? Hur bör lutpulver vara förpackat? ICA-tidningen hade några liknande frågor förra året i serien »Vad svarar Ni på det?» varvid det befanns att flera biträden inte alls visste vad de skulle svara. Ett butikssamtal i ämnet torde vara på sin plats. Se även till att springpojken tar del av stadgan, om inte förr så när han blir befördrad till biträde. Begår biträdena något misstag ifråga om giftstadgan, blir det väl affären som i allmänhet får betala event. böter. Undvik dylika onödiga och missrekommenderande malörer!

JAG SKULLE HA EN

Presentsak

En expedit i t. ex. en hattaffär vet att varje kund, som kommer in i affären, tänker köpa sig en hatt, eller i varje fall se på en. Biträdena behöver sällan bry sina hjärnor med att fundera på vad den eller den kunden ämnar köpa. Sak samma gäller inom många andra specialbetonade branscher. Inom speceri- och diversebranschen — kanske alldeles speciellt inom lanthandeln — däremot ställer sig saken betydligt annorlunda. Där är varusortimentet stort och skiftande — ofta är ju lantaffärerna riktiga varuhus — och biträdena få expediera de mest skilda saker från kött och specerier till manufaktur och järnvaror. Det är då inte så lätt att veta vad varje inträdande kund tänker köpa — ibland vet inte kunden det själv. Ja, Ni har väl t. ex. erfarenhet av kunden som kommer in för »att köpa en present». Hur klarar Ni av en sådan kund så att både han och presentmottagaren blir belåten och så snabbt att andra kunder inte behöver stå otåligt väntande?

Även här gäller det, att goda förberedelser underlättar arbetet. Det är t. ex. mycket lämpligt att någon kväll eller på andra lediga stunder gå igenom lagret och fundera ut vilka artiklar i affären, som kan passa till presenter. Sätt sedan upp alla dessa artiklar på en lista ordnade så att herrpresenter kommer för sig, dampresenter för sig och barnpresenter för sig. Eventuellt kan man göra en ännu noggrannare finsortering så att man specificerar vad som passar till gamla mormor eller till fästmannens födelsedag o. s. v. Ordna också upp varorna inom varje grupp efter priset så att de dyraste artiklarna komma högst upp på listan och de billigaste underst.

När en kund sedan kommer in för att köpa en present, frågar Ni först om den skall vara till en herre eller en dam eller till ett barn och vilket ungefärligt prisläge kunden tänkt sig. När Ni fått de önskade upplysningarna tar Ni en liten diskret titt på Er lista och får genast klart för Er vilka varor Ni skall ta fram och visa. Kunden förskonas från den ur

Känner Ni igen frasen? Intresserar Ni Er även för presentmottagaren eller tänker Ni bara på kunden?

försäljningssynpunkt absolut förkastliga frågan: »Ja, vad skulle vi då kunna hitta på?» Ni slipper också gå och leta i hyllorna för att möjligen hitta något lämpligt. Inga döda moment i försäljningen behöver uppstå. Efter en tid kan Ni Er lista utantill och då går expeditionen ännu snabbare, och kunden får ett gott intryck av Er kunnsighet och idériakedom och kommer gärna igen för att köpa sina presenter.

Ibland händer det att en kund, som skall köpa någon present, har ett smakråd med sig. Vem skall man då rätta sig efter om de ha olika synpunkter på en vara? Ja, det gäller att avlyssna »stämningen». Märker Ni att kunden tar intryck av smakrådets förslag och vacklar i sin åsikt rättar Ni försäljningen därefter och argumenterar ytterligare för den vara smakrådet föreslagit. Skulle det däremot visa sig att kunden och smakrådet har vitt skilda åsikter måste Ni i regel taga mest hänsyn till kunden och lägga försäljningsargumenten så, att kunden blir övertygad om, att den vara, som han tycker bäst om, är den mest lämpliga. Därigenom smickrar man kunden och påskyndar expeditionen.

Ändå mera komplicerat blir »fallet» om flera personer tillsammans skall köpa presenten — t. ex. för insamlade pengar till en 50-årspresent. Då kan det vara riktigt svårt att hitta på en sak som tilltalar alla köparna. I regel är det dock någon som för ordet för de andra och vars åsikt de tar stor hänsyn till. Oftast blir hans röst avgörande för köpet och det är klokt av expediten att diskret understödja honom, utan att därför verka »partisk». Är oenigheten bland köparna större, bör biträdet givetvis förhålla sig passiv under överläggningarna men noga

försöka sluta sig till vilka synpunkter som vinna mest gehör för att sedan finna de rätta argumenten att leda försäljningen i rätt riktning utan allt för stor tidsspillan.

Vid försäljning av presenter till barn plockar de flesta expediterna genast fram leksaker av olika slag såsom bilar, hästar, dockor m. m., som de vet att småbarn är förtjusta i. Det är givetvis också lämpliga presenter för barnen, men tyvärr är de sällan särskilt hållbara — ofta dröjer det inte mer än någon dag förrän de är sönder och bortglömda. Därför är det oftast bättre att rekommendera någon sak med mera bestående värde. T. ex. en sparbössa eller någon beklädnadsartikel — strumpor, näsdukar, underkläder m. m. Barnets föräldrar kommer då med tiden att uppskatta biträdet som en förständig och omtänksam man.

Till slut kanske bör tilläggas att man — om det är möjligt — även skall ha den blivande presentmottagarens intresse i tankarna. För en affär gäller det ju att om möjligt tillfredsställa alla parter. Känner Ni den person, som skall ha presenten, tänk efter då, »kommer han att uppskatta den här saken?». Vet Ni bestämt att han inte gör det — kanske aldrig använder saken ifråga — då måste Ni försiktigt försöka lirka över köparen till en annan present. Det är inte alls ovanligt att köparen bara tänker på sig och sin smak utan att ett ögonblick tänka på den han skall ge presenten till. Om en ung dam skall köpa en skjorta till sin fästman och väljer en med fast krage och Ni vet att fästmannen avskyr skjortor med fast krage, så måste Ni på ett fint sätt försöka förmå henne att köpa en skjorta med lösa kragar. Likaså bör Ni försöka avstyra att en kund köper en konstnärlig keramikvas till en person, som inte alls förmår värdesätta eller uppskatta en sådan sak, utan hellre vill ha något nyttigt. Därigenom gör Ni inte bara presentmottagaren en tjänst utan också Er själv — Ni slipper den tidsödande proceduren när den uppvaktade kommer för att byta sin present.

Varför 10

ÄR GRUNDTAL I VÅR RÄKNING

Människan har inte alltid kunnat räkna till tio. Det berättas, att urinnevärnarna i Tasmanien inte kunde räkna längre än till fyra. Det var heller inte så nödvändigt vid denna tid. Det var nämligen först, när man fick boskapshjordar, som man fick ett verkligt behov av att kunna räkna längre. Så uppges det, att det till en början behövdes tre män för att räkna en hjord på flera hundra kreatur. En höll reda på entalen. När han använt båda händernas fingrar en gång, d. v. s. kommit till tio, så sträckte nästa man upp ett finger och så ytterligare ett finger för varje tiotal, som den förste räknaren kom till. När så tiotalräknaren kom till tio, hade man uppenbarligen kommit till hundra. Då fick den tredje mannen rycka in och hålla reda på hundratalen.



Tre män behövdes för att räkna en hjord på några hundra djur. En höll reda på entalen, en på tiotalen och en på hundratalen.

Som vi nogsamta alla veta, är siffran 10 grupptalet i vårt räkningsystem. Man har frågat sig, vad anledningen kan vara. Svaret blir utan större tvekan, att vi ha tio fingrar och att dessa fingrar utgöra utgångspunkten. Men man har också stött på talsystem, där tjugo är grupptalet. Detta skulle då förklaras därav, att man räknade med såväl fingrar som tår. Det finns också andra grupptal och kombinationer av olika grupptal. Så finns det exempel på ett talsystem, som omfattar skilda tecken för enheterna ett till

fyra, för tjugo och för fyrahundra (d. v. s. tjugo gånger tjugo).

Man kan spåra denna hand- och foträkning även hos oss. Tänk på ordet tjug.



Nollan är en av mänsklighetens viktigaste upptäckter.

I danskan finns det ännu påtagligare spår, som dessutom förekomma i det dagliga livet. Där finns ord såsom *tres*, som fullt utskrivet blir *tre sinds tyve* (vilket betyder *tre gånger tjugo*) etc. I franskan uttrycker man talet *åttio* med ordet *quatrevingt*, vilket egentligen betyder fyra gånger tjugo.

Tio har alltså slagit ut alla andra grundtal. Är det nu den allra bästa lösningen? Skulle man inte vara mera betjänt av att ha exempelvis tolv? Jo, den tanken har uttalats och den har motiverats med att siffran tolv är jämnt delbar med 2, 3, 4 och 6, medan tio är delbart endast med 2 och 5. När man alltså skall uttrycka en tredjedel av tio, kan man inte göra detta på enklare sätt än att skriva 3.333 varvid man kan fortsätta att skriva teorier i oändlighet, utan att ändå få ett tal, som är exakt = en tredjedel. Har man 12 som utgångstal och vill ta en tredjedel av detta tal, så får man exakt fyra och behöver inte släpa med några decimaler. (Detta är en av de synpunkter, som ansetts tala för dussinsystemets bibehållande.)

Hur pass besvärliga talsystem, man rört sig med inom olika kulturcentra av världen under tidernas lopp, se vi av vidstående uppställning över de egyptiska, sumeriska, syriska och grekiska tal-

systemen. (Bilden är hämtad ur det förnämsta populärmatematiska verk, som någonsin skrivits, nämligen Hogbens »Matematik för millioner».)

Nå, men hur kommer det sig då, att vårt moderna tiotalssystem är så mycket enklare att använda? Vi behöva ju för att skriva talet 99 endast använda två taltecken. Enligt det egyptiska talsystemet, skulle det ha erfordrats inte mindre än 18 taltecken. Det beror främst på nollan. Nollan uttrycker i och för sig intet värde. Men den gör det möjligt att ge siffrorna i ett sifferuttryck olika värde. Vilket värde de olika siffrorna få, beror på deras placering i förhållande till varandra. Siffran 9 betyder nio rätt och slätt. Men kommer det en nolla till, alltså 90, blir nians värde tio gånger så stort som förut o. s. v.

Nu förstå vi också, varför nollan har kunnat kallas en av mänsklighetens viktigaste upptäckter. Vi kanske inte kan föreställa oss men möjligen ana, hur det skulle se ut, om vi måste använda oss av de äldre talsystemen, t. ex. när vi skulle räkna ut en enkel kundnota. Och hur skulle inte våra bokföringsböcker komma att se ut? Och vilka åbåken till räknemaskiner skulle vi inte behöva ha? Nollan är alltså en av de företeelser, som gör jorden angenämare att vistas på. Fast man kan ju förstås särskilt just nu tycka, att människorna använda sina upptäckter och uppfinningar ganska illa.

Egyptiska 3500 fkr	1	6	10	32	100	1000
Sumeriska 3500 fkr	1	6	10	23	60	3600 eller 600
Syriska	1	2	3	4		
Grekiska	1	9	21	69	169	

Anlita Handelsbanken för
INKASSOUPPDRAG

Svenska Handelsbankens samtliga kontor mottaga inkassouppdrag av alla slag såsom inkassering av växlar, fakturor, konossement, fraktsedelsdupletter, vinster å lottsedlar och premieobligationer, inteckningar och dyl.

De fördelar, som Ni härigenom vinner, äro påtagliga. Mot en obetydlig inkassoprovision slipper Ni ifrån allt besvär med inkasseringen. Ni kan vidare räkna med, att den av banken verkställda inkasseringen ger bästa möjliga resultat.

NI SPAR ARBETE GENOM ATT LÅTA HANDELSBANKEN OMBESÖRJA EDRA INKASSERINGAR



**SVENSKA
HANDELSBANKEN**

Affärsbanken med det största kontorsnätet

Detta är femte artikeln i vår serie om socialekonomi

HUR SKALL KAKAN DELAS?



Vi människor producera i högre eller mindre grad av samverkan en mängd olika produkter. Hur skall då denna produktion delas? Hur kommer det sig, att en del människor på vår jord leva på svältgränsen, medan andra "vältra sig i överflöd?" Vi inse utan vidare, att problemet är ytterligt invecklat. Vi kunna därför här inte annat än antyda några synpunkter på frågan. Befolkningens sammansättning och storlek kan sålunda ha ganska mycket att betyda.

15. Befolkningens storlek och sammansättning.



Under senare år har det talats ganska mycket om förändringarna i Sveriges befolkning. Vi ha hört bekymmer uttalas över det lägre antalet födslar och att denna för med sig att de arbetsföra åldrarna minska. Låt oss nu ange några synpunkter på denna fråga.

Man spekulerade en tid ganska mycket på hur stor befolkningen skall vara på vår jord, för att var och en skall få åtnjuta så stor konsumtion som möjligt. Man hade nämligen för sig att befolkningen var för stor. Om den vore mindre, resonerade man, skulle var och en kunna få det bättre. Senare har man emellertid funnit, att dessa bekymmer vore överflödiga. Råvarorna visade sig gott räcka till för alla. Senare har man inte alls behövt ha dessa bekymmer: det visade sig nämligen att risken blev allt större för att befolkningens storlek skulle minska.

Därmed ha vi nämnt något om anledningarna till att socialekonomien så mycket intresserar sig för befolkningsfrågan. Man brukar därvid studera den från följande utgångspunkter: För det

första vill man veta hur befolkningens storlek utvecklats sig. Vi finna t. ex. följande siffror:

År 1700	1.485.000
1800	2.347.000
1900	5.136.000
1914	5.680.000
1932	6.190.000
1942	

Ett annat slag av siffror, som äro mycket intressanta, äro födelsetalen. De anges i antal födda per 1.000 invånare. På samma sätt har man intresse av att se antalet döda per 1.000 invånare. Hur dessa tal utvecklats sig, se vi av följande uppställning (i ‰):

År	Födda	Döda	Födelseöverskott
1934	13.7	11.2	2.5
1935	13.8	11.7	2.1
1936	14.2	12.0	2.2
1937	14.4	12.0	2.2
1938	14.9	11.5	3.4
1939	15.3	11.5	3.8
1940	15.0	11.4	3.6

(‰ = pro mille, som betyder för 1000. I överensstämmelse härmed betyder ‰ (pro cent) för 100.)

Självfallet bör också ut- och invandring påverka folkmängden i ett land. I mitten på 1800-talet började för Sveriges del en kraftig utvandring till Nordamerika, vilken sedan fortsatte med avbrott av olika skäl ända fram till förra världskriget. Endast år 1923 förekom efter nämnda period någon utvandring att tala om. Hur pass betydande äderlåtning av den svenska folkstammen, utvandringen-emigrationen är ett annat ord — utgjorde, förstår man därav, att under perioden 1880 till 1893 var den i genomsnitt 39.000 människor per år.

Med dessa korta antydningar få vi

här avfärda befolkningsfrågan, som är så viktig i de flesta socialekonomiska sammanhang. Vi böra dock tillägga, att vi under de senaste åren haft födelseöverskott; dvs. det har fötts mera medborgare till vårt samhälle, än vad som gått bort genom dödsfall och utvandring. Detta beror emellertid på att vi för närvarande ha en stor del av vår befolkning i de fruktbara åldrarna. När genomsnittsåldern i vår befolkning kommer att höjas, sjunker också fruktbarheten. Vi kunna av denna anledning vänta oss en mindre befolkning.

16. Hur produktionsresultatet fördelas på olika produktionsfaktorer.

Vi ha tidigare talat om de tre produktionsfaktorerna, arbete, jord och kapital. En första synpunkt på fördelningen av produktionsresultatet blir därför hur det fördelar sig på dessa tre produktionsfaktorer. Därvid bör man först lägga märke till att de i viss mån kunna ersätta varandra. I vilken proportion de kunna ingå i totalresultatet blir beroende av produktionslagarna. I dessa talas om *tilltagande* och *avtagande* avkastning. Med tilltagande avkastning menar man att resultatet av en produktionsfaktor blir desto större, ju större del av produktionsfaktorn, som tillsätts. Omvänt menas med avtagande avkastning att resultatet av varje ytterligare tillsatt enhet blir mindre. Efter denna förklaring bör det vara uppenbart, att om i en viss produktion en produktionsfaktor visar tilltagande avkastning, så använder man mera av den. I den mån som produktionsfaktorerna kunna ersätta var-



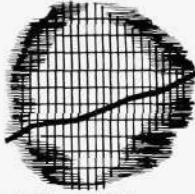
andra, fortsätter man att öka insatsen av den faktor, som visar den högsta stegringen i avkastningen.

Vi äro nu också färdiga att fastslå, att den produktionsfaktor, vars avkastning visar bästa resultatet vid ökad tillsats — eller, som vi tidigare uttryckt saken, visar högsta gränsproduktiviteten — tillgodoräknas den relativt största andelen av produktionsresultatet.

Detta är i få ord det stora orsaks-sammanhanget. I praktiken är det hela givetvis ytterligt komplicerat.

17. Penninglön och reallön.

Arbete består i att människan utnyttjar sina muskler och sin tankeförmåga för ekonomiska ändamål. Ersättningen för arbetet kallas arbetslön. När man



hör detta uttryck, bör man göra klart för sig, om man menar reallön eller penninglön. Med reallön menar man den mängd varor eller tjänst, som man kan köpa för en viss arbetsinsats. Penninglönen säger inte samma sak, eftersom varorna och tjänsterna vid olika tider — och även på olika ställen — kunna vara av olika pris. Vi veta t. ex. att priserna i genomsnitt stigit med någonting på 50 % från år 1933 till 1943.

Arbetsresultaten kunna variera på högst olika sätt. Det beror t. ex. på arbetskunnighet och arbetsglädje. Det beror på hur effektiva verktyg och annan utrustning han har. Det beror på råmaterialens art. Arbets effektiviteten har höjts i och med teknikens utveckling. Det är en av anledningarna till att en genomsnittsarbetare i dag når en betydligt högre realinkomst än för 50 år sedan, trots att han arbetar betydligt kortare tid av dygnet.

Vår tid har ju karakteriserats som organisationens tid. Företagen bli

större, det blir allt vanligare med olika former av samarbete dem emellan. På samma sätt uppträda numera såväl arbetare som tjänstemän i sammanslutningar. Dessa uppgöra ofta s. k. kollektivavtal med arbetsgivarna. Det innebär att arbetarna och tjänstemännen, eller vad gruppen nu kan bestå av, uppträda som en enhet. Kännetecknande för dessa avtal är vidare, att varje särskild individ inom gruppen betalas med samma lön. Skillnader bero på olika vana i branschen, åldern och könet. Det blir därmed mindre utrymme över för skillnader i arbets effektivitet. A andra sidan säger det sig självt, att kollektivavtalet förenklar förhandlingsarbetet. Det skulle bli en tämligen tilltrasslad historia, om man inom en viss industri skulle ackordera med varje särskild anställd om hans lönevillkor.

Ja, därmed ha vi berört eller snarare snuddat vid frågan om hur arbetet betalas.

Vinn framgång i livet

Otto Kahn, den store affärsmagnaten och sedermera kände mecenaten har i tio punkter sammanfattat orsakerna till sin framgång i livet.

1. Stryk ut ordet vårdslös från edra arbetstimmars ordförråd. Varje arbete är egentligen ett prov. Hur trivalt det än är, så kommer ert sätt att utföra det på ett eller annat vis att vittna för eller emot er. Min första framgång inom affärlivet berodde just på att jag följde denna regel. Jag och två andra pojkar i den firma, där jag började, hade till uppgift att slicka frimärke till varje dags avgående post. Genom att i bokstavig mening spotta upp mig lyckades jag uppnå ett visst mästerskap i denna syssla, ja, jag uppnådde inom kort hastighetsrekord i frimärksslickning. Två eller tre gånger såg jag att chefen kom och ställde sig bredvid oss och tittade på. Efter en tid kallades jag in till honom. Han meddelade mig då att han bestämt sig för att ge mig en bättre sysselsättning på kontoret på grund av den energi och ambition jag lagt i dagen vid frimärksslickandet. Denna lilla händelse blev mig till en nyttig lärdom för hela mitt liv.

2. Kom ihåg att den nyttigaste av alla en människas tillgångar är hennes goda rykte.

3. Tänk! Uppöva er hjärnas vindlingar precis som ni uppövar er kropps muskulatur. Det finns ur såväl materiell som varje annan synpunkt ingen så fördelaktig kapitalplacering som tänkande.

4. Nyttja alltid eder fantasi.

5. Var alltid redo. Men var aldrig otålig. Bida er tid och lär er konsten att vänta.

6. Var vänlig och human!

7. Arbeta strängt, men akta er för att bli någon maskin. Sannolikt har ni Ideal. Dem måste ni till varje pris behålla. Bli aldrig en cyniker.

8. Följ med de allmänna angelägenheterna.

9. Bemöt edra kamrater och medhjälpare med förtroende, såvida ni icke har anledning att misstro dem. Tro inte att ni behöver vandra genom affärlivet eller genom livet överhuvudtaget beväpnad till tänderna.

10. Till dem som nå den största framgång skulle jag vilja rikta en varning. Framgången är ingen fri gåva. Liksom allting annat värdefullt i livet måste den betalas. Den som inte påtager sig eller vill dela medborgerligt ansvar och medborgerliga plikter i en grad som står i direkt proportion till den framgång han haft är ur samhälls synpunkt sett en försnillare. Undvik skryt och prål. Gå liksom ur vägen för rikedomens vanliga lömska tendens att vilja isolera människan och göra henne kall och hårdhärtad. Lagg er vinn om att komma i kontakt med vardagen och dess människor. Var som en av dem, som en del av det stora samhällsmaskineriet.

HUR EN

Ransonerering

KOMMER TILL

V i var några stycken som satt och diskuterade ransoneringsfrågor här-omkvällen. Själva hade vi samtliga erfarenhet av vilken väldig arbetsbörda kupongredovisningen lägger på en affärsman, och vi var också på det klara med att hela ransoneringsorganisationen måste vara en ytterligt komplicerad apparat. Vad ligger där bakom utfärdandet av en ransoneringsbestämmelse, och hur kommer i själva verket en ransonerering till?

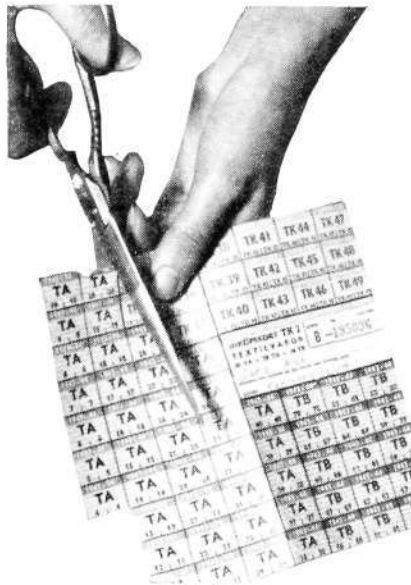
— Ja, det vore rätt intressant att få höra litet om den saken, sade jag. I vår dagliga verksamhet får vi ju se ransoneringsarna endast från en sida — den sida som så att säga vetter utåt mot allmänheten — så det vore roligt att få ta en liten titt bakom förlåten till ransoneringsmaskineriet också. Vännen B. här har ju en gång tjänstgjort på en kommission. Han kanske kan tala om för oss hur det går till.

— Nå, sade B., den andel jag har i våra ransoneringar är ju av allra blygsammaste art och inskränker sig för övrigt endast till att omfatta en viss kategori varor, nämligen textilier, men jag skall gärna tala om vad jag vet om en ransonerings tillkomst.

— Det kan ju tyckas, började han, som om formeln för en ransonerering vore mycket enkel — det är ju endast att dividera den mängd av en vara som finns i landet med antalet människor, så får man ju också den kvantitet var och en skall ha. Rent principiellt kanske man inte kan invända mycket mot det resonemanget, men där finns ändå åtskilliga faktorer av betydelse som förbisett. Inte minst viktig är därvid tiden. Hur lång tid måste man beräkna att ransoneringen skall räcka? — det är ju som ni alla inser en fråga av en viss betydelse.

— Nåväl, vi förutsätter nu att myndigheterna — d. v. s. regeringen — beslutat att en viss vara skall ransonerats. Det statsråd som närmast har att svara för beslutets utförande är då folkhushållningsministern, som alltså i sin tur ger vederbörande kommission i uppdrag att organisera ransonereringen.

— Eftersom det nu närmast är textilransoneringen jag sysslat något med,



så håller jag mig väl till den — i princip är ändå tillvägagångssättet för alla ransoneringar likartat. På kommissionerna har man som ni kanske känner till, delat upp arbetet på särskilda avdelningar, vilka syssla uteslutande med sina egna speciella varugrupper. När textilransoneringen kom till 1941 sorterade textilavdelningen direkt under kommissionens vice ordförande, vilken alltså blev den som främst svarade för ransoneringsuppläggande. Att sedan ransoneringsbestämmelserna

voro undertecknade både av industri- och livsmedelskommissionerna är en annan sak, som jag skall beröra litet senare. — Det första man då hade att göra på kommissionen var alltså att sätta i gång med en grundlig inventering av alla de förråd med textilvaror som fanns i landet för att därmed få en utgångspunkt för bedömandet av ransonerernas storlek. Att få in alla dessa lagersiffror — det gällde ju såväl detalj- och grosshandelsns som fabrikenas lager — måste ju ta åtskillig tid i anspråk, men så småningom samlades dock alla siffrorna hos kommissionens textilavdelning, där bearbetningen av siffermaterialet kunde börja.

— Här gällde det då att sortera upp de olika varugrupperna var för sig — fråga är väl för övrigt om vi någonsin haft någon ransonerering som medfört ett sådant oerhört detaljarbete som textilransoneringen just på grund av den oändliga mängd artiklar som ingår i vad vi i dagligt tal kallar för textilier. Och så började poängsättningen. För det arbetet hade kommissionen tillkallat en mängd experter från detaljhandeln, grosshandeln och fabriktionen, som tillsammans hade att avväga och bestämma poängsatserna för de olika varorna.

— Man visste ju nu hur stora lager som fanns, och man visste hur många personer det fanns inom olika åldersgrupper — när det gäller en sådan sak som kläder måste ju, som ni förstår, åldern och storleken på personen i fråga bli av utslagsgivande betydelse för tilldelningens storlek. Så var det tiden. Skulle man ta till en mindre ranson för en kortare ransoneringsperiod, eller skulle man ta en större tilldelning och sträcka ut den över en

längre tidrymd? Ja, det var frågor som blöttes under många nattliga timmar, men till slut enades man om att fastställa ransoneringstiden till 18 månader, vilket ur flera synpunkter får anses mycket välbetänkt, enär ransonens storlek då gav folk möjlighet att ordentligt komplettera sin garderob.

— Men vilken grund gick ni efter när ni skulle avgöra hur stor ranson var och en skulle ha, var det någon som frågade.

— Jo, dels hade man ju en del siffror att bygga på från utlandet, där ransoneringen börjat tidigare än hos oss, och dels fick man göra en uppskattning av hur mycket textilier en person kunde anses behöva under den tid det var fråga om. I början var folk nog litet pessimistiska beträffande textilransoneringen, men vid det här laget tror jag nog att man litet var kommit under fund med att ransonerna räckt ganska bra till.

— Nå, när så allt detaljarbetet med poängsättningen blivit avslutat — ni må tro att där var ett dividerande och räknande för att få poängsätterna att stämma överens — så skulle alltså textilransoneringen vederbörligen träda i funktion. Och här är det som livsmedelskommissionen kommer med i spelet. När ransoneringarna började här i landet var det ju som ni vet i första hand livsmedel det gällde, och det blev därför också livsmedelskommissionen som från början organiserade hela ransoneringsapparaten med hela det stora »kortsystemet». Det var därför naturligt att en så omfattande ransonering som textilransoneringen, vilken ju kom att träffa varenda människa i landet på samma sätt som en ransonering av t. ex. livsmedel gör, begagnade sig av livsmedelskommissionens erfarenhet och redan färdiga kortorganisation. Ett samarbete ordnades alltså mellan industri- och livsmedelskommissionerna.

— Först sattes alltså upp ett förslag till kungörelse om ransoneringen, vilket vederbörligen nagelfors av de juridiska experterna och sedan förelades folkhushållningsministern för godkännande. Just det där med den juridiska granskningen är för övrigt en mycket viktig sak när det gäller ransoneringar. Alla de här kungörelserna är ju när allt kommer omkring detsamma som lagar, och där får det inte finnas några kryphål. — Nå, så trycktes alla poängtabellerna, broschyrerna och korten, och så var textilransoneringen färdig att utfärdas. Hur det gick till, det minns ni ju alla.

— Det säger sig ju självt, att hur grundligt man än gör en sådan oerhört mång-

VAD ÄR NYCKELN till framgång inom detaljhandeln



Vi starta här en frågeserie, vari kända köpmän i korta ord få ge en förklaring till hemligheten med sin framgång.

Vi tro att denna serie kommer att innehålla en hel del små guldkorn. I dag skall vi se vad köpman Elis Cederberg, Göteborg, har att säga.

Arbete, arbete och åter arbete säger köpman Elis Cederberg, innehavare av en stor speceriaffär i Göteborg, som han mycket snabbt drivit framåt. — Men det beror ju på hur man arbetar också, fortsätter herr Cederberg, vars »nyckelord» vi sammanfatta på detta sätt:

Den första tiden räknade jag inte med att affären skulle ge så stor avance. I stället offrade jag mycket på att åstadkomma en verkligt god service. Kunderna måste känna och förstå att vi inte var småsnåla.

sidig ransonering som denna textilransonering, så kan det inte undvikas, att man på någon punkt måste göra någon ändring eller komplettering efteråt. Det kom ju också i början en hel del tillägg och ändringar, men de rörde dock mestadels detaljer, och i stort sett får man nog säga att textilransoneringen var mycket väl organiserad. Att en del lättnader senare kunnat medges hör naturligtvis samman med att försörjningsläget i vissa avseenden förbättrats, och en sådan möjlighet hade man ingen rätt att räkna med när ransoneringen lades upp.

— Så är det en annan sak, som jag i det sammanhanget också kanske bör tala om, och det är att när ransoneringen kom till blev man tvungen till att skjuta en del saker på framtiden. Arbetsområdet var så oändligt omfattande att

Man måste ha personalen med sig, för att de skall vara intresserade av att arbeta för affärens framgång. Jag betalar gärna extra mycket till en bra personal och ger dem de favörer jag kan. Mina biträden ha t. ex. förutom sina tre veckors sommarsemester även en kortare semester på vintern. Den ledigheten uppskatta de verkligen.

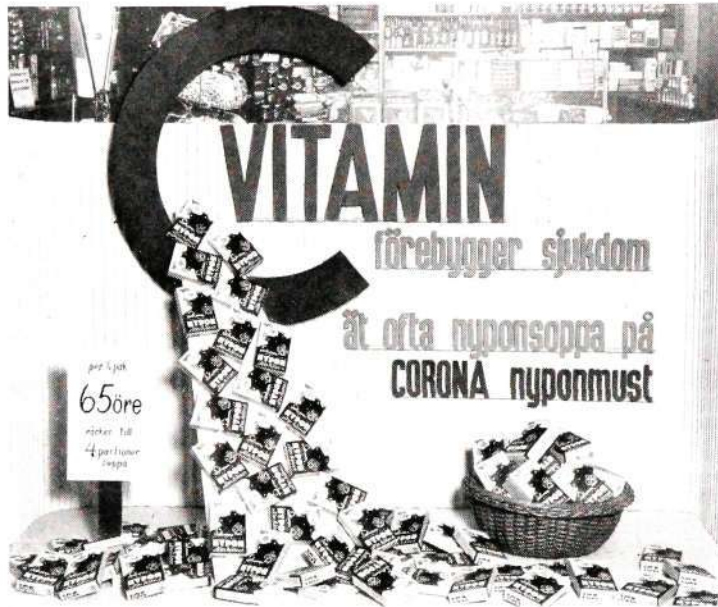
Kunderna skall bemötas artigt men korrekt, och de måste få förtroende för affärens varor och dess innehavare. Varje affärsman bör skaffa sig ett renommé bland kunderna att kunna allt och veta allt om alla varor. Det förekommer ofta att mina kunder svara, när biträdena fråga vilken sort de skall ta av den eller den varan: »Fråga herr Cederberg!»

man helt enkelt inte hann med att göra allt på en gång, varför man uppsköt en del frågor, vilka senare tagits upp till behandling och sålunda kommit med i ransoneringen i form av tilläggsbestämmeelser o. dyl. I vissa fall såg man sig också nödsakad att vänta med en del avgöranden helt enkelt för sekretessens skull — den är ju en nödvändig ingrediens i en lyckad ransonering.

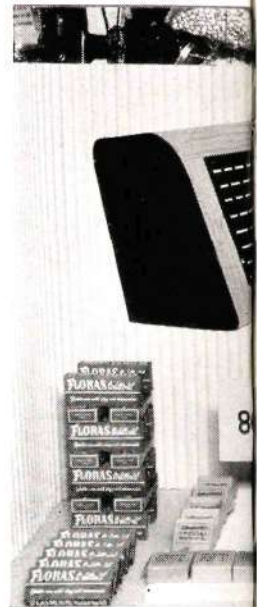
— Ja, ungefär så där gick det i stort sett till när textilransoneringen kom till världen. Jag har här talat närmast om vad som skedde på industrikommissionen, men ni får inte glömma, att ett synnerligen omfattande arbete utförts — och alltså utföres — inom livsmedelskommissionen evad det gäller att på ett så smärtfritt sätt som möjligt få varorna distribuerade i handeln.

Fönstret

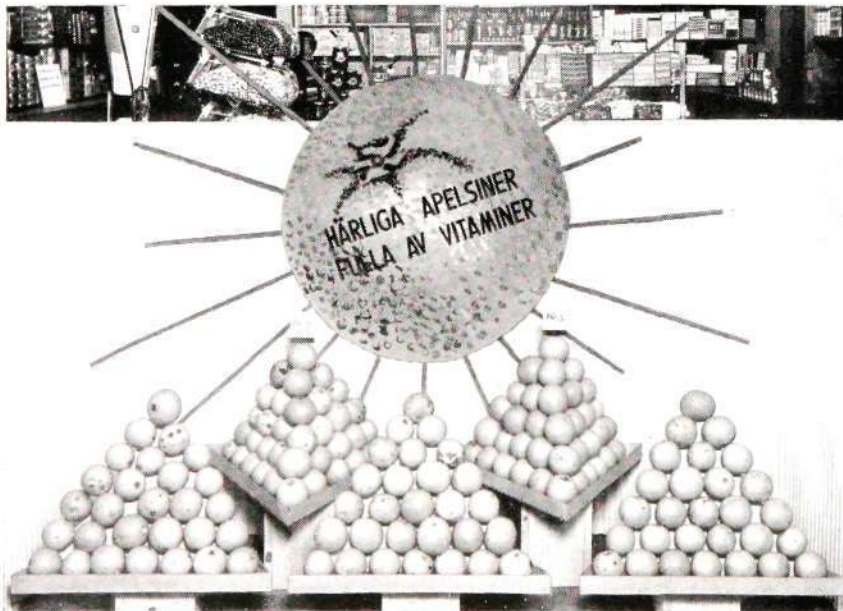
Glädjande nog ser vi då och då vid våra resor att affärerna begagna sig av skyltningarna på denna sida som förebilder. Någon riktig uppfattning i vad mån Ni ha nytta av dessa uppslag ha vi dock inte kunnat bilda oss. Vi hoppas dock att sidan är populär, men vi ta gärna emot förslag till förbättringar från läsekretsen. Har Ni några önskemål, så skriv bara och tala om för red. vad Ni har på hjärtat.



Det stora C:et, som bildar blickfång, är utsågat ur tree-tex och fästat en bit från bakgrunden. C:et och texterna VITAMIN och CORONA nyponmust äro tegelfärgade. Övrig text grön. Bakgrunden är gul och bottnen tegelfärgad. En stadig pappskiva, skuren i kilform, är rest från bottnen till C:et. Paketerna »rinner» ned på denna skiva.



Den extra tvättvälen från denna skyltning bör kunna tydlig. Måla bokstäverna. De båda första raderna som här i stora bokstär



Vi hoppas nu att det inte går i baklås med apelsinimporten, som åtminstone när denna skyltning göres verkar lovande. I så fall ber vi i förväg om ursäkt. Den här skyltningen är i all sin enkelhet mycket släende. Säkerligen möter det inga större svårigheter att måla den stora apelsinen. »Strålarna» är röda, bakgrunden vit eller gul. Placera gärna text om sylvltning längst fram i fönstret.



Bakgrunden i denna skyltning är gul och b först en stor rektangulär orange skiva och fr smalnar av nedåt. Texten på denna skiva ä uppförstorad efter förpackningen. Podierna l på träkuber. Skyltplakaten som använts er

natadey



försummas som skyltningsobjekt. Blickfånget i färg fångar intresset. Det gäller bara att få texten i färg som skarpt bryter av från bakgrunden. Den kan också vara i små (gemena) bokstäver, inte versaler). Radioapparaten är skuren ur papp.



Kanske detta skyltningsförslag kommer i senaste laget, men i så fall kan det komma till pass nästa vinter. Själva skyltningen är ju mycket enkel och lättgjord, och det behövs heller ingen märkvärdigare uppställning av en sådan vara som bandyklubbor. De fånga ändå sin givna publik. Blickfånget bör vara sportigt och klämmigt, med en enkel och slående text. Inklädsel vit.



orange. Mot bakgrunden står denna en mörkgrön skiva, som vitt och vitt. Den stora texten är på vita tree-tekskivor placerade vid köp till varje förpackning.



En mycket enkel men trevlig och effektiv skyltning med såser. Den fyrkantiga ramen är av rödmålade entumsribbor. Den är fästad i kanterna på podieskivan och på baksidan av podieklotsen. På skivan är sedan lagd en liten duk och därpå är dukat med tallrik, glas, knivar och ett par sasflaskor. Texten röd på vita skivor. Bakgrunden gul, bottnen gul, podieskivorna vita.

Löjtnant

VAR PROPAGANDA- PIONJÄR

100-årsminne av Sveriges förste livsmedelspropagandist.

För en framgångsrik affärsman i våra dagar är konsten att sälja en självklar förutsättning. Effektiv annonsering, slagkraftiga affischer, eleganta folders och smakfull skyltning äro helt naturliga vapen i kampen att vinna kundernas uppmärksamhet.

Och dock är denna försäljningspropaganda inte äldre i vårt land än hundra år. Just i dagerna kan man nämligen fira 100-årsminnet av Sveriges första och, sedd under den tidens synvinkel, kanske också skickligaste propagandist. Det var f. d. löjtnanten, sedermera slottsinspektoren vid Krigsakademien på Karlberg och bryggaren *Fredrik Rosenquist af Åkershult*.

Såsom framgår av en av hans många titlar, kom Rosenquist att ägna sig åt bryggeriverksamhet, ja, han var i själva verket den, som genom nyinförda tekniska framställningsmetoder lade grunden till vår nuvarande bryggeriindustri och dess höga vetenskapliga och hygieniska standard. På ölförsäljningens område var det också, som f. d. löjtnanten lanserade så revolutionerande försäljningsmetoder, att han gör skäl för epitetet Sveriges livsmedelspropagandist nr 1.

Ölet urgammalt men bortglömt.

Låt oss för att rätt förstå Rosenquists banbrytande insats först kasta en blick tillbaka i historien.

Ölet är ju en av mänsklighetens allra äldsta drycker. Där man bakade bröd, där bryggde man också vanligen öl på samma gång, och så kan ölets vaggas ledas tillbaka till vår kulturs första gryning. Från det babyloniska riket för 6000 år sedan ha vi bilder av ölbrygd bevarade, och hos de gamla egypterna var ölet en folkdryck, som var så god och välsignelsebringande,

ansåg man, att själva guden Osiris tillskrevs dess upphov.

Mycket tidigt hade konsten att brygga öl spritt sig ända hit upp i Norden, där man i gravar från stenåldern har funnit rester av ölberedningen. I våra äldsta litterära minnesmärken — runstenar, hjältedikter och landskapslagar — är ölet en erkänd glädjespridande dryck och en lagstadgad handelsvara. På landsbygden fortfor den primitiva hembrygden länge och väl, men i stä-



Fredrik Rosenquist af Åkershult — Sveriges propagandaman nr 1.

dena blev även bryggareyrket inordnat under skråväsendet och dess stränga förordningar.

I nykterhetens intresse.

Carl von Linné, vår vittfarne och världsberömda vetenskapsman, beskrev visserligen 1700-talets svensköl som en av de förnämligaste och mest hälsosamma drycker i världen. Men tillverkningsmetoderna voro ännu ålderdomliga och så bristfälliga, att den levererade varan var av ytterst ojämn kvalitet. Ordstäv, sådana som att arboگاöl kommer surt efter, härstamma från den tiden. Ölet blev därför som folkdryck mer och mer bortglömt, medan i stället det alkoholstarka brännvinet gjorde sitt intåg i svenska um-

Pris-Courant vid TYSKA BRYGGERIET,

M 42 Södra Tullsgatans.

Med beaktning på en större afsättning och förbehåll om rättighet att om så behöves, böja dem, fastställas följande priser.

	På botelj	På större och mindre fat
BÄJERSET ÖL (Bittert och mildre bittert)	por helbotelj Riksgälda 8 β	6 β
ditto ditto ditto	1/2-botelj " 5 β	—
ditto dubbelt ditto ditto	helbotelj " 12 β	9 β
ditto PORTER ditto ditto	1/2-botelj " 7 β	—
ditto ditto ditto ditto	helbotelj " 12 β	14 β
WEITZENBIER (Hvete-öl) ditto ditto	1/2-botelj " 10 β	—
ditto ditto ditto ditto	helbotelj " 8 β	6 β
ditto ditto ditto ditto	1/2-botelj " 5 β	—

Obs! Oaktadt prisetillåden är varan på faten af alldeles enobanda beskaflöbet med den på boteljer tryckt beskrifning angående tappningen erhålles, vid köp, gratis.

I Bryggerilokalen samt i Dagblads-, Dagligt Allehandas- och Aftonbladkontoren emottagas större eller mindre, monliga eller skriftliga, requiritioner och behöves varan kostofsfritt till requiritionen om tydlig adress uppgeffres. Dock fraktes på körl icke ringare än 7 1/2 kanor eller på boteljer mindre än 6 bala eller 12 balra. — Till i närheten af staden belägna ställen transporterats icke mindre än 25 boteljer eller fat om 15 kanor. Requiriter från landsorten kuona och direkte vända sig till underrekoand, som till stadens bamoor besörjer frakten.

Ett körl om 7 1/2 kanor anögras lönabilla blott 26 hutejer, ett om 15 kanor 52 boteljer o. s. v.

Häraf följer att för den som sjelf åter tappa, må de Bällerska Öl- och Portersorterna för närvarande, obetrdligt dyrare än de Svenska, oaktadt de förra erfordra oförflorligt dyrare bombe och jäst, 100 till 110 gånger långvarigare lösnng proportionsvikt vid större forlrag, dyrbarare leredning, större risquo o. s. v.

På befräggelser med Bällerska Öl redoo, af allsinnade afordamoo, mångkostade och på mångfaldigt sätt bedrifvita, så anhöllas vordaxmt om någon mera uppmärksamhet på detta ofog. A framdeles blifvande nederlagsställen 2a och bli med försäljarens öfverenskommelse träffad, att en hvar äldan 3 korkaroen ofra ända trycker sig nnnastampel och sleif skall jag, si' fort det närvarande buteljlagret bli försäldt, forse de från bryggeriet utgående boteljerna med varans stämpel och rätt signet.

Serskildt tilläter jag mig anmoda Herr Källarmästare och Vårdebusidkare att utelåtande köpa på körl, hvart genom allmsobeteu biligtvix, hos dem bör kunna påräkna att erhålla de ölländska öl- och porterslagen för mycket nära om ej samma pris som de inhemska, emedan tillräcklig bör vara en såder vinst af 50 till 100 proe.

— Sittligen anhålles odmjukt, att de som transporter besörja måtte geost betalas och expedieras.

Stockholm i Februari 1844

F. ROSENQUIST.
Egare till Tyska Bryggeriet.

Den första stora ölannonsen från Rosenquists nya Tyska bryggeri infördes i Aftonbladet för den 21 februari 1844. Efter den tidens begrepp var det en ren jätteannons (här återgiven i förminskning).

gangesvanor. I första hälften av 1800-talet var brännvinskonsumtionen i vårt land så enorm (1829 beräknades den till 49 liter pr innevånare!), att den innebar en verklig folkfara. Tydligt påverkad av den tidens begynnande nykterhetsrörelse — han var nära vän med såväl Wieselgren som Svenska Nykterhetssällskapets ordförande, statssekreterare von Hartmonsdorff — beslöt sig då Fredrik Rosenquist att i stället för brännvin ge svenska folket en bättre och ofarligare vardagsdryck i form av ett gott och hållbart öl.

I denna avsikt reste han 1842 på en lång studieresa, främst då till Bayern, där man hade kommit på helt nya metoder att förjasa ölet. Drycken blev härigenom icke blott fylligare och jämnare i smaken utan även mera lagerbeständig och sålunda även mera försäljningsduglig. Från Bayern kom Rosenquist hem året därpå, alltså 1843, och tillsammans med sin tyske bryggmästare satte han omedelbart igång

**För ICA-tidningen av
REDAKTÖR
BERTIL NORDENFELT**

med att göra öl enligt den bayerska underjäsningsmetoden.

Motstånd att övervinna.

Innan den första brygden av försäljningsmässig storlek var färdig i februari 1844, hade den nyblivne bryggaren haft att övervinna ett hårdnackat motstånd från det gamla bryggareskråets sida. Han hade emellertid myndigheterna — och inte minst den bayernfödda drottning Josefina! — på sin sida och övervann snart dessa svårigheter.

Vida värre skulle det emellertid visa sig vara att segra över den konservativa allmänheten. Han saknade rörelsekapital, och med två tomma händer är det som bekant inte så lätt att sätta igång ett nytt företag. Hans vänner hjälpte honom över de första svårigheterna, och med seg energi och otrolig uppslagsrikedom fick Rosenquist till slut det bayerska ölet att helt slå igenom. Det är precis samma underjasta öl, som vi i våra dagar sälja och dricka, fast modell 1943 ju genom omständigheternas makt kommit att bli lite mindre mustigt.

Jätteannonser.

För denna tidnings läsare bör det speciellt intressera, hur den driftige stockholmsbryggaren bar sig åt för att få sitt nya öl ut i marknaden.

Först och främst tog han mycket flitigt tryckpressen till hjälp för att sprida kännedomen om sina varor. I de större dagliga huvudstadstidningarna, Aftonbladet, Nya Dagligt Allehanda och Stockholms Dagblad, infördes från och med den 21 februari 1844 titt och tätt annonser om »Tyska bryggeriets» utsökta »bayerska» öl, dess sorter, priser och olika försäljningsställen. Under de närmast föregående 20 åren hade endast två obetydliga ölannonser på 2—3 rader varit synliga i stockholmspressen. Rosenquists annonser upptogs ofta en hel kvartssida och voro enligt tiden tidens begrepp av jätteformat. I annonserna införde han även intyg av de högsta medicinska auktoriteter om det nya ölets hälsosamhet. Till kunderna lät han dela ut särskilda små flygblad om hur ölet skulle skötas och förvaras — alltså ett blygsamt försök till vad vi kalla god kundtjänst.

Revolution i försäljningen.

Ytterligare tillmötesgick han köparnas intressen, när han tog upp flaskförsäljningen och gjorde den till det

nya ölets specialitet; tidigare hade allt öl sålts på fat och tappats av återförsäljaren eller förbrukaren under inte alltid så hygieniska förhållanden. Utan kostnad för köparna körde han efter rekvisition hem ölet till deras bostad — det var början till våra dagars bud-sändning. I slutet av 1844 hittade han på att låta en bryggarvagn dagligen köra genom Stockholms större gator. Vem som helst kunde där köpa, hur många flaskor man önskade.

Nya försäljningsställen eller »de-poter» inrättades i stadens olika delar, och Rosenquist överenskom även med en del specerihandlare, att de skulle tillhandahålla hans buteljöl till fabrikspriser — också detta en nyhet. På de tre stora tidningarnas kontor tog man emot rekvisitioner, varefter varan kostnadsfritt kördes hem. Hans ölstugor blevo besjunga bl. a. av Söndags-Nisses redaktör Frans Hodell, som glädde sig åt denna kultiverade konkurrens med de gamla brännvinskrogarna.

Tivoli med egna bussar.

Efter 3—4 års energiskt arbete hade Rosenquist lyckats göra det bayerska ölet både känt och uppskattat i Stockholm, och framsynta bryggare i landsorten togo snabbt upp hans metoder och idéer. Det verkliga genombrottet följde dock först år 1847, då Rosenquist efter danskt mönster öppnade Stockholms första Tivoli i sin ägandes trädgård uppe på Söder, strax intill bryggeriet. Där fanns det alla nu så vanliga förlustelser, men Rosenquist bjöd också på stora konserter, pantominer, teaterföreställningar o. d. — allt för att dra folk till sin anläggning och få dem att trivas med det bayerska ölet, som naturligtvis serverades där. Söder låg på den tiden rätt långt bort från det egentliga Stockholm, men även avståndshindren övervann den initiativrike bryggaren: man fick uppleva sensationen av att kunna åka buss från Gustaf Adolfs torg ut till hans Tivoli!

Tidningarna lovordade detta allmänna förlustelställe utan spirituosa, och Aftonbladet prisade högeligen detta »försök att bereda åt folket inrättningar, som befördra samhällsklassernas gemensamma begagnande av anständiga nöjen samt det större folk-livets bildning».

När Fredrik Rosenquists tivolianläggning så småningom skattade åt förgängelsen, var hans bayerska öl så inarbetat i allmänhetens smak, att dess framgång och framtid var fullständigt och för alltid tryggad. Och därmed hade också den, som föresatt sig att i vårt land införa en god och hälsosam folkdryck nått sitt mål. Propagandisten nr 1 hade vunnit sin seger.

**Den Stora
Josephine-Festen**
föropas i morgon Söndag den 26 denma

Södra Tivoli,
emarmid flera goda præstationer nämnes:
Al. 6.

Stor Concert.
Couverture till Marine Kallerte, af Donizetti.
Duet till Emma di Bergamo, af Do.
Voces till ut Regimentets Dötter, af Do.
Bals till ut Genom, af Verdi.
Ungerit National-Couverture, af Müller.
Die Hebräerinnen-Wald, af Humet.
Teatert ut Die beiden Schützen, af Kerpig.
Final ut Barceña Gorgia, af Donizetti.

Utienerad med Waldhorn-Quartetter, af betömbare kompo-
sitioner.
Al. half 8.

En Japaner Warfnad.
Denna festhördning, som utteed under tafon af famdige Kom-
pörrens, skall erövreläufigt minna den höglätade publikens
förmärkliga biid till det bef omarrande komissa och fridra in-
nehå.

Al. 8.
Scener ut Domi.
Denna tel utteed af ut Venerblar,
Al. half 9

Stor Luftballong,
med Gennet Majit Treningens böga namnschiffet, bögd
rtijam.
Al. 9.

Stort Disertisement
i lefomde Marmorbilder, delö etur anitien, delö etur abore
höjare.
Al. half 10

Stor Preferensdelning,
50 stöden,
hvaraf det förmämia ett Guldur.
Al. half 11.

Stort, briljant Förverkteri,
a la Gernung.

Stor, briljant Kransbent, med Gennet Majit Trening-
ens böga Namnschiffet, hela ationen.
Festen berjar kl. 6 och fortar till kl. 12 med Dens och
e eftera njena, såsom Sprungkräde m. m.
Entrén är 16 fl. Ele jämt ter barn 8 fl. Ele.

För att ytterligare popularisera sitt nya bayerska öl inrättade Rosenquist ett Tivoli — Stockholms första. Till sin gynnare drottningens ära ordnade han där storstilade arrangemang, där hans goda öl dock alltid förblev en av de främsta lockelserna.

NÅGOT OM KÖTT- OCH

Charkuterivarorna

I EN LANTHANDEL

Ömtåliga varor som kräva speciell omsorg och vård och ställa stora anspråk på renlighet.

Det är många olika varor, som skall samsas om utrymmet i en lanthandel, men med organisation och riktig planläggning av det hela går det i allmänhet bra, och det hör numera till sällsyntheterna, att man får se en lanthandel, där varorna förefalla kastade in hur som helst och om varandra utan någon som helst uppdelning av de olika varuslagen. Det är inte nog med, att det går mycket lättare att expediera, om man har varje varuslag för sig, utan många varor taga dessutom skada, om de placeras i närheten eller ihop med andra varuslag. De mest ömtåliga

Inventarierna måste noggrant vårdas varje dag.

Gruppera varorna i kyldisken efter samhörighet.

Skaffa Er råd och tips i kokböcker.

Yrkesskicklighet är värdefullt både för kunderna och affären.

Poängvärdet kan avläsas på den självräknande vägen.

av alla varorna härvidlag äro utan jämförelse kött- och charkuterivarorna, vilka numera i ganska stor utsträckning även saluföres i de flesta lantaffärer.

Många ha t. o. m. särskild avdelning för dessa ömtåliga varor, modernt inredd med väggarna av vit kakel och plattor på golvet, så att den dagliga rengöringen i hög grad underlättas. Det gör även ett gynnsamt intryck på kunderna och verkar rent och hygieniskt. I flertalet affärer på landet har man dock ännu inte kommit så långt, eller kanske man inte har så stor försäljning av dessa varor, att man anser det lönande med sådana ganska kostsamma inredningar. Däremot torde det väl nu knappast finnas någon lantaffär, som säljer charkuterivaror utan att ha en kyldisk, en skärmaskin och en köttkvarn. Dessa ha på senare år blivit nödvändiga inventarier för den affärsman, som vill vara med i konkurrensen inom denna bransch.

Omsorgsfull skötsel av inventarierna.

Det är emellertid inte nog tillräckligt, att man skaffat och har dessa inventarier i affären, utan de kräva dessutom dagligen en omsorgsfull skötsel, om de skall fylla sin uppgift. Såväl skärmaskinen som köttkvarnen skall varje kväll noga rengöras, diskas med varmt vatten och torkas, varefter alla blanka delar anoljas med någon smak- och luktfri olja. Med varje kyldisk följer alltid noggrann beskrivning, hur

denna lämpligast skall skötas. Till de nödvändiga inventarierna vid köttförsäljningen hör också ett huggblock. Vid rengöringen av detta bör man komma ihåg att inte skura blocket, då vattnet suges upp av träet, och ytan blir mörk och lös. Med en stålskrapa och en stålborste rengöres blocket bäst, genom att man först tager bort en del fett o. dyl. med skrapan och sedan river upp resten med borsten, varefter man gör ytan blank och hård igen med skrapan. Expedieringen underlättas vidare, om man alltid har vassa verktyg och förvarar dem på en bestämd plats.

Varorna packas upp vid ankomsten.

Några större inköp på en gång av kött- eller charkuterivaror förekommer ju inte, utan man täcker sitt behov minst en eller ett par gånger i veckan. Det kan naturligtvis inte undvikas, att



Använd alltid en spade vid skärmaskinen att ta emot skivorna med och lägg ut dem ordentligt på papperet.

det någon gång blir en eller annan bit över, men även saltade kött- och fläskbitar äro efterfrågade, varför detta inte behöver betyda någon förlust.

Kött skall genast vid ankomsten styckas och hängas upp eller placeras så, att det blir luftcirkulation mellan varje köttbit, vilket bidrager till att hålla köttet färskt och ger det ett vackrare utseende. Köttbitar böra aldrig hängas eller läggas på varandra, då köttet härigenom lätt blir filkigt, och bakterierna på så sätt fortare utveckla sig. Vid klyvning av en kalv, en gris eller ett får användes ofta såg, vilket inte är så bra, då härigenom benspån smetas över hela ryggen. Bättre är att använda en huggare eller en klyvkniv.

Charkuterivarorna skall placeras i kyldisken efter ett visst system, så att rökta varor komma för sig och kokta för sig. Placeras de huller om buller, ge de lätt smak åt varandra. Vidare blir det mera överskådligt när varorna placeras efter ett visst system. Små omplaceringar då och då skadar dock inte, ty det ger disken mera liv och lockar kunderna att titta i kyldisken med större intresse. Att garnera varorna med grönt, t. ex. persilja, är nu alldeles bortlagt, sedan man kommit underfund med, att vissa bakterier härigenom överföras till charkuterivarorna. Det är bättre att i stället påverka kundernas köplust genom vackra snittytor på de upplagda varorna o. dyl.

Att iakttaga vid försäljningen.

Goda och värdefulla kunskaper att använda vid köttförsäljningen erhåller man genom att studera kokböcker, där också finns nyttiga tips till försäljningsargument m. m. Som exempel kan nämnas, att det finns något som heter falsk fläskkottlett, vilket kan vara bra att veta, om en kund frågar efter fläskkottletter, och dessa för tillfället äro slut. Det går nämligen mycket bra att skiva upp färskt bogfläsk i lagom tjocka skivor och tillaga dessa på samma sätt som kottletter.

Ärlighet varar längst är ett ordspråk med en stor portion sanning uti, och detta gäller inte minst vid köttförsäljning. Försök aldrig medvetet dölja ben i en köttbit utan vänd på biten, så att kunden tydligt kan se, vad hon köper! Det är visserligen sant, att affären också måste sälja de benigare bitarna, men det är då alltid bättre att sälja dem något billigare och behålla en nöjd och återvändande kund. Om man vet,



Till den dagliga vården av inventarierna hör också att rengöra huggblocket med en stålkrapa och en stålborste. På denna bild se vi, hur man använder stålborsten.

att fläsket, som man säljer, är mycket salt, tala om detta för kunden, så att hon kan vattna ut det, innan det användes.

Yrkesskicklighet hos biträdena uppskattas alltid av kunderna, och är ett gott renommé för affären. Ett biträde bör alltid kunna lämna kunderna råd, t. ex. att sommartid, då köttvarorna äro särskilt ömtåliga, så fort som möjligt anrätta dem. En lätt ingnidning med salt vid benen är också på sin plats att rekommendera. Kottletter och biffar skola alltid skäras lika tjocka, så att de steka lika fort. Det vittnar vidare om goda insikter i yrket att först lägga ett papper om köttstycket och vända det, när man visar det för kunden, i stället för att ta i det direkt med händerna. Det ser ju också trevligare ut och är mera hygieniskt. På

samma sätt lägger man alltid papper under en köttbit, innan den placeras på vågen.

När ni skivar upp en vara på skärmaskinen, använd en spade att ta emot skivorna med och lägg ut dessa ordentligt på papperet, med innerpapper mellan varje lag. Skivorna få inte läggas allt för långt ut på papperet, så att de knycklas ihop vid vikningen. Undvik i görligaste mån, att det blir småbitar av korv liggande. Har ni t. ex. en bit medvurst på ungefär 2 hg, och en kund endast vill köpa 1½ hg, skär då hellre upp av en hel eller större bit medvurst än av den lilla biten, ty det kan mycket väl hända, att det senare kommer en kund, som köper hela biten och inte önskar få den skivad.

Poängvärdet kan räknas ut på vågen.

Nu när dessa varor äro ransonerade, är den självräknande vågen en god hjälp vid uträkning av poängvärdet. Om en vara t. ex. väger 650 g och tar 70 poäng, så kan man visserligen inte på vågens visare finna 0,70 men väl 1,40. Avläser man i detta fall på vågens gradering, får man 9,10, vilket man delar med 2 och får 4,55. Varan tar alltså 455 poäng.

Det gäller här som alltid, att lagret måste anpassas efter kundkretsen både i fråga om kvaliteter och varuslag. På en plats säljes t. ex. mycket av en sort, som på andra ställen kanske inte efterfrågas alls och vice versa. En allmän giltig regel är dock, att variationer då och då stimulerar och intresserar kunderna. De tröttna på att år efter år se och köpa t. ex. samma korvsorter. Små försök någon gång med en annan sort har mestadels gynnsam effekt, och ger liksom lite mer liv åt affären.

Kem.



Även om en lantaffär sällan har en så modern och väl sorterad charkuteriavdelning som denna, böra alla likväl eftersträva samma goda ordning och uppläggning av varorna.



Emil i Dingtuna

EN 70-ÅRIG RACKARPOJKE OCH HEDERSMAN

Gestalten har blivit en aning böjd med åren och även litet omfångsrikare och håret har blivit silvervitt. Men annars är köpman Emil Eriksson i Dingtuna precis samme glade, spjuveraktige och genompräktige pojke som han var, när han för över fyrtio år sedan kom till Dingtuna för att bli sin egen. Och alltjämt är han först i butiken på mornarna. Vi ska inte här överrätta någon prunkande blomsterbukett. Rosorna, som herr Eriksson fick, när han fyllde 70 år nu den 15 januari, var nog ändå i hans tycke för många, så vi ska inte göra honom blyg utan övergå till att dra några historier om Emil i Dingtuna.

Jubilaren är känd för sin eminenta säljarförmåga. Tänk bara på historien med det halva skoparet. Det hade varit inbrott i Emil Erikssons affär och bland annat hade de objudna gästerna lagt sig till med 18 1/2 par skor. Nu tyckte nog herr Eriksson, att tjuven gärna kunde tagit jämnt 19 par, för en enstaka sko är ganska trögsåld, även med stark prisnedsättning. Men för säkerhets skull och i enlighet med sitt sinne för ordning och sparsamhet gömde han skon. Det gick några år. Så en dag upptäckte herr Eriksson genom butiksfönstret en gubbe med träben. Han såg snabbt på gubbens andra ben och gick efter den ensamma skon inne på kontoret. Jo, det var en högersko. Gubben bads stiga in och prova den. Den passade precis och det blev affär av. Till högst ömsesidig belåtenhet. Ett par skor kostade den tiden 50 kronor och gubben hade alltid förut måst köpa ett helt par skor och kasta bort hälften. Nu blev han skodd för bara 8 kronor. Emil Eriksson å sin sida var glad att ha fått ut något av den enstaka skon.

En gång var herr Eriksson bjuden på så kallat bondkalas i socknen men råkade komma för sent. En gäst sporde om orsaken. Jo, en kund hade kommit in i sista minuten för att köpa en hatt. Han hade varit inne i varenda hattaffär i Västerås. »Men han fick ingen hatt

som passa», berättade herr Eriksson. »Men du fick en till å passa du», genmålde gästen ifråga omedelbart och blev ingalunda förvånad, när han hörde att kunden köpt en hatt nr 60 fast han skulle haft 62!

En annan historia handlar ävenledes om skor. Emil Eriksson kom en dag på en kartong med skor som endast med stark fantasi kunde sägas utgöra ett par. De var sinsemellan högst olika. Kom så en dag en stalldräng in, om vilken herr Eriksson visste, att han hade en fru med synnerligen små fötter samt att det rådde ett allt annat än ömt förhållande mellan de båda makarna. Det lönade sig därför föga att bjuda ut något till stalldrängen »att ta med hem som överraskning till gumman». Men Emil Eriksson försökte i alla fall med det omaka skoparet och lät det facila priset av 4 kronor utgöra försäljningsargumentet. Stalldrängen tyckte sig inte böra försitta detta enastående tillfälle utan slog till. Någon tid senare kom han åter in i affären och herr Eriksson undrade hur det gått med skorna. »Ja, di va ju omaka förstås — olika stora — och värst va de', att di hörde te samma fot! Men kärringa ho feck ta dom och va nöjd», svarte dräng- en och tyckte sig alltjämt ha gjort en god affär.

Emil Eriksson har alltid varit en stor spjuver och försummar inte gärna att gäckas och skämta litet med sin omgivning. En första april för många år sedan gick han omkring och smidde planer på att »luras» med någon och fick därvid oväntad hjälp av stinsen på stationen, vilken herre också var född med skalken i ögat. Han meddelade, att Erikssons katta hade nedkommit med ungar i väntsalen och att såväl mor som barn snarast borde avhämtas. Herr Eriksson hajade till och höll på att gå i fällan men fattade så galoppen. Högt sa han ingenting utan bad ett biträde ta en korg och gå ner till väntsalen och hämta hem den stackars kattan och hennes avkomma. Biträdet gick,

På stationen stod just ett godståg inne och väntsalen var fylld av arbetsfolk, som av stinsen hastigt informerades om biträdets ärende. Allmänt jubel. Och på trappan till Dingtunas N. K. stod patron Emil och skrattade så både hans präktiga mage och »herrgärn» mellan västen och byxlinningen hoppade.

Ja, Emil i Dingtuna skulle nog kunna dra sig till minnes åtskilligt som vore värt att skriva ner. Han kan berätta om sina tretton konditionsår i Nora, då söndagarna var värsta arbetsdagarna. Då kom alla lanthandlare in och gjorde uppköp. Och skraddarna som sydde till affären skulle ha tyg tillmätt. Så där en femton, tjugo kostymtyger kunde man få stå och mäta upp och klippa av en söndag. Men Emil Eriksson har alltid älskat arbete och han tänker gärna tillbaka på konditionstiden. Då satt han till bords med principalen i arla morgonstunden och åt stekt sill och potatis sex dar i veckan. Den sjunde vankades det annan frukostmat.

Hakonbolaget pekar gärna på Emil Eriksson i Dingtuna såsom sin »urkund». Han lär nämligen inneha Hakonbolagets faktura nummer 1. Det är nog mycket troligt, ty han har alltid haft största förståelse och intresse för denna inköpscentral, vars styrelsemedlem han varit i många år.

Det vore lyckligt om jubilaren kunde dela med sig till sina yngre kolleger runt om i landet något av sin okuvliga livsglädje, sin arbetshunger och sin glättiga, ljusa optimism, ty detta jämte hans bottenärliga vandel har hjälpt honom ett gott stycke i livet. Lyckligt vore också, om den varmhjärtade personlighet som präglar Emil Eriksson liksom så många av den gamla tidens köpmän kunde räddas över till nästa köpmannageneration. Ty även om handeln standardiseras och formas om alltmer för att passa in som viktig kugge i det moderna samhällsmaskineriet, må man inte förglömma, att det personliga är det högsta i historien. Även i handeldens historia. Eva.

Påsen

EN REPRESENTANT FÖR AFFÄREN

Som sådan måste den göra ett fördelaktigt och tilltalande intryck

Det har ofta framhållits att ett snyggt paket är en god reklam för affären, och att biträdena därför måste öva upp sin färdighet att slå in allehanda varor i så prydliga och hållbara paket som möjligt. Här kan man alltså i stort sett säga att det är de anställdas »fingerfärdighet» som blir avgörande för emballagets utseende. När det gäller påsen däremot — som är ett minst lika vanligt emballage som paketet — ligger saken litet annorlunda till. Här är det själva påsens utseende — utstyrsel — som blir avgörande för helhetsintrycket. I regel har ni ert firmanamn på påsen. Den representerar alltså affären ute i världen och kan alltefter sitt utseende bibringa allmänheten en gynnsam eller ogynnsam uppfattning om affärens skötsel och standard. Man drar gärna — mer eller mindre omedvetet den slutsatsen, att en affär, som håller sig med påsar försedda med ett elegant och sobert tryck, har lika elegant och sobert i sina butikslokaler. På samma sätt kan man få motvilja mot en affär, som man inte ens besökt, om dess påsar äro smaklöst tryckta.

Ett vanligt kardinalfel beträffande påstrycken är att de innehålla alldeles för

mycket text. Många ger inte bara upplysning om firmans namn och adress och telefonnummer utan passar också på att göra litet extra reklam för firman genom att räkna upp en hel massa av de varor som finnas i lager. En sådan uppräknings gör för det mesta ett överlastat och rörigt intryck och ger sällan den effekt man räknat med. Ofta gör den i stället motsatt verkan genom att avskräcka från ett närmare studium. Den sortens varureklam bör man helst välja annan plats för än på papperspåsar.

Nej, påsen skall vara som ett prydligt visitkort för affären. Och som sådant enkelt, smakfullt, tilltalande. Upplysande allmänheten om firmans namn. Det räcker alltså faktiskt med att påstrycket ger upplysning om själva firmanamnet — Gustaf Bengtsson, Karlssons Eftr., Arthurs eller vad det nu är — och så möjligen adressort och telefonnummer. Inte ens de senare uppgifterna är nödvändiga på många orter, där företaget kan anses vara allmänt känt. Ju mindre man behöver ta med i påstrycket desto fördelaktigare för helhetsintrycket. Då kan man i stället kosta på sig att låta utföra namnet i en flott och slående

textad stil, som man sedan låter klichera i lagom storlekar till de olika sorters påsar, som kommer till användning i affären. Ett textat firmanamn är för övrigt alltid att föredraga framför ett, som uppsatts med vanliga, typografiska stilar, vilka lätt bli stereotypa och tråkiga. Se upp också för alla de linjer — sneda och vågräta och lodräta — och alla punkter och övriga »prydnader», som många tryckerier vill pynta ut påstrycken med. Kom ihåg enkelheten!

Gärna kan man dock pryda påsen med något monogram eller firmamärke, som man låter en tecknare utföra i ett flott maner. Det kan bli ett sympatiskt kännetecken för firman, vilket också i så fall bör gå igen på brevpapper och kuvert och i annonser. Ni bör också i så stor utsträckning som möjligt använda Er Inköpscentrals märke på papperspåsar i samband med firmanamnet. Dessa märken — Hakons-, SV-, Eol- och NS-märket — har genom en kraftig reklam intrummats i allmänhetens medvetande som symboler för kvalitet, tillförlitlighet och service. Och lika väl som Ni har märket i Era skyltfönster bör Ni också ha det på påsar.

Bilderna i texten ge prov på några enkla och smakfulla påstryck delvis utförda av ICA:s reklamavdelning, som gärna står Er till tjänst med råd och förslag i den vägen Eko.



Här kan man se skillnaden mellan påse och påse. Den till vänster ser inte vidare tilltalande ut med sin anhopning av text. De till höger däremot gör samtliga ett lugnt och behagligt intryck. En sådan påse är en heder för sin affär och en god reklam.



ARG INSÄNDARE

om Automater

Jag ber om ursäkt om jag kanske kommer att verka arg i den här insändaren. Det kan inte hjälpas. Jag blir faktiskt arg när jag tänker på automater. Guschelov har man ju inte haft så stor anledning att befatta sig med dem nu under kriget, eftersom det så sällan varit någonting i dem.

Min vrånghet mot automater grundar sig på över tio års bittra erfarenheter. Egentligen är det inte automaten som sådan, som jag bär ett dolskt hat mot. Nej, jag erkänner att automaten är en behändig och praktisk uppfinning, som många gånger räddat en från hungerdöden. Nej, i allmänhet är det den som står bakom automaten, den som man aldrig ser till, när man gör affärer med automaten om kvällarna: affärsmannen, som jag skulle vilja se i vitögat. Varför? Jo!

I de flesta fall har affärsinnehavaren försett sin mer eller mindre fina automat med devisen: Falsk likvidering åtalas. Detta har kunden att rätta sig efter. När det gäller affärsinnehavaren själv däremot, är det tydligen inte så noga med den »falska likvideringen». Det är rätt egendomligt, att många affärsinnehavare har ett sådant förakt för sitt renommé, när det gäller deras automater. I dessa kan de stoppa vad skröp som helst, anser de tydligen. Och om automaterna överhuvudtaget fungerar eller ej, är det heller inte så noga med.

I mer än tio års tid har detta retat mig. Jag vågar påstå att jag blivit mer eller mindre lurad i minst 25 % av alla de gånger jag handlat i automat. Jag skall här nämna åtminstone några av de sätt, på vilka man blir lurad.

Jag vill inte uppehålla mig vid de automater, där fönsterglasen verkar vara infällda förstoringsglas. Det är fult det också, men ansvaret för det kan man ju lägga på automatfabrikanten. Däremot skulle det kunna sägas en hel del om de automater, som inte fungera. Här är det affärsinnehavaren

som bär ansvaret. Det är hans skyldighet att låta justera mekanismen, om det blivit något fel på den. Jag har träffat på automater, där flertalet av luckorna verkat vara ur funktion. Däremot har jag inte träffat någon affärsman, som inte kunnat försvara detta förhållande med tusen och en olika fraser, när man påpekat saken för honom. Men det är svagt i allra högsta grad, att bara försvara saken, men inte göra någonting åt den, herrar affärsmän! Det är helt enkelt sjukt. Om kunden betalar sin slant så har han rättighet att få sin vara. Jag har



i allmänhet inte släppt taget om de affärsinnehavare, som fuffla med förstörda automater, förrän jag fått det jag skulle ha, men det är inte alla som är lika fanatiska som jag, när det gäller automater. Tyvärr.

Låt oss nu se ett tag på själva varorna i automaterna. Har affärsmannen lite fantasi kan han med dessa lura kunden på många olika sätt.

Det vanligaste är att varorna är av sekunda kvalitet. Jag har t. ex. således i automat erhållit bär, som vid avsmakandet befunnits vara halv- eller helruttna. Ofta är frukt rutten på ena sidan, den friska sidan vändes då utåt i automaten. Päron som smakat enbart som kokt, osaltat potatis har ibland serverats mig, etc. etc.

Med påsar kan man som bekant ha många roliga tricks för sig. Affärsmännen gör ofta följande, för kunden mycket roliga trick: en liten påse placeras i liggande ställning i facket. I själva öppningen på påsen uppstaplas

karameller eller bär, så att påsen ser ut att vara full. När kunden väl fått ut påsen ser han mycket förbluffad att påsen nästan är tom. I en del fall står påsen rakt upp och är då »modelerad» på ett speciellt sätt, så att den ser väldigt fullproppad ut. Kunden har här möjligheten att bli överraskad på två sätt: först faller påsen ihop under hans grepp, sedan hittar han någonting helt annat än han hade väntat sig i den.

Detta är alltså samma falska princip som ibland använts vid torgförande av varor. Ja, det har där hänt att kartonger med frukt eller bär varit dubbelbottnade, så att största delen av innehållet varit luft. Dylika saker brukar välla ett fasligt rabalder i tidningarna och dessutom åtalas. Men aldrig har jag sett att någon affärsinnehavare varit åtalad för sina manipulationer med varor i automater. Vad som skyddar honom är de små belopp, det rör sig om. Men han skall inte vara för säker.

Affärsmännen klagat ofta att deras automater utsättes för åverkan. Detta är nog riktigt, men det skulle kanske bli bättre med den saken, om affärsmännen tog som princip att även automatkunden skall bli hederligt behandlad. Jag har sett många exempel på att automater blivit kraftigt miss-handlade i helig och berättigad ilska. Om automaten t. ex. inte fungerar, så ger sig i allmänhet inte kunden i första taget. Han försöker med våld öppna luckan. Anser han att han blivit uppenbart lurad, kanske han ger automaten den »känga», som affärsinnehavaren egentligen skulle ha haft.

Gero.

Automaten är som en liten filial till affären och måste därför skötas och övervakas lika noga. De flesta affärsmän äro också medvetna om detta, men att det också gives undantag, framgår av insändarens anmärkningar mot automater, som han stiftat bekantskap med.

Blixt **MACCARONI** *ökar Eder omsättning*



Blixt Macaroni äro kupongbilliga. Ni säljer 2 kg. Blixt Ideal eller Skurna Bitar, Stänger och Spaghetti mot en V-kupong, men därjämte säljer Ni 2 kg. Blixt Ideal eller Skurna Bitar på en R-kupong. De äro lättlagade, närande och delikata. Rekom-

mendera därför BLIXT MACCARONI till Edra kunder, det är god och billig mat och en verklig lättnad för varje matbekymrad husmor. Blixt Macaroni finnes såväl i lös vikt som paketerat. Blixt Macaroni ökar Eder omsättning.

BLIXTMACCARONI

UPSALA ÅNGQVARNNS A.-B. UPSALA

Institutet

SOM SÄGER VEM SOM PASSAR FÖR VILKET YRKE

Att komma på fel plats i livet är att aldrig riktigt lyckas med något, aldrig bli en glad, frimodig, hundra procentigt arbetande människa.

Anlagsundersökning och yrkesvägledning kan hjälpa ungdomen in på rätt spår.

Det hände sig för något år sedan, att det var en pojke, som tänkte bli mekaniker. Han tänkte det uppriktigt sagt inte så värst intensivt utan mera av lydnad mot föräldrarna. Pappan hade nämligen fått för sig, att sonen skulle ha tryggad framtid på en verkstad och »ett yrke i händerna, som ingen kunde ta ifrån honom». Men det föresvävade pojken, att det var en annan väg, vilken visste han inte säkert, han borde gå. Och så kom det sig, att han en dag följde med en kamrat till *Institutet för praktisk psykologi och yrkesvalsfrågor*, eller som det också kallas Yrkesvalsinstitutet på Vidargatan 5, Stockholm; där avslöjas ens riktiga karaktär i och för val av rätt yrke. Pojken fick gå igenom åtskilliga prov, praktiska och teoretiska och han fick tala ut öppet och i lugn och ro med en man, som liksom satt där enbart för att hjälpa honom till rätta. Slutet på visan blev, att pojken slog verkstaden ur hägen på både sig och sina föräldrar och i stället gick »läsvägen». Han hade nämligen visat sig vara en utpräglad studiebegåvning och mycket litet lämpad för praktiskt arbete.

Den unge mannen är i dag mycket tacksam mot yrkesvalsinstitutet. Och många fler ungdomar med honom och förresten äldre människor också, som där fått sina yrkesanlag uppdagade och därmed kommit på rätt plats — ungdomarna redan från början, de

äldre efter några års vantrivsel och disharmoni i fel yrke.

Institutet för praktisk psykologi och yrkesvalsfrågor startades för fyra år sedan av dr phil. Walter Jacobsen och fil. mag. Maria Ruthquist, vilka båda var och en på sitt håll redan förut ägnat sig åt yrkesvägledning och anlagsundersökningar.

"Undersökning" av människomaterial.

Inom de flesta industrier undersökes råvaror genom allehanda analyser och prov för att därigenom fastställa deras kvalitet och användbarhet. Varför skulle man inte kunna undersöka människor på liknande sätt, inte genom kemiska analyser men praktisk-psykologiska? Jo, visst kan man det! Den praktisk-psykologiska vetenskapen är just vad som tagits i yrkesvägledningens tjänst vid nämnda institut. Utomlands har man länge tillämpat denna metod, men i Sverige har man först på senare år börjat inse dess betydelse.

Avsikten med den praktisk-psykologiska undersökningen är att få fram en allsidig bild, ett helhetsintryck av den undersökta personen. Man sätter honom i perspektivbelysning, så att säga och ser hans yrkesanlag, hans karaktär och »typ», hans intressen, temperament, arbets- och socialegenskaper och allt det som skapar en människas personlighet. Först efter att ha fått fram en sådan bild kan man anvisa henne den huvudväg hon har att följa i sitt yrkesval. Undersökningen kan också hjälpa en person till ett vidare arbetsfält. Han kanske redan befinner sig på rätt väg men har ändå en gnagande känsla av otillfreds-

ställelse, emedan han har ännu flera anlag, för vilka han ingen användning fått. En expedit till exempel kan trivas vid disken och passa utmärkt där men samtidigt även ha anlag och intresse för bokföring, statistiskt arbete eller liknande.

Hur undersökningen går till.

De rådsökande som kommer till institutet — de är från alla samhällsklasser och landsändar och i ganska skiftande åldrar (minimiålder 14 år), får hjälp dels genom samtal, dels genom prov, praktiska och teoretiska. Ofta kan det räcka med ett samtal för att vederbörande skall finna sitt rätta yrke. Proven är ingalunda obligatoriska.

Hela undersökningen tar två dagar i anspråk. Men först samtalar »yrkesväljaren» och »yrkesvägledaren». Den rådsökande sitter där i lugn och ro och berättar på sitt eget sätt om sina drömmar, sina önskemål, sina ekonomiska förhållanden, sina svårigheter av ena eller andra slaget, misslyckanden i skolan, arbetet eller på annat håll, över huvud taget allt han har på hjärtat. Yrkesvägledaren antecknar, frågar om så behövs och drar sina slutsatser. Kanske måste detta samtal kompletteras med en rådfrågning hos en läkare, nervspecialist eller psykiatriker, skolan, arbetsplatsen, där eleven vistats, föräldrarna eller andra. Nervläkaren har ofta en stor mission att fylla, när det gäller att hjälpa en misslyckad människa tillrätta med tillvaron. Först måste hon ju bli frisk, sund och frimodig i sin själ innan hon kan tänka på att välja ett yrke och lyckas i sitt arbete.

Så följer proven. De är alltigenom

mycket enkla men därför inte mindre effektiva. Oftast tycker alla, att de är roliga att utföra. Första dagen brukar ägnas åt skriftliga prov, syftande till att avslöja vissa begåvnings-sidor hos vederbörande, det är alltså inte kunskapsprov. Vi skall inte här berätta allt för mycket om dessa prov. så att event. »hugade spekulanter» bland läsarna beredas tillfälle till »tjuvträning». Något skall vi dock beröra dem.

Klienterna får till exempel en text sig förelagd. I den är uteslutna ord och meningar och har han eller hon en liten smula sunt förnuft, omdömes-förmåga och logik, ligger snart en red- dig och sammanhängande text klar. En annan uppgift består i att man får en lista på ärenden, som skall uträttas. Tider och affärer är utsatta och det gäller nu att organisera inköpen på bästa sätt. Det sätt varpå respektive löser denna uppgift visar förmågan att planera och ordna upp ett arbete. Att vika en lång smal pappersremsa på visst sätt provar fingrarnas härdighet

och känslighet, nödvändigt för blivan- de tandläkare, finmekaniker med flera manuellt arbetande yrkesutövare.

Nästa dag kommer enbart praktiska prov. Eleven får till exempel en hög leksaker, kan man kalla det, klossar av olika utseende och färg. Dem skall han ordna upp efter den princip han finner lämplig. Provet visar sinne för färger och systematisering. Att sätta ihop en sönderplockad apparat, om än aldrig så enkel, är inte så lätt och många får fram något helt oväntat eller får några muttrar och skruvar över och visar sig därmed knappast lämplig som mekaniker. Att böja en ståltråd efter ett visst enkelt mönster går andra bet på och har svårt att få de rätta proportionerna. Duger man till »ekonomisk arbetare», kan man snabbt och säkert täcka en liten yta med oregelbundna brickor eller klippa till ett papper, som precis täcker in- nersidan på en skål, och så vidare.

Hela tiden, medan proven utföras, löper försöksledarens penna över an- teckningsblocket utan att de rådsö-

kande märker det ens. Alla skrivs upp, vederbörandes sätt att fatta i ett red- skap, om han blir sittande hjälplöst stirrande på papperet framför sig eller genast tar itu med uppgiften, om han arbetar snabbt, långsamt, tveksamt, hans »sätt» i allmänhet, förmåga att underordna sig eller ta ledningen, hans fantasi, reagensförmåga och mycket mera. Det är till slut en hel liten av- handling om varje rådsökande. Det materialet går försöksledarna sedan igenom tillsammans, lägger till vad som framkom vid samtalet och har till slut en rättvis, allsidig bild av re- spektive klient. Man har fått fram hans förutsättningar för ett visst yrke eller kanske för flera yrken och hans allmänna karaktär och egenskaper och kan tänka sig hur det kommer att gå för honom, om han väljer den eller den banan, kommer i den eller den miljön och andra viktiga saker. Till slut är man färdig att ge yrkesväljaren ett råd om hans yrkesval och kanske även några andra goda råd och anvis- ningar som kan vara på sin plats. De fyrtio kronor han får betala för ana- lysen, kommer han säkert så småning- om finna vara väl placerade.

Eva.

Kom ihåg under Februari!

Inga lik i lasten! Sälj slut på vinterlagret! Forcera försälj- ningen redan nu genom special- skyltningar för skidåkarna, skolbarnen, skogshuggarna, fjällfararna, »vanligt folk» och så vidare. Det ges många anledningar till skyltningar och det kan löna sig att lägga ner lika stor omsorg och fantasi på dem nu som vid jultiden. Sätt hellre ner priserna än att ha varorna kvar till nästa säsong. De kostar i lagerhållning och vård och blir kanske omoderna.

Solpreparat är efterfrågade just nu av skidåkare och andra vintersportare. Men det skall vara ett vattenfritt preparat, vilket bör påpekas i skylt- ningen.

Nu börjar malen så smått röra på sig och det är tid att skylta med malpås och malmedel.

Vitaminpreparaten har högsä- song alltjämt. Likaså tabletter och halspastiller.

Många husmödrar sätter nu om sina krukväxter eller sätter blomskott för sommaren. En

skyltning med blomkrukor, red- skap, växtnäring och annat som hör till dylikt arbete är därför aktuellt. Rekommendera hand- boken från ICA-förlaget!

Mot slutet av månaden kan ni även börja visa trädgårdsägare vad ni har i trädgårdssaxar och dylika redskap som behövs för ansning av frukträden och liknande arbete.

Hur står det till i er potatis- källare? Potatisen börjar växa nu. En skämd potatis kan för- störa åtskilligt av lagret. Se även över rotsakerna.

Med anledning av Mariadagen den 29 kan ni visa några lämp- liga presentartiklar och därtill fresta kunderna till inköp av något extra gott att fira dagen med. Har ni brödförsäljning så tag i god tid upp beställning på kakor, event. tårter, kaffe- bröd m. m.

Självdeklarationen skall vara avgiven den 15 februari. Önskar ni uppskov med den bör ni lämna in ansökan därom i god tid.



»Svinnet och bruttokontrollen» av Ivan Larsson och Axel Bengtsson. (Köpmannainstitutets skriftserie nr 7.)

Som nr 7 i Köpmannainstitutets skrift- serie har utkommit en liten volym med ovanstående titel. Det är en utmärkt bok, som ger många och goda tips om hur man håller efter »svinntrölet». Upp- läggningen av bruttovärdeskontrollen är enkel och lättfattlig, så att vem som helst kan sätta sig in i den, men sam- tidigt är den effektiv och ger ett riktigt resultat. Den enda anmärkning som kan riktas mot systemet är användandet av block i stället för bundna böcker.

Må vi hoppas att den nya boken skall få framgång och förmå de enskilda de- taljhandlarna att allmänt lägga upp bruttovärdeskontroll i sina butiker! Den behövs!

Diri.

Vad svarar Ni på det?

Vi fortsätter med friskt mod vår frågvishet även under det nya året 1944. I bokslutet över föregående års frågesidor konstaterade vi att resultatet av vår frågvishet som regel varit ganska gott — vi hade fått många bra och riktiga svar från män och kvinnor bakom disken, men vi kunde inte heller underlåta att påpeka att vi även uppdragat en hel del okunnighet. Nu är det kanske så att kristidens många pålagor på butiksfolkets redan förut välfyllda arbetsdag minskat möjligheterna och tillfällena till studier och yrkesförkovran. Vi hoppas därför att det nya året skall bära i sitt sköte lugnare tider, som skänker mera visshet och arbetsro och ger ökade möjligheter till fostran av ännu duktigare affärsmedhjälpare — eller kanske rättare sagt mera »allvetande». Ty duktiga det är redan nu våra affärsmedhjälpare som så väl stått bi för kristidens påfrestningar. Denna månads fråga är inte svår att besvara, men den är av stor vikt. Hemsändningen är för många affärer ett svårt problem. Den utgör ofta en allt för stor utgiftspost, och för övrigt är det ju mycket svårt att få tag i springpojkar. Men kunderna får lätt stora fordringar och det gäller att hålla dem »på mattan» på ett taktfullt sätt.

Frågan lydde så här:

En kund kommer in i affären och köper en mycket liten sak — exempelvis en ask skokräm — och ber att få den hemskickad. Hur behandlar Ni en sådan anhållan?



Fr. Solgerd Larsson hos F:na Carl Sandblom, Göteborg, skickar springpojken med paketet, om han är inne och inte har något särskilt för sig, isynnerhet om det gäller en av stamkunderna. Är det en strökund försöker

hon förmå denne att själv ta paketet — och det kan man få många av stamkunderna att göra också, om man frågar dem riktigt vackert, säger fr. Larsson, som också ser ut att kunna den konsten.



— Helst försöker vi få kunderna att ta det med sig, säger fru Elvy Nilsson i Bror N. Johanssons stora speceriaffär i Göteborg. Givetvis kan vår springpojke ta paketet med nästa gång han åker åt det håll kunden bor, men vi vill helst inte att han skall åka enbart med det. Detta försöker vi förklara för kunden, samtidigt som vi betygar vår tacksamhet för henne om hon själv vill ta paketet med sig. Det kan ju naturligtvis hända att kunden själv är på »utgående» och att saken behövs i hemmet medan hon är borta. I så fall bör man nog stå till tjänst — åtmin-

stone om pretentionerna inte är allt för orimliga.



Fr. Birgit Olsson, F:na Axel Lysell, Uddevalla, har ungefär samma åsikt om saken.

— Skall kunden gå direkt hem bör hon kunna ta paketet med sig — i annat fall skickar vi det. Men inte gärna extra utan helst i samband med annat bud åt samma håll.

Vilket är nu det rätta svaret? Ja, det kanske inte är så lätt att ge ett direkt »rätt» svar på denna fråga. Var och en av de här unga damerna är inne på rätta vägar. Det är klart att hemsändningen måste begränsas, men sättet kanske måste varieras från fall till fall. Ett är dock säkert — takt och omdöme kräves i denna sak. Förvissa er också om er chefs inställning till frågan.

När som helst kan det bli Er tur att svara



Vad säger Er detta märke?

FORS' triangelmärke med hönan är ett garanti-märke för prima svenskt hönsfoder. Det mesta av allt hönsfoder som tillverkas i Sverige kommer från FORS och bär detta märke!

Vår strävan att alltid utan prutman hålla på kvaliteten har grundmurat förtroendet för FORS-namnet och FORS-märket, som också är välkänt bland alla rationella hönsodlare.

FORS hönsfoder och kycklingfoder är därför en inte oviktig vara i en affär, som på bästa sätt vill stå sina kunder till tjänst. Ett köp drar gärna

ett annat med sig och en gammal kund kan kanske knytas fastare till affären.

Passa på att framhålla FORS foder för Edra kunder! Tala om att höns, som utfodras med enbart hemmaproducerat foder, värpa bara på sommaren, medan rationellt utfodrade höns hålla äggproduktionen igång hela året. Den som utfodrar med FORS-foder låter unghönsen redan på vintern betala igen vad de kostat i uppfödning på sommaren och hösten. Framhåll också att det finns ett bra kupongfritt FORS-foder att dryga ut det hemmaproducerade fodret med! Försäljes av samtliga ICA-kontor.

FORS *hönsfoder*

NAMNET ÄR BÄSTA GARANTIEN

H A R A L D F O R S & C o. A. - B., S T O C K H O L M — Å H U S

Bagarna

OCH DERAS KRISPROBLEM



Ni som brukar spara på kupongerna och följaktligen i mesta möjliga mån tar kupongfritt bröd när ni någon gång går ut på ett konditori eller kafé för att få en kopp »surr», har ni märkt att bakelserna och tårtbitarna blivit bättre och bättre under de sista krisåren? Nå, den som inte ofta är hänvisad att få sitt förmiddags- eller eftermiddagskaffe med tillhörande bröd levererat utifrån, kanske inte tänker så noga på saken, men likväl är det ett faktum, som bör observeras, och som är värt att ge våra bagare ett erkännande för. Trots alla besvärligheter under krisen och avspärrningen har bagarna förmått hålla en kvalititet på sitt bröd, som måste sägas vara beundransvärd. Vi tar det som en självklar sak att brödet skall vara gott, men hur många tänker väl på vad det innebär för bagarna att under krisens alla besvärligheter hålla uppe kvaliteten på sitt bröd. Ja, husmödrarna kanske ägnar saken en liten tanke ibland när de nu i allt större utsträckning är tvungna att ta hem »köpebröd» i stället för att baka själva, men på det hela taget tar man nog i allmänhet saken så för given, att man inte bryr sig om att fundera närmare över den.

Vi skall emellertid här ta och titta litet på hur bagarna har det inom sin bransch nu under krisen. Vill man veta något, brukar ju det enklaste vara att man frågar sig fram, och vi gör så vi också. Bagarmästare X, som är väl insatt i alla till hans bransch hörande problem, får bli vår sagesman.

— Hur bagarna har det? säger bagarmästare X, ja den frågan är sannligen icke så lätt att svara enstavigt på, vi få nog i stället ta fram en del detaljfrågor och undersöka dem var för sig, så kanske det kan gå att få en uppfattning om läget för oss.

— Till en början kan vi då konstatera att den tilldelning av råvaror, som

bagarna fått i år, varit av samma storlek som under fjolåret. Ett undantag finns det emellertid — och ett mycket betydelsefullt sådant för övrigt — nämligen sockret. Där har vår tilldelning minskats från de 80 procent av förkrigsförbrukningen vi hade i fjol till 75 procent nu. I själva verket har det därför i år varit sockret som berett oss de största bekymren. På den allra sista tiden har dock en liten lättnad kunnat märkas genom de ersättningsvaror som kommit fram, såsom den sockrade kondensmjölken, messmör och annat. Det har gjort att situationen kanske nu ter sig litet ljusare. I stort sett kan man emellertid säga att läget i år varit ungefär som under 1942.

— Gäller det omdömet även den ekonomiska situationen?

— Ja, säger bagarmästare X, det får man nog anse. Som ni kanske minns, så infördes i augusti 1942 normalpriser på matbröd samtidigt som en viss standardisering fastställdes beträffande storlek och utseende på brödet. Jag skall villigt erkänna, att vi inom bagerikretsar ställde oss ganska skeptiska gentemot lämpligheten av den där normalprissättningen, och detta av den orsaken att den för oss innebar en viss prissänkning. Nu tror jag emellertid att man i allmänhet har förlikat sig med normalpriserna. På en del håll i landet har man det nog fortfarande besvärligt med att få priserna att komma överens med kostnaderna, men på det hela taget har dock standardiseringen fört med sig ett förbilligande av tillverkningen, som något kompenserat prissänkningen.

— Men har det inte kommit en del nya normalpriser i år?

— Jo, men de är bara lokalt verkande, och berör endast konditorivaror. Det är i Stockholm, Örebro och Karlskoga som man beslutat sätta normalpris på en del konditorivaror. Priserna

ha där tydligen ansetts ligga litet väl mycket i överkant, och så har man justerat dem genom införande av normalpris.

— Äter folk fortfarande lika mycket bröd som förr?

— Anej, ler bagarmästare X, nog har krisen gjort sitt i det avseendet. Man kan räkna med att den totala brödkonsumtionen i landet genom ransoneringen gått ned med ungefär 20 procent, alltså omkring en femtedel.

— Men måste inte det återverka på bagarnas försäljning också? Om folk äter mindre bröd, så måste väl bagarna också få sälja mindre?

— Det låter kanske egendomligt, men ett faktum är, att bagarnas produktion stigit mycket avsevärt. I fråga om tillverkningens storlek har vi faktiskt ingen anledning att vara missbelåtna. Det är nämligen så, att bakeningen i hemmen — eller vad vi brukar kalla hushållsbakningen — numera så gott som helt bortfallit. Den var förr i tiden av rätt stor omfattning, men när husmödrarna nu sett hur besvärligt det är att få tag på allt som hör till baket, föredrar de vanligen att i stället köpa sitt bröd. Man har under nuvarande förhållanden helt enkelt inte råd att baka hemma. Där har vi alltså orsaken till att bagarnas försäljning kunnat ökas trots att brödkonsumtionen som helhet har gått ned. — För övrigt skall jag säga, tillägger bagarmästare X med en glimt i ögat, att husmödrarna också har börjat inse att köpebrödet är mycket bättre än det hembakta, för att nu inte tala om hur bekvämt det är att bara gå till bagaren och hämta sitt bröd i stället för att ha allt besväret som är förenat med ett bak.

— Men när det är så svårt för husmödrarna med råvarufrågan för bakeningen, hur går det då i bagerierna?

— Ja, det är klart att vi har haft en

hel del besvärigheter vi också. Jag nämnde nyss sockerfrågan, men den har ju nu kommit i ett något gynnsammare läge genom ersättningsmedlen. Däremot har äggproblemet varit betydligt svårare i år än förra året. Tidigare hade vi en äggtilldelning på 35 procent räknat på förbrukningen under februari och mars 1941, men av dessa 35 procent utgjordes endast 1/3 av »riktiga» ägg, medan 2/3 skulle tas ut i form av melange, d. v. s. det där äggpulvret som ni väl alla känner till. I år har visserligen äggtilldelningen för bagerierna totalt sett ökat, nämligen till 50 procent av 1941 års förbrukning, men i stället har bestämts att endast 1/5 härav skall utgå i form av naturägg, under det att 4/5 utgöres av melange. Det innebär att vår tilldelning av naturägg i själva verket under 1943 sjunkit med 15 procent. Vad tilldelningen av mjöl beträffar, så är den ju lika stor som förut, men där finns en del besvärigheter genom att kvaliteten på rågmjålet inte är fullt lika god som förut. Det gör att mjölet blir rätt svårt att behandla, och jag skulle tro att den saken särskilt för hembakningens del är ett rätt bekymmersamt problem. Fett få vi också oförändrad tilldelning av, men det är att märka, att såväl för socker som för fett räknas tilldelningen på 1939 års förbrukning. Nu har ju som jag tidigare sade, bagarnas produktion i år stigit rätt väsentligt, och i realiteten blir därför tilldelningen av dessa varor mindre i år än förra året. Så nog ha vi våra bekymmer alltså.

— Är det några frågor som just det här året annars ha vållat svårigheter för bagerierna?

— Ja, där skulle jag vilja nämna rågrödsproblemet. Det är ju som bekant nu förbjudet för bagerierna att sälja rågröd i färskbakat tillstånd — det skall vara dagsgammalt innan det förs i handeln. Den bestämmelsen har kommit till i produktions- och distributionsförbilligande avsikt. Bagarna kan nu utnyttja ugnsvärmen på eftermiddagen för rågrödsbakningen, och sedan distribuera det brödet samtidigt med det färska kaffebrödet på morgnarna, mot det att man annars skulle köra ut det särskilt och dessutom få baka det under den stora rusken på morgnarna. Tyvärr har det emellertid visat sig att på flera håll en illojal konkurrens uppkommit olika bagerier emellan, så att man inte iakttar denna bestämmelse. Sådant är givetvis beklagligt ur hela branschens synpunkt, men jag hoppas väl att vi skall få någon rätsida på den frågan också. Ha vi klarat av alla de andra svårigheterna, säger bagarmästare X till slut, skall vi väl reda upp en sådan sak med.

SVAR TILL SIGN. "GERO"

Signaturen Gero:s lilla kåseri i nr 12 av ICA-tidningen för 1942 har givit anledning till nedanstående två insändare.

I Edert lilla kåseri, som för övrigt var riktigt roligt, — »ler Ni i skägget» åt flickan i Karlssons speceriaffär, därför att hon, jämte flera av sina kolleger använder uttrycket »en kilo». Nu fick jag emellertid genom Eder artikel sympati för »flickan i Karlssons affär» och därför vill jag dra' en lans till hennes försvaret. Om det — rent språkligt sett — hellre borde heta »ett tjilo» i stället för »en kilo» finns det törhända ändå en anledning till att »hon» jämte flera av sina »bröder och systrar» hellre använder uttrycket »en kilo»! Hon har kanske rätt mycket att »stå i!»? Ibland rätt många kunder på en gång, som fordrar hennes uppmärksamhet! Har sign. »Gero» själv någon gång befunnit sig i samma situation? Då vet nog »Gero», om han som jag hoppas är ambitiös och vill att kunderna ej ska fördröjas genom onödigt tidspillan, hur förargligt det kan vara om expediten, efter att med ett taktfullt »var så god» ha överlämnat en vara, från kunden hör något som »ur skägget» låter som — »...tjilo morötter», detta därför att »e» i början av ett ord sällan betonas tillräckligt. Vid bitrådets repetition — för att förvissa sig ha hört rätt — får han eller hon oftast intet svar, detta därför att det är onödigt tjata om samma sak flera gånger, men — och här ligger kanske ett litet crux — många gånger därför att kunden redan släppt tanken på »morötter» och viktangivelsen därför och nu befinner sig bland helt andra saker, t. ex. »saft» el. dyl., som skall köpas samtidigt. Använder jag då uttrycket »en kilo» som avviker ur ljudsynpunkt men ändå uttrycker samma sak och tillika kan förstås av envar, fäster jag kundens uppmärksamhet vid att jag fattat rätt, med lyckligt förbigående av event. misstag och därigenom nödvändiga rättelser. Det kunde ju tänkas att kunden velat ha bara »halft tjilo». Det är därför icke så mycket »kg = 1000 gram» jag avser utan storleken »en» till skillnad från »halft». Att jag sedan uttalar »k» hårt istället för med »tje»-ljud sammanhänger med min vilja att vara tydlig. Jämför telefonistens »fyra — fyra» för abonnentens begärda »förtifyra» eller »sju — sju» för begärda »sjuttisju».

Med ömsesidig uppskattning
»Praktiserande detaljist».

Efter detta försvar för »flickan i Karlssons affär» skall vi se vad nästa insändare har att säga.

Signaturen »Gero» påpekande av det språkvidriga uttrycket »en kilo» noteras med tacksamhet här nere på västkusten. Jag vet ej i hur stor utsträckning missbruket förekommer här, men i största allmänhet är det så, att de flesta biträden — vi talar endast om dem nu — har något eller några fel i tal och uppträdande gentemot kunder och i arbetet. Chefen kan ej undgå att lägga märke till detta, men hur svårt är det ej att i den dagliga samvaron och i det gemensamma arbetet kunna rätta till eller bortarbota dylika utslag av tanklöshet, särskilt där de övergått till ovanor.

När det gäller yngre personer, vet man ju hur känslig den är för tillrättavisningar och hur onödigt det upptages, även då det kommer i form av goda råd. Ungdomen är ju sådan, att den ofta saknar självkritik.

Arbetet i en affär är ju det väsentliga, där liksom annorstädes, varför arbetstiden och affärens intressen ej alltid medge uppfostring.

Aldre biträden är man i många fall för finkänslig att ta under »behandling», utan får därför irriterade ovanor fortsätta till men och förargelse för berörda parter.

Jag anser det därför vara det lämpligaste — och få vi hoppas effektivaste — sättet att även dylika »småsaker» tas upp i ICA:s spalter. Det finns säkert många, som ha liknande erfarenheter från sin affär.

Ril.

★

Vem har nu rätt? Ja, med all respekt för de synpunkter, som framföras i den första insändaren, så undra vi dock om det inte är onödigt att slå in på rent felaktiga vägar ur språksynpunkt sett för att förtydliga uttalet. Det kan lätt bli en ful vana så att man alltid uttalar orden fel. Och det finns många, som stöter sig på felaktiga uttal. Lugnt och sansat uttalade — trots brådskan — kan säkerligen orden »ett tjilo» låta minst lika tydliga som de felaktiga »en kilo». Ty ett biträde skall väl uppträda lugnt och sansat även när det är bråttom — eller hur? Därigenom arbetar han — eller hon — effektivare och utövar ett välgörande, lugnande inflytande på kunderna.

Red.

Till Kalle Spring!

Ja, nu äro vi inne på det nya året med de nya, många, goda föresatserna. Den goda föresatsen att regelbundet spara viss del av vecko- eller månadslönen, som jag förordade i förra numret av denna tidning, hoppas jag, att Du, Kalle och Dina kamrater kommer att följa. Men det var inte om denna sparidé jag skulle skriva denna gång. Jag ville endast inledningsvis nämna om denna, för att påminna de av mina läsare, som ännu inte gjort slag i saken och på allvar tagit itu med sparandet: Börja redan nu spara för din framtid, ty det är för sent att börja den dag man behöver sparkapitalet.

YRKESVALET.

Liksom många andra, såväl tidningar som arbetsledare, har veckopressen börjat ondgora sig över affärsyrket som framtidsyrke för våra unga. I ett nyligen utkommet nr av den bekanta veckotidningen Allers har man i en artikel, genom en intervju av en för statstjänst intresserad springpojke, trots sig finna svaret på frågan huruvida affärsyrket kan räknas som framtidsyrke. Att svaret, som minst sagt har ganska litet med verkliga fakta att skaffa, är mindre glädjande för våra springpojkar, förstår litet var, om jag citerar ett konstaterande, som artikel-författaren gör sig skyldig till i artikelns slut: »Den framtida tryggheten och möjligheter till utbildning, det är de två väsentliga ting som springpojksarbetet inte kan skänka sina utövere.»

Som Du förstår, Kalle, kan man inte ge denna artikelförfattare och andra som klanka på vårt yrke rätt, ty i och med att vi göra det förneka vi vårt yrke som framtidsyrke. Den syn vi ha på vårt samhällsgagnande yrke är en helt annan, och denna vår åsikt låter vi några inom detaljhandeln verksamma köpmän bekräfta, genom

att jag återgiver de svar, som dessa lämnade, när jag till dem ställde följande fråga: Vad tror Köpman X om vårt yrke som framtidsyrke?

Så här uttalade sig de båda tillfrågade köpmännen (de ha båda börjat sin bana som springpojkar). Vi kalla dem Köpman A och Köpman B.

KÖPMAN A:

Det är klart att affärsyrket är ett framtidsyrke för dem som äro intresserade av sådant arbete, som har med försäljning att göra. Detaljhandelsyrket är däremot ingenting att stå efter som framtidsyrke för dem som ha den inställningen »det hoppar jag på nu så länge tills jag får ett annat jobb». Men däremot tror jag att ett sådant där »gästspel», som många ungdomar gör inom detaljhandeln vid åldern 14—18 år, kan vara dem till ganska stor nytta i ett annat yrke, detta emedan affärsyrket är så mångskiftande. Ty, bland en springpojkes göromål hör ju städning (uppövar ordningssinnet), cykelåkning (han får vana att röra sig i trafiken, samt får lätt att komma ihåg adresser etc.), orderexpediering etc. En springpojke lär sig även att umgås med människor av olika kynnen och samhällsklass. Som vi ser är det en hel del, som springpojken sedan kan ha nytta av i sitt nya arbete.

Men det var inte om vårt yrkes »turer» vi skulle tala, utan om dem som stannar kvar inom handeln. Vad detaljhandeln behöver äro sådana ungdomar, som förstå, »att man måste kunna krypa innan man kan gå». Med andra ord, sådana ungdomar som förstå att handelsyrket måste läras. Jag är fullkomligt övertygad om att ungdomar som ha intresse för yrket och taga vara på de utbildningsmöjligheter som heta praktik och teoretisk detalj-

handelsutbildning, ha goda utvecklingsmöjligheter.

Genom varubrist befinner sig handeln nu i en ekonomisk dalgång. När varuknappheten avtager, går handeln successivt ur denna dalgång. Tar man detta med i beräkningen torde man kunna konstatera att framtiden för de inom detaljhandeln verksamma näppeligen ej kan bli sämre utan sannolikt bättre. Ja, jag kan även göra ännu ett tillägg, nämligen, att i och med att varuutbytet med utlandet kan komma igång i full utsträckning, torde skötseln av dessa varor samt försäljning av dem kräva mycket fackutbildat folk.

Ja, så ungefär utlät sig köpman A i denna intressanta fråga. Få se vad köpman B har att säga.

KÖPMAN B:

Genom den praktik man erhåller under den tid man lär handelsyrket, samt den förnämliga utbildning de detaljhandelsanställda nu kan erhålla dels genom Sveriges Köpmannaförbunds yrkesskola, Köpmannainstitutet, och dels genom de kommunala yrkesskolornas försorg, bör den, som har intresse för yrket, ha goda framtidsutsikter. Detaljhandeln lider f. n. stor brist på fackutbildad personal. Denna personalbrist gör, att de, som nu söka sig in i detaljhandelsyrket, har stora förutsättningar att efter relativt kort lärotid, nå ganska betydande befattningar inom yrket. Den lucka som nu uppstått, tack vare personalbristen, på de mindre ansvarsfulla posterna, kommer troligen om något år att återfinnas lika öppen på de mera ansvarsfulla platserna. Vad detta betyder ur framtidssynpunkt för de nu inom detaljhandeln verksamma springpojkar och yngre biträdena är lättförståeligt. Mitt slutgiltiga svar på frågan, om vad jag tror om detaljhandelsyrket som framtidsyrke, kan endast bli detta: Goda framtidsutsikter för de, som äro intresserade av detaljhandelsyrket.

Som Du ser, Kalle, dessa köpmän som äro fackmän, tro båda på vårt yrke för framtiden. Vi yngre behöva alltså inte tvivla på att detaljhandelsyrket föder sin man.

På återseende
Oling.

inte *sa* - men *sa*

Hur lockande sportnyheterna än är på måndagsmorgonen duger det inte att sitta så här. Arbeta under arbetstiden, låt tidningen vänta till fritiden.



Papper kostar mycket pengar. Tag därför aldrig för mycket. Ett bra sätt är att mäta av papper efter den vara, som man skall slå in.

Bjud smakbiten smakligt! Det ser litet mordiskt ut att spetsa den stackars ostbiten på en stor förskärare. Då verkar den lilla osthyveln mycket lämpligare.





Varför är ICANDER så glad?



Icander: I år skall vi utnyttja kassakvittona till att göra upp en kundförteckning. Låna mej listorna så fort du har dem klara.



På kort av stadig kartong för Icander efter återbäringslistorna upp namnet på alla kunder samt den summa var och en handlat för under året.



Han för också upp så många andra uppgifter om kunderna som möjligt: telefonnummer, familjestorlek, betalningsförhållanden, yrke, inköpsvanor m. m. och ordnar korten i register.



Registret måste givetvis kompletteras efter hand. Ibland går man också igenom det vid en personalträff.



Harigenom blir expediterna mera förtrogna med kunderna och kan lämna dem en mera personlig betjäning.



Varje år kan Icander sedan med hjälp av de nya återbäringslistorna kontrollera om kunderna ökat eller minskat sina inköp och får därigenom ett bättre grepp om kunderna.

.... därför är ICANDER så glad



"Hur man vinner vänner och inflytande"

Vem är Dale Carnegie?

Dale Carnegie växte upp i ett fattigt bondhem och måste som barn plocka bär för att bidra till familjens uppehälle. Medan han läste på studentexamen ägnade han fritiden till att mjölka kor och fodra svin. — Så småningom kom han att intressera sig för människokänedom och det är hans praktiska psykologi, som gjort hans bok »Hur man vinner vänner och inflytande» till en sådan succé att den gått ut i en världsupplaga på över 2 milj. ex.

Ännu återstår flera lärorika kapitel i Dale Carnegies bok, och vi fortsätter därför vår följetong även i år.

10. Alla vilja se sig själva i vacker dager.

J. Pierpont Morgan anmärkte i ett filosofiskt ögonblick, att människor vanligen ha två skäl för sina handlingar: ett som låter bra och så det verkliga skälet. Modern psykologi, enkannerligen psykoanalysen, har ägnat detta förhållande ett ingående studium och skapat en särskild term därför: rationalisering. Rationaliseringen kan vara både omedveten och medveten (ehuru den i det senare fallet kanske snarare borde kallas hyckleri eller be-drägeri).

Människor veta icke alltid, varför de handla på det ena eller andra sättet. De bestämmas av omedvetna drivkrafter, begär och önskingar, som de icke vilja eller kunna erkänna. Men de bli sällan svarslösa, om de tillfrågas, varför de gjorde så och så. De förebära alla möjliga svepskäl och skenförevändningar, de motivera sitt handlande, så att det tillfredsställer deras egen självkänsla och blir socialt godtagbart. Det behöver väl knappast sägas, att dessa motiveringar i allmänhet bli förskönande.

Även de största brottslingar kunna anföra vackra motiv för sina ogärningar, och ingen vill gärna gå med på att han handlar av ren egoism. Vi ha alla en idealbild av oss själva, och även om vi icke alltid förmå handla i enlighet med våra höga principer, känna vi oss

likväl bäst till mods, när vi icke bryta mot vårt ideala jags fordringar. Helt och hållet utan ideal kan ingen leva, och ingen är så förhärdad, att han icke i någon mån låter påverka sig av en vädjan till sina bättre känslor.

Anser ni, att denna filosofi är för idealistisk för att duga inom affärs-livet? Låt oss se. Hamilton J. Farrell hade en missnöjd hyresgäst, som hotade med att flytta. Det var ännu fyra månader kvar på kontraktet, men det ämnade han bryta. Det var på våren, och mr. Farrell visste, att det skulle vara svårt att hyra ut våningen till hösten, och det skulle säkert inte löna sig att tillgripa lagliga åtgärder, eftersom hyresgästen icke hade fast anställning och knappast några utmätbara tillgångar. Inkomster hade han i alla fall och kunde säkert betala sin hyra, om han blott ville. Därför valde hyresvärden att vädja till mr. Does bättre känslor. Han påpekade, att denne bott i hans hus under vintern, då utgifterna voro störst för hyresvärden, och att det inte var rent spel att bryta kontraktet vid en så olämplig tidpunkt som denna. »Många år i det här yrket», sade han, »har lärt mig att bedöma människor, och jag trodde verkligen, att ni var en man, som stod vid ert ord och som man kunde lita på.

Ja, jag tror det fortfarande. Det vore trevligast för oss båda, om denna sak kunde göras upp på ett gentlemannamässigt sätt. Jag vill, att ni skall vänta ett par dagar med att fatta ert beslut. Och jag litar på er, ty jag vill inte tro, att ni tillhör den typen folk, som sviker sitt ord och smiter från sina förpliktelser.»

Förundrar det er, att hyresgästen stannade, tills kontraktet löpte ut?

När John D. Rockefeller d. y. ville få tidningsfotografierna att upphöra med att fotografera hans barn och publicera bilderna, vädjande han också till deras bättre känslor. Han sade icke: »Jag vill inte ha deras fotografier publicerade.» Nej, han vände sig till dem i deras egenskap av fäder och vädjade till den önskan vi alla känna att skydda våra barn. Han sade: »Ni vet, hur det är. En del av er har själva barn, förmodar jag, och vet, att det är skadligt för ungarna att bli alltför omtalade och uppmärksamade.»

Här känner ni er kanske manad att avbryta mig och säga, att vad Rockefeller kan åstadkomma inte kan tillämpas på ert fall. De figurer, som ni måste kräva på pengar, äro icke mottagliga för en vädjan till deras bättre jag, de äro av ett hårdare virke och ha blott respekt för våld och hot.

Förvara 1943 års ICA-tidningar i pärm

Pärmen är grön med guldtryck och kostar kr. 1:25 + 20 öre i portokostnad. Insänd detta belopp i frimärken till ICA-tidningens expedition, Västerås, och pärmen levereras omgående.



Ni har kanske rätt. Det finns inget universalmiddel, som duger alltid och gentemot alla människor. Om ni är fullt nöjd med de resultat, ni uppnår nu, så finns det ju ingen anledning att försöka någon ny metod. Men om ni inte är det, så kan ni ju alltid göra ett försök. Läs i vilket fall som helst följande sanna berättelse ur livet.

Sex kunder i en automobilfirma vägrade att betala sina reparationsräkningar. Ingen påstod, att han icke var skyldig något, men de anmärkte alla på en eller annan post. Firman hade emellertid noggranna anteckningar, som visade, att alla debiterade reparationer verkligen utförts. Inkassoavdelningen gick alltså till verket utan någon tvekan. En inkassör uppsökte var och en av kunderna och krävde honom. Räkningen var gammal och skulle ha betalats för länge sedan. Någon anledning att tro, att räkningarna icke voro riktiga, fanns icke, ty firman hade undersökt saken, och det var kunden, som tagit miste. O. s. v. Naturligtvis försvarade sig kunden hårdnackat och vägrade att betala. Firman skulle få se, att han inte lät skrämra sig. Nå, nästa åtgärd skulle nu varit att anlita en advokat, men innan det kommit så långt, hade en av de högre tjänstemännen i firman fått hand om saken. Han skaffade under rättelser om de tredskande kunderna och fick reda på att de brukade betala sina skulder utan bråk. Något måste vara gale med inkasseringen, ty annars skulle icke dessa ansedda och oförvitliga kunder vägrat att betala. Han sände mr. Thomas att klara upp de omstridda räkningarna.

Då mr. Thomas kom till en kund, lät han icke denne förstå, att han försökt smita från en uppenbar skuld, utan han bad att få undersöka, varpå missförståndet berodde. Han lät kunden förklara sig och lyssnade på honom utan att avbryta honom. Då kunden blivit mera tillgänglig, värdade han till hans sinne för fair play. »Jag vet, att

den här angelägenheten blivit svårt misskött. Ni har blivit besvärad och trakasserad av en av firmans representanter. Jag hoppas ni vill överse därmed. Jag vet, att ni varit i god tro hela tiden, men ni kan med hjälp av dessa av er signerade arbetssedlar finna, att vi verkligen utfört de reparationer, som vi debiterat er. Vår firma betraktar er som en god kund, och vi låta er nu själv bestämma, om och när ni vill betala denna räkning.»

Av de sex kunderna betalade fem hela räkningen, och det var blott en, som gjorde avdrag på sin. Men det bästa var, att firman inom två år fått leverera var sin ny bil till alla sex.

»Erfarenheten har lärt mig», sade mr. Thomas, »att även om man inte kan få några upplysningar om en kund, så är det det enda riktiga att antaga, att han är ärlig, sanningsenlig och villig att betala sina räkningar. Undantagen ifrån denna regel äro förhållandevis få, och jag tror, att den som känner sig frestad att vara oärlig i de flesta fall avstår därifrån, om ni låter honom förstå, att ni anser honom vara redbar och ärlig och pålitlig.»

Vill ni påverka människor, är det därför i allmänhet förmånligt att följa den tionde regeln:

Vädja till människors ädlare bevekelsegrunder.

I nästa nummer beskrives det elfte av de tolv sätten att övertyga människor.

Deklarera själv
med hjälp av boken

KÖPMANNEN
HANS DEKLARATION
OCH SKATTER

av
Wirsäll-Törnqvist
Pris 4:75

Boken är lättfattlig och överskådlig med utförliga anvisningar o. praktiska exempel.

Rekvirera den från
ICA-FÖRLAGET
VÄSTERÅS

”Hyllfacket”

— ett korsord, som sätter Er varukunskap på prov



VÄGRÄTT.

1. Göres degen ibland. — 7. Till den dagliga hygien. — 8. Bland de sist ransonerade varorna. — 9. Hör hemma i Göteborg. — 10. Verklig. — 13. Genomförel. — 14. Kemisk-teknisk industri. — 15. Måste husmor kunna. — 17. Den gamla korsordsguden. — 18. Flitig. — 19. Förkortning å nota. — 20. Är det på hösten. — 22. Har fått nytt, omstritt utseende. — 23. Kinesiskt ytmått. — 25. Raggig mjölkleverantör. — 27. 50 g pr period.

LODRÄTT.

1. Säljs för härvård. — 2. Skydd mot isig fjällvind. — 3. Verkställande direktör. — 4. Förkortning på statligt organ. — 5. Bladväxt. — 6. Blir till dagligt bröd. — 7. Gör rent utan kupong. — 11. Förbrukas. — 12. Stad i Eritrea. — 16. Gör snön ibland. — 18. Bo Trulsson. — 22. Två femmor. — 24. Amerikas början. — 26. Förkortning för kraft.

Lösning till ”Hyllfacket”

4 nr 12



1:sta pris:
Herr Alrik
Forsberg,
Villagatan 27,
Ludvika.
2:dra pris:
Herr Olle
Johansson,
Eldala, Böke.
3:dje pris:
Herr Folke
Westerberg,
Box 28, Bergs-
hamra.

De tre först öppnade rätta lösningarna belönas med bokpriser i form av facklitteratur. Rita av korsordet hellre än klipp. Sänd lösningen till Tidn. ICA, Västerås, före 7 febr.

En Succès

FRÅN PERSIL-FABRIKERNA



Det nya disk- och rengöringsmedlet **Vapon** kan Ni uppriktigt rekommendera Edra kunder — det är ett *kupongfritt* hjälpmedel, som blivit en strålande succès. **Vapon** tillverkas i Persil-Fabrikerna vid Tellusborg utanför Stockholm — det är en garanti för att Ni säljer en kvalitetsprodukt. Tack vare **Vapon** kan Sveriges husmödrar, trots att PER blivit kupongbelagt, sköta disk och rengöring lika lätt och effektivt som förut.

Kom därför ihåg att rekommendera *PER* för tvätt av hårt smutsade yrkeskläder och **Vapon** för disk och rengöring.

kupongfritt

Vapon

PERSIL-FABRIKERNA · TELLUSBORG · STOCKHOLM



Bra spisbröd

trots dålig skörd

Årets svenska rågskörd bärgades under så ogynnsamma väderleksförhållanden att ingen teknik i världen kan förhindra en försämring av bakmjölet. Tack vare sina utomordentliga tekniska och vetenskapliga resurser kunna emellertid Wasa-fabrikerna bespara allmänheten en mera påtaglig försämring av spisbrödet — Wasabrödet bär sålunda knappast några djupare spår av den försämrade mjölkvaliteten. Wasa-fabrikerna förfoga över en egen hypermodern kvarnanläggning (lan-

dets största rågkvarn) där spannmålen kan underkastas en minutiös kontroll och utsortering för lämpliga ändamål, samt eget laboratorium för cerealkemiska och näringsfysiologiska undersökningar av råvaran.

Wasa-fabrikerna ha 1,400 anställda för tillverkning och distribution — allt yrkesskickligt folk. Till deras förfogande står en enstående teknisk apparat, som i alla situationer garanterar Er högklassigt spisbröd.



WASABRÖD ger råg i ryggen