

DANSK ERHVERV



Mød statsministeren til Dansk Erhvervs Årsdag torsdag den 10. maj 2007

Side 3

Medlemsavis for 20.000 virksomheder og 100 brancheforeninger i Dansk Erhverv · # 10 · 18.-20. april 2007

www.danskerhverv.com

Danmark er andet end bacon, vindmøller og Den Lille Havfrue

■ Som så meget andet skal lande i dag brandes, og Danmark skal være blandt de bedste. Dansk Erhvervs Årsdag den 10. maj tager udfordringen op

AF ANDERS STJERNHOLM >

Resten af verden trænger til at vide, at Danmark er andet end bacon, vindmøller og Den Lille Havfrue.

På Dansk Erhvervs Årsdag 2007 torsdag den 10. maj sættes fokus på varemærket "Danmark". Branding af nationer er blevet en vigtig faktor i den globale konkurrence. Det er lettere at afsætte produkter og ydelser på internationale markeder, når man har et nationbrand i ryggen, der skaber tillid hos kunden. Sådan et nationbrand skal Danmark være.

"Det er vigtigt at markedsføre Danmark klart og tydeligt i den globale konkurrence. Globalt skal man vide og kende til Danmarks styrkeposition," siger direktør Katia K. Østergaard, Dansk Erhverv.

Fælles fodslag

Det er alle enige om. Regeringen har derfor afsat 412 millioner kroner til at sikre vor nations position som en innovativ forskningsleder, aktiv handelspartner og kompetent serviceleverandør i fremtiden. Den nye markedsføringsplan faldt på plads ved et bredt forlig den 2. april.

"Vi er et land med meget at byde på og stærke virksomheder inden for design, transport, IT, energi- og miljøteknologi samt meget andet, som vi skal sørge for, der kommer et bedre kendskab til," siger økonomi- og erhvervsminister Bendt Bendtsen til Dansk Erhverv og tilføjer: Samtidig ved vi, at mange forbrugere er villige til at betale mere for produkter, der er fremstillet et sted kendt for god kvalitet, smart design, høj effektivitet eller andet positivt. Der er derfor kort sagt penge i at være kendt for noget godt. Så når vi er kendt og respekteret i udlandet, kommer det alle virksomheder til gavn."

Dansk Erhverv hilser det velkommen, at regeringen har formået at samle et meget bredt politisk flertal bag en markedsføringsindsats af Danmark:

"Planens store styrke er, at den tager fat på udfordringerne over en bred kam, og at regeringens udvalgte fokusområder er velvalgte," siger Katia K. Østergaard i en kommentar til regeringens nye handlingsplan:

"Markedsføringen skal være så klar og entydig, at den kan anvendes

BRANDING AF DANMARK

bredt i dansk erhvervsliv som et fælles udgangspunkt for de mange forskellige erhvervsinteresser, vi har."

Service og viden

Dansk Erhverv peger især på de videnbaserede brancher som de vigtigste indsatsområder:

"Danmark skal sælges på vore stærke serviceerhverv og vidensservice, som vi skal leve af i fremtiden. På alle områder bør det understre-

ges, at Danmark skal brandes som et videnssamfund, som skaber merværdi via viden, kreativitet, innovation og design, påpeger Katia K. Østergaard.

Dansk Erhverv peger endvidere på, at fordelingen af de godt 400 millioner kroner bør ske på en sådan måde, at indsatsen bliver fokuseret og ikke bliver spredt ud på alt for mange initiativer. Især ønsker organisationen at satse på turisterhvervet og skabe events af international betydning.

Læs mere om Dansk Erhvervs Årsdag 2007 på side 3



Simon Anholt

På Dansk Erhvervs Årsdag 2007 vil du kunne høre indlæg fra manden, der opfandt begrebet "Nation Branding".

Englænderen Simon Anholt rådgiver cirka 15 nationer i brandingspørgsmål - blandt dem Storbritannien, Holland og Tyskland.

"The Anholt Nation Brand Index" er et kvartårligt opdateret indeks over verdens landes position i forhold til hinanden. Indekset udarbejdes ved rundspørger hos cirka 26.000 forbrugere i 35 lande, hvorudfra man kan se den globale befolknings opfattelse af forskellige nationer.



Gode råd til EU's forbrugerkommissær

Side 5



Dagligvarehandlen i kamp for det sunde valg

Side 7



BAR Handel hædret for at sikre unges arbejdsmiljø

Bagsiden

Staten sætter konkurrencen over styr



Af Lars Krobæk
Administrerende direktør
Dansk Erhverv

Dansk Erhverv har udtrykt bekymring over statens nye leverandørstrategi, hvor antallet af leverandører indskrænkes for at presse prisen mest muligt. Finansminister Thor Pedersens indlæg i pressen tyder ikke på, at han har lyttet seriøst til kritikken.

Når det gælder kopimaskiner og printere er Finansministeriet gået så vidt, at det i de kommende år udelukkende vil handle med én leverandør. På andre områder som for eksempel kontormøbler og pc'ere er antallet af leverandører skåret ned til blot tre.

Dansk Erhverv ser flere farer ved denne fremgangsmåde. Når staten som den absolut største kunde i markedet begrænser antallet af leverandører, så risikerer den at sende nogle leverandører helt ud af markedet til skade for konkurrencen og de mindre kunder.

Når konkurrencen formindskes, så risikerer det at påvirke udviklingen af nye produkter og tjenesteydelser i negativ retning. Finansministeren varslers oven i købet at ville udbrede tankegangen om eneleverandører til flere områder i den kommende tid. En række af de nye stor-kommuner har fulgt trop og tilsluttet sig statens indkøbsaftaler.

Det er svært at bebrejde finansministeren og kommunerne, at de vil effektivisere de offentlige indkøb. De private leverandører har allerede bidraget positivt hertil med for eksempel de offentlige indkøbsportaler. Senest med elektronisk fakturering, som sikrer offentlige myndigheder væsentlige administrative besparelser ved håndtering af fakturaer.

Sammen med IT-Branchen, De Samvirkende Købmænd samt Dansk Transport og Logistik anbefaler Dansk Erhverv derfor, at den offentlige indkøbspolitik i højere grad tager hensyn til den måde, hvorpå den påvirker hele leverandørmarkedet. Det gælder med andre ord for den offentlige sektor om at manøvrere hårfint på et marked, hvor der kan være andre hensyn at tage end den umiddelbart laveste pris.

Både små og store indkøbere - som for eksempel staten - har nemlig en naturlig interesse i at sikre, at der også i fremtiden vil være konkurrence mellem flere leverandører.



Dansk Erhvervs Årsdag 2007 holdes i Bella Center. (Foto: Bella Center).

Invitation

Dansk Erhvervs Årsdag 2007

■ Dansk Erhverv har fornøjelsen at invitere alle sine medlemmer til Årsdag 2007

- **Bella Center, København**
- **Torsdag den 10. maj 2007**
- **Kl. 14.00-17.45**

Dansk Erhverv sætter på sin Årsdag 2007 fokus på Danmarks internationale brand - hvad er Danmark kendt for, og hvad ønsker vi at være kendt for?

I en globaliseret verden kan Danmarks internationale image ændre sig hurtigt. Men i konkurrencen om investeringer, arbejdskraft og turister gælder det om at være kendt - og at være kendt for de rigtige ting. Men hvad er vi egentlig kendt for, og er det godt nok? Er det den lille hav-

frue, velfærdsstaten, møbeldesign eller nanoteknologi, der tegner billedet af Danmark?

Regeringen vil "brande" Danmark og sætte fokus på Danmark som kreativ nation, der kan tiltrække turister, arbejdskraft, uddannelsessøgende og investeringer. Men er det de rigtige ting at satse på, og hvor passer erhvervslivet ind?

På Dansk Erhvervs Årsdag kan du møde inspirerende oplægsholdere fra Danmark og udlandet, der fra forskellige vinkler ser på mulighederne for at skærpe Danmarks profil på den globale scene.

Tilmeld dig på: www.danskerhverv.dk

Udgives af:

**DANSK
ERHVERV**

Børsen
1217 København K.
Telefon 33 74 60 00
Fax 33 74 60 80

info@danskerhverv.com
www.danskerhverv.com

Redaktion:

Carlos Villaro Lassen
(ansvarshavende redaktør).
Kristian Kongensgaard. Dorthe Pihl.
Jesper Brønnum. Kim Østrøm.
Malene Rasmussen. Anders Stjernholm.
Michael E.J. Stilborg

Design og tryk: Schultz Grafisk
Udgives 35 gange årligt
Oplag: 15.300

ISSN: 1902-2956
Titel: Dansk Erhverv (Kbh.)

Annoncesalg: Telefon 33 74 66 84

BRANDING AF DANMARK

Program for Årsdag 2007

Indlæg ved:

- Poul Erik Pedersen, formand, Dansk Erhverv
- Simon Anholt, Denmark and Nation Branding
- Anders Fogh Rasmussen, statsminister

Hør debatten om Branding med blandt andre:

- Troels Holch Povlsen, grundlægger og bestyrelsesformand, Bestseller A/S
- Arne Bang Mikkelsen, administrerende direktør, Bella Center A/S
- Flemming Østergaard, bestyrelsesformand, Parken Sport & Entertainment A/S
- Astrid Gade Nielsen, koncernkommunikationschef, Arla Foods

Arrangementet slutter med, at professor Majken Schultz, Copenhagen Business School, udpeger den begivenhed eller person, der har haft den største betydning for Danmarks brand ifølge medlemsvirksomhederne.

Vi ser frem til en spændende dag.



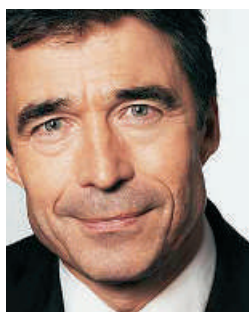
Astrid Gade Nielsen

Hun er koncernkommunikationschef i Arla Foods, der som en stor international mejerivirksomhed med eksport til lande over hele verden ved, at Danmarks brand ikke er uvæsentlig for Arla Foods' forretning. Mød en markant ambassadør for virksomheden.

Majken Schultz

Hun er professor på Institut for Organisation på Copenhagen Business School og har i en årrække arbejdet med virksomheders identitet, image og corporate branding. I dag er hun blandt andet leder af Brandstudies, der har til formål at undersøge skabelsen og implementeringen af corporate brands.

Majken Schultz har tidligere arbejdet for LEGO, Bang & Olufsen, Novo Nordisk, Danfoss og Danisco. Forfatter til flere bøger og en lang række videnskabelige artikler om branding og organisationer. Medlem af bestyrelsen i Danske Bank og Realdania Fonden.



Anders Fogh Rasmussen

Med statsminister Anders Fogh Rasmussen som formand nedsatte regeringen i april 2005 Globaliseringsrådet, der fik til opgave at analysere Danmarks muligheder og udfordringer. Over fire år skal der anvendes 412 millioner kroner på at markedsføre Danmark i udlandet. 'Fonden til Markedsføring af Danmark' skal med 150 millioner kr. fremme store perspektivrige initiativer, konferencer m.v. Desuden skal Danmark markedsføres som kreativ nation for 43 millioner kr., som turistmål for 60 millioner kr., som uddannelsesland for 24 millioner kr. og som investeringsland for 45 millioner kr.



Flemming Østergaard

Med Flemming Østergaard som først administrerende direktør og siden formand har PARKEN Sport & Entertainment A/S udviklet sig fra en fodboldklub til en vidtforenet og kapitalstærk virksomhed med fokus på blandt andet underholdning, håndbold, koncerter, feriecentre, ejendomme, events m.m. Virksomheden er en af Danmarks mest markante aktører inden for oplevelsesøkonomi og med Flemming Østergaard i spidsen på konstant udgik efter nye attraktive forretningsområder i ind- og udland.



Poul Erik Pedersen

Som formand for Dansk Erhverv, administrerende direktør i Metro Danmark og medlem af Globaliseringsrådet og regeringens kvalitetsreformgruppe er han meget engageret i den samfundspolitiske debat. På Årsdagen repræsenterer Poul Erik Pedersen Dansk Erhverv, der sætter fokus på branding af Danmark. Hvad er Danmark kendt for, og hvad ønsker vi at være kendt for?



Simon Anholt

Han er manden bag Anholt Nation Brands Index, der hvert kvartal måler, hvordan en lang række lande bliver opfattet af mennesker i andre lande. Det sker ved hjælp af en række indikatorer som for eksempel det pågældende lands kulturelle aktiviteter, dets politiske stabilitet og investeringspotentiale. Tilsammen giver svarene en idé om, hvor godt et brand, et givent land er - og de giver et værktøj, der kan bidrage til at identificere svagheder og potentialer i landets brand. Han har ligeledes udgivet flere bøger om branding af både lande, regioner og byer og fungerer også som rådgiver.



Troels Holch Povlsen

Han grundlagde i 1975 tøjvirksomheden Bestseller. I dag beskæftiger virksomheden mere end 25.000 medarbejdere og sælger sit tøj i 3.200 butikker i 39 lande. Troels Holch Povlsen og Bestseller står i dag som én af de fremmeste repræsentanter for én af Danmarks styrkepositioner - nemlig som en designbevidst nation. Bestseller er ydermere et eksempel på en virksomhed, der tidligt forstod at udnytte globaliseringens muligheder. Derfor står virksomheden i dag som en af de mest markante og succesfulde internationalt orienterede danske virksomheder.



Arne Bang Mikkelsen

Han er administrerende direktør for Bella Center A/S, der er en af Danmarks førende messe- og kongrescentre og repræsenterer dermed ét af de vækstområder, som regeringen har fastlagt. Som ét af de konferencecentre, der har plads til store internationale messer, er Bella Center blandt de danske virksomheder, der hilser regeringens ambition om at markedsføre Danmark som et endnu mere attraktivt land for udenlandske virksomheder, organisationer m.v. velkommen.

Overenskomstforlig mellem Dansk Erhverv Arbejdsgiver og HK

■ Det store HK-område for kontor og lager er faldet på plads mellem Dansk Erhverv og HK Privat

Aftalen for kontor og lager dækker 25.000 personer direkte, men berører betydeligt flere, der arbejder på kontor og lager:

"Vi har fået en moderne og visionær overenskomst med vægt på uddannelse og velfærd," siger Poul Erik Pedersen, formand for Dansk Erhverv.

Aftalen tager udgangspunkt i de overenskomster, der allerede er indgået, men med nye tiltag:

"Vi har indført en sundhedsordning og en velfærdsordning, hvor begge parter forpligter sig til blandt andet integration og seniorpolitik," påpeger Poul Erik Pedersen.

Der er også indgået en ny rammeoverenskomst mellem Dansk Erhverv og HK/Privat, der dækker IT-området:

"Det har været en særdeles lang og besværlig forhandling, hvor mange ting har været til debat. Alt i alt er det dog en ansvarlig overenskomst, der



Særdeles lange og besværlige forhandling førte trods alt til en ansvarlig overenskomst, mener Dansk Erhvervs formand, Poul Erik Pedersen. (Foto: Kim Wendt).

bevarer erhvervslivets konkurrencekraft," mener Poul Erik Pedersen.

SPØRG og få SVAR

REDIGERET AF HOTLINECHEF LEIF GRAASKOV JENSEN

• Ret til feriefri dage optjent hos 2 arbejdsgivere

"Vi havde en butiksmedarbejder, der var omfattet af butiksoverenskomsten, og som fratrådte den 1. juni 2006 med ret til 5 feriefridage. Medarbejderen fik straks efter fratrædelsen ansættelse i en anden butik, hvor medarbejderen ligeledes er dækket af butiksoverenskomsten. Medarbejderen har nu i det nye ansættelsesforhold opnået ret til 5 feriefridage i ferieåret 2006/07. Men hvem af arbejdsgiverne skal betale for feriefridagene?"

! Medarbejderen har kun ret til 5 feriefridage i et ferieår, uanset at der er optjent flere. Da der er optjent ret til feriefridage hos både den "gamle arbejdsgiver" og den "nye arbejdsgiver", er det op til medarbejderen, hvem af arbejdsgiverne vedkommende vil kræve feriefridagene udbetalt fra.

• Håndtering af løn i forbindelse med dødsfald

"Vi har en medarbejder, der er afgået ved døden. Hvorledes skal vi forholde os med hensyn til lønafregning og feriepenge?"

! Den dag, medarbejderen afdør ved døden, stopper ansættelsesforholdet og dermed arbejdsgiverens lønforpligtelse. Lønnen fra sidste lønafregning til og med dødsdagen skal udbetales til dødsboet efter fradrag af skat m.v. på sædvanlig vis. Feriepenge skal ligeledes udbetales til dødsboet både for tidligere og løbende optjeningsår. Hvem, der er berettiget til at modtage udbetalinger til boet, fremgår af den skifteretsattest, skifteretten udsteder, når der er taget stilling til, hvorledes boet skal behandles suppleret med eventuelle skiftefuldmagter.

Hvis afdøde var funktionær, kan der blive tale om at udbetale efterløn til efterlevende ægtefælle eller dennes børn under 18 år. Udbetaling i henhold til disse regler sker udenom boet til ægtefælle eller børn. Beskatning sker på grundlag af den efterlevende ægtefælles eller børns skattemæssige forhold.

300 overenskomster er overstået

■ DA og LO har godkendt forligsmandens samlede mæglingforslag, der er sendt til urafstemning hos de respektive fagforbund

Det har været særdeles vanskelige forhandlinger, der har været gennemført i år. Men Dansk Erhverv har stort set formået at færdigforhandle sine godt 300 overenskomster med de respektive modstående fagforbund. Hermed er en eventuel arbejdskonflikt dog ikke helt afværget for organisationens medlemmer, idet en forkastelse af mæglingforslaget kan udløse en konflikt på hele DA-området.

Det er derfor af stor betydning, at forligsmandens mæglingforslag bliver godkendt. Det fremsatte mæglingforslag er etableret på basis af de forlig, der er indgået, og som udgør cirka 99 % af det samlede DA-område.

Den resterende procent, hvor man ikke har kunnet nå til en aftale, er omfattet af mæglingforslaget og indgå i det.

Muligheden for en konflikt er afhængig af urafstemningen blandt arbejdstagerne. Resultatet af afstemningen offentliggøres mandag den 30. april 2007. På basis af drøftelserne må det forventes, at mæglingforslaget godkendes, og at konflikt hermed er afværget. Skulle dette

imidlertid ikke være tilfældet, har forligsmanden, i forbindelse med, at mæglingforslaget er blevet udsendt til urafstemning, besluttet, at en arbejdskonflikt kan træde i kraft 5 dage efter, at afstemningsresultatet foreligger. Det vil sige tidligst fredag den 4. maj, som er St. Bededag.

Yderligere information på: www.danskerhverv.dk

Læs mere om følgende overenskomster på www.danskerhverv.dk

- Landsoverenskomsten for butik
- Landsoverenskomsten for kontor og lager (vikarbranchen)
- Landsoverenskomsten for kontor og lager
- Landsoverenskomsten for reklamebureauer og forlag
- Lærervikaroverenskomsten
- Optikeroverenskomsten
- Overenskomsten med Teknisk Landsforbund
- Pædagogvikaroverenskomsten
- Vikaroverenskomsten mellem Dansk Erhverv Arbejdsgiver og 3F

Dansk Erhverv i stævne med EU's forbrugerkommissær

■ Dansk Erhverv mødtes lige før påske med EU's forbrugerkommissær, bulgareren Meglena Kuneva, for at diskutere forbrugerforhold og klagemuligheder i EU. Stadig flere forbrugere handler på tværs af grænserne i EU, og derfor er det helt nødvendigt at harmonisere forbrugerreglerne i EU, mener Dansk Erhverv

AF MALENE RASMUSSEN >

Sammen med Forbrugerrådet sætter Dansk Erhverv Forbrugerklagenævnet og håndhævelse af forbrugerreglerne i alle EU-lande højt på dagsordenen:

"I Dansk Erhverv er vi glade for, at der nu er udpeget en EU-kommissær med særligt ansvar for forbrugerområdet. Den moderne forbruger handler på tværs af landegrænser, og derfor er det vigtigt at sikre ens vilkår for alle virksomheder i EU. Gode forbrugerforhold og klagemuligheder er i den forbindelse meget vigtige konkurrenceparametre," sagde direktør Kim Munch Lendal, Dansk Erhverv, på mødet med kommissæren.

I Danmark har vi det offentlige Forbrugerklagenævn, hvor forbrugere



Mødet mellem EU's forbrugerkommissær og Dansk Erhverv samt Forbrugerrådet fandt sted i Dansk Design Center i København. Fra venstre ses forbrugerkommissær Meglena Kuneva, Camilla Hersom - formand for Forbrugerrådet, med ryggen til Rasmus Kjeldahl - direktør for Forbrugerrådet, samt direktør Kim Munch Lendal - Dansk Erhverv. (Foto: Kaj Bonne).

på en nem og billig måde kan få behandlet en klage uden om det dyre domstolssystem. Dansk Erhverv ønsker det danske system spredt til de øvrige EU-lande:

"Det er vigtigt for både forbrugere og virksomheder at have effektive klagemuligheder. Forbrugerne skal vide, hvor de står, og virksomhederne skal

have fair konkurrencevilkår. Vi har et godt system i Danmark, og derfor har vi anbefalet forbrugerkommissær Meglena Kuneva at sprede den velfungerende danske model til de øvrige lande i EU," forklarede Kim Munch Lendal og tilføjede:

"Det er skævt, når lovene ikke håndhæves ens i alle lande. Vi ved alle, at

virksomhederne i dag konkurrerer på en global scene. En ordentlig håndhævelse af lovene kan desuden være med til at stoppe de brodnere. Det har både de lovlige virksomheder og forbrugere en stærk interesse i."

Seminar om forretningsmuligheder i Malaysia

■ Malaysia sender sin vicehandels- og industriminister til Danmark for at møde danske virksomheder

- Torsdag den 10. maj 2007
- Kl. 9-17
- Marriott Hotel, Kalvebod Brygge 5, København V

Deltagerne i seminaret om "Forretningsmuligheder i Malaysia" kan hos selveste landets viceminister for international handel og industri, Ahmad Husni Hanadzlah, få afklaret spørgsmål om deres forretnings- og investeringsinteresser.

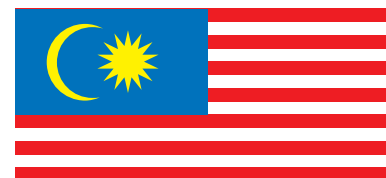
Desuden vil en repræsentant for en dansk virksomhed fortælle om sine erfaringer med at gøre forretninger i Malaysia.

Deltagerne vil også møde og kunne diskutere med potentielle partnere blandt ledende malaysiske forretningsfolk.

Arrangørerne af seminaret er Malaysian Industrial Development Authority, Malaysian External Trade Development Corporation, Malaysias ambassade i Sverige samt Malaysias konsulat i København i samarbejde med blandt andre Dansk Erhverv.

Det er gratis at deltage, men kræver tilmelding senest onsdag den 2. maj 2007 på:

- E-mail: mida@malemb.se



Vi har alle et ansvar for at leve sundt

■ I januar blev familie- og forbrugerminister Carina Christensen i en morgenavis taget til indtægt for at ville fjerne alt slik i børnehøjde. Men hendes opfordring var langt bredere og handlede om meget andet og meget mere end slik i børnehøjde, forsikrer ministeren

AF MALENE RASMUSSEN >

Carina Christensen fastslår, at samfundet har en stor opgave foran sig med at finde løsninger på den stigende overvægt i den danske befolkning - ikke mindst blandt børn og unge:

"Vi har brug for en flerstrengt indsats, hvor staten, kommuner, institutioner, medier, organisationer og virksomheder tager ansvar og i fællesskab arbejder for at informere og bearbejde holdninger i befolkningen," siger ministeren.

Også dagligvarehandlen kan spille en central rolle. Det er nemlig her, familierne i dagligdagen skal vælge mellem det sunde og det usunde:

"I januar opfordrede jeg dagligvarehandlen til at tage medansvar for at

fremme danskernes kostvaner. Her to måneder senere er jeg meget tilfreds med, at det er lykket at skabe en konstruktiv dialog med dagligvarehandlen om at fremme det sunde valg," fortæller Carina Christensen.

Flere sukkerfri zoner

Lige før påske mødtes ministeren med en samlet dagligvarehandel, der kunne præsentere en plan med 13 indsatspunkter for at fremme sund levevis. Et møde, som ministeren kalder positivt og udbytterigt:

"Grundstenen er blevet lagt til et konstruktivt samarbejde med dagligvarehandlen. 13-punktsplanen var første skridt på vejen. Jeg er sikker på, at vi vil se flere frugtstandere, flere sukkerfri zoner og andre lig-

nende initiativer i landets butikker i fremtiden", siger Carina Christensen og fortsætter:

"Vi har i Danmark en god tradition for at tale sammen om tingene. Samarbejdet med dagligvarehandlen viser, at vi kan komme langt ad frivillighedens vej. Lad mig understrege, at jeg tror på selvregulering og selvjustits i dagligvarehandlen. Jeg har ingen intentioner om en fremtid, hvor Folketinget skal detailregulere i supermarkedet".

Vi mødes igen

Ministeren vil fastholde dagligvarehandlen på dens plan og vil derfor mødes med de involverede parter igen om seks måneder for at vurdere, hvordan samarbejdet udvikler sig.



Familie- og forbrugerminister Carina Christensen: "Jeg har ingen intentioner om en fremtid, hvor Folketinget skal detailregulere i supermarkedet." (Foto: Mads Flummer).

Som forbrugere må vi dog ikke glemme vort eget personlige ansvar: "Ansvaret for, hvad vi som forbrugere spiser, er primært vort eget. Det er forældrene, der har ansvaret for deres børns sundhed, og som skal sætte grænser for børns indtag af slik og andre usunde fødevarer og samtidig lære børnene forskel på, hvad der er sundt og usundt. Men vi har alle et ansvar for at fremme sundheden i den danske befolkning," slutter familie- og forbrugerministeren.

"Der er penge i at være kendt for noget godt"

■ Danmark skal slippe beskedenheden og komme ud i verden og prale. Som optakt til Dansk Erhvervs Årsdag 2007 om "Branding af Danmark" svarer økonomi- og erhvervsminister Bendt Bendtsen her på spørgsmål om regeringens nye markedsføringsplan

AF ANDERS STJERNHOLM >

Hvordan vil den nye markedsføringsplan tjene handels- og service-sektoren i Danmark?

"Globaliseringen betyder nye udfordringer for alle erhverv. Også for de danske handels- og servicesektorer. For i en globaliseret verden med mere international handel og kontakt end nogensinde før, bliver den, der lever stille, glemt. Det må ikke ske. Vi skal opfattes som en seriøs og attraktiv mulighed for internationale investorer, kunder, samarbejdspartnere, turister og alle andre, vi gerne vil arbejde sammen med nu og i fremtiden.

Derfor skal handlingsplanen bidrage til at placere Danmark langt stærkere på verdenskortet, så der i udlandet kommer et bedre kendskab til det moderne Danmarks styrker og



Økonomi- og erhvervsminister Bendt Bendtsen: "Den, der lever stille, bliver glemt." (Foto: Miklos Szabo).

kompetencer. Vi er et land med meget at byde på og stærke virksomheder inden for design, transport, IT, energi- og miljøteknologi og meget andet, som vi skal sørge for, der kommer et bedre kendskab til.

Samtidig ved vi, at mange forbrugere er villige til at betale mere for produkter, der er fremstillet et sted, der er kendt for god kvalitet, smart design, høj effektivitet eller andet

positivt. Der er derfor kort sagt penge i at være kendt for noget godt. Så når vi er kendt og respekteret i udlandet, kommer det alle virksomheder til gavn."

Klimatopmødet er et godt eksempel

Kan du nævne konkrete tiltag, der vil gavne Dansk Erhvervs medlemmer?

"Det største initiativ i handlingsplanen er at oprette den nye "Fond til Markedsføring af Danmark". Den skal med 150 millioner kr. fremme store, perspektivrige initiativer, konferencer m.v., der skaber opmærksomhed om Danmark. Fonden skal særligt støtte aktiviteter, der er godt forankret i det danske samfund, og som der er interesse for i erhvervslivet.

Vort mål er, at fonden kan være med til at sikre, at vi får flere store konfe-

rencer, topmøder og andre begivenheder, der skaber opmærksomhed om Danmark i udlandet. For eksempel skal vi sammen med Danmarks mange dygtige virksomheder bruge det kommende klimatopmøde til at markedsføre Danmarks stærke position inden for miljø- og energiteknologi. Eller fonden kan støtte arrangementer, der styrker kendskabet til dansk transport, medico, turisme eller IT. Vi skal kort sagt arbejde tæt sammen med gode danske virksomheder og organisationer, der har noget at byde på, der kan sætte Danmark tydeligere på verdenskortet. Meget gerne fra handels- og servicesektorerne."

**BRANDING
AF DANMARK**

Dagligvarehandlen i kamp for det sunde valg

■ Familie- og forbrugerminister Carina Christensen tog positivt imod 13-punktsplanen mod fedme, som Dansk Erhverv og repræsentanter for dagligvarehandlen præsenterede på et møde med ministeren kort før påske. Der var bred enighed om, at vi kan nå langt ved en aktiv og frivillig indsats for det sunde valg

AF MALENE RASMUSSEN >

Fedme er et alvorligt samfundsproblem, som der ikke findes nogle enkle løsninger på. Der er derfor brug for en flerstrengt indsats, hvor mange aktører skal bidrage - herunder også dagligvarehandlen.

På mødet mellem familie- og forbrugerministeren og repræsentanter for dagligvarehandlen var der enighed om, at dagligvarehandlen især kan gøre en forskel ved at gøre det sunde valg så nemt som muligt for forbrugere:

”13-punktsplanen viser, at detailhandlen har grebet udfordringen og er klar til at tage et medansvar for at fremme sund levevis. Det kan vi blandt andet bidrage til ved at gøre det sunde valg nemt,” påpeger direktør Kim Munch Lendal, Dansk Erhverv.

Afsæt flere ressourcer til kampagner!

De 13 indsatspunkter skal på forskellig måde være med til at fremme sund levevis. Planen er udarbejdet i et tæt samarbejde med De Samvirkende Købmænd, Dansk Supermarked, Coop Danmark, Lidl og Aldi.

”Dagligvarehandlen kan gøre en positiv forskel ved at øge tilgængeligheden af sunde fødevarer som frugt og grønt og fremme viden om kostrådene,” siger Kim Munch Lendal.

Han ser mødet som starten på et givtigt samarbejde mellem det offentlige og dagligvarehandlen.

Familie- og forbrugerminister Carina Christensen medgav på mødet, at det offentlige har et særligt ansvar for at informere om sunde kostvaner. Erhvervet opfordrede ministeren til at styrke informationsindsatsen og afsætte flere ressourcer til kampagner



Dagligvarehandlen kan gøre en positiv forskel ved at øge tilgængeligheden af sunde fødevarer som frugt og grønt og fremme viden om kostrådene, påpeger Dansk Erhverv.

ner om de 8 kostråd - kampagner, som dagligvarehandlen kan understøtte.

Ingen lette løsninger på fedme

Der findes dog ingen lette løsninger på fedme problemet. Der er først og fremmest brug for en holdningsbearbejdning, så sunde vaner bliver indarbejdet i hverdagen. Det kræver en fælles indsats mange forskellige

steder i samfundet, herunder i skolerne, i sundhedsvæsenet og i virksomhederne:

”Vi skal stadig huske, at den enkelte selv bærer ansvaret for sit eget liv. Forbrugere ved godt, at slik og kager i store mængder er usundt. I sidste ende er det forbrugeren selv, der bestemmer, hvad der skal i indkøbskurven,” slutter Kim Munch Lendal.

13-punktsplanen for det sunde valg

Dagligvarehandlen i Danmark er enig om at styrke indsatsen på følgende områder:

- Fortsætte med at øge tilgængeligheden af sunde fødevarer som frugt og grønt samt fisk, herunder også have fokus på at udvide sortimentet af spiseklart frugt og grønt og andre sunde madkomponenter.
- Udvide sortimentet af energireducerede alternativer til flere varetyper.
- Bistå med at markedsføre de 8 nye kostråd og i det hele taget understøtte offentlige kampagner for sund kost og levevis.
- Når der tilbydes opskrifter til kunderne, vil disse også omfatte sunde opskrifter. Egne opskrifter vil så vidt muligt indeholde en næringsangivelse. Det bestræbes, at opskrifter på et samlet måltid efterlever kostrådene.
- Næringsdeklarationerne er en vigtig kilde til viden om produkterne. Færdigpakke ”egne varer” forsynes så vidt muligt med næringsdeklarationer. Ligeledes opfordres leverandører til at forsyne flere færdigpakke fødevarer med næringsdeklarationer, som tilfældet allerede er for de fleste varer.
- Viden er afgørende for, at forbrugere er i stand til at træffe et sundt valg. Jo tidligere i livet den viden opnås, desto bedre. Dagligvarehandlen støtter derfor Dansk Varefakta Nævns projekt med at uddanne skoleelever til at forstå næringsdeklarationer.
- Dagligvarehandlen opfordrer til, at ernæringslære og læren om sund kost kommer til at indgå i de grundlæggende fødevareruddannelser samt andre relevante erhvervsuddannelser.
- Dagligvarehandlen ønsker, at fødevarerforskningen i større udstrækning skal omfatte initiativer af relevans for detailledet med henblik på at forøge forbrugernes indkøb af sunde fødevarer.
- Sunde fødevarer som frugt og grønt er meget modtagelige for stød og slag. Dagligvarehandlen opfordrer til, at der afsættes midler til at forske i produktudvikling, herunder nye emballage- og opbevaringsformer, og udvikling af mindre usunde varianter af snacks.
- Markedsføringsloven har fra 1. januar 2007 tilladt, at der gives gaver - tilgift - i tilknytning til køb. Dagligvarehandlen vil ikke give slik som tilgift. For ikke at tilskynde til køb af slik vil dagligvarehandlen også afstå fra at give tilgift i tilknytning til køb af slik.
- Når det bliver tilladt at sælge berigede fødevarer, vil dagligvarehandlen afstå fra at sælge slik beriget med vitaminer og mineraler. Med mindre der er tale om helsekostlignende produkter som urtblødder klart målrettet voksne.
- Dagligvarehandlen er enig i, at der skal tages særlige hensyn til børn og unge. Man vil derfor undlade at reklamere for usunde fødevarer - slik, læskedrikke, chips m.v. - i medier målrettet børn, nærmere bestemt TV-reklamer til børn, børneblade, børnesider på Internettet og SMS-reklamer målrettet børn.
- Fedme handler både om, at vi spiser usundt, og at vi spiser for meget. I den forbindelse har der været rejst kritik af, at slik, læskedrikke og konfekturer sælges i stadig stigende pakkestørrelser. I det lys vil dagligvarehandlen samarbejde med industrien om at begrænse udviklingen af pakkestørrelsen på slik, læskedrikke og konfekturer.

Kilde:

Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd, Dansk Supermarked, Coop Danmark, Lidl og Aldi.

Medarbejdertanker...

Børn skal lære at være kapitalister

■ I gamle dage legede børn, at de gik til købmanden. I dag mangler vi i den grad iværksætterkultur og forretningsforståelse - og det skal ind fra barnsben. Det starter i folkeskolen, men også forældrene har et ansvar



Af Søren Friis Larsen
Erhvervspolitisk konsulent
Dansk Erhverv

Danmark er blevet en nation af lønmodtagere og forbrugshippier. Vi savner iværksætterkultur, selvstændighedstrang og driftige kapitalister. Det har enorme samfundsmæssige konsekvenser og kræver en grundlæggende holdningsændring, hvis vi skal ændre kurs.

Nutidens unge har en enestående forståelse for internettet, de har høj selv-tillid og ofte en blændende kreativitet. De har alle muligheder for at blive langt mere veluddannede end deres forældre. De kan opnå internationale kompetencer og er eftertragtede af erhvervslivet. De har et enormt potentiale. Men de bliver aldrig opdraget til at tage chancen og gå efter guldet. Derfor ender langt de fleste med at tage de sikre valg.

Danmark har imidlertid brug for, at flere tør stille sig på tæer. Vi har brug for iværksættere, ikke mindst nytænkende og innovative videnværksættere, der tør satse stort og sigter mod at afsætte på et globalt marked. Det skal vi, hvis vi skal møde de udfordringer, som den globaliserede verden byder os.

Holdningsændring er nødvendig

Hvor børn i gamle dage legede, at de gik til købmanden, spillede matador og tjente penge ved at slå græs for naboen, så står den i dag på playstation, ungdomsfester og lommepenge nok til at skifte mobilen ud flere gange om året. Der er bestemt ikke noget i vejen med, at unge får større velstand, flere forbrugsmuligheder og økonomisk frihed. Men hvad med impulsen til at tjene penge?

Det virker næsten som om, succes i Danmark anno 2007 er defineret ud fra ens forbrug - har jeg de rigtige jeans, den rigtige bil, den rigtige mp3-afspiller? - og ikke hvad man kan producere og tjene penge på.

Årsagerne til denne manglende iværksætterkultur og entreprenørånd er givetvis mange. Man kan pege på skattetrykket. På janteloven. På Christiansborg-politikerne. Men i sidste ende handler det om en grundlæggende holdningsændring - som må gennemsyre hele uddannelsessystemet fra folkeskole til forskerskole.

Der skal simpelthen skabes grundlag for en langt bedre forretningsforståelse hos dimittender på alle niveauer. Når Dansk Erhverv spørger sine medlemmer om deres syn på nyuddannede, så er der mange roser. Men de siger også stort set samstemmende, at når det gælder forståelsen for at drive virksomhed, for lønsomhed og for kommerciel virksomhed halter det gevaldigt.

Også forældre har et stort ansvar for, at denne holdningsændring lykkes. Det handler ikke om, at der skal spilles mere matador i de små hjem - men det handler om, at der bliver gjort op med janteloven, og at børn får værdier med i bagagen om, at det er ok at tjene penge. At det også kan være lykken at have sit eget.

At det er ok at drømme om noget stort.



Tænk, hvis nogle steder var lukket land for dem, der arbejder sort.
Parken. Stranden. Biblioteket... Det går skatten jo også til.
Ja, det var bare en tanke.

www.skat.dk



Ny Fairplay-kampagne

■ Dansk Erhverv bakker Skatteministeriets nye kampagne mod sort arbejde op

Tænk, hvis nogle steder var lukket land for dem, der arbejder sort?

Med den overskrift kører Skatteministeriet en ny kampagne mod sort arbejde og primært rettet mod de unge, der står på tærsklen til arbejdsmarkedet.

Kampagnen sætter fokus på nogle af de områder, som skatten også går til, uden at man måske tænker over det i det daglige: Parken, stranden og biblioteket.

Der er et adgang forbudt skilt med teksten "Ingen adgang for dem der arbejder sort".

Kampagnen skal få de unge til at de-

battere og tage stilling til sort arbejde.

På Skatteministeriets hjemmeside www.skat.dk kan man få et overblik over den samlede indsats med plakater, tv-spots etc. mod sort arbejde. Det er nu fjerde år i træk, at der sættes fokus på sort arbejde.

Kampagnen startede med et jobopslag med tilbud om sort arbejde til 150 kr. i timen, sat op på uddannelsesinstitutioner og i supermarkeder. Når man ringede, fik man en telefonsvarer hos Skat.

Der er sikkert en del, der har skyndt sig at knalde røret på og har fået stof til eftertanke.

VOV dropper samarbejde med Danske Fagmesser

■ Brancheforeningen Værktøj og Værktøjsmaskiner - VOV opsig sit mangeårige samarbejde med Danske Fagmesser om METAL-messerne i Fredericia

AF KIM ØSTRØM >

Opsigelsen kommer i kølvandet på, at branchen igennem flere år har drøftet messeproblematikken i almindelighed og METAL-messerne i særdeleshed.

På baggrund af de muligheder, IT tilbyder, brancheglidning og den internationale udvikling, finder VOV ikke længere, at METAL-messerne i den traditionelle form er et bæredygtigt koncept, der matcher fremtidens krav fra besøgende og udstillere:

"VOV ønsker derfor at viske tavlen ren og begynde forfra med et nyt og fremadrettet messekoncept, der

også tager hensyn til de nye produktions- og materialeområder, som branchens virksomheder bevæger sig ind i. Det er afgørende for VOV at imødekomme de ønsker, branchens kunder har til en moderne leverandørmesse," siger formanden for VOV, Klaus Stampe Pedersen.

Han pointerer, at opsigelsen af samarbejdsaftalen med Danske Fagmesser på ingen måde udelukker, at de to parter kan samarbejde om et helt nyt messekoncept.



Tjen penge på dit medlemskab

■ Dansk Erhverv har blandt andet rabataftaler med følgende selskab

TDC

Fastnet

- | | |
|-------------------------------------|---------|
| • Indlandssamtaler og opkaldsafgift | 23-28 % |
| • Udlandssamtaler | 35-41 % |
| • Opkald til mobiltelefon | 5-8 % |

Mobil

- | | |
|-------------------------------------|---------|
| • Indlandssamtaler og opkaldsafgift | 25-30 % |
| • Udlandssamtaler | 25 % |
| • Abonnement | 25-30 % |

Tillæg

- | | |
|--|------|
| • Intern kommunikation - Ekstra minimum Bredbånd | 50 % |
| • TDC Bredbånd Professionel | 10 % |

Dansk Erhverv tilbyder flere rabatter på andre teleprodukter, og vi tilbyder også rabatter på for eksempel brændstof, forskellige forsikringer samt kvalitetskontrol fra SGS og udenlandsk momsrefusion.

For yderligere oplysninger eller tilmelding:
www.danskerhverv.com

Eller kontakt Josephine af Rosenborg på:

- Telefon: 33 74 60 00.

Informationsmøder om støtte til brugerdiven innovation

I forbindelse med lanceringen af program for brugerdiven innovation holder Erhvervs- og Byggestyrelsen informationsmøder i disse dage for potentielle ansøgere. Her kan du få mere at vide om programmet, herunder tildelingskriterier, temaområder, mulige projektyper og krav til støttemodtagere:

- Onsdag den 18. april 2007
- Kl. 10-13
- Hotel Hvide Hus, Vesterbro 2, Ålborg
- Torsdag den 19. april 2007
- Kl. 10-13
- House of Innovation, Jernbanegade 27, Kolding
- Fredag den 20. april 2007
- Kl. 10-13
- Dahlerups Pakhus, Langelinie Allé 17, København Ø

Læs mere på: www.brugerdreveninnovation.dk

Medlemmer af Dansk Erhverv kan henvende sig til forskningspolitisk chef, Jannik Schack Linnemann, for yderligere oplysninger om programmet og mulighederne for at søge midler til nye projekter.

Tilskud til brugerdiven innovation

■ Det danske samfund har en række styrker, der giver gode muligheder for at komme helt i front som et førende iværksætter- og innovationssamfund. Hvis disse muligheder skal udnyttes, kræver det en særlig indsats

AF ANDERS STJERNHOLM >

Derfor fremlagde regeringen i april 2006 globaliseringsstrategien "Fremgang, fornyelse og tryghed" - initiativet om et program for brugerdiven innovation. Programmets formål er at styrke udviklingen af nye produkter, serviceydelser, koncepter og processer i såvel virksomheder som offentlige institutioner på grundlag af et bedre kendskab til kunder og brugeres behov.

Dansk Erhverv hilser regeringens nye satsning varmt velkommen: "Det må være slut med blot at snakke om brugerdiven innovation. Nu gælder det om at trække i arbejdstøjet og udvikle nye værktøjer, der kan styrke virksomhedernes

bundlinje og gøde jorden for nye innovationsmodeller til serviceerhvervene. Selvom innovation ikke er et fremmedord i mange danske virksomheder, er der fortsat et stykke vej, før innovationsarbejdet sker systematisk, målrettet og - ikke mindst - med en øget indtjeningsgrad til følge," siger Jannik Schack Linnemann, forskningspolitisk chef i Dansk Erhverv.

Virksomheder, organisationer, selvejende eller offentlige institutioner og myndigheder kan søge tilskud under programmet. Private virksomheder kan få dækket op til 50 % af omkostningerne, og der er løbende ansøgning.

Hong Kong er for nybegyndere

Medlemmerne af Dansk Erhverv tilbydes gratis og individuelle møder med handelsrådgiveren ved det danske generalkonsulat i Hong Kong

- **Fredag den 27. april 2007**
- **Kl. 13.30-16.30**
- **Dansk Erhverv, Vester Farimagsgade 19, København V**

Små og mellemstore danske virksomheder, der ønsker individuel råd og vejledning om handel med Kina og Hong Kong får i næste uge, fra mandag den 23. - fredag den 27. april, chancen helt gratis.

Handelsrådgiver Vimana Shea fra det danske generalkonsulat i Hong

Kong kommer til Danmark for at konsultere interesserede virksomheder. Møderne kan holdes om fredagen i Dansk Erhvervs domicil og ellers ude i virksomhederne i den øvrige del af ugen.

Ifølge chefkonsulent Ole Christoffersen, Dansk Erhverv, er Hong Kong absolut stedet for nybegyndere i Kinahandel:

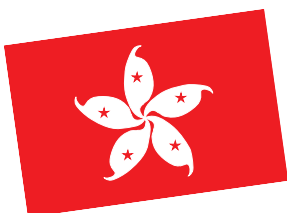
"Vi har et gammelt ordspørg i Danmark, der siger: "Skik følge eller land fly" - omskrevet kan man sige: Lad kineserne i Hong Kong tage sig af handelen og produktionen inde i Kina og drag selv de fordele i Hong Kong, der er ved, at man taler engelsk, har et retssystem og en bogføringslov, som er lig vores, samt et effektivt og sikkert transportsystem," siger han.



Handelsrådgiver Vimana Shea fra det danske generalkonsulat i Hong Kong kommer igen til Danmark for at konsultere interesserede virksomheder.

Kontakt Annette Lüneborg, Dansk Erhverv, for nærmere oplysninger om muligheden for at møde handelsrådgiveren:

- Telefon: 33 74 65 15
- E-mail: anl@danskerhverv.dk



HØRINGSSAGER

Udvalgte sager som Dansk Erhverv har til høring

Justitsministeriet

Grøn bog og gennemgang af forbrugerlovgivningen.

- Svarfrist: Onsdag den 18. april 2007
- Sagsbehandler: Advokat Lars Quistgaard Bay

Danmarks Statistik

Forslag til forordning om kvartalsstatistikker over ledige stillinger.

- Svarfrist: Onsdag den 18. april 2007
- Sagsbehandler: Forskningspolitisk chef Jannik Schack Linnemann

Søfartsstyrelsen

Europa-Kommissionens forslag til at ophæve Rådets forordning om medlemsstaternes ratifikation eller tiltrædelse af FN's konvention om en kodeks for linjekonferencer.

- Svarfrist: Fredag den 20. april 2007
- Sagsbehandler: Advokat Sven Petersen/ markedsdirektør Martin Aabak

Fødevarestyrelsen

Forslag til EU-grænseværdier for ochratoksin A i krydderier og lakrids.

- Svarfrist: Fredag den 20. april 2007
- Sagsbehandler: Fødevarerchef Hanne Bach

Erhvervs- og Byggestyrelsen

Støtteberettigelse, regnskab, revision og kontrol m.v.

- Svarfrist: Fredag den 20. april 2007
- Sagsbehandler: Chefkonsulent Ole Schmidt

Indenrigs- og sundhedsministeriet

Udkast til bekendtgørelse om sammenlignelig brugerinformation.

- Svarfrist: Fredag den 20. april 2007
- Sagsbehandler: Konsulent Martin Koch Pedersen

Justitsministeriet

Bruxelles I- og forkyndelsesforordningen.

- Svarfrist: Tirsdag den 24. april 2007
- Sagsbehandler: Advokat Sven Petersen

Offentlige udbud

Udvalgte EU-udbud

BY	EMNE
<input type="checkbox"/> Århus	Elektriske husholdningsapparater
<input type="checkbox"/> Næstved	Indsamling af husholdningsaffald
<input type="checkbox"/> Padborg	Affaldsspande af plast
<input type="checkbox"/> København	Udstyr til støtte af hjertefunktioner
<input type="checkbox"/> Fredericia	Udstyr til understation
<input type="checkbox"/> Århus	Madrasser
<input type="checkbox"/> Vejle	Hospitalsenge
<input type="checkbox"/> København	Lægemedler
<input type="checkbox"/> Næstved	Kørestole
<input type="checkbox"/> Haderslev	Transport af affald
<input type="checkbox"/> Fredericia	Sikkerhedsudstyr
<input type="checkbox"/> Glostrup	Inkontinenssæt
<input type="checkbox"/> Glostrup	Medicinske forbrugsvarer af ikke-kemisk natur og hæmatologiske forbrugsvarer
<input type="checkbox"/> Glostrup	Engangsbleer
<input type="checkbox"/> København	Automationssystem
<input type="checkbox"/> Køge	Skolebuskørsel
<input type="checkbox"/> København	Teknisk analyse
<input type="checkbox"/> Glostrup	Transport af affald
<input type="checkbox"/> Kgs. Lyngby	Rengøring af skoler
<input type="checkbox"/> Hjørring	Frakker
<input type="checkbox"/> Svinninge	Transport af handicappede personer

NR.	FRIST
ND 59111-2007	07.04.30
ND 86144-2007	07.05.24
ND 81077-2007	07.05.18
ND 81880-2007	07.05.21
ND 82242-2007	07.05.03
ND 80459-2007	07.05.29
ND 80485-2007	07.05.25
ND 80528-2007	07.05.22
ND 80581-2007	07.05.15
ND 80728-2007	07.05.14
ND 80952-2007	07.05.09
ND 79311-2007	07.05.14
ND 79312-2007	07.05.14
ND 79313-2007	07.05.14
ND 79411-2007	07.05.03
ND 79578-2007	07.05.22
ND 79653-2007	07.05.01
ND 79667-2007	07.05.02
ND 79670-2007	07.05.08
ND 78317-2007	07.05.22
ND 78460-2007	07.05.21



- Hvis De ønsker yderligere information om ovenstående EU-udbud, så kryds af og telefax det til 33 74 60 80, eller send ND-nummeret på det ønskede udbud via e-mail: eic@danskerhverv.com
- Det er også muligt at tegne abonnement på skræddersyet elektronisk daglig overvågning af udbuddene.

UDNYT DINE MEDLEMSFORDELE

BENYT VORE FORSIKRINGS-
OG PENSIONSPROGRAMMER

MEDLEMSFORSIKRING.COM

Gamle paragraffer på nyt papir

- Personalejura-håndbogen 2007
- Udgivet april 2007
- 572 sider

Den nye og reviderede 2007-udgave af Personalejurahåndbogen har fået et nyt og tidssvarende layout, ligesom DA Forlag har forsøgt at gøre bogen bedre som opslagsværk. For at hjælpe læseren på vej, er håndbogen inddelt i tre hovedafsnit:

- Ansættelse
- Forhold for ansatte
- Fratrædelse

Inden for de enkelte hovedafsnit er emnerne igen opdelt i alfabetisk orden. Endelig kan der søges i både indholdsfortegnelse og i det fyldige stikord. Som bilag er gengivet blanketter og skemaer.

Personalejurahåndbogen udbygges løbende og beskriver i et let og tilgængeligt sprog alle regler og love, der var gældende ved udgangen af januar 2007. Blandt de emner, der bliver behandlet, kan nævnes:

- Tilskud til beskæftigelse
- Sygdom
- Arbejds miljø
- Foreningsfrihed
- Eksklusivaftaler
- Straffeattest
- Arbejdsløshedsdagpenge



- Barselsorlov
- Barselsudligning

Kort sagt et hurtigt og nemt overblik over regler, rettigheder, pligter og muligheder.

Bogen koster kr. 345,- for medlemmer af Dansk Arbejdsgiverforening og kr. 690,- + moms + forsendelse for ikke-medlemmer. Kan bestilles i Dansk Erhverv hos Hotline eller Karin Jensen på:

- Telefon: 33 74 60 00
- E-mail: kkj@danskerhverv.com
- Hjemmeside: www.danskerhverv.com

NYE MEDLEMMER I DANSK ERHVERV

Optikbranchens Leverandørforening

- Viva Deutschland GmbH
Schwäbisch Gmünd, Tyskland

HORESTA

- Restaurant Stenbækgård,
Sederholm og Co.
Rosenlunden, Lyngø

- Auberge
Østerbrogade, København Ø

- Ocean Hotel og Konference
Amager Strandvej, Kastrup

- Gourmet Garagen
Mejlgade, Århus C

- Bryggen Coffeeshop
Fiolstræde, København K

- Gastronomical ApS
St. Kongensgade, København K

- Bauhaus Bistro
Hovedvejen, Glostrup

- Den Skaldede Kok
Brøndby Stadion, Brøndby

- Torvegrillen
Storegade, Agerbæk

- Den Gamle Kro
Rosenholmvej, Hornslet

- Hotel Scheelsminde
Scheelsmindevej, Aalborg SV

Øvrige brancher

- Frokostpakken
Gladsaxe Møllevej, Søborg

- Nibe Caravan Center A/S
Koldsmindevej, Nibe

- Vicarius Vikar Bureau
Tonemestervej, København NV

- Poppi Dyrecenter
Strandmarksvej, Hvidovre

- Thai 4 You ApS
Havnevej, Frederiksværk

- Spar
Drosselbjergvej, Slagelse

- Chas E.
Ryesgade, Århus C

- Streetammo
Indkildevej, Aalborg SØ

- Birkerød Butikkerne
Hovedgaden, Birkerød

- Maxi Zoo
• Ventrupparken, Greve
• Virkeholm, Herlev

- Hjem-IS Depot
Mileparken, Skovlunde

- Plantorama 2000 A/S
City Syd, Aalborg SV

- Arthur A - Din Tøjmand
Østergade, Nakskov

- Bastian
Søndergade, Nakskov

- Premier Cru Wine Agent A/S
Naverland, Glostrup

- SuperBest
• Anders Larsensvej, Holbæk
• Nørrevang, Birkerød

- Foot Locker Denmark ApS
H.C. Andersens Boulevard,
København V

- Pilgaard Erhverv
Holme Byvej, Højbjerg

- AKS Group A/S
Røjelskær, Holte

- b.young
• Vestsjællandscenteret, Slagelse
• Skomagergade, Roskilde
• Kordilgade, Kalundborg
• Slotsgade, Randers

- Inflight Media Danmark A/S
Amager Strandvej, Kastrup

- CVV.dk ApS
Grangårdscentret, Støvring

- Profil Optik A/S
Torvestræde, Næstved

- Rohde Business Consultants ApS
Marielundvej, Herlev

Maskinel Magasinpost
 ID-nr. 42517


Branchearbejdsmiljørådet for Handel, BAR Handel, modtog Det Europæiske Arbejdsmiljøagenturs pris "Good Practice Award 2006" i Bilbao. Rådet var repræsenteret af, fra venstre: Birger Pedersen - NNF, Gert Torstensson - HK Handel, arbejdsmiljøchef Rikke B. Ørum - Dansk Erhverv, Merete Hansen - HK Handel, Erik Brødbæk - COOP, Karin Bundesen - HK Handel, Charlotte Ærthøj Lind - Dansk Supermarked, Tommy Jensen - NNF, Herdis Poulsen - HK Handel, Per G. Gotfredsen - Dansk Erhverv og næstformand i BAR Handel, samt sekretær Anne Hermann - Dansk Erhverv.

Hvor nemt ka' det være?

■ Branchearbejdsmiljørådet for Handel, BAR Handel, har vundet EU's arbejdsmiljøpris "Good Practice Award 2006" for sit interaktive træningsværktøj om unges arbejdsmiljø

AF KRISTIAN KONGENSGAARD >

"Hvor svært ka' det være?" Det var i hvert fald ikke uoverkommeligt for Branchearbejdsmiljørådet for Handel, BAR Handel, at vinde EU's arbejdsmiljøpris "Good Practice Award 2006" for sit interaktive træningsværktøj "Hvor nemt ka' det være?" om unges arbejdsmiljø.

Prisen blev overrakt i den spanske by Bilbao i forbindelse med afslutningskonferencen her i foråret for den europæiske arbejdsmiljøuge 2006 om "Sikker jobstart".

BAR Handel blev tildelt prisen for at have ydet et enestående og nyskabende bidrag til at sikre, at unge får en sikker start på deres arbejdsliv. Formålet med prisen er gennem eksempler at demonstrere fordelene ved at følge god praksis for sikkerhed og sundhed over for alle europæiske arbejdsgivere og arbejdstagere samt over for skoler, gymnasier, unge og deres forældre.

En sikker start for de unge

Dansk Erhverv har igennem BAR Handel været med til at udarbejde værktøjet, og Per G. Gotfredsen, der er næstformand for BAR Handel og udviklingsdirektør i Dansk Erhverv, siger om baggrunden:

"Detailhandel er generelt en branche, hvor mange unge under 18 år har fritidsjob. Derfor har det været væsentligt for branchens organisationer at udarbejde et værktøj, der kan være med til at sikre, at de unge får en sikker start på deres fritidsjob."

Formanden for BAR Handel, sektorformand Jørgen Hoppe, HK Handel, udtrykker naturligvis også glæde ved prisen:

"Vi har udviklet et træningsværktøj, som i konkurrencen med mange andre er blevet anerkendt af EU som et godt eksempel - det er vi meget glade for," siger han og tilføjer:

"Tilbagemeldingerne fra brugerne har vist stor tilfredshed, og at det

bruges i dagligdagen - og det er det vigtigste."

Humor og hurtige replikker

Det interaktive træningsværktøj "Hvor nemt ka' det være?" henvender sig både til de unge og til de ledere og arbejdsgivere, som skal instruere de unge, når de får fritidsjob i detailhandlen.

Værktøjet er bygget op omkring typiske arbejdsopgaver, for eksempel løft af varer og skub af kundevogne. Gennem brug af et univers af historiefortælling med karikerede personer, humor samt hurtige billedskift og replikker, taltales de unge. De oplever værktøjet som relevant, lærerigt og noget, der giver anled-

BAR Handel har vundet EU's arbejdsmiljøpris European Good Practice Award 2006 for sit interaktive træningsværktøj "Hvor nemt ka' det være?" om unges arbejdsmiljø. Værktøjet lærer de unge, hvordan de kan passe på sig selv, når de løfter, kører med kundevogne og palleløftere, fylder varer op og arbejder i udgangskassen.

Afsender:
 Schultz PortoService
 Postboks 9490
 9490 Pandrup

ning til at tænke over arbejdsmiljøet og det at passe på sig selv og hinanden.

