

**AB Hötorget  
börsnoteras  
Anställda erbjuds  
köpa aktier**

— sid 8 —

**Förolämpningar  
och felaktigheter  
om Unilever  
i massmedia**

— sid 6 —

**SIF-klubben på HK  
till regeringen:  
Låt Svenska Unilever  
köpa Glace-Bolaget**

— sid 11 —

**Dansk nedläggning  
lyftet för Sunlight?  
Förhandlingar klara  
i slutet av november**

— sid 12 —

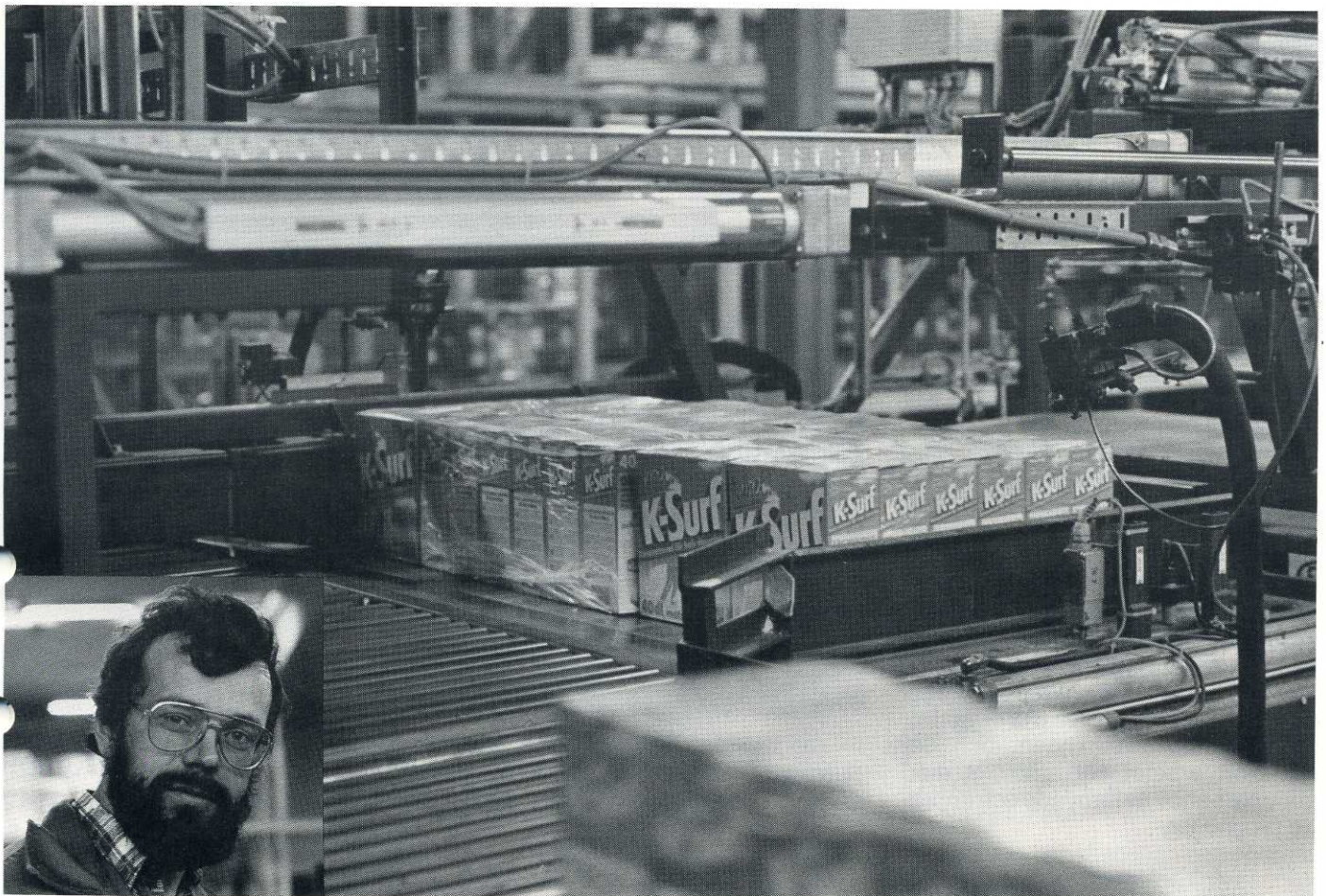


*Karin Nordin jobbar på pulverpackningen på Sunlight i Nyköping. Hon är glad att det går så bra för företaget, men medger att hösten varit slitsam med nattskift och mycket trassel med maskinerna.*

**Treskift i Nyköpingsfabriken**

**för att klara pulverförsäljningen**

— sid 3 —



— Han är en av hjältarna på Sunlight! Så sas det om Roger Valette på den nya pallmaskinen. För även om den maskinen har ökat kapaciteten har den ingalunda varit störningsfri under inkörningsperioden.

## Rekordökning på Sunlight

# Tvättpulvret är redan sålt när det tillverkas

Text och foto: Eva Neveling

**Nu säljs tvättpulver snabbare än man hinner tillverka på Sunlightfabriken i Nyköping.**

**Försäljningsnivån ligger 2.300 ton över 1984 års nivå.**

**För att hinna går fabriken med treskift och kommer att göra så till i mitten av november.**

**— Det är jobbigt, men också väldigt positivt, säger P-G Nyström, produktionschef i Nyköping.**

— Det har hela tiden bara gått bättre och bättre och vi säljer mer och mer pulver, säger **P-G Nyström**. Normalt brukar det vara ganska tomt i lagret efter semestrarna, men så låg som lagernivån var i år så gick det inte att klara med normala förstärkningar, utan vi har varit tvungna att anställa folk och införa treskift.

Det finns naturligtvis många förklaringar till den här ökningen, men sannolikt är det den ökade satsningen på försäljningsaktiviteter, typ SAVA (SamAktiviteter VeckoAnnonsering) som satt fart på försäljningen (se intervjun med **Peter Cassel**). Handeln har Via som lockpris i sina kampanjer och försäljningen har rusat iväg.

— Allt det här kräver mycket av den enskilde, säger P-G Nyström. Även om vi anställer folk på viss tid, och det har vi gjort med drygt 20 personer, så är det ju den rutinerade personalen som får rycka in. Vi kan inte sätta nykomlingar på nattskiftet.

### Alla ställer upp

Och att alla ställer upp går inte att ta miste på. ➔

— Inte vill vi precis jobba natt, säger **Salme Gaal** och **Tina Linderholm** i pulverpackningen, men det är klart att vi också ställer upp om det behövs.

Men många vill gärna jobba natt. Dels ger det mer pengar i plånboken och dels blir det en extra fridag efter en veckas nattskift.

På planeringsavdelningen sitter **Leif Wahlstedt** som spindeln i nätet och slår larm när försäljningsprognoserna kommer från **Åsa Fogelberg** på Centralplaneringen i Stockholm.

— Jag måste se till att lagernivån är tillräcklig och är den inte det måste vi producera mer.

Så enkelt, eller svårt, är det.

När ökningen av Via 80 dl kom i våras körde man i första hand Acman, dvs den maskin som packar 80 dl paketen, och CMC-maskinen för småpaketen fick stå tillbaka.

Men det gick naturligtvis ut över lagernivån på mindre paket och det gick inte hur länge som helst.

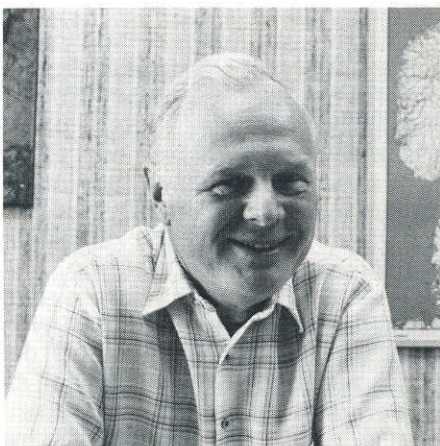
— Vi fick besked om merförsäljningen för sent, tycker **Bertil Malm**, på planeringsavdelningen, och det har gjort arbetet här stressigt med ständigt behov av förnyade och ändrade prognoser.

### Inkörningsproblem

Dessutom har det varit en hel del inkörningsproblem efter semestrarna som medfört gnissel i maskineriet och produktionsförseningar.

Spraytornet i pulvertillverkningen har datoriserats och det har inte gått helt utan störningar och dessutom har en ny pallstation tagits i bruk.

Dessutom har det ibland varit brist på råvaror. Natriumsulfat, som är en mycket viktig ingrediens i tvättmedelstillsättningen, råder det brist på i hela världen och det har inte varit lätt för Sunlight att få fram.



*Leif Wahlstedt sitter som spindeln i nätet på planeringsavdelningen. Det är han som skall styra så att säljprognoserna kan följas upp och tillverkningen av tvättpulver anpassas efter behovet.*



*— Jag kan tänka mig att jobba natt om jag måste, säger Britt-Mari Larsson på pulverpackningen. Visst måste man väl vara glad att vi har jobb!*

Turligt nog fanns det i början av året ett stort lager natriumsulfat och det har räddat situationen tills vidare.

### Vart tar det vägen?

Frågan kan tyckas befängd men på orderavdelningen frågar man sig ibland vart allt tvättpulver tar vägen. **Jack Wahlberg** har jobbat på avdelningen i 25 år och har aldrig upplevt en så ruschig period som nu.

— Det gäller att leverera till rätt kund, säger Jack.

Med det menar han att varje kund måste känna att just han är viktigast och att hans order kommer att behandlas först av alla.

— Men kunderna har också förståelse för att med den enorma försäljningsökning som skett så kan vi inte alltid trola.

Strax före sommarsemestern packades 55 järnvägsvagnar med tvättpulver och det tömde lagret i Nyköping. Sen har Via varit restat hela hösten och det tvättpulver som tillverkas varje dag är i praktiken redan sålt.

— Det smittar av sig till alla kunder, säger Jack Wahlberg. Man har fått klart för sig att det är stor efterfrågan på Via och då vill man gärna beställa litet extra för säkerhets skull.

### Slagit rekord

På lager och distribution har man sla-

git rekord i höst med en utlastning på mellan 300 och 350 ton per dag mot tidigare mellan 100—150.

**Alf Carlsson** på pulverpackningen säger att så låg som sjukfrånvaron varit under augusti-september har den aldrig varit förut.

— Vi har lyft oss i håret. Det handlar mycket om en mental omsällning hos människorna. Alla har ställt upp och insett att det är på individerna det beror om det här lyftet skall lyckas.

— Men det finns naturligtvis en gräns för hur mycket folk orkar jobba, säger **Rolf Johansson** på pulvertillverkningen.

Hans avdelning har kört 10 skift i veckan mot tidigare sju skift och tillverkar just den här veckan i början av oktober drygt 900 ton mot 200 ton en normal vecka.

Det är en entydig bild från Nyköping. Framgångarna för Sunlight beror inte på en människa, inte ens på några stycken.

Tvärtom är det en samlad insats från alla som skapat framgången.

Över allt bland säljare, pulverpackare, förrådsarbetare, truckförare och pulvertillverkare har inställningen varit densamma.

Häng på och ge litet extra.

# Hur kan Sunlight sälja så mycket tvättmedel?

— Vi har förändrat vår strategi de senaste åren, säger **Peter Cassel**, försäljningsdirektör för Sunlight.

— Idag är vår främsta uppgift att närma oss kunden och att se affärsmöjligheter i varje läge. Repräsentanterna har fått ett större ansvar och även tagit över många arbetsuppgifter som tidigare sköttes centralt.

— Vi jobbar också mer flexibelt och ingenting får vara omöjligt för oss när det gäller att ro i land en affär.

Sunlight har ökat sin försäljning med 30% sedan 1981. SAVA-aktiviteterna (SamAktiviteter Vecko-

Annonsering) där Sunlight tillsammans med grossisterna går ut med gemensamma kampanjer har givit mycket gott resultat. I början av augusti



— Vi har jobbat intensivt under de senaste åren för att förändra inställningen till kunden, säger Peter Cassel. Det går inte att sitta stilla och vänta på att det skall hända något. Idag är alla säljarna ute och letar affärsidéer. Och resultatet har ju också varit bra.

såldes under en aktivitet genom ICA-Hakon 110.000 lådor Via. En låda är fem förpackningar och det betyder att 550.000 80 dl paket Via levererades från Nyköping.

— Den här förändringen har inte kommit plötsligt, säger Peter. Det är flera års arbete som ligger bakom. Jag tycker att vi på försäljningsavdelningen började komma igång med de här attitydsförändringarna redan innan Nya Sunlight föddes. Och Nya Sunlight-idén har ju bara förstärkt försäljningsavdelningens eget förändringsarbete.

Och att medvinden i företaget går igen på alla produkter märks tydligt. Via går ojämförligt bäst, men även andra produkter har ökat kraftigt.

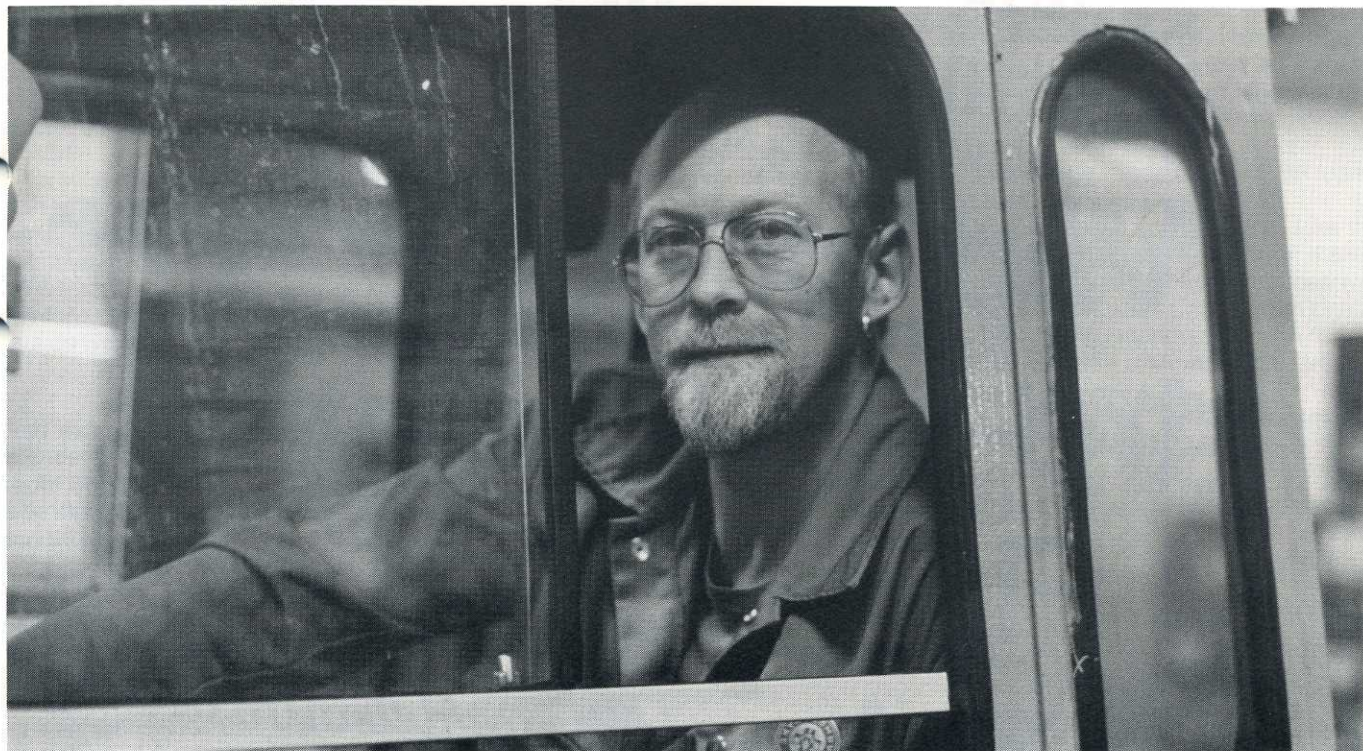
— Det går inte att sitta stilla och vänta på att kunderna ska höra av sig, fortsätter Peter. Idag skall alla säljare vara ute och nosa upp de affärsmöjligheter som finns.

Peter vill sammanfatta de här attitydförändringarna i tre ord:

- Våga
- Experimentera
- Göra
- Nå resultat

— Vi tävlar också mellan regionerna, säger Peter. En viss tävlingsmentalitet tror jag bara är positivt. Säljare gillar det. Det är aktivt arbete som skall ge resultat.

— Det är ju så, säger Peter till sist, att det är resultatet som räknas.



*Cim Rooth, truckförare på förrådet: — Man får inte svika jobbarkompisarna. Om jag inte ställer upp sätter jag dom andra i klistret. Det är viktigast för mig. Och visst jobbar jag gärna natt. Inte för pengarna precis, men nog hägrar det med en extra ledig dag efter en nattvecka.*

## Tävla och vinn middag för två!

En ny konferensvåning med personalutrymmen byggs just nu för fullt i HK:s översta våningar. På våning 17 och 18 kommer det att finnas en hörsal med plats för 40 sittande. Dessutom blir det en personaldel med pentry, så att man kan arrangera luncher och middagar.

Motionsrum blir det på 18:e våningen. Och, kanske mest fantastiskt av allt, det blir en bastu med glasvägg ut mot en otroligt vacker stockholmsutsikt.

Även om det blir stockholmarna som får närmast till de här fina personal- och representationsutrymmena så får de minsann ingen ensamrätt på härligheten.

Nej, alla företag skall kunna boka t ex hörsalen för konferens. Och mer attraktivt läge än Hötorgskontoret mitt i stan blir nog svårt att hitta.

Men vad skall det hela heta? Här är nu plats för alla kreativa begåvade anställda runt om i alla företag i Nyköping, Kristianstad, Tyngsjö och Stockholm.

Gamla Tian är ett minne blott. Vad skall de nya våningarna heta?

Det mest geniala namnet belönas förstås. Första pris är en middag för två (värdet av mat och dryck får ligga på högst 500 kr).

Skicka in Ditt förslag till Unisonts redaktion, adress på baksidan, och bråttom, bråttom är det! **Senast den 2 december måste vi ha Ditt förslag.**

**Centravas sparklubb** har upphört med sin verksamhet. Sparklubben bildades i slutet av 50-talet när Sv Unilevers huvudkontor fortfarande låg på Friggagatan. Föreningsverksamheten upphörde efter några år, men fortfarande 1985 fanns det sex medlemmar som varje månad fick upp till 100 kr draget på sin lön.

Det var den holländske finansdirektören **de Waal** som bildade sparklubben och lockbetet var bl a att man kunde vinna 75 kr till jul varje år.

Att ta ut pengarna däremot var inte så lätt. Först fick man skriva till styrelsen och motivera varför man ville ha pengar. Därefter gick kassören **Kjell Haggren** till banken och översände det önskade beloppet per postväxel.

# Miljoninvestering för Leverindus dunkar



*Catarina Arvidsson matar in dunkar på bandet till fyllningsenheten. Dunkarna kommer i pallstugar från förrådet in på avdelningen genom en luftsluss, fylls, kapsyleras, etiketteras och in på pall, som sträckfilmas, går ut genom en annan luftsluss där lagrets truckar hämtar till färdigvarulagret. (Foto: Daga Nilsson-Lundkvist.)*

Dunkar i tusental... tomma och fyllda. Det är den anblick som möter en, när man tittar in på den nya dunkfyllningslinjen på Sunlight. Linjen som beräknas vara i full produktion i november betjänar helt och hållet Leverindus.

Kapaciteten kommer att ligga på mellan 75—100 liter i minuten och lin-

jen ska inte kräva mer personal än två personer.

Ungefär 3 milj kr har den kostat. På Leverindus är man givetvis glad då man nu kan standardisera dunksortimentet från fyra storlekar till tre, nämligen 5, 10 och 25 liter.

## PRODUKTNYTT



Lipton byter utseende på hela sitt sortiment och lanserar **English Breakfast Tea** i 20 port och 50 portioner förpackningar. Dessutom relanseras **Earl Grey Tea** i 20 portioner och 250 portioner.



**Denim Dry Stick** är den nya torra effektiva antiperspirantsticket. Den skyddar mot lukt och fukt hela dagen.

Stickmarknaden är i stark tillväxt både internationellt och i Sverige.

Pris ca 35 kr.