



Fabs VD Peter Jacobson har haft bråda dagar – ny organisation, nya lokaler, ny profil och därtill firade man samtidigt företagets 60-årsjubileum.

## I nya Fabs förenas två världar

**24 oktober fyllde Fabs 60 år och detta firade man med ett Öppet hus. I samband med aktiviteten passade man också på att visa upp sin nya profil, sina nya lokaler samt presentera den nya organisationen.**

– Allting tog sin början i en omfattande omvärldsanalys där folk såväl internt som utifrån engagerades för att ge sin syn på Fabs. En process som pågick under hela våren, berättar Peter Jakobson VD på Fabs.

Utifrån denna bild drogs riktlinjerna för det fortsatta arbetet upp. Ett arbete som bland annat innehöll översyn av affärsidé, vision och målbild samt en kommunikationsstrategi. I strategin ingick en ny profil för att manifesteras "nya" Fabs, dvs. sammanläggningen av "gamla" FABS och Tekniska kontorets fastighetsavdelning. Över en dag femdubblades organisationen – från sex till 26 personer och antalet kvadratmeter att förvalta växte från 44.000 till 173.000.

– För att föra samman de två skilda

världarna och det bästa av dom till ett gemensamt nytt bolag krävdes bland annat en ny logotyp att enas kring, berättar Per Svensson från svenssonmolin som varit delaktiga i processen.

### VARSAMT

– Vi har gått mycket varsamt fram och tagit till vara det goda som Fabs alltid stått för. För det första har FABS övergått till Fabs – dvs. från enbart versaler till versal/gement då detta är mer korrekt rent uttalsmässigt. Likaså bär den nya logotypen samma färgsignaler som den gamla då dessa är tydliga och omtyckta, förklarar Per och fortsätter:

– Det nya typsnittet heter Suredog och har modifierats en aning, vilket gör det tämligen unikt för just Fabs. Ortsnamnet Alingsås och underräckaren har typsnittet Eurostyle.

Symbolen och typsnittet är tänkt att spegla fastigheter/hus, en nydaning med inslag av arkitektur/design samt en detalj som kan gå igen i andra sammanhang. Vidare är tanken att man skall förstå att två olika världar/kulturer (två tak) förts samman. Taken är samma F som ingångsbokstaven i Fabs fast lite snett liggande.

Till logotypen finns också en underräckare – Känsla för fastigheter.

– Tanken är att underräckaren skall förmedla dels vad Fabs de facto gör, dels en känsla/attityd/kunskap som Fabs kan addera till detta – dvs. en blandning av hård- och mjukvara.

## Det går bra...

...**för svenssonmolin**. Och det är inte utan viss stolthet jag säger det. Dryga tio år av hårt och målmedvetet arbete börjar ge resultat. Vi har en stor och trogen kundkrets, ett bra nätverk, lojala och kompetenta medarbetare, en omsättningsökning med 35 procent, god rörelsemarginal och soliditet samt kan påvisa ett bra resultat under det senaste räkenskapsåret.

Varför nämner jag då detta? Jo, för att jag ser det som ett tecken på att vi gör ett gott jobb och att våra kunder är nöjda med det vi levererar.

För det skall ni veta – vi är inte nöjda om inte våra kunder är det. För oss handlar det inte om att bara leverera en produkt – den skall också uppfylla ett ändamål som tillfredsställer vår uppdragsgivare och som genererar avsättning i nästa led. På så sätt byggs långvariga relationer upp oss emellan.

**Ingenting är dock** så bra att det inte kan bli bättre. Just därför jobbar vi konsekvent med att utveckla oss både som företag och som individer. Exempel på det kan vara vidareutbildning, vassare utrustning, friskvård, bra arbetsmiljö och möjlighet att få inspiration utifrån. Allt komponenter i vårt ständiga förbättringsarbete.

Vår ambition har aldrig varit att växa för växandets skull utan i takt med tiden. Just nu är det en sådan tid. Under de senaste två åren har vi vuxit med en person per år och för tillfället är vi inne i en ny rekryteringsprocess. Nu letar vi efter en ersättare till Anna som skall ha tvillingar i början av nästa år.

En annan uttalad filosofi är att engagera oss i det samhälle vi verkar i – i de flesta fall helt ideellt. Vi vill på det sättet aktivt bidra till en positiv utveckling för oss alla i kommunen. Som ett led i detta arbete kommer vi framgent att i mån av tid erbjuda praktikplatser till ungdomar som studerar på gymnasienivå och högre och är intresserade av marknadskommunikativa frågor. Ett sätt för oss att ge dessa ungdomar en chans att få insyn i vår värld. Vem vet – kanske hittar vi morgondagens svenssonmolinare bland dem som får chansen...

**God Jul och Gott Nytt År!**

Per Svensson, VD

## Kunskapskällan ser om sitt hus

Vid hotet om en ny gymnasiereform 2007 drog Kunskapskällan, Herrljunga gymnasieskola, igång en översyn av sin verksamhet ur ett kommunikativt perspektiv. Tanken var att precisera nuläget och vad som eventuellt behöver förbättras för att stå bättre rustade inför en framtida allt tuffare konkurrens. Uppdraget gick till svenssonmolin.

– Syftet är att förbättra vår kommunikation och målet att slå vakt om det elevantal vi har idag och på sikt öka det. Men också att "öppna upp" och skapa bättre kännedom om skolan hos såväl allmänheten som företag och organisationer i kommunen, säger Ulf Peterson på Kunskapskällan.

Arbetet delas in i fyra faser där den första är en genomlysning/analys av verksamheten med fokus på den kommunikativa delen – såväl internt som externt. Syftet här var bland annat att ta reda på hur självbilden ser ut, hur man ser på skolan utifrån, dess styrka och svagheter,



Ulf Peterson, rektor på Kunskapskällan.

unicitet och värdeord samt framtida möjligheter. Arbetet redovisades i en rapport.

Steg två innehåller en kommunikationsstrategi, steg tre berör framtagningen av marknadskommunikativa verktyg och det sista steget gäller genomförandefasen.

Under resans gång förändrades förutsättningarna en aning då den nya regeringen rev upp den nya gymnasiereformen. Det lär dock hända

mycket på skolfronten framöver om man tolkar signalerna rätt.

– Vi har redan gjort vår hemläxa och lär stå väl rustade, säger Ulf Peterson.

## På turné med ABB Kabeldon



Nils Erik Molin intervjuar Kristoffer Ekman och Peter Andersson vid lanseringen i Täby.

**Vi har varit på turné... Det kan valda delar av ABB Kabeldons personal skryta med. Under oktober månad åkte de nämligen land och rike runt för lansering av en ny produkt. Med på resan fanns svenssonmolin, som här hade rollen av moderator.**

Att ABB Kabeldon ger sig ut på lanseringsturné tillhör inte de vanliga rutinerna. Senast det begav sig var för åtta år sedan då nya kabelskåp, eller kapslingar, introducerades. Den här gången handlade det om en ny generation apparater till dessa skåp.

– Vi bjöd in representanter för elnätbolag och grossister bland andra. För oss var det ett sätt att visa upp och informera om den nya produkten. I samband med

visningen genomförde vi också ett antal workshops, säger Mia Ekendahl-Wisur, chef Marknadskommunikation på ABB Kabeldon.

Visningen i sig bestod av ett scenframträdande under Nils Erik Molins ledning. Bland hans intervjuoffer återfanns divisionschefen Niklas Lindblom som berättade om dagens verksamhet på företaget. Tekniska chefen Claes Söderström gav en historisk återblick på utvecklingen av kapslingar och apparater. Peter Andersson, försäljningschef för Norden, och projektledare Kristoffer Ekman berättade om projektet och om förändringar och fördelarna med de nya apparaterna. Allt förstärktes med film, bildspel, ljud och ljus.

Orterna som besöktes var Borlänge, Umeå, Hässleholm, Borås och Täby.



16 hyllmil ryms i KB:s bokmagasin. En av guiderna var Olle Halldin, ansvarig för affischsamlingen.

# KB – en nationalklenod

Kungliga biblioteket (KB) är Sveriges nationalbibliotek. Det betyder bland annat att man samlar in allt som trycks och ges ut i Sverige, och har så gjort ända sedan 1600-talet. När svenssonmolin företog ett studiebesök på KB hittade vi mycket intressant, däribland mängder av trycksaker vi själva producerat.

KB har till uppgift att samla, bevara, beskriva och tillhandahålla svenskt tryck och vissa elektroniska publikationer och samlar också utomlands utgivna publikationer med svensk anknytning. Men har också stora, äldre samlingar av utländska böcker, handskrifter samt kartor och bilder.

I KB:s gömmor finns en veritabel skatt i form av tidningar, affischer, bilder, handskrifter, musiktryck, kartor, okatalogiserat tryck (reklam) och hemsidor. En stor del finns också i digitaliserad eller mikrofilmad form.

Man kan läsa dagstidningar från hela världen. Det finns också en särskild mikrofilm-läsesal där man kan läsa alla svenska

dagstidningar och många utländska på film. Exempelvis fanns Alingsås Tidnings alla nummer i läsesalen – ända sedan 1865!

## ”FÖR ALL FRAMTID”

KB:s material skall tillgängliggöras på alla tänkbara sätt. Kommer det inte människor till del så har det heller inget värde för människor, resonerar man. En sund filosofi men inte alltid förenlig med uppgiften att bevara materialet ”för all framtid”.

Men det är givetvis inte utan att man känner historiens vingslag när man vandrar i biblioteket. När vi var nere i katakomberna för att titta på den fascinerande affischsamlingen upptäckte vi riktigt gamla böcker i hyllorna. Att stå och titta i en bok från 1548 får en att reflektera – den skrevs tolv år innan Gustav Vasa dog!

Vi tittade även i gamla tidningslägg, bl a Aftonbladet från tidigt 1800-tal och Post och Inrikes Tidningar från 1700-talet.

KB har sin upprinnelse i den pliktleveranslag som 1661 stadgade att alla boktryckare i det svenska riket skulle skicka in allt de tryckt till kungens kansli. Denna

föreskrift tillkom i övervakningssyfte och inte i omsorgen att bevara den nyutkomna litteraturen åt forskningen.

Idag finns 7 230 pliktleverantörer i landet som skickar in sju exemplar av allt de tryckt till KB, vars pliktleveransenheter tar emot runt 200 000 tryck på årsbasis.

Här märks 18 000 monografier, 10 000 rapportserier, 1 500 årsböcker, 30 000 tidskriftshäften, 1 000 musikalier, 1 000 kartor, 130 000 okatalogiserat tryck, 6 000 affischer, 2 500 bilder och 200 nya media. Därtill kommer cirka 128 000 dagstidningar.

Svenska webbsidor har samlats in sedan 1997. Detta ombesörjs av en robot som gör två svepningar av nätet per år. Till dags dato har man samlat in 75 miljoner webbsidor.

KB:s material förvaras till största delen i berggrumsmagasin. Under byggnaden i Humlegården finns två huskroppar nedsprängda. De är 150 meter långa, tretton meter breda och i fem våningar – vardera!

Ett besök på KB är verkligen att rekommendera. Om ni inte har vägarna förbi Humlegården på Östermalm så passa i alla fall på att besöka vårt nationalbiblioteks hemsida [www.kb.se](http://www.kb.se).



Böckerna finns i två stora magasin under jord.

## EKpressen två ute

**För en tid sedan** kom nummer två av Sparbanken Alingsås affärstidning EKpressen ut. Även vid detta tillfälle gavs den ut i fyra olika editioner riktade till företag i Alingsås, Herrljunga, Lerum och Vårgårda kommuner. Tidningarna innehåller ett visst lokalt material men merparten är dock gemensamt. I det senaste numret kunde man bland annat läsa om varför företag i de fyra kommunerna vänt sig just till Sparbanken Alingsås för ett partnerskap. Tidningen innehöll också artiklar om Private Banking, sakförsäkringar och olika typer av korttjänster.

## Första spadtaget i Stadsskogen

**Tisdagen** den 5 december klockan 11.00 tas första spadtaget i Stadsskogen. Då manifesterar partnerskapet tillsammans det unika bostadsprojektet och det faktum att man nu på allvar sätter spadarna i jorden. Först ut är Trollängen Bostads AB och sedan följer de andra aktörerna i rask takt. Hösten 2007 planeras första inflyttning och i första etappen skall ca 300 bostäder färdigställas. Invigningstalare vid det historiska spadtaget är kommunalrådet Elver Jonsson och Kjell Hult på kommunledningskontoret.

svenssonmolin  
marknadskommunikation ab  
Hantverksgatan 12  
Box 118  
441 23 Alingsås  
Tel 0322-63 33 10  
Fax 0322-63 34 85  
info@svenssonmolin.se  
[www.svenssonmolin.se](http://www.svenssonmolin.se)



## Hallå där...

...Tore Bertilsson,  
bördig från  
Vårgårda, vad  
gör du idag?

– Jag är finans-  
direktör och vice  
VD på SKF.



**Hur har din  
karriär sett ut?**

– Efter studierna arbetade jag i några år på TryggHansa. Sedan var jag på SE Banken i tolv år och där var det jobb med storföretag och utlandsrörelser som gällde. För 16 år sedan började jag så på SKF, där jag 1995 utsågs till finansdirektör och 2004 till vice VD.

**Vad är det som fått dig att stanna på SKF?**

– SKF är ett jordnära företag som står för bra och sunda värden. Vi lägger fokus på förbättringar, utveckling och kundnytta. Det är helt enkelt roligt att jobba här och det är lätt för en Vårgårdapojk att känna sig hemma här.

**Du bor i Göteborg?**

– Ja, tillsammans med en av sönerna. Den andre är utflugen. Och sedan har jag en särbo.

**På tal om Vårgårda, har du några kontakter kvar där?**

– Mamma bor där så jag är i Vårgårda en till två gånger i månaden. Då och då träffar jag gamla kompisar därifrån – även om de inte bor kvar. Då blir det snack om vad som händer i kommunen, hur det går med fotbollen och vad som stått i Alingsås Tidning. Så visst har jag hyfsad koll på läget.

**Tack för att du tog dig tid.**

– Tack själv och ha det så bra.

# Luna fyller 90 år

## – firar med intensiva marknadsaktiviteter

2007 fyller Luna 90 år. Det är något som kommer att uppmärksammas på ett flertal olika sätt under året. Inte minst genom Lunas marknadsaktiviteter, som kommer att bli fler och mer omfattande än de brukar vara.



1917 startade Carl Lindahl en firma i Alingsås för engrosförsäljning av maskiner och verktyg. 90 år senare är Luna en av Nordens ledande leverantörer av verktyg och maskiner för professionellt bruk inom industri- och byggsektorn. Man har också egen verksamhet i Baltikum, Polen, Kina och Taiwan.

Under jubileumsåret kommer Luna att genomföra en mängd aktiviteter och kampanjer. Alla presenteras utförligt i Lunas marknadsplan för 2007, en sexsidig folder som skickas ut till kunderna och är producerad tillsammans med svenssonmolin.

Därtill kommer också Lunas egen mäsas – Industri & Byggexpo, som man arrangerar tillsammans med systerföretagen Gigant, Grunda, Skydda, Essve, Momentum och Anders-Petter, att bli något utöver det vanliga. Den pågår under tre dagar i mars på Åhaga i Borås. Det blir mässaaktiviteter på dagarna och festligheter med underhållning på Grand Hotel på kvällarna. Även här har svenssonmolin bidragit med två trycksaker i form av en presentationsbroschyr för mässan och en folder för festligheterna.

## Många intryck i Stockholm

**19 oktober deltog svenssonmolin i Sveriges Marknadsförbunds Tendensdag på Cirkus i Stockholm. På programmet stod bland annat seminarier och föreläsningar om och kring varumärken och design.**

Dagen inleddes med två intressanta föreläsningar: Claes Fornell, professor vid Michigan University, pratade om Nöjdhetsindex och Adam Morgan, varumärkesguru från England, om hur man kan finna nya möjligheter för sitt varumärke och vitalisera och utveckla det.

Därefter vidtog tre seminarier med lite olika fokus: Försäljning med varumärken, Försäljning med design samt Effekter och marknadsinformation.

Talarskaran utgjordes av bland andra Rory Sutherland, creative director på reklambyråen Ogilvy, Göran Johansson, kommunalråd i Göteborg, Lars Nittve, chef för Moderna Museet, Henrik Otto, chefsdesigner på Electrolux, Magnus Andersson, koncernchef Orrefors Kosta Boda samt Mats Lindgren, VD Kairos Future.

Efter en hel dags matnyttiga intryck var det dags för de kulinariska och musikaliska intrycken i form av middag och succéforeställningen Mamma Mia!

– En mycket trevlig och givande dag. Det är alltid utvecklande att komma ut och vidga sina vyer och hämta lite ny inspiration, kommenterar Per Svensson.