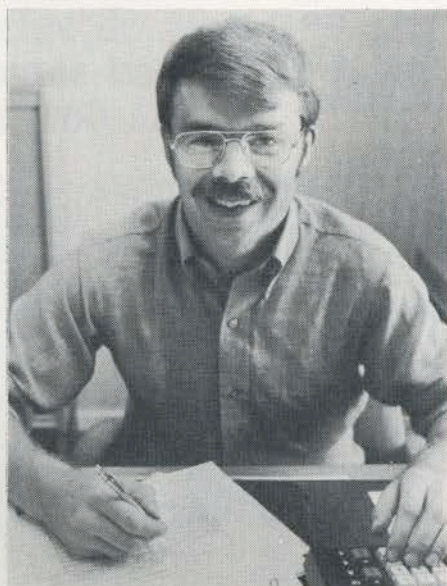


NY PÅ JOBDET...



Erik Persson
Redovisningsavdelningen, trainée
Sunlight, Nyköping

— När jag var färdig med studierna så gäller det ju att snabbt börja fungera i samhället och när Svenska Unilever annonserade efter trainees, så sökte jag. När jag kommit så långt i utgallringen som till intervju, så tyckte jag det verkade lockande och trevligt och hoppades allvarligt på att bli antagen. Och det blev jag.

Med lönen är jag helt nöjd. Jag kom visserligen direkt från studierna, och har därför ingenting att jämföra med. Men jag är säker på att min lön är fullt marknadsmässig för en nybörjare.

Arbetsmiljön är bra och jag jobbar tillsammans med kompisar i min egen generation. Vi har lätt att förstå varandra. Jag trivs bra både med dem och jobbet.

Fritidsaktiviteterna, som företaget bjuder på utnyttjar jag verkligen och spelar både badminton och tennis. Tillsammans med Torgny Gertell, också trainee, har vi nog varit de flitigaste badmintonspelarna, i sommar i varje fall. Så tränar jag inför ishockeyn tre kvällar i veckan, men om jag får någon plats i Bissarnas lag till vintern vet jag ännu inte. Några fritidsproblem har jag verkligen inte. Har inte ens hunnit få upp gardinstängerna i lägenheten än. □

NY PÅ JOBDET...



Margareta Hansson
Driftkontrollaboratoriet
Sunlight, Nyköping

— Att jag sökte jobb i Nyköping överhuvudtaget beror på att min fästman flyttade hit. Tidigare har jag jobbat på hälsovårdsnämnden i Örebro samt på laboratorium i Malmö och ville helst ha ett laboratoriearbete.

Arbetskamraterna här är lätta att komma överens med. Arbetsledningen har man inte så mycket kontakt med. Man gör sitt jobb och rapporterar värden och resultat. Vad vi saknar här på lab tycker jag är ett personalrum. Det är inte så trevligt att tillbringa te- och kaffepauserna så i direkt anslutning till lab-arbetet.

Lönen är, i förhållande till mina tidigare jobb, lägre.

Fritidsaktiviteterna har jag utnyttjat såtillvida att jag spelat badminton.

För övrigt hade jag önskat lite mer omfattande introduktion, t ex hur produktionen berör mitt arbete, varför man måste komma i tid med prover o s v. Så tycker jag kanske att man fick ta rätt stort ansvar från början. Den som lärde upp mig gjorde det bra, men sedan tycker jag att kontrollen av mitt arbete varit sporadiskt. Det borde vara en bättre uppföljning av den nyanställdes jobb. Möjligen berodde det i mitt fall på att, samtidigt som jag började, så byttes även min närmaste chef. Det vore också önskvärt, att man från företagets sida skulle höra lite mera vad personalen tycker och tänker. Kontakten med företaget som helhet tycker jag brister. □

Nej, de har inte fått dändimpen, marknads- och försäljningsfolket på Sunlight och Gibbs. Även om man trodde det ett tag. För arbetsnamnet på kampanjen kallades så. Och är det inte skottar så är det elefanter. Av erfarenhet blir man vis också. Eftersom Skottekampanjen gick hem tänkte man, att det var väl lika bra att fortsätta samarbetet. Sunlight och Gibbs alltså. Och varför ska folket på kontoret bara sitta på sina stjärtar och bläddra i papper och prata i telefon? Nej, ut med dem i butikerna och låt dem hugga i och jobba!

Skämt åsido . . .

DÄNDIMPEN blev

ELEFANT KAMPANJ



Kampanjen presenterades av det vitklädda teamet Peter Cassel, Peter Vilén, Ursula Borgil, Stellan Lind och Roland Johansson.

Kampanjen omfattar Sunlights och Gibbs storsäljare — Via, Andy, Lux beautypack, Corall och Pepsodent och presenterades för Sunlights säljare den 23 juli på Foresta i Stockholm, där den första höstkongressen hölls.

För konsumenterna innebär kampanjen prisnedsättningar på nämnda produkter. De kan också delta i en tävling, där det gäller att döpa den ljusblå elefanten, som är kampanjens symbol. För butikerna arrangeras en uppskylningsstävling.

Hans Hägglund, en av männen bakom kampanjuppläggningsen, berättar att det varit den roligaste och mest stimulerande kampanj han fått vara med om att planera. Han förmodade också att den kommer att medverka till att många nya kontakter kommer att knytas och öka möjligheterna till större förståelse mellan olika befattningshavare och avdelningar såväl inom Sunlight som Gibbs.

Vid uppskylningen i butikerna, som sker de två första veckorna i september deltar förutom Sunlight och Gibbs representanter nämligen ett 75-tal personer från kontoret, sekreterare, direktörer, ekonomifolk etc . . .

Representanterna har utrustats med polaroidkameror, som är ett av hjälpmedlen i kampanjarbetet — butiksinnehavarna skall nämligen med dessa kameror ta bilder av sin uppskylning och deltar om de vill i en tävling om bästa uppskylning.

Unisont kommer att återkomma med bilder och text från själva uppskylningskampanjen.

GSD

160 ÅR MED SUNLIGHT

heter en film, som berättar om Sunlights öden och äventyr i Sverige de senaste fyrtio åren. De fyra medverkande har nämligen en total tjänstgöringstid på 160 år . . .



Riktlinjerna för filmen diskuteras av fr v Georg Boström, Åke Sjögren, Elis Isaksson och Knut Andersen.

— Eftersom tre personer 1972 lämnade koncernen efter 40 års tjänst, var detta sista chansen att fånga och bevara något av gammal Sunlighthistoria. Detta berättar Georg Boström, den som tog initiativet till filmen, och som också är en av de medverkande med sina dryga 40 år i koncernen.

Övriga medverkande är Knut Andersen, f d utbildningsledare för försäljningspersonal, Elis Isaksson, f d försäljningsdirektör och Åke Sjögren, f d distriktschef.

Samtliga har tagit en mycket aktiv del i uppbyggnaden av Sunlight och var också med på den tiden, då Sunlight gick med förlust. Det var först 1938, som Sunlight började gå med vinst, då med 50 000 kronor. Innan dess hade moderbolaget satsat 20 miljoner på Sunlight. Detta bland annat får man veta i filmen.

I filmen ingår också tidstypiska bilder, charlestondansande flickor i, som man tyckte på den tiden, korta kjolar, kvinnor som tagit upp vakar i isen vid

gamla Munkbroleden i Stockholm och sköljer sin tvätt etc. Några avsnitt från gamla reklamfilmer har man också fångat, t ex "Var så god och skölj" med Max Hansen. Knut Andersen berättar i ett av avsnitten om när han for omkring på Gotland med gengasbil. Detta är bara några exempel på allt filmteamet lyckats fånga.

Själva filminspelningen gjordes på två nätter sommaren 1972. Sedan dess har det varit en hel del arbete med klippning, redigering och man har även tagit fram en kortare variant, speciellt för utomstående.

Filmerna har planlagts och producerats av Jan Bonnevier, Mats Fagerström och Georg Boström. Kamera- och ljudtekniker var Kjell Haggren och scripta var Gudrun Strähle, båda från Svenska Unilevers informationsavdelning.

Filmerna är inspelade på videoband. Vill någon se den eller visa den, kontakta informationsavdelningen, tel 08/23 83 80.

MCn

