

1983

Ur Tendens nr 5 1983:

Marknadsföreningen i Helsingborg är med sina 50 år en av de äldsta här i landet. 50-årsjubiléet firades med en hejdundrande vårbal på anrika Ramlösa Brunnsshotell en strålande vacker majkväll. Brunnsorkestern i sina stiliga uniformer spelade i Brunnsparken medan de cirka 200 gästerna samlades.

Sedan bjöds inte på "stekt svan" men väl bergtungsfilé, kyckling och glass. Bertil Hjartsjö - marknadsdirektör på Findus - var toastmaster, en uppgift han behärskar till fulländning. Kvällens höjdpunkt var naturligtvis när ordföranden Jan Carlson delade ut årets Måns Bock till Hasse Alfredson; det var Hasses första Helsingborgsutmärkelse. "Hasse Alfredson har aldrig förnekat sitt ursprung och sin tillhörighet till Helsingborg och Nordvästra Skåne. För oss på hemmaplan firade tillhörigheten sina särskilda triumfer när Hasse producerade sin PR-film om Helsingborg - Resan till Södern - en film som tveklöst utnämndes till årets bästa PR-film alla kategorier. I filmen placerar Hasse A generöst Helsingborg i våra hjärtan, mer värd än en resa till Frankrike."

Efter tacktal av förbundsordföranden Rolf E Ericsson blev det så småningom dans till Sega Gubbars orkester, aftonen till ära förstärkt med solisten Anki Nilsson.

Planering inför 900-årsjubiléet

Det fanns även andra programpunkter än 50-årsjubiléet 1983. LEO presenterade t ex ett nytt avvänjningsmedel "Nicorette", det gjordes besök på Höganäsbolaget och på Hilleshög i Landskrona, totalt sex föredrag och seminarier, tre industribesök och fyra program av nöjeskaraktär, varav givetvis julfesten var mest nöjsam med 275 deltagare. Man började också planera inför Helsingborgs 900-årsjubileum 1985 och det marknadskonvent, som föreningen fått uppgiften att genomföra.

På 80-talet skulle man ha en tiger i tanken och i den här HD-annonsen från 1983 får vi också veta att nu minsann kan man även tanka för hundralappar...



Ordföranden Jan Carlson höll på jubiléet detta välkomsttal, som speglar tidsandan på ett utmärkt sätt:

Marknadsföreningens hävdatecknare Ola Hallberg har på ett mycket förtjänstfullt sätt botaniserat i gamla protokoll och aktstycken. Han är upphovsmannen till den underhållande jubileumsrevy, som ni funnit framför er vid varje kuvert.

Får även jag ett ögonblick knyta an till Marknadsföreningens 50-åriga historia och konstatera att dess tillvaro endast celebrerats vid ett tillfälle. Det var när föreningen fyllde 10 år. Då kallade man sig för övrigt för Hälsingborgs Reklamförening, ett namn som så småningom ändrades till Marknadsföreningen i Helsingborg i samband med att man blev medlem i Sveriges Marknadsförbund.

10-årsminnet firades 1943 under en bister tid med pågående världskrig. Man gav bl.a. ut en liten jubileumsskrift och dåvarande ordföranden Albert Bredmark berättade i en uppsats i denna skrift, om hur han en dag fick ett ganska omfångsrikt paket från en riksbekant annonsbyrådirektör. Paketet visade sig innehålla en yxa och på dess skaft hade man klistrat en lapp med följande text: "Kasta inte yxan i sjön!" Uppmaningen var utan tvivel mycket fyndig med tanke på de förhållanden, som då rådde för det svenska näringslivet, som så att säga var ställt på krigsfot. Men den kan tas som en utgångspunkt för en liten efterkrigshistorik.

De krafter, som släpptes lösa, när kriget så småningom tog slut, gav det lyckliga men aningslösa konsumtionssamhälle, som de flesta här har upplevt. Det fick sin första knäck genom oljekriserna i mitten av 1970-talet och som tillsammans med andra faktorer har lett fram till dagens samhällssituation. Det har av några kallats det postindustriella samhället, och en amerikansk förläsare talar i en bokanmälan om "the post-oil shock era". Uppenbart är att den tid är förbi, då nationalekonomer och experter satt och räknade på var och med vad svenska folket skulle arbeta för att ge den bästa lönsamheten, eftersom arbetskraften var en bristvara. Nu har vi fått en produktionsmättnad, där t.ex. arbetskraften räcker till och blir över. Det är totalt sett också så att varor av olika slag räcker väl till och blir över. I den här miljön tror jag det skulle underlätta, om vi hade denna situation - låt oss kalla den mättade marknadens situation - som ett utgångsläge, när vi går ut för att ta marknader med svenska produkter. För det är utlandsmarknaderna det gäller. Det är där vi skall försöka vrida vår ekonomi rätt igen. Det är där vi skall klara av den utlandsskuld, som nu uppgår till 15-20.000 kronor per svensk innevånare. Och vi skall lyckas med detta uppsåt, bl.a. genom att vara bättre marknadsförare.

Med en överlägsen marknadsfilosofi. Och här har marknadsföreningarna sin givna plats och betydelse. Alfa Laval hänvisade i en institutionell annons för inte så länge sedan till Marcus Wallenberg, som hävdade att företag som vill lyckas utomlands alltid måste möta de allra bästa i konkurrensen, aldrig de näst bästa. Först då ligger världsmarknaden öppen för företag från små länder. Det är A-laget vi skall möta. Låt oss ta denna klokhets till våra hjärtan. Vad finns mera, som skall hjälpa oss vidare? – Jo, forskning. Forskningen skall ge den svenska industrin de instrument, som erfordras för att utveckla nya produkter och ge oss nya världspatent. Även här behöver mycket tveksamhet om den nya tidsepokens krav sopas undan. Kvar skall förhoppningsvis bli målmedvetna människor utan tveksamhet, väl motiverade i sina värn. Det skulle sannolikt skapa en bättre trivsel och en tävlan att bli den, som lyckades först.

Med den förhoppningen går vi att fira Marknadsföreningens 50-årsjubileum.

– Jag föreslår att vi reser oss upp och hyllar vår förening med ett trefaldigt leve.

Jan Carlson