

BMG byter namn till BMD

Medlemmarnas uppfattning är att ByggMaterialDistributörerna bättre motsvarar verksamheten och gemenskapen hos medlemsföretagen. Grossist har ju, oavsett bransch, fått en stämpel på sig att vara förenat med cigarrökande, restaurantbesökande och välmående grosshandlare. En grossist i dag är naturligtvis lika hårt arbetande och engagerad i sin verksamhet som vilken annan företagare som helst, oavsett bransch.

Egentligen är namnet fullständigt egalt, men omvärlden har under de senaste åren tvingat fram andra namn som just distributör, logistiker, speditör, transportör, förmedlare, importör, agent med flera benämningar. Egentligen är alla rätt, för grossistens roll har alltid varit och kommer alltid vara en tjänande roll för producenter till detaljister. Men genom nya benämningar av verksamheten försöker man få den till något annat än vad den är.

Men primärt är att genom import, agentverksamhet eller förlängd arm för någon producent, kunna tillhandahålla intressanta varor för detaljhandeln. Därefter lagerhålla, tillföra ett mervärde genom olika bearbetningar av varan och distribuera den till den mottagande handlaren i den mängd vederbörande önskar och vid önskat tillfälle (till bästa möjliga pris). Att kunna marknadsföra, känna reklamationsansvar samt sist men icke minst vara kreditgivare, är en uppgift som producenter alltid uppskattar, om inte annat så när betalningssvårigheter uppstår hos handeln. Med den nya teknikens hjälp, gemensam valuta utan spekulationer, ökad språkkunskap och orädsla hos yngre medarbetare, skapas kontakter snabbt och enkelt över hela världen.

Så även i fortsättningen kommer BMD:s medlemsföretag (oavsett namn) och kollegor i närliggande branscher, att kunna tillhandahålla de bästa produkterna för att den enskilde handlaren skall få möjlighet till bästa tänkbara lönsamhet i sin verksamhet. Alla kommer att kunna vara nöjda, om man satsar sina resurser och kunskaper på det man bäst kan och är lämpad för, på grund av och tack vare erfarenheter, traditioner och utbildning.

Så resan eller utvecklingen från Kalles Trävaror i en gammal, kall lada till Bauhaus eller specialvaruhus med annat sofistikerat namn, är nog egentligen enbart Kejsarens nya kläder. En saga som vi alla läst och som fyller 200 år i år genom sin skapare och författare. Men även grossisten vill vara modern och aktuell, så därför anpassar man sig till omvärldens krav på förändring och förnyelse.

Göteborg den 24 mars 2005

Ulf Norgren
Ordförande i BMG