


OSLOHANDEL



**BARNAS HUS
BYGGER UT
OG BLIR FLERE**

SIDE 4

**MESTER GRØNN OM
BLOMSTERGLEDE
OG SAMFUNNS-
ANSVAR**

SIDE 8

**ODD GISHOLT:
MER LEVENDE
OG LØNNSOMT
SENTRUM**

SIDE 3

OSLOHANDEL

FEBRUAR 2011

REDAKTØR

Rannveig Mølmen Nergården

REDAKSJON

Lars Fredriksen

Gunnar Larssen

Hanne Hassel

Janne Holtet Westbye

FORSIDEFOTO

Odd Gisholt under *Bedrifter i byen*Foto: Rannveig Mølmen Nergården
/ OHF

FORMGIVING

www.comosi.no

TRYKK

Kraft Digitalprint

OPPLAG

2050

NESTE UTGAVE

Mars 2011

ADRESSE

Karl Johans gate 37 A

0162 Oslo

Telefon: 22 40 34 40

Telefaks: 22 42 70 31

E-post: admin@ohf.no

www.ohf.no

Redaksjonelt stoff kan sendes

Oslo Handelsstands Forening

pr. e-post: admin@ohf.no



OSLO HANDELSSTANDS FORENING

Vekst og lønnsomhet

I midten av januar ønsket ordfører Fabian Stang Osloborger nr 600.000 velkommen til verden og byen. Oslo er i sterk vekst. Om 20 år bor det nærmere 800.000 i Oslo. Det gir oss mange muligheter og utfordringer.

Vi har dyktige politikere og byråkrater som drøfter og planlegger for best mulige forhold for alle innbyggerne, for dem som har sin arbeidsplass i Oslo, og for alle tilreisende turister og konferansedeltakere. Det planlegges nye boliger, barnehager, skoler, sykehus og ikke minst for økt trafikk og tilgjengelighet. Og det skal handles! Kollektivtransport, bilbruk, parkering og miljø er viktige tema som blir heftig debattert. Vi er i positiv dialog om videreutvikling av byen sett med handels- og servicenæringens øyne. Mye er bra og mye kan bli vesentlig bedre. Vi ga flere innspill på møtet *Bedrifter i byen* som samlet 75 deltakere med representanter fra de ulike politiske partiene og næringslivet. OHF arbeider for optimale forhold for lønnsom handel og service i hele Osloreregionen. Og mye er fortsatt ugjort.

Fra 23. februar skal Ski-VM arrangeres i Oslo. 650 utøvere fra 60 nasjoner skal konkurrere innen 21 øvelser. Det forventes 1800 pressefolk, 300.000 tilskuere og flere hundre millioner TV-seere. Premieutdelingen skal foregå på Universitetsplassen daglig. Vi har store muligheter til å vise frem Norge og Oslo fra sin beste side. Den muligheten vil heller ikke handel og service i Osloreregionen gå fra seg. Vi skal sørge for å tjene penger på både kort og lang sikt. Og vi skal gi et så godt inntrykk at det frister å komme tilbake.

I disse dager står årsoppjøret på dagsorden. Varetellinger og periodiseringer er foretatt, og det store spørsmålet er hvor lønnsomt

2010 ble. Omsetningsutviklingen måles løpende og er selvsagt viktig som grunnlag for lønnsomheten. Spørsmålet er hvor god og effektiv driften var. Spørsmålet er også om de stadig utvidede åpningstidene, spesielt før jul, har presset lønnsomheten. Var det behov for å holde åpent helt til midnatt? Var det forbrukerne som ønsket det eller konkurransen som presset det frem? Hvor lønnsomt er det å spre omsetningen på stadig flere av døgnets timer? Sentereierne, som har omsetningsbaserte husleier, kan nok være interessert i utvidede åpningstider for å øke inntekten. Men er det lønnsomt for handelen? Og gjør det rekrutteringen av dyktige medarbeidere til handelen vanskeligere?

Jeg vil gjerne ha innspill som vi kan følge opp i ulike fora.

GUNNAR LARSEN

Adm. direktør
gunnar@ohf.no

HVA BETYR ET LEVENDE SENTRUM?

Et levende sentrum betinger et godt utvalg butikker og spisesteder. Da må flere visjoner og mindre restriksjoner til, sa Carl Erik Krefting på vegne av OHF under Bedrifter i byen.

OHF er en av arrangørene når Oslo-politikere og handelsbedrifter i hovedstaden møtes hver januar for å ta opp tema som berører byen. Dr.oecon Odd Gisholt og Carl Erik Krefting fra Søylen Eiendom representerte OHF og holdt foredrag om handelsutviklingen i Oslo-regionen og statusen til Oslo sentrum.

Krefting sa at de politiske målsettingene om få biler og parkeringsplasser i sentrum, lite reklame og bevaring av bygninger kommer i konflikt med Oslo som lønnsom handels- og serviceby.

- Hver gateparkeringsplass som forsvinner tar med seg 1,5-2 millioner kroner i omsetning for handelen årlig, sa Krefting, og la til at Oslo har utrolig få parkeringsplasser sammenlignet med mindre byer som Bergen og Göteborg. Konsekvensene av politikken som føres, er at bilbaserte kjøpesentre utenfor sentrum tar omsetningen som sentrum mister. Krefting lanserte flere forslag som vil gjøre sentrum mer levende. Det samme gjorde Odd Gisholt og brukte Hamburg som forbilledlig eksempel.

Les mer om sakene og hva politikerne mente på www.ohf.no.



Carl Erik Krefting fra Søylen Eiendom snakket om tiltak for et levende Oslo sentrum.



OHFs Gunnar Larssen mener Oslo mister kraft som storby når folk drar ut av byen for å handle.



Bård Folke Fredriksen, byråd for byutvikling, var uenig med Gisholt i at Bjørvika blir en stille bydel.

Ski-VM

Onsdag 23. februar til søndag 6. mars arrangeres Ski-VM i Oslo.

Det blir en idretts- og folkefest med mange tusen publikummere på besøk. I forbindelse med premieutdelingen på Universitetsplassen og utstillingen av is-skulpturer langs Spikersuppa, vil Karl Johans gate mellom Rosenkrantz gate og Frederiks gate stenges for biltrafikk fra 15. februar kl. 12 og til nedriggingen etter siste mesterskapsdag er ferdig. Kultursjef under Ski-VM, Tove Indgjerd, ser helst at varelevering skjer før kl. 11 i dette området, men lover å være fleksibel og samarbeide med handelen.



Tove Indgjerd er kultursjef under Ski-VM og arrangerer folkefesten rundt Spikersuppa i sentrum.

NY LOV OM FILM OG VIDEOGRAM

Fra 2011 gjelder ikke lengre noe krav om konsesjon for å drive omsetning av film eller videogram i næring.

Det er Kulturdepartementet som har gått inn for å oppheve ordningen, og de skriver i sine merknader at: Det innebærer at enhver kan drive videogramomsetning uten særskilt løyve fra kommunen. Dette gjelder både omsetning over disk,

postordresalg av fysiske eksemplarer og elektronisk omsetning over internett, kabelnett, mobilnett eller lignende.

Les mer om lovendringen på www.ohf.no. Ta gjerne kontakt med Advokatfirmaet Storløkken AS ved partner og advokat Bernhard Halvorsen jr. på tlf.: 926 14 415 eller e-post: bh@storlokken.no.

BLOMSTER TIL HJE

Brødrene Ølstad har bokstavelig talt blomstret opp. Eierne av Mester Grønn-kjeden vokste opp med landbrukssamvirket. Siden har det blitt nærmere hundre butikker og større samfunnsansvar.

Det bugner av blomster på hovedkontoret til Mester Grønn i Lier. Den ene eieren Erling Ølstad sliter med å finne en favoritt.

- De fineste er alltid sesongens blomster, men jeg synes orkidé er spesielt hyggelig. Jeg får den til og med til å komme igjen! sier han med et smil.

Det skulle bare mangle vel? Mannen har jobbet med blomster siden han var seks år gammel. Den gangen tasset han etter faren som var med på å bygge opp Gartnerhallen. Da Erling var inne i sitt 23. år, åpnet han sin første Mester Grønn-butikk i Skien. Året var 1983 og startkapitalen bestod av studielån.

- Jeg var ung og ante ikke at det skulle bli en så stor kjede som i dag, selv om vi visste det var muligheter. Det var et marked for blomstersalg, og så lenge butikken lå bra til med gode produkter til en fornuftig pris, ville folk kjøpe. Vi har klart å tjene penger fra starten av, men du blir ikke veldig rik av å selge blomster.

Men "litt" penger blir det. Mester Grønn omsatte for 811 millioner kroner inklusiv merverdiavgift i 2009.

- Vi selger ferskvare med små marginer, og prisene har gått nedover. En tulipan kostet rundt syv kroner stykket i 1983 mot under fem kroner i dag. Men til gjengjeld konsumerer kunden langt flere blomster enn for snart 30 år siden.

- Hvorfor handler vi hos dere?

- Blomster er det eneste produktet som følger deg fra vugge til grav. Blomster gjenspeiler følelser og livssituasjon. Det er et sterkt og flott

produkt som skaper glede og gjør høytider spesielle. Og Mester Grønn er et konsept som treffer kunden.

Han smiler med god grunn. Rundt seks millioner kunder handler i hans og brorens butikker i løpet av året. - Ideen har vært den samme hele veien: Å flytte de gamle handelstorgene inn i kjøpesenter og gjøre det om til moderne butikker. Men konseptet har selvfølgelig endret seg med årene. Vi skal være moderne og har en egen tren-

Eier Erling Ølstad av Mester Grønn sliter med å peke ut sin blomsterfavoritt. Men roser går aldri av moten.



Blomsterdekoratør Therese Bakken er i gang med å binde buketter etter bestilling.



M OG HJELP



Blomster merket Fairtrade koster litt mer, men det bidrar til å bedre arbeidernes levekår.

dekspert på hovedkontoret som følger ekstra med i tiden.

En trend i tiden er å ta samfunnsansvar. Og Fairtrademerkede blomster er en måte Mester Grønn viser at de bryr seg om verden på. Fairtradeblomster koster litt mer enn vanlig blomster både for innkjøper og kunde, men de ekstra pengene går direkte tilbake til et fond som arbeiderne bak produktene bestemmer over. Pengene brukes til å bygge opp samfunnet i området rundt farmene, og prosjektene og pengestrømmen blir årlig revidert av FLO Cert. Mester Grønn har i samarbeid med Fairtrade bygget en fødeklinikk i Tanzania og drifter et barnehjem i Kenya.

- En del kunder velger Fairtrade-produkter, men få har kunnskap om hva for noe godt det går til. Vi har kostet på for å introdusere Fairtrade i våre butikker siden slutten av 2006, og nå kommer kundene etter. Men

vi kan fint bry oss enda mer med å hjelpe, sier Ølstad, som er leder for styringsgruppen som skal gjøre Oslo til Fairtrade-hovedstad.

MESTER GRØNN

- 38 butikker i Stor-Oslo
- En tredjedel av blomstene kjøpes i Norge
- En butikk er i gjennomsnitt 130-150 kvadratmeter
- 1100 ansatte i kjeden
- 110 ansatte fra 15 nasjonaliteter på hovedkontoret
- Solgte rundt 30 millioner roser i 2010.
- Den største blomsterbutikken nord for Paris, målt i omsetning, er Mester Grønn på CC Vest.

OSLO FRONTER FAIRTRADE

Oslo har som mål å bli Fairtrade-hovedstad. Erling Ølstad fra Mester Grønn tror Oslo kommune må vise vei, så kommer innbyggerne etter.

Ølstad, som er leder av styringsgruppa, tror kundene etterspør flere Fairtrade-produkter dersom Oslo kommune synliggjør dem. I dag kjøper kommunen inn noe kaffe og te som er merket Fairtrade, men langt mer må kjøpes dersom innbyggerne skal få kjennskap til produktene og hva de står for.

- Etterspør kundene Fairtrade, så kommer utvalget i butikkene. Handelsstanden må selvfølgelig være med for at Oslo skal bli Fairtrade-hovedstad. Oslo innfrir nok kravet og kan bli sertifisert nå, men først da begynner jobben. Det tar tid å endre innkjøpsvanene til kommunen for eksempel, sier Ølstad, og legger til at politikerne må ta ansvar for at Oslo skal lykkes med målsettingen.

- Oslo er et bilde på verden i den forstand at det er en by med et stort antall mennesker fra forskjellige land. Fairtrade handler om at alle må bidra for at vi skal leve i fredlig sameksistens. Vi må dele på godene for å stabilisere verden. Oslo kan gå foran, vise vei og bli best på Fairtrade. Oslo kan være byen med det store hjertet, oppfordrer Mester Grønn-eieren.

Barnas Hus blir ny

I løpet av 1. halvår 2011 skal alle Barnas Hus i Norge bygges om og omprofileres. Deretter skal kjeden åpne åtte nye butikker på to år.

Markedet for barneklær og -utstyr er langt fra mettet.

– Vårt mål er å ha en tydelig posisjon innen barnebransjen på stort utvalg og lave priser. Barnas Hus skal være det som XXL er i sportsbransjen og Elkjøp i elektronikkbransjen, sier kjededirektør Pål K. Kristensen.

Han sa ja til å jobbe i Barnas Hus på høsten i fjor, og måtte dermed si farvel til mange år og roller i Reitan Servicehandel.

– Jeg hoppet over i en annen bransje, men mekanismene er de samme. Det dreier seg om å drive bra butikk. Min oppgave er å sette driften i system, noe som blant annet innebærer et opplærings- og utviklingsprogram for våre ansatte. Vel så viktig er et skarpt fokus på gjennomføringen i butikk som igjen er avgjørende for kundeopplevelsen, sier kjededirektøren, som arbeider for at Barnas Hus skal være barnefamiliens førstevalg på utstyr og klær til barn fra 0 til 10 år.

Han er imponert over hva kjeden har fått til de fem første leveårene og ser bare for seg videre vekst. Nå skal samtlige av de 17 Barnas Hus-butikkene i Norge bygges om og omprofileres.

– Logoen blir mer leken, butikkene blir enklere å orientere seg i og sortimentet styres mer sentralt. Dessuten skal vi begynne å selge leker og tilby varer under kategorien "aktiv fritid" som skipakker, akebrett og skøyter.

Pilotbutikken for det nye konseptet ligger i Skien og har hatt suksess siden åpningen i november. Neste ut er Alna med reåpning 15. februar, så følger resten av butikkene før sommerferien. Deretter skal nye butikker plottes på kartet. Barnas Hus



Slik skal Barnas Hus-butikkene se ut. Her fra kjøpesenteret Herkules i Skien.



Kjededirektør Pål Kristensen og resten av ledelsen i Barnas Hus skal bygge stort fremover.

vil bli landsdekkende, og har blant annet Oslo sentrum på ønskelisten.

– Det er definitivt ønskelig å ha butikk i Oslo sentrum, men da står ikke 3. etasje i et kjøpesenter øverst på listen. Ettersom vi er en destinasjon folk har planlagt å dra til, trenger vi ikke ligge i Karl Johan eller Bogstadveien, men gjerne en sidegate hvor levering av varer er enkel – både til oss og hjem for kundene.

Han antar omsetningen for Barnas Hus i

Norge i 2010 vil bli i underkant av 400 millioner kroner. Kjeden forventer en forsiktig vekst på 3 prosent i år.

– Vi tar ikke hardt i fordi ombygging kan være kaotisk, og gjør at vi må stenge litt. Men jeg tror vi kommer til å knuse den målsettingen, smiler Kristensen.

Og det er grunn til å tro ham. I november hadde kjeden en omsetningsvekst på 50 prosent totalt og 24 prosent på sammenlignbare butikker.

BARNAS HUS

- Eies 70 % av Alipes og 30 % av Dyvi Invest
- 3 nye butikker i 2011, 5 nye i 2012
- Ideell butikkstørrelse er 2000 m²
- Mål å bli landsdekkende innen 2013
- 200 årsverk ute i butikkene
- 80-90 % av kjøpende er kvinner
- 30-40 % av kundene har med barn på handleturen
- Butikken i Sandvika Storsenter omsatte for 32 millioner i 2010.
- Pål Kristensen var styremedlem i OHF fra 2006-2008.



Månedens HMS-tips skal bidra til at våre medlemmer har et levende HMS-system. Et godt HMS-system forebygger sykdom, skade og tap av verdier. Det skal bidra til å sikre medarbeidere, kunder, miljø, drift og materielle verdier, samt skape økt konkurranseevne. Månedens HMS-tema kan tas opp på personalmøter eller andre former for samlinger hvor alle ansatte er tilstede, og er beregnet å ta ca. 15 min. For et godt utbytte bør avvik følges godt opp.

TYVERI- OG RANS-FOREBYGGING

10 sikkerhetstips

1. Sikre god opplæring og tett oppfølging av medarbeidere - også deltidsansatte. Dette er en god investering for at forebyggende rutiner skal etterfølges.
2. Hold god orden i butikken og lås døren til bakrom/lager.
3. Hold kassaapparat, seddelboks og verdiskap (safe) låst når de ikke er i bruk.
4. Hils på og forsøk å få øyekontakt med alle som kommer inn. «Dominer» butikken. Yt god service, og skap liv og trivsel for kundene – det forebygger!
5. Oppretthold besluttet maksimalbeløp/antall sedler per kasse. Overskytende sedler sikres i seddelboks med tidsforsinket lås. informasjon om tidsforsinkelsen må plasseres lett synlig.
6. Sikre kontantene i forsikringsgodkjent verdiskap med tidsforsinket lås. Oblater med informasjon om tidsforsinkelsen plasseres lett synlig.
7. Tell kontanter i forbindelse med dagsoppgjør når butikken er stengt og dører og gitter er låste - uten innsyn utenfra.
8. Plasser høydemåler ved utgangsdør/egnet sted.
9. Installer forsikringsgodkjent ransalarm. Sikre at ansatte er kjent med hvordan denne fungerer. Benytt verditransport utført av seriøst selskap som har gode opplærings- og oppfølgingsrutiner for levering av veksler og henting av dagsoppgjør.
10. Sikre at medarbeider som er på jobb har mobiltelefon og enkel tilgang til en i ledelsen, slik at ettervern og psykososial støtte ved traumatiske hendelser raskt kan etableres.

OHF kan bistå sine medlemmer med innføring av sikkerhetstipsene gjennom sitt samarbeid med Sikkerhetsledelse AS, som består av rådgivere med lang politi- og sikkerhetsfaglig kompetanse. Forebygging av kriminalitet og oppfølging ved traumatiske hendelser er noen av deres kjerneområder. De har også en beredskapstjeneste med 24-timers rådgivnings- og utrykningsberedskap. Ta kontakt med OHF ved Janne på tlf.: 22 40 34 40 for nærmere informasjon.

Har du spørsmål om handel som krever svar fra juristen? Oslo Handel hjelper deg.

Advokater fra firmaene Ræder og Storløkken svarer på spørsmål knyttet til handel, service og næringsliv fra leserne av Oslo Handel. Svarene arkiveres på www.ohf.no, hvor det ligger kontaktinformasjon til alle fire advokatene dersom du ønsker juridisk bistand utover svarene i Oslo Handel. De to første timene ved konsultasjon hos Ræder er gratis for Pluss-medlemmer, så lenge henvendelsen skjer via oss. Ved ytterligere bruk av tjenesten får OHF-medlemmer gunstig timepris.

LEIETAGERS RETTIGHETER VED UENIGHET OM LEIEKONTRAKTEN

HUSLEIE

SPØRSMÅL: *Kan leietager holde igjen husleien dersom man er uenig med utleier om for eksempel tolkning av husleie på fellesareal?*

SVAR: Husleieloven § 2-15 regulerer kun leietagers rett til å holde tilbake så mye av leien at det sikrer de kravene leieren har mot utleieren som følge av mangel eller forsinkelse. Bestemmelsen åpner altså ikke for å holde tilbake leie grunnet uenighet om leiesummen. Er partene uenige om hvilken leie som skal betales, kan det lønne seg for leietager å deponere den omtvistede delen av leien, jf husleieloven § 3-8. Leietager er da beskyttet mot at leieavtalen sies opp eller heves på grunn av manglende leieinnbetaling.

Deponering skjer ved at beløpet settes inn på konto i banken. Beløpet skal disponeres av leietager og utleier i fellesskap. Banken kan utbetale beløpet i samsvar med rettskraftig dom. Leietager må så snart som mulig gi utleier varsel om deponeringen og begrunnelsen for den.

Det er viktig å være klar over at husleielovens § 2-15 og § 3-8 er fraveket i en rekke næringsleiekontrakter.

Med hilsen

Advokat **HANNE HEUM KARLSEN**

Ræder Advokatfirma DA

hhk@raeder.no | 402 33 662 | 23 27 27 00

Send spørsmål til rannveig@ohf.no og merk mailen med «Spør juristen». Husk å skrive med fullt navn. Advokatene har ikke lov til å besvare spørsmål fra andre advokaters klienter.



BERNHARD HALVORSEN

Storløkken Advokatfirma
Partner
Forretningsjus



CARL A. CHRISTIANSEN

Ræder Advokatfirma
Partner
Handelsrett



ELIZABETH EGE

Ræder Advokatfirma
Partner
Arbeidsrett



HANNE HEUM KARLSEN

Ræder Advokatfirma
Eiendomsrett og generell
kontraksrett

Returadresse: Oslo Handelsstands Forening, Karl Johans gate 37 A, 0162 Oslo

LÆRLINGER TIL DAGLIGVAREHANDELEN

En lærling i butikken gir deg en kunnskapsrik og motivert medarbeider, som koster mindre enn en ansatt på minstelønn.

OHF samarbeider med Varehandelens Opplæringskontor for Service og Samferdsel (VOKss) for å rekruttere lærlinger og lærlingplasser. VOKss bidrar til at lærlingordningen skal bli så enkel som mulig for bedriften. De besørger oppfølging og opplæring av lærlingen, slik at opplæringen gjennom hele læretiden er kvalitetsikret.

Målet med samarbeidet er å arbeide aktivt for at OHF-medlemmer skal få tilgang til alle fordelene ved en lærling, samt forenkle prosessen for bedriften. Med lærlinger sikrer du deg motiverte og kunnskapsrike arbeidere, samt en økonomisk gunstig arbeidskraft.

En lærling gir en stabil og interessert ansatt

i to år fremover, og er alltid en person med to år service- og samferdselsrettet utdanning bak seg. Å ha en lærling åpner for muligheten til å forme en ansatt, slik at man etter endt læretid kanskje kan ende opp med en assisterende butikkjef, som allerede kjenner butikkens rutiner, eller en butikkjef med egen butikk?

Det koster 10 071 kroner i måneden å ha en lærling første året. Andre året økes lønnen til 15 107 kroner, noe som er lavere en minstelønnen til ungdom under 18 år! Det gis også et opplæringsstilsudd på cirka 1 500 kroner i måneden (utbetalt etterskuddsvis). Dette medfører at det er rimeligere med en lærling i butikken enn en ansatt på minstelønnsats.

VOKss godkjenner hvem som blir lærebedrifter i samarbeid med Utdanningssetaten. For å lette den teoretiske opplæringsdelen, er VOKss ute i bedriften hver tredje måned. På denne måten kan lærebedriften ta seg av den praktiske



Lærlinger er motiverte og kunnskapsrike medarbeidere.

delen, mens VOKss sørger for å knytte all den praktiske kunnskapen inn i et rammeverk, som de bedømmes etter på en fagprøve. Frem mot fagprøven arrangerer VOKss testfagprøver, gir råd og veiledning, slik at lærlingen skal prestere maksimalt på fagprøven og ende opp med best mulig resultat.

Vurderer du å ta inn en lærling? Kontakt Varehandelens Opplæringskontor 988 68 331 | 488 65 635 | agb@vokss.no

RANSSTATISTIKK

SOM VISER ANTALL RAN FRA FORRETNINGER I OSLO

ÅR	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTALT	76	83	64	58	47	74	71	102*

* av disse var 69 grove



OHF ER VÅRT TALERØR

-VI ER MEDLEM av OHF fordi foreningen er vårt talerør for at Oslo skal være en levende handelsby, sier grunnlegger og eier av Mester Grønn kjeden Erling Ølstad. OHF påvirker politikere og myndigheter i saker som er viktige for oss. Vi har fått hjelp i flere saker som blant annet har omhandlet skilt og bomavgifter. OHF tilrettelegger for handel i bysentrum og omegn, og arbeider for at vi blir hørt.

KURS | VÅR 2011



Pluss på kunnskap!

MAKSIMER KUNDEMØTET

- FÅ DET BESTE UT AV KUNDEDIALOGEN

MANDAG 14. 02 | KL: 09.00 - 15.00

VERNEOMBUD

GRUNNKURS I ARBEIDSMILJØ

ONSDAG OG TORSDAG 16.-17. 02 | KL: 09.00 - 17.00

SVINKURS FOR LEDERE

FOR EN BEDRE BUNNLINJE

ONSDAG 02. 03 KL: 09.00 - 12.00

TLF. 22 40 34 40 | ADMIN@OHF.NO **WWW.OHF.NO**