

BRANCHESEKTION IT, MEDIE & KOMMUNIKATION



DE GRAFISKE FAG BLEV VIST FREM VED DM I SKILLS

Danmarksmesterskabet for erhvervsuddannelser i Bella Center havde 68.000 besøgende på konkurrencernes tre dage i januar. Mange af gæsterne var skoleelever, som fik indtryk af fremtidens muligheder inden for de fag, der dystede. De to grafiske uddannelser grafisk tekniker og mediegrafiker var med i konkurrencen



FÅ DIT EGET VISITKORT! Det bliver fremstillet fra grunden med portrætfoto, tekst og layout, og du får det med dig på vej ud fra Bella Center.

Sådan var et af tilbuddene fra de grafiske uddannelser. Standen kunne også byde på fødselsdagskort og plakater, fremstillet og trykt af fagets elever, og gæsterne tog for sig af retterne. Det gjaldt også de superpopulære T-shirts i dukkestørrelse med serigrafitryk på fronten.

Publikum kunne se og røre, og de kunne få en snak om, hvad de grafiske uddannelser indeholder.

De unge repræsentanter fra erhvervsskolerne

Foto Ulla Gorm Pedersen



Emil Sumedh Christiansen blev landets næstbedste grafiske tekniker.



Syv mediegrafikerelever dystede om at blive Danmarks bedste. Her sidder tre af dem side om side.

Foto Skovdal.dk



Stefan Pedersen Fritsche er netop uddannet og vandt DM for unge mediegrafikere. Han får overrakt diplom af undervisningsminister Christine Antorini, som lod sig forevige med samtlige vindere.

blev rankere og mere smilende, når de fik mulighed for at vise produkter frem og fortælle om deres fag og uddannelse.

KONKURRENCER DAGEN LANG

Mere dæmpet var der i et område af standen, hvor syv mediegrafikerelever dystede om at blive Danmarks bedste. Kombattanterne repræsenterede de syv erhvervsskoler, der udbyder uddannelsen.

Konkurrencen bestod af mange dele: Fremstilling af logo samt emballage, hvor logoet skulle indgå, roll-up-plakat med et golfteama, en plakat med biler, som efter en tur i billedbehandlingsprogrammet Photoshop kunne indgå i Disney-filmen Cars, design af et magasin og en tilhørende magasinfor side. Og som afslutning en opgave i tegneprogrammet Illustrator: en skitse til et graffitimaleri, som skulle have et pift og afsluttes i Photoshop.

Deltagerne arbejdede fra kl. 9 til kl. 19 både torsdag og fredag, mens den sidste konkurrencedag lørdag kun var en halv dag til kl. 13. Og det var stressende, spændende og lærerigt, lød det fra konkurrencedeltagerne i frokostpausen fredag. Men der var ikke tid til samtale, for næste opgave ventede: design af en magasinfor side.

21-ÅRIG VANDT

De unge sad tilsyneladende upåvirkede af mange nysgerrige blikke, der fulgte med live på store skærme, som var hængt op over hver enkelt arbejdsplads. Her kunne publikum følge de valg, som deltagerne traf.

”Stefan Fritsche København” stod der på et af skiltene ved en skærm, hvor der blev arbejdet i rødt. En magasinfor side blev til, og det foregik til musik i ørene.

Et døgn senere vandt den 21-årige Stefan Pedersen Fritsche Danmarksmesterskabet og kan nu kalde sig Danmarks bedste unge mediegrafikere. Stefan kan desuden se frem til deltagelse i VM i Sao Paulo i Brasilien til august.

– Det var mest stressende om torsdagen, hvor det hele var nyt, og vi skulle vænne os til stedet. Men fredag var helt fin for mig. Jeg var bare mig selv og arbejdede i lidt højere tempo end normalt, fortalte han.

Stefan Pedersen Fritsche har afslut-



Nick Dolleris Seeger er Danmarks dygtigste unge grafiske tekniker. Som vinder af DM i Skills skal han repræsentere sit fag ved VM, som i 2015 holdes i Sao Paulo i Brasilien.

//
Konkurrencen skal vise, hvem der er bedst til alle dele inden for faget, så vi løser opgaver inden for det hele.

Nick Dolleris Seeger

– Europa er så lille, at det ikke betyder noget.

– Jeg er superglad for at være udtaget til konkurrencen. Det er rigtigt spændende, og jeg gør mit allerbedste, men der er hårde odds, sagde han.

TRÆNING FØR KONKURRENCE

Konkurrencen om at blive Danmarks bedste unge grafiske tekniker havde blot to deltagere. Det skyldes, at kun to erhvervsskoler i Danmark udbyder uddannelsen: Media College Aalborg og KTS i København.

Emil Sumedh Christiansen er fra skolen i Aalborg. Han er 19 år og snart to år henne i uddannelsen, hvor praktiktiden er henlagt til Strandgaard Grafisk i Skjern.

– Jeg er superglad for at være udtaget til konkurrencen. Det er rigtigt spændende, og jeg gør mit allerbedste, men der er hårde odds, sagde han.

Emil Sumedh Christiansen arbejder mest med offsettryk til dagligt, og han var godt tilfreds med sin præstation i offset-opgaven, som foregik allerede om tirsdagen på KTS – før åbningen af Skills.

På KTS havde de to konkurrenter været i gang og trænet på trykmaskinen i flere dage, før den egentlige konkurrence tog sin begyndelse.

– Op til Skills har jeg trænet i de øvrige discipliner på min arbejdsplads, fortalte Emil.

PLADS TIL SMÅJOB UNDERVEJS

Den anden deltager i Danmarksmesterskabet var 21-årige Nick Dolleris Seeger fra Kailow Graphics i Rødovre. Nick har været færdig med uddannelsen siden august 2014 og deltog for skolen i København. Et væsentligt kriterium for alle deltagere i DM i Skills er, at de ikke må være fyldt 23 år inden året for VM's afholdelse.

– Jeg var med i Aarhus for to år siden, og det var også rigtigt spændende. Man lærer nye mennesker at kende og lærer også noget nyt fagligt. Dengang gik det ikke godt for mig, men i år skal det være, sagde Nick Dolleris Seeger.



Foto Skovdal.dk

De syv deltagere i konkurrencen om at blive Danmarks bedste unge mediegrafiker ankommer samlet til præmieoverrækkelsen, der afsluttede erhvervsuddannelsernes store begivenhed i Bella Center.

En af opgaverne fredag skulle foregå på den store digitale printer, men konkurrencedeltagerne kunne kun arbejde en ad gangen. Det betød, at Nick Dolleris Seeger havde overskud til at betjene skæremaskinen, så flere af skolernes gaveplakater kunne nå publikum, mens konkurrenten svedte med sin opgave.

Opgaverne for de to grafiske teknikere bestod blandt andet i en offset tryk-opgave, farveblanding, bestemmelse af papirkvalitet, en skæreopgave og digital print.

– Mit speciale er offset, og det arbejder jeg også med til daglig. Konkurrencen skal vise, hvem der er bedst til alle dele inden for faget, så vi løser opgaver inden for det hele. Men der er mest fokus på tryk, og det er også her, at 58 af de 100 mulige point fordeles, fortæller teknikeren fra Kailow Graphics.

Nick Dolleris Seeger blev lørdag kåret som vinder af konkurrencen og kan nu tilføje titlen Danmarks bedste unge grafiske tekniker på visitkortet. Også han skal deltage i VM i Brasilien til august 2015. //

DE GRAFISKE FAG DYSTER HVERT ANDET ÅR

DM i Skills holdes en gang om året, og de grafiske uddannelser er altid repræsenteret med en stand under mesterskabet. Kun hvert andet år deltager de to grafiske fag i selve konkurrencen

DE SYV ERHVERVSSKOLER med grafiske uddannelser er sammen med Grafisk Uddannelsesudvalg hvert år med til at præsentere uddannelserne, når der er DM i Skills. Det er en stor begivenhed for skolerne, også i de år, hvor man ikke deltager i selve mesterskabet.

– De elever, som viser uddannelserne frem over for et vildfremmed publikum, lærer meget om sig selv, og hvorfor de selv har valgt uddannelsen. Det styrker dem, når de senere skal besøge virksomheder for at søge praktikplads, siger Ulla Gorm Pedersen. Hun er uddannelseskonsulent i Grafisk Uddannelsessekretariat og følger forberedelser og afvikling hvert år.

– Skolernes faglærere tilrettelægger DM-koncurrencerne og bedømmer dem. Det kræver en del forberedelse og dialog om indhold og afvikling, men det er også med til at styrke kendskabet til hinanden og dermed fællesskabet på tværs af skolerne, mener Ulla Gorm Pedersen.

Efter DM i Skills er det op til skolerne, vinderne og vindernes virksomheder at forberede deltagelse i verdensmesterskabet, som i 2015 foregår i Brasilien.

– De nye vindere får mulighed for at deltage i Skills i Finland og får dermed trænet i at konkurrere internationalt, før det går løs i Brasilien til august. Det er en god mulighed for dem, siger Ulla Gorm Pedersen.

De syv skoler, der uddanner grafiske teknikere og mediegrafikere, er Københavns Tekniske Skole (KTS), Roskilde Tekniske Skole, Syddansk Erhvervsskole, Hansenberg, Aarhus Tech, Herningsholm Erhvervsskole og Media College Aalborg. //



Tillidsrepræsentanterne Peter Marcussen (Color Print) og Claus Nørgaard (Stibo Graphic) er nogle af dem, der har kæmpet hårdest mod reklameafgiften.

KAMPEN MOD REKLAMEAFGIFTEN

ARBEJDSPLADSER VAR DET AFGØRENDE ARGUMENT

To tillidsrepræsentanter fra Stibo Printing Solutions var helt i front i slaget om reklameafgiften

DA DETTE BLAD GIK I TRYKKEN, tegnede alt til, at planerne om en afgift på husstandsomdelte reklametryksager ville blive taget af bordet.

– Det er fantastisk, at det tilsyneladende er lykkedes, lyder det fra de to trykkere og tillidsrepræsentanter, der om nogen har kæmpet for at få politikerne til at droppe reklameafgiften: Claus Nørgaard fra Stibo Graphic i Horsens og Peter Marcussen fra Color Print i Vadum. Begge virksomheder er en del af Stibo Printing Solutions.

Af alle gode argumenter, som fik forligspartierne bag reklameafgiften til at ombestemme sig, er de overbevist om, at de mange arbejdspladser, der stod på spil, var afgørende.

AFGIFTEN KUNNE LUKKE VIRKSOMHEDER

Reklameafgiften ville have flyttet tryk opgaver og arbejdspladser til udlandet og formentlig også skubbe yderligere til udviklingen fra trykte til digitale medier. Branchen skønner, at reklameafgiften ville koste i alt 5-600 grafiske arbejdspladser. Fra Stibo Printing Solutions var meldingen, at afgiften ville betyde omkring 150 færre arbejdspladser.

– Det er nok endda lavt sat, siger Claus Nørgaard. Faktisk er hverken han eller Peter Marcussen i tvivl om, at reklameafgiften kunne have kostet deres virksomheder livet, da cirka halvdelen af den samlede omsætning stammer fra reklametryksagerne.

– Afgiften ville fordyre tryksagerne med mellem 25 og 50 procent. Så store stigninger kan ingen virksomhed bære, uanset branche. Og i den grafi-

ske branche er det i forvejen hårde tider. Stibo er p.t. den eneste større rotationsvirksomhed i Nordeuropa med sorte tal på bundlinjen, men dækningsbidraget er lavt. I dag kører vi i tre- og firholdsskift, og hvis man blev nødt til at droppe blot et enkelt skift, ville det ikke længere hænge sammen, forklarer Peter Marcussen.

- Vi har lært at leve med den digitale udvikling og den almindelige nedgang i trykmængden, og vi arbejder i en virksomhed, der har været parat til at effektivisere og omstille sig. Samtidig har vi arbejdet på at gøre produktionen så miljørigtig som muligt. Hvis vi måtte lukke, fordi vi ikke var konkurrencedygtige, kunne vi forholde os til det. Men at skulle lukke en velfungerende virksomhed på grund af en urimelig og meningsløs afgift ville ikke være til at bære, siger Claus Nørgaard.

HVERKEN PENGE ELLER MILJØ I AFGIFTEN

Det var i efteråret 2011, at Enhedslisten under forhandlingerne om finansloven for 2012 fik regeringspartierne med på en aftale om reklameafgiften. Afgiften skulle gavne miljøet og kaste et årligt provenu på 400 millioner kroner af sig. Penge, der skulle bruges til at forhøje "den grønne check" med 280 skattefrie kroner for folk med lave indkomster.

Afgiften blev udsat, da EU fandt den konkurrenceforvridende, og hen ad vejen skrumpede provenuet, hver gang man regnede på det - bl.a. på grund af nedgangen i trykmængde og "Nej tak"-ordningen. De seneste beregninger lød på 190 millioner kroner eller mindre.

- Men det var endda et rigtigt Folketings-regnestykke, hvor man hverken inddrog tab af arbejdspladser - og dermed skattekrone - eller øgede udgifter til dagpenge, siger Claus Nørgaard.

Ifølge de to tillidsrepræsentanter var udsigten til at få et provenu i kassen ellers den eneste reelle begrundelse for afgiften.

- Det har ikke haft meget med miljøet at gøre. For 20 år siden, da ideen om reklameafgiften kom op første gang,



Claus Nørgaard: - At skulle lukke en velfungerende virksomhed på grund af en meningsløs og urimelig afgift ville ikke være til

Tillidsrepræsentanterne Peter Marcussen og Claus Nørgaard (th.) i snak med kolleger hos Stibo Graphic i Horsens. Der er glæde og lettelse over udsigten til at slippe for reklameafgiften, som længe har truet med at koste masser af arbejdspladser.



kunne man med rette tale om miljøproblemer i branchen, men de er for længst løst, siger Peter Marcussen.

Mens debatten om reklameafgiften rasede, har han og Claus Nørgaard indhentet masser af dokumentation fra leverandører af papir og trykfarver, der viser, at produktionen i dag påvirker miljøet minimalt.

- Der er ikke længere opløsningsmidler i trykfarverne eller alkohol i fugte vandet. Vi trykker på langt tyndere papirkvaliteter, og genbrug af papir er sat i system. Tidligere var forholdet mellem nyt papir og genbrugspapir 80 til 20, mens det i dag snarere er omvendt. Vi trykker langt det meste på Svanemærket og FSC-mærket papir, som kommer fra bæredygtigt skovbrug. Endelig har vi gjort meget ud af at minimere forbruget af gas i tørreovnene på vores heatsetmaskiner, siger Claus Nørgaard.

SVÆRT AT FÅ POLITIKERNE I TALE

I sommeren 2013 godkendte EU-Kommissionen overraskende et revideret forslag, som graduerede reklameafgiften efter, om produktionen var miljømærket med EU-Blomsten.



Peter Marcussen: - For 20 år siden, da ideen om reklameafgiften kom op første gang, kunne man med rette tale om miljøproblemer i branchen, men de er for længst løst.

- Men afgiften ville fortsat være konkurrenceforvridende, da vi i Danmark har den mest restriktive fortolkning af miljøkravene. Her skal hele virksomheden være miljøcertificeret og ikke kun den enkelte opgave - som fx i Italien, hvor man i øvrigt også har mulighed for at bruge ikke-certificerede underleverandører, siger Claus Nørgaard.

De to tillidsrepræsentanter har siden brugt masser af tid og kræfter på at få politikerne i tale og få dem til at tage reklameafgiften af bordet. I starten var det op ad bakke.

- Hvis det havde været en afgift på sukker, der ville ramme alle, havde det nok været anderledes. Vi er trods alt en lille branche, og ingen udefra talte vores sag. Tværtimod er reklamer noget, som folk elsker at hade. Det var skræmmende at opleve, hvor alene vi stod, siger Peter Marcussen.

Det viste sig utrolig svært at få ministre og andre toppolitikere på Christiansborg i tale. Frustrerende mange telefonopkald og mails forblev ubesvarede.

- Først da vi tog fat i kommunalpolitikere og lokalt valgte folketingspolitikere, begyndte der at ske noget, siger Claus Nørgaard.

Tillidsrepræsentanterne fremhæver

Kristian Andersen (folketingskandidat for V i Nordjylland), Bjarne Laustsen (folketingsmedlem for S, valgt i Nordjylland), Thomas Kastrup-Larsen (S-borgmester i Aalborg) og Peter Sørensen (S-borgmester i Horsens) som nogle af de politikere, det først lykkedes at få hul igennem til, og som derefter begyndte at øve indflydelse via medierne og deres forbindelser højere oppe i systemet.

ENHEDSLISTEN SATTE SELV BREMSEN I

Jo flere politikere det lykkedes at få i tale, des flere døre blev åbnet, og efterhånden vendte stemningen.

I november kom ministeren for by, bolig og landdistrikter, Carsten Hansen (S), på glatis i et tv-interview, hvor han havde svært ved at forklare, hvordan intentionerne om flere arbejdspladser i Udkantsdanmark hang sammen med udsigten til at måtte sige farvel til masser af grafiske arbejdspladser i Nord- og Midtjylland på grund af reklameafgiften.

Samme måned inviterede HK/Privat og Grafisk Arbejdsgiverforening til konference på Christiansborg med en klar opfordring til politikerne om at droppe afgiften. Kort efter kom meldingen om, at skatteministeren i første omgang ville udsætte fremsættelsen af forslaget om afgiften fra januar til marts samt invitere Enhedslisten og SF til en fornyet drøftelse af sagen. Det skete, efter at Frank Aaen fra Enhedslisten havde erklæret, at partiet var villigt til at opgive afgiften.

- Afgiften var Enhedslistens idé, men de skal da have ros for selv at have sat bremsen i igen, lyder det fra de to tillidsrepræsentanter.

Som medvirkende til, at deres utrættelige arbejde mod reklameafgiften tilsyneladende har båret frugt, fremhæver de, at alle parter stod sammen - tillidsrepræsentanter, ledelse, arbejdsgiverforening og fagforening.

Først og fremmest glæder de sig over udsigten til, at en lang periode med stor usikkerhed om fremtiden blandt kollegerne omsider er forbi. //

EN SPÆNDENDE PROCES

Også Stibos koncernchef, Hans O. Damgaard, er glad for, at reklameafgiften tilsyneladende er droppet.

- Det er utrolig positivt, hvis det virkelig er lykkedes at slippe for den. Under alle omstændigheder har det været en utrolig spændende proces at være med i. Hos os har hverken tillidsrepræsentanter eller ledelse erfaringer med at forsøge at påvirke det politiske system, men undervejs har vi trøstet os selv med, at vi havde fornuften og logikken på vores side i forhold til en afgift, der angiveligt både skulle skabe et provenu og løse et miljøproblem: For det første ville der ikke komme noget provenu ud af det, og for det andet eksisterer miljøproblemet ikke længere. Vi var enige om, at vi havde en god sag, hvis det var de gode argumenter, der vandt. Og jeg håber virkelig, at det er tilfældet, siger han.

PÅ SAMME SIDE AF BORDET

Hans O. Damgaard har stor ros til tillidsrepræsentanternes indsats i forhold til reklameafgiften. Med smil i stemmen siger han:

- Indimellem sidder vi jo vitterligt på hver sin side af bordet, og her kan jeg til tider godt være lidt frustreret over deres vedholdenhed og gode forhandlingsevner. Men de bedste resultater kommer, når vi som her er på den samme side af bordet, og i denne sag har deres indsats virkelig været et stort aktiv.

OM BRANCHESEKTION IT, MEDIE & KOMMUNIKATION

Er du ansat i en medie-, en it-virksomhed eller fx på et trykkeri, hører du hjemme i Branchesektion It, Medie & Kommunikation, en ud af syv branchesektioner under HK/Privat. Branchesektionen har ca. 18.000 medlemmer i hele landet og er ledet af en bestyrelse, der vælges hvert 4. år på et delegeretmøde.

Formand
Olaf Christensen,
mobil: 30 31 89 76,
e-mail:
olaf@dalgashave.dk

Redaktionssekretær
Ulla Høst (DJ),
tlf.: 33 30 44 01,

DEADLINE FOR KOMMENDE NUMRE

Har du en idé til en artikel til Branchesektion It, Medie & Kommunikations sider i HK/Privatbladet, kan du kontakte:

Inge Meyer,
mobil: 20 24 12 76,
e-mail: inge_meyer@mail.tele.dk

NR. 3
Udkommer 20. marts
Deadline er overskredet

NR. 4
Udkommer 24. april
Deadline er 13. marts

NR. 5
Udkommer 22. maj
Deadline er 16. april

ARBEJDSMILJØÅR

/ FAGLIGT SYNSPUNKT



Af Per R. N. Nielsen,
medlem af bestyrelsen i Branchesektion It, Medie og Kommunikation

HVAD GEMMER SIG BAG DENNE OVERSKRIFT? HK/Privat har besluttet sig for at udnævne 2015 til arbejdsmiljøår. Hvorfor har HK/Privat så besluttet sig for det?

Baggrunden er, at den "nye" arbejdsmiljølov har virket i fire år. Og hvad har vi så fået i de fire år? Har vores arbejdsgivere levet op til, hvad de har lovet, da de skulle være med til at indføre den nye arbejdsmiljølov? Nej, det har de ikke. Vi har oplevet et antal arbejdsgivere, som har udnyttet loven til at skære ned på antallet af arbejdsmiljørepræsentanter. Nogle steder er arbejdsmiljøarbejdet stort set gået i stå, andre steder er det fortsat på uændret niveau.

Hvad får du så ud af et arbejdsmiljøår?

Lige nu er alle gode kræfter ved at planlægge en masse aktiviteter, som kommer til at dække hele spektret inden for arbejdsmiljøarbejdet. Aktiviteter, som gerne skulle betyde, at alle får muligheder for at byde ind på, hvordan du får et arbejdsliv med et godt psykisk og fysisk arbejdsmiljø, og hvor ingen bliver nedslidte eller syge af at gå på arbejde. At samfundet bliver indrettet på en måde, så familieliv og arbejdsliv hænger sammen. At virksomhederne løbende hjælpes med at forbedre deres indsats for et godt arbejdsmiljø.

Hvis dette kan opfyldes, vil vi kunne opnå følgende: Et sundt fysisk og psykisk arbejdsmiljø betyder færre sygedage, og det kan have stor indflydelse på den enkeltes livskvalitet. Undersøgelser viser desuden, at et godt arbejdsmiljø kan ses på virksomhedernes bundlinje. Medarbejdere, der oplever at have en god chef, social støtte, indflydelse på egne arbejdsopgaver og udviklingsmuligheder, er også langt mere produktive og loyale end gennemsnittet. For samfundet betyder det gode arbejdsmiljø endelig færre udgifter til sundhedssystemet og sygedagpenge og i sidste ende flere indtægter.

Hvad skal du så gøre nu? Du kan følge med i vores nyhedsmails om aktiviteter, arrangementer og foredrag. Det gør du på HK/Privats, ITMKs og din afdelings hjemmesider.

FAGLIGT NYT

GENERALFORSAMLING I ITMK ØSTJYLLAND

ITMK Østjylland afholder generalforsamling torsdag 26. februar klokken 17.00. Mødet holdes i HK's lokaler Sødalsparken 22, 8220 Brabrand. Tilmeld dig til spisning på MitHK via HK.dk

EKSTRAORDINÆR GENERALFORSAMLING

Typografernes Stiftelse Vejle afholder onsdag 4. marts 2015 kl. 18.30 ekstraordinær generalforsamling i kælderen Østerbrogade 30, Vejle.

Generalforsamlingen er for HK Sydjyllands medlemmer, der er tilsluttet branchesektionen It, Medie & Kommunikation.

DAGSORDEN:

1. Valg af dirigent, 2. Godkendelse af dagsorden, 3. Forslag fra bestyrelsen om at sælge Typografernes Stiftelse, og oprettelse af en fond efter salget, 4. Eventuelt

TILMELDING:

De, der ønsker at deltage i spisningen efter generalforsamlingen, skal tilmelde sig hos Jørn Marschall på telefon 20 47 47 21 senest fredag 27. februar 2015.

PENSIONIST SØGES SOM TILSYNSFØRENDE TIL FERIEHUSE PÅ SAMSØ

Har du lyst til et gratis ophold på Samsø i juni og juli måned? Sælvig Feriehuse, der er ejet af bogbinder- og kartonnagearbejderne, søger en pensionist, som i juni og juli måned har lyst til at bo i vores dejlige ferieby på Samsø og se efter feriebyens faciliteter. Feriebyen består af 24 huse samt en mindre campingplads.

Vi stiller gratis et hus til rådighed og dækker dine transportudgifter til og fra Samsø. Du skal føre opsyn, passe området, hjælpe ferieгæsterne med deres spørgsmål, tage afsked med lejere samt modtage nye lejere.

Du vil møde mange glade medlemmer, og vi forventer, at du er i besiddelse af et godt humør og roligt sind. Vi ser gerne, at du har lyst til at fungere i flere sæsoner. Er dette noget for dig, så send en ansøgning på nedenstående adresse senest 6. marts.

På feriebyens vegne
Kjeld Pedersen, Skallerupvej 492, 9800 Hjørring