

Ny bransjedirektør i HSH Service

Stein Johnsen er ansatt som ny bransjedirektør i HSH Service. Johnsen er advokat og har tidligere blant annet jobbet ett år i Justisdepartementet og tre år i advokatfirma. I de siste 17 årene har han ledet juridisk avdeling i NHO Service og har hatt faglig ansvar for all utvikling som har funnet sted innenfor det juridiske området og innen bistand til medlemsbedriftene.

– Det skal bli spennende å komme til en moderne organisasjon som HSH som kun fokuserer på tjenesteytende næringer. Jeg gleder meg til å yte full innsats fra dag én, sier Johnsen, som tiltre stillingen 11. oktober.

– Jeg er svært glad for at det er nettopp Stein Johnsen jeg skal overlevere stafettstaven til. Han vil videreutvikle HSH Service på en trygg og god måte. Jeg kjenner han som en usedvanlig kompetent og energisk bransjemann, som kan vise til svært gode resultater. Han er den rette mannen til å videreføre HSHs storstilte satsing på serviceektoren, sier avtroppende bransjedirektør Heidi Lill Mollstad Oppgaard. (HSH) ■



Nedgang i salget av økologisk mat

Etter flere år med økning i det økologiske markedet, målt i verdi, har 1. halvår 2010 gitt en nedgang både i verdi og volum. Produksjonen av økologisk melk øker, mens produsentene av økologisk kjøtt og egg i større grad har tilpasset produksjonen til salget i 2009.

Statens landbruksforvaltnings (SLF) rapport om Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer for 1. halvår 2010 kan tyde på at et sterkt prisfokus i varehandelen har ført til et redusert salg av de dyrere økologiske produktene sammenlignet med tidligere år. Den produksjonsøkningen man registrerte i 2009 ga seg ikke utslag i salget til forbruker, og i år har salget av økologiske varer gått tilbake både i verdi med tre prosent og volum med to prosent. (SLF) ■



Sviker løssalgsavisene

VG går tilbake med 12,6 og Dagbladet med 15,5 prosent av oppslutningen i en undersøkelse fra Mediebedriftenes Landsforening.

Selv om tre av fire nordmenn fremdeles leser minst én papiravis daglig, går nesten alle papiraviser tilbake i den nye undersøkelsen.

Den samlede oversikten viser likevel at 88 prosent av befolkningen over 12 år leser minst én papiravis eller netttavis hver dag.

Mens nisjeavisene har kunnet sole seg i økte opplag i en periode, er det nå også notert stopp i oppgang for Morgenbladet og Klassekampen.

Også oppslutningen om lokalavisene faller med 4,7 prosent. Undersøkelsen er utført av TNS Gallup på vegne av Mediebedriftenes Landsforening. I alt 38.000 intervjuer er gjennomført fra juli 2009 til juli 2010. (dn.no) ■



Setter briller på handlevoggen

For mange er det umulig å lese alt som står på emballasjen. Handlevognslupen gjør det mulig å få med seg det som står med liten skrift.

AV CHRISTIAN DIETRICHSON

– Mange kvier seg for å be om hjelp til å lese etiketter. For mange eldre betyr det dessuten mye å kunne mestre situasjoner selv. Det gir dem en bedre handleopplevelse, sier importør John Markussen i Eiwal Norge.

I Sveits kom han for ikke lenge siden over lupen for dem som har vanskelig for å lese den lille skriften på varene. Ikke lenge etter hadde han avtalen om å være eneimportør i Norge og Danmark i hånden.

«For mange eldre betyr det mye å mestre situasjoner selv»

Hjelper sveitiske Coop-kunder

Lupen forstørrer ca. fire ganger og sitter i en stang av kunststoff som festes til handlevoggen. For-

størrelsesglasset er dekket av et lokk som beskytter glasset, og forhindrer at det virker som et brenn-glass når solen skinner. Lokket faller automatisk på plass når det ikke er brettet til side.

Handlevognslupen kommer i ulike former. Fargene er også forskjellige og kan tilpasses fargen en kjede har valgt som sin.

– Barn liker å titte i lupen. Derfor kan den også festes på de små handlevognene som er laget spesielt for dem.

I Sveits finner man allerede mange handlevognsluper. Sveitiske Coop har bestilt 135.000 stykker fra produsenten Giro. I Tyskland skal DM Markt-kjeden ha flere hundre tusen på handlevognene sine. I samme land snuser dessuten Lidl på lupen.

Generelt passer lupen for flere bransjer i detaljhandelen. Det er mange produkter med liten skrift på emballasjen.

Mange over 40 har problemer

En undersøkelse Norges Blindefor-

TEKNIKK I BUTIKK



FORSTØRRER: Lupen gjør det mulig å lese den lille skriften mange ikke ser godt nok.

bund gjennomførte i 2007 viste at halvparten av de over 40 år har problemer med å lese alt på produktetikettene. For noen er det særlig viktig å kunne se hva som står med liten skrift. Allergikere og diabetikere bør vite hva de får i seg.

Hos Prix i Ås har John Markussen montert lupen på noen av handlevognene.

– Kundene har blitt nysgjerrige og positivt overrasket. Lupen er en fin sak for eldre og svaksynte, sier butikkmedarbeider Toril Ileby Foss. ■



BARN LEKER: Handlevognslupen kan gjøre butikkbesøket morsommere for barn.



SYNSHJELP: Importør John Markussen kom over handlevognslupen i Sveits.