



**AKTUELLT** *hösten* **1961**





## AKTUELLT

hösten 1961

### I detta nummer . . .

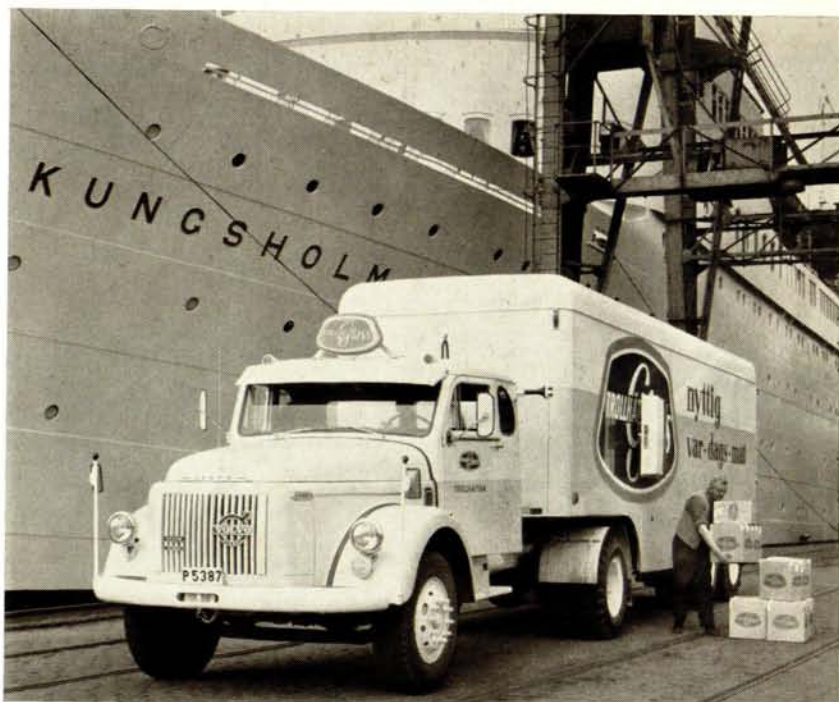
. . . deklarerar vi vår åsikt om allmän varudeklaration på glass

. . . har vi gjort ett litet experiment med en skylt och två frysboxar

. . . presenterar vi en fruktbutik av ny typ

. . . har vi bett några ICA-representanter att säga sin mening om Trollhätteglass

m.m.



*Trollhätteglass levereras bl.a. till Svenska Amerika Linien. På bilden syns Inge Arelsson i färd med lastning till Kungsholm.*



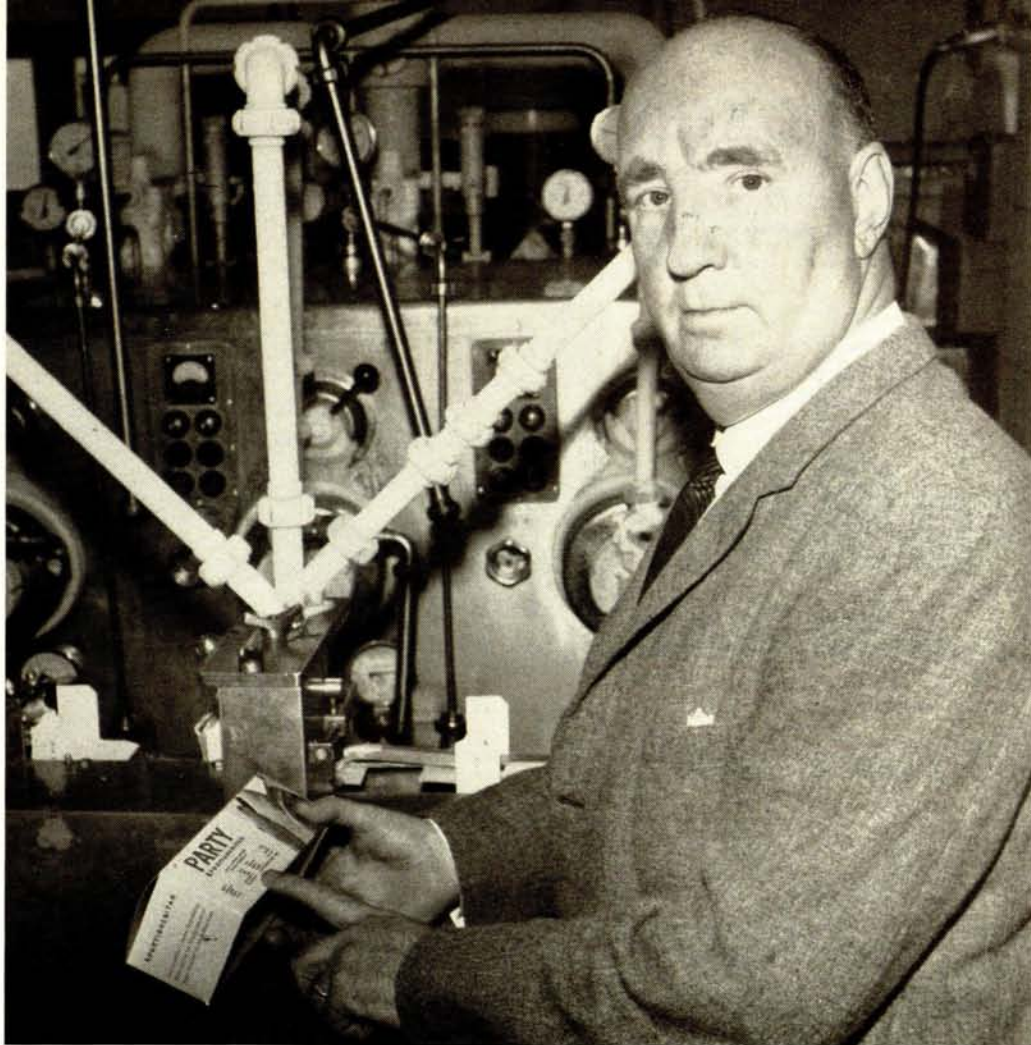
## "Schweizisk glass kan inte mäta sig med Trollhätteglass"

Köpman Göran Jacobson i Trollhättan tog en gång första pris i en tävling här i Aktuellt. De pengarna sparade han ända till i maj i år, när han tillsammans med andra svenska köpmän gjorde en studieresa i Schweiz och då pengarna kom väl till pass. På bilden ser vi köpmännen just som de stigit ur planet på flygplatsen i Zürich.

Herr Jacobson är mycket nöjd med resan och berättar att den berömda Migroskedjan imponerade mycket. — "Intressant var, att Migros alltid bygger en kiosk i anslutning till butiken. Denna kiosk tillhör butiken men är en enhet för sig och där säljer man bl.a. glass. Glass, som enligt min åsikt inte kan mäta sig med Trollhätteglass!"

Migros i Schweiz är ett av Europas största kedjeföretag. De har 368 butiker, därav 56 s.k. all-livsbutiker och 129 butiksbussar. Årsomsättningen uppgår till cirka 1 miljard svenska kronor. Migros har 1200 artiklar inom livsmedelssektorn och mycket långt driven rationalisering.





## Vi väntar på allmän varudeklaration

Uppe i Stockholm efterlyste man på försommaren varudeklarerad glass. Dagens Nyheter ville gärna veta om hushållsglassen är gjord på ullfett!?, smör eller palmolja. Expressens Willy Maria Lundberg tyckte att man bör få reda på om smöret bytts ut mot isterfett och det således är av den anledningen som vissa glassorter blivit billigare. Hon underströk, att glass numera måste anses som mat och att husmödrarna har rätt att få veta vad denna mat är värd ur näringssynpunkt. Tidningen "Allt i Hemmet" instämde i klagokören och undrade vad vegetabilisk glass är för något. Är det margarin, kokosfett, rapsolja, palmkärnolja, fleromättade fettsyror eller något annat som fått ersätta smöret? Alla ansåg det naturligt att konsumenten får veta fetthalten innan han köper glassen, eftersom denna i hög grad är avgörande för kvalitén.

En djungel av motstridiga uppgifter från tillverkarna tycks ha lämnats till pressen och man anar växande misstänksamhet från konsumenthåll. Man undrar — är inte den goodwill som glassen förskaffat sig under de senaste åren härmed allvarligt i farozonen? Genom målmedveten reklam och med pressens medverkan har vi lärt konsumenterna att glass är nyttigt och värd sitt pris. Nu, när det kommit så många olika glasskvaliteter i marknaden, måste vi ärligt tala om vad det är vi säljer och låta konsumenten avgöra om han vill betala högre pris för en bättre vara eller om han föredrar den billiga.

Trollhätteglass håller minst 13,2 % fetthalt och slår därmed alla rekord. Denna glass är ur såväl smak- som näringssynpunkt högklassig. Det är nämligen inte endast fetthalt och fettslag som avgör kvalitet och pris. Smakämnen är av största betydelse och som exempel kan nämnas, att priset och därmed kvalitén på vaniljsmakerna varierar mellan åtta och trettio kronor per kilo! Trollhätteglass använder genomgående de absolut högsta kvalitéerna på alla smakämnen och däri ligger en stor del av hemligheten med "världens godaste glass".

Det finns glass som håller 6 % fetthalt, som har smaksatts med billigaste förekommande smakämnen och som är 30—40 % billigare. Att den är billig får man veta, men varför, det upptäcker man först när man har den på tungan!

Trollhätteglassen har varudeklarerats i flera år, förutom runmärkningen, som i sig själv utgör en garanti för högsta kvalitet inklusive högsta fetthalt. Vi skulle dock med tillfredsställelse hälsa en lagstadgad varudeklaration på glass. Vi finner det naturligt, att konsumenten vill ha vägledning om innehållet i glasspaketet och vi vet, att en sådan föreskrift för glasstillverkningen skulle vara till gagn för er som står som mellanhand mellan fabrikant och konsument. För er som vet värdet i att de varor ni säljer är värda vad de kostar.

*Oscar Olsson*



**Frysboxen  
talar inte  
för sig själv  
— tala om  
vad som  
finns i den!**



*På 14 dagar sålde man här 46 Choklad-Rippel. Normalt: 10—15 kylskåpsförpackningar allt som allt!*



Vi har gjort ett litet experiment. I en kiosk och i en manuell livsmedelsbutik har vi satt upp en enkel skylt. Den talade inte om något specialerbjudande — meddelade ingen nyhet. Den sa bara, att nere i frysboxens dunkla djup fanns Trollhätteglass' Choklad-Rippel.

Detta experiment visade vilken impulsvara glassen är. Just därför att den inte kan exponeras i fönstren eller på hyllorna måste man helt enkelt påminna om den.

#### **I livsmedelsbutiken**

Tifelts, på Sofiagatan i Göteborg, står frysboxen strax innanför dörren. På 14 dagar sålde man 46 Choklad-Rippel sedan skylten kommit upp. I vanliga fall säljer man 10—15 paket hushålls-

*I kiosken steg försäljningen av Choklad-Rippel med 130 %!*

glass under motsvarande tidsperiod. Frysboxen bör således alltid utnyttjas med en påminnelse — och kanske särskilt gärna med en påminnelse om glass. Glassen ger ju en ren merförtjänst, eftersom det inte finns någon vara i butiken som kan ersätta den. Detta kan ju vara fallet med andra djupfrysade produkter.

#### **Kiosken**

— ingenstans kan man ha större utsikter till en merförsäljning genom en påminnelse som denna. Här har ju kunden ingen som helst insyn i frysboxen och massor av kunder som köper en tidning eller ett paket cigaretter tänker inte på, att man här också kan köpa glass till kaffet eller desserten. Utanför Evert Johanssons kiosk på Mölndalsvägen placerade vi skylten. Försäljningen steg med 130 %!





Han skulle göra en omkörning på riksvägen men vänstertrafiken är ett aber och han hade ingen sikt framåt. Han frågade sin fru:

— Ser du någon bil?

— Nej.

Efter krocken tillade hon:

— Bara en traktor.

\* \* \*

Platssökande:

— Jodå, jag börjar gärna nerifrån om jag får bra betalt, kort arbetstid och ett trevligt jobb.

\* \* \*



\* \* \*

— Jag ska be att få se på en gräddsnipa.

— Ska det vara en med pip.

— Nej tack. En alldeles tyst en.



— Pettersson, din idé höjde omsättningen på charkuterisidan med 60%. Gå och skär dig en skiva av den bästa osten vi har!

\* \* \*

Och så var det butiksägaren som i sitt fönster hade en skylt med texten: KÖP NU — BETALA NU!

\* \* \*

— Lönar det sig verkligen att anlita en metodstudieingenjör?

— Ja, sedan jag satte honom att förpacketera smörgäsmat.



## Vart sjätte hushåll har frysmöjligheter

70.000 svenska hushåll fick frysbox eller frysskåp 1960

Ovanstående uppgifter är hämtade ur en undersökning som Djupfrysingsbyrån tagit fram. Det är siffror som visar, vilken fantastisk framtid det djupfrysade har. Ändå är vi bara i början av utvecklingen. Inom en inte alltför avlägsen framtid räknar man med att vara uppe i en konsumtion av 140.000 ton per år eller tre paket i veckan per hushåll.

Mera siffror. År 1960 såldes 40 gånger mera djupfrost än 1950 och någon avmattning i denna trend anser man sig inte behöva räkna med.

Glassen är det populäraste av allt djupfrost. Lagringen av hushållsförpackningarna är snart inte längre något problem, när redan nu vart tredje hushåll på mer än tre personer har egen frysbox. Det är lätt att sälja glass, men ännu behövs det en puff. Ännu är den inte lika självklar på matsedeln som torsdagsärterna. Den är ett impulsköp och det lönar sig alltid att påminna om den.



# Frukt och Tobak

## Framtidens servicebutik

Frukt, tobak, tidningar, glass, choklad, papper, ja, till och med tandborstar, tandkräm och tvål kan trollhätteborna inhandla till sena kvällen i sin servicebutik som slog upp portarna den 22 september. Bo Gutevik heter innehavaren och det är främst kvälls-, söndags- och helgdagskunder som han vänder sig till med ett sortiment, som sträcker sig betydligt längre än vad vi är vana vid i frukt- respektive tobaksbutiker. Butiken öppnar klockan åtta och stänger 22.00.

Herr Gutevik räknar med en årsomsättning på 300.000 i denna butik. All-

livsbutiken Möllan, som ligger vägg i vägg är också hans. Här återfinns ju en hel del av de artiklar som ingår i Frukt & Tobak's sortiment och vi dristar oss att höra lite om konkurrensen. — Självfallet, säger herr Gutevik, kommer den övervägande delen av försäljningen att ske på kvällar och helger då livsmedelsbutiken är stängd. Men det finns alltid folk som värdesätter en sådan här butik, med dess manuella betjäning och med en hel del exklusivare artiklar i sortimentet.

Bo Gutevik vet vad han talar om. Han har i flera år kuskat land och rike

kring och föreläst på detaljistkurser. Han har också studerat detaljhandeln i USA och nu går han med liv och lust in för att skapa toppmoderna butiker med vad vi i dagens läge menar med perfekt service. En livsmedelsautomat med mjölk, smörgåsmat, kött och konserver kommer t.ex. snart att sättas upp utanför livsmedelsbutiken. Och så kan kunderna handla livets nödtorft dygnet runt.

Trollhätteborna är avundsvärt välförsedda med flotta, serviceinriktade butiker tycker

*Ingrid Erblad*





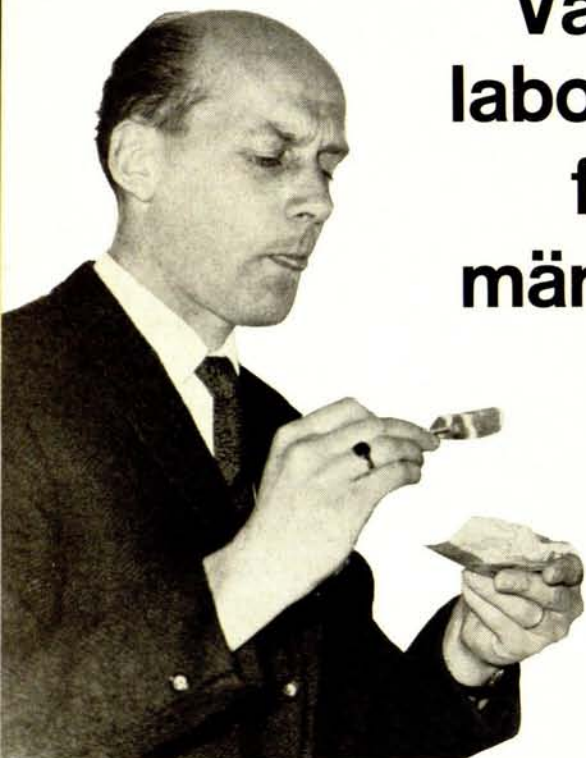


Stor sortering av glass, men endast ett märke. Bo Gutevik gör en sista översyn innan dörrarna slås upp för första gången till den nya butiken.

Väl försedda hyllor och diskar. En elegant butik där kunderna säkert kommer att trivas.







# Varför laborera med flera märken

när det finns ett som är helt utan konkurrens?... Som håller en jämn hög kvalitet och som allmänt åtnjuter stor popularitet? Den vänliga motfrågan får vi av färskvaruchefen på Hakonbolaget i Skövde, Karl-Eric Eriksson när vi frågar hur det kommer sig att han helt gått in för Trollhätteglass. Han fortsätter:

— Vi har sålt Trollhätteglass i flera år och anser att vi gjorde ett mycket gott val då vi valde just detta märke. Genom att föra Trollhätteglass tillhandahåller vi våra kunder glass av högsta kvalitet och glass som är värd sitt pris. Det rimmar bra med den politik som är gällande här på Hakonbolaget.

Herr Erikssons kolleger i Kalmar och Oskarshamn delar hans uppfattning. På Ostkusten är Trollhätteglass en nyhet, den introducerades där så sent som i våras och på Eolbolaget i Kalmar träffar vi chefen, disponent Nils Lilja och hans färskvaruchef Thorsten Jostam, som är överens om att Trollhätteglass blivit en succé.

— Vi har märkt att Trollhätteglass faktiskt är en väl inarbetad märkesvara på många håll även här nere. Vi har haft många förfrågningar innan vi bestämde oss för att introducera den och ändå hade vi inte väntat oss en sådan fantastisk framgång. Vi har inte haft några som helst svårigheter utan man har tagit emot Trollhätteglass med stor entusiasm. Vi tycker också själva att det är stimulerande att samarbeta med ett företag som Trollhätteglass. Ett företag som är framåt, som vågar satsa och som oftast är först.

Disponent Filip Henriks i Oskarshamn och färskvaruchefen Allan Marberg tycker också att introduktionen har gått över all förväntan. Trollhätteglass är populär i Oskarshamn och särskilt barnen, säger disponent Henriks, har jag hört blir alltmärka märkesmedvetna och ofta frågar efter just Trollhätteglass.

*Mmmm... mums... mja... det råder ingen tvekan. Bättre glass än Trollhätteglass finns inte!*

## Den skylten drar kunder...



säger våra återförsäljare  
över hela distriktet om Trollhätteglass-skylden.

Man är också mån om  
att få upp den snabbt,  
så snart man börjat sälja den populära glassen.

Vi hade tänkt att distributionen för Falkenberg skulle skötas från Halmstadskontoret. Det blev dock snart klart att här behövdes ett särskilt kontor för kundunderlaget svällde med expressfart. Erling Karlsson och hans medhjälpare Thomas Gustafsson startade försäljningen den 1 april i år.



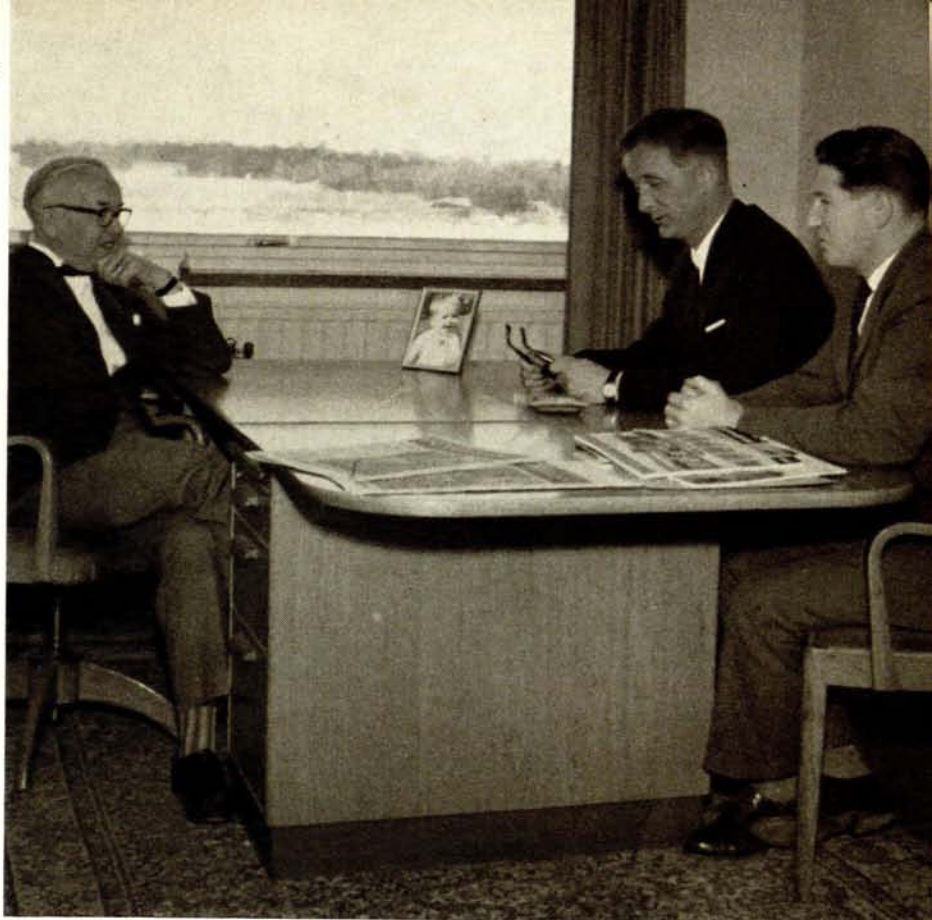
Vid årsskiftet fanns endast någon enstaka kund i Halmstad och ingen söder om staden. Nu kantas de stora badplagerna och gatorna av Trollhätteglass-skyldar och Alf Svenssons distrikt sträcker sig ända ner till Skålderviken i Skåne!



På Eolbolaget i Oskarshamn hade man just besök av en annan av våra stora kunder, disponent Gunnar Gabriellson, Eolchef i Jönköping. Han var helt överens med Filip Henriks och Allan Marberg. Trollhätteglass är en mycket bra och lättsäld produkt och Jönköpingskontoret har helt gått in för detta märke.



Inne i frysrummet är det 30 grader kallt, men ute är det nästan lika varmt och här konstaterar Thorsten Jostam och Bertil Karlsson på Eolbolaget i Kalmar att det är så dags att beställa en ny leverans Trollhätteglass.



— "Det här distriktet är prima och jag är väldigt glad att jag fått det, säger Bengt Carlsson i Amål. Det är kul att jobba och lätt att få nya kunder. Här sätter Bengt upp en skylt utanför Klara Johanssons konditori i Ärjäng. (Det var förresten Klara Johansson, t.v. på bilden, som skrev fjolårets populära schlager "Fröken Johansson och jag" och tittar ni in här kan det tänkas att ni träffar både textförfattarinnan och fröken Johanssons själv, som serverar på stället!)

Karl-Erik Fransson i Borås hoppas på en tomt där han kan få ett större kontor. Han började den 1 maj i år och Trollhätteglass är redan en väl inarbetad produkt i Borås med omnejd.



Trollhätteglass är hett efterlängtat av Blekingeborna. Det har Bertil Fredriksson i Värjö erfarit, när han i sommar levererat glass bl.a. till Löfqvists Livsmedel i Karlskrona. Många detaljister har själva tagit initiativet och ringt och frågat om de kan få bli återförsäljare.





# Trollhätteglass är med

på mässor och utställningar, på nöjes-  
evenemang av olika slag, vid öppnandet  
av nya butiker, överallt lyser det röda  
Trollhätteglassmärket. Överallt går folk omkring  
och mumsar på världens godaste glass.







*Svenska Mässan*



*Dagens Hushåll*

# ...överallt



*Ny livsmedelsbutik —  
Rudo Livs i Göteborg*



*Holiday on Ice*

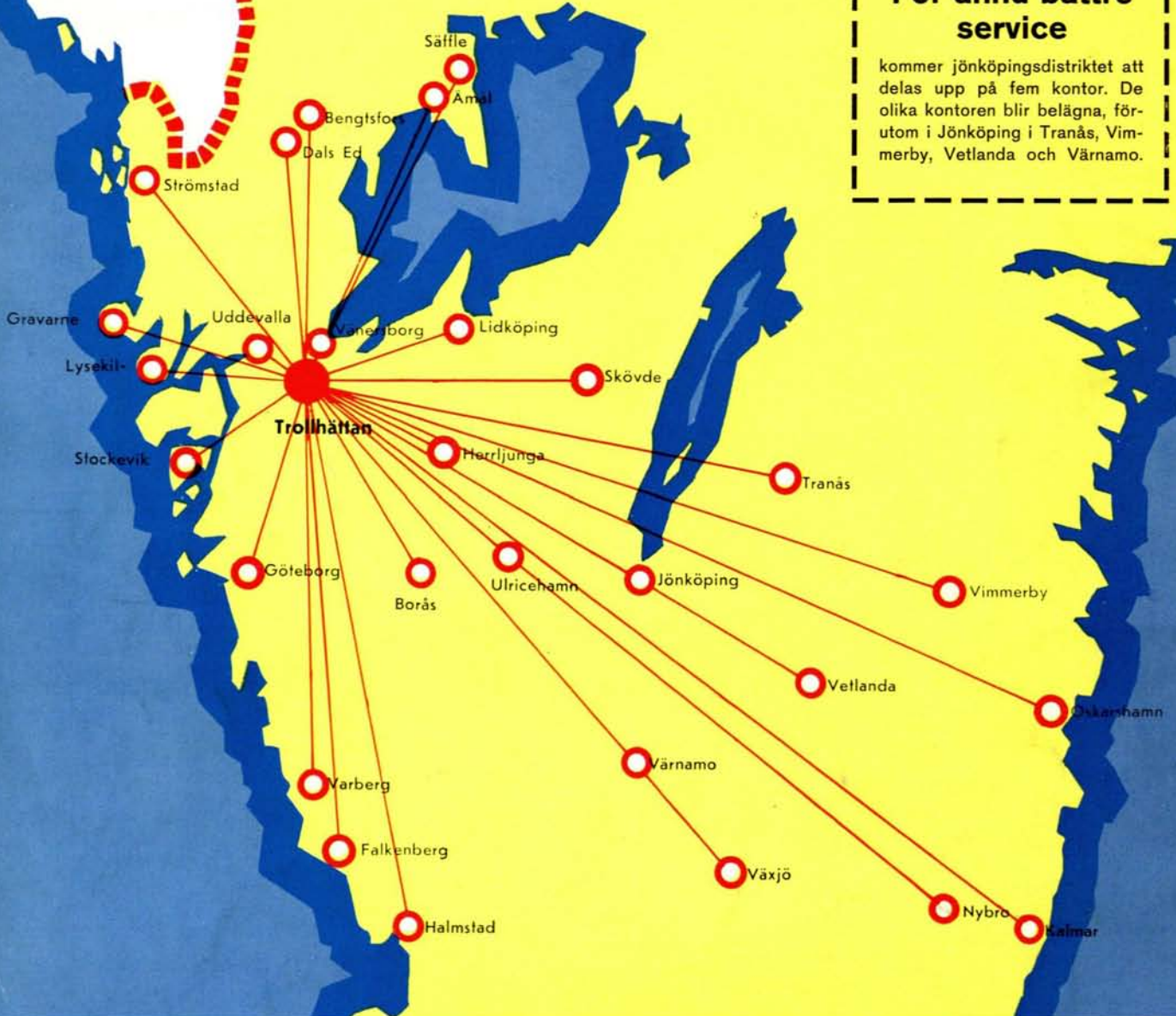




# Trollhättglass utvidgade distributionsnät

## För ännu bättre service

kommer jönköpingsdistriktet att delas upp på fem kontor. De olika kontoren blir belägna, förutom i Jönköping i Tranås, Vimmerby, Vetlanda och Värnamo.



### Försäljningskontor:

Borås  
Falkenberg  
Gravarne  
Göteborg  
Halmstad  
Herrljunga  
Jönköping  
Lysekil  
Stockvik  
Amäl

### Servicebaser:

Bengtstors  
Dals Ed  
Nybro  
Säfte

### Eol-bolagen:

Borås  
Göteborg  
Halmstad  
Jönköping  
Kalmar  
Oskarshamn  
Uddevalla  
Varberg  
Vetlanda  
Värnamo  
Växjö

### Hakonbolagen:

Lidköping  
Skövde  
Amäl

### Övriga kolonialvarugrossister:

Axel Jacobsson AB, Uddevalla  
Lindén & Malmberg AB, Lidköping  
AB Thorsten Appelqvist & Co., Ulricehamn  
Förenade Kolonial i Vänersborg AB, Vänersborg  
Förenade Kolonial i Värnamo AB, Trollhättan