



Magnus Berthling är sedan många år konsult specialiserad på struktur-, strategi- och affärsutvecklingsfrågor inom detaljhandeln. Gå gärna in på [www.mbaaffarsutveckling.se](http://www.mbaaffarsutveckling.se) för att läsa mer om utvecklingen inom detaljhandeln.

# Framtiden för färgbranschens kedjebildningar – många hotbilder, svåra val men också stora möjligheter

Samarbeten mellan självägande detaljister i frivilliga kedjegrupperingar är en unik företeelse som länge präglat svensk detaljhandel. Ingen annanstans i världen har den frivilliga kedjan fått en så dominerande marknadsposition som här. Men när nu en rasande snabb strukturomvandling sveper över detaljhandeln och alla dess områden så börjar vi se tydliga tecken på att frivilligkedjans storhetstid är över – åtminstone i sin nuvarande form.

Inom färgbranschen har frivilligkedjorna historiskt haft en stark ställning. Men kedjornas utveckling har också präglats av de täta allianser som de har haft med bakomliggande tillverkare. Allianser som säkert haft många positiva sidor, till exempel att vi har en genomgående hög standard på butikerna inom svensk färgfackhandel, men också skapat ett ömsesidigt beroende vilket på en del punkter hämmat kedjornas interna utveckling.

## NYA PROBLEM OCH GRUPPERINGAR

När handelns strukturförändringar nu också börjar nå färgbranschen ställs frivilliga grupperingar inför nya problem och utmaningar såsom en ökad konkurrens och tilltagande branschblandning. Färg som varugrupp har börjar leta sig ut i allt fler kanaler, från en ofta väldigt prisaggressiv volymhandel i olika tappningar till aktörer som vill bli heltäckande "Gör-det-självd-destinationer". Denna branschblandning är på intet sätt slutförd, tvärtom kommer vi få se färg paketeras i ännu fler sammanhang och i många nya former. Och nya aktörer som tar upp färg i sitt sortiment är oftast helintegrerade system med en mycket effektiv varuförsörjning och logistik.

Inte nog med att fler kanaler börjar sälja färg. Frivilliga kedjegrupperingar inom branschen har ofta inköpsmodeller som bygger på lösa ramavtal där enskilda butikerna lägger sina individuella beställningar i stället för att låta kedjecentralen samla ihop och upphandla konkreta varuvolymer. Frågan är om denna modell egentligen gynnar någon av parterna, då det finns risk att systemet håller uppe leverantörernas supportkostnader och att utvecklingen av rationella beställnings- och logistikhjälpmedel bromsas. Och kombinationen av höga inpriser och stora marginalkrav kan göra att den traditionella fackhandeln prisar ut sig på marknaden gentemot de nya kanalerna som

arbetar med helt andra nyckeltal och inköpsmetoder.

#### FRIVILLIGKEDJAN UNDER SNABB FÖRÄNDRING

Tittar vi på detaljhandeln i stort och på vad som sker i andra branscher så kan man konstatera att den frivilliga kedjeformen är under snabb förändring. Bland de grupperingar som går framåt kan man genomgående hitta några gemensamma drag:

#### STRAMARE SAMARBETSKONCEPT

Det är oundvikligt att friheten för de enskilda medlemsföretagen framöver mer kommer att handla om att gå in eller ur ett koncept snarare än att på daglig basis vraka och välja ur en gottpåse av ramavtal och marknadsföringsmaterial. Kedjor som valt att strama upp sina koncept går i de flesta fall framåt, medan grupperingar som är kvar i lösa former stagnerar och tappar marknadsandelar i snabb takt.

#### EN AKTIV ETABLERINGSSTRATEGI

Frivilligkedjorna har med få undantag inte velat eller klarat av att vara med när nya, attraktiva marknadsplatser och köpcentrum har etablerats utan har fått lämna plats till integrerade och resursstarka filialföretag. Men det finns också undantag. Inom till exempel ICA har man med hjälp av sitt så kallade 91/9-koncept under många år varit mycket aggressiva i etableringsfrågor och kollektivt stöttat nya handlare att starta butiker i strategiskt viktiga handelslägen.

#### EN TYDLIG MARKNADSPROFIL

I dagens våldsamma mediebrus klarar den stackars konsumenten inte att ta till sig för många budskap. En butik där man friskt blandar det egna namnet med kedjans och kanske även leverantörernas varumärken blir i slutändan otydlig, vilket leder till att marknadsföringen tappar i effekt.

#### TOTALGREPP OM VARUFÖRSÖRJNINGEN.

Dagens starka kedjor uppträder som en samlad köpare, förhandlar om konkreta volymer och har i de flesta fall tillgång till en egen logistikapparat.

Man förhandlar bort onödiga kostnader och får därmed tillgång till en helt annan prisbild än det traditionella sättet att arbeta med ramavtal. Dessutom sparar ett samlat inköpsarbete mycket tid och kraft ute i butiksledet som kan användas till bland annat kunder och personal.

#### EGNA MÄRKESVAROR

En pusselbit i ett effektivare inköpsarbete är i många fall att ta fram egna produktlinjer och sälja dessa under kedjans eget varumärke. Rätt hanterat skapar egna varumärken både ökade marginaler och hjälper till att tydliggöra kedjeprofilen.

#### INTENSIV IT-UTVECKLING

Effektiva stödssystem i allt från inköp till kassafunktioner

## Ligg steget före dina kunder



Biljetten gäller även till Bostadsrättsmässan

### Välkommen till Living Colour 2005

Se nyheterna, känn trenderna och diskutera med leverantörerna på Sveriges ledande mötesplats för färg, vägg och golvbranschen! Årets tema är "livsstil" där slutkunden står i centrum. Följ våra fiktiva personer redan idag på [www.livingcolour.se](http://www.livingcolour.se)

- **Tematorg:** Vård Skola Omsorg
- **Torpet** med fokus på byggnadsvård
- **Inramningsverkstad**
- **Utställarnas kortpresentationer**
- **Seminarier** om trender & kundvård
- **Inramningstävling**
- **Konstnärer** som målar på plats
- **Livsstilshus**, väntrum och caféer

Du hittar livsstilarna, trenderna och nyheterna på:

## Fackmässan living colour

**18-20 mars 2005**

**Fredag 9.00 -17.00, Lördag och Söndag 10.00-16.00**

På Living Colour hittar du allt som finns i en modern färghandel och det professionella måleriföretaget.

Skriv ut din biljett till mässan, boka hotell till mässpris och läs mer om aktuella seminarier på:

**[www.livingcolour.se](http://www.livingcolour.se)**



Stockholmsmässan



I samarbete med Sveriges  
Färghandlarnas Riksförbund  
och Målaremästarna