

Koldingbogen

ÅRSTAL: 2016

FORFATTER: Steen Rosenvinge Lundbye

TITEL: GORI – et udpluk af historien i farver

KORT RESUME: Historien om GORI, som tager sin begyndelse omkring det forrige århundredeskifte, er en helt særlig industrifortælling, hvor en familievirksomhed udvikler sig til at blive førende inden for sit felt, men samtidig får skabt en særlig GORI-ÅND og fælleskabsfølelse blandt sine medarbejdere.

GORI – et udpluk af historien i farver

Steen Rosenvinge Lundbye

Historien om GORI, som tager sin begyndelse omkring det forrige århundredeskifte, er en helt særlig industrifortælling, hvor en familievirksomhed udvikler sig til at blive førende inden for sit felt, men samtidig får skabt en særlig GORI-ÅND og fællesskabsfølelse blandt sine medarbejdere.

I produktionen hos GORI.
Fotograf: Jens Erik Wind-Friis.





Det er onsdag den 17. august lige over middag, og solen skinner fra en skyfri himmel. Det er netop sådan en dag, hvor man kunne få lyst til at sætte sig ud i sin have og nyde tilværelsen, altså lige indtil man kommer til at kigge på sit træværk og tænke: "*Hov, mangler det ikke en omgang GORI.*" Det var i hvert fald, hvad jeg tænkte, da jeg nærmede mig den store svingdør indtil GORI 2 eller Innovationsfabrikken, som bygningen kaldes i dag. Samtidig med kom jeg til at tænke på, hvad forklaringen egentlig er på, at GORI i dag er blevet synonym med træbeskyttelse.

Indenfor i det åbne virksomhedslandskab ventede en aftale med tidligere administrerende direktør Jørgen Houmann (ansat 1969-82), salgsdirektør Kurt Bakmann (ansat 1965-82) og arkitekten bag bygningen Tormod Olesen - tre personer, som havde en afgørende rolle i, at virksomheden GORI udviklede sig fra en producent af træbeskyttelse blandt mange, til at være en forgangsvirksomhed, der blev landets førende producent af træbeskyttelse.

Indfødte koldingensere kender formodentligt historien om, hvordan fabrikant Niels Oluf Ehrenskjöld og alle medarbejderne på GORI i løbet af 1960'erne, 1970'erne og 1980'erne skabte en helt unik og nyskabende arbejdsplads i Kolding. En arbejdsplads, der var gennemsyret af det, som mange i dag kalder for *GORI-ÅNDEN*. Denne særlige GORI-ÅND, eller fællesskabsfølelse om man vil, voksede i høj grad frem af Niels Oluf Ehrenskjöld's tilgang til det at lede en virksomhed. Hans metode var banebrydende i Danmark og rummede mange elementer af moder-

ne innovation og designudvikling. Men Niels Oluf var selvfølgelig ikke ene om det. Succesen skyldes i lige så høj grad alle de medarbejdere, som han omgav sig med. Det er derfor, at jeg har sat de tre herrer i stævne til en snak om, hvordan det var at være med til at udvikle og drive en produktionsvirksomhed på en måde, der aldrig før var set i Danmark.

Nærværende artikel handler om udvalgte begivenheder i de to årtier, 1960'erne og 1970'erne, hvor GORI gik fra at være en familievirksomhed til en virksomhed, som var førende inden for sit felt¹.

Den tidlige historie

Historien om GORI tager sin begyndelse omkring det forrige århundredeskifte i Kolding, hvor W. O. Ehrenskjöld (1873-1948) havde sit virke som fabriksinspektør (et virke, der kan sammenlignes med den opgave, som vore dages arbejdstilsyn opfylder). Det var således Ehrenskjöld's opgave at føre tilsyn med kraner, hejseværk, bolværk og andet, der var lavet af træ. I sit arbejde lagde han ofte mærke til, at selv om overfladen på træet var nybehandlet med tjære og beg, så var træet ofte kraftigt svækket af råd indefra.

Omkring år 1900 havde det længe været kendt, at det var svampe, der nedbrød træet indefra. Lægevidenskaben havde påvist, at både bakterie- og svampeinfektioner kunne slås ned med forskellige antiseptiske produkter. W. O. Ehrenskjöld kombinerede denne viden, og i 1902 i privaten på Dyrehavegårdsvej 38² gik han i gang med at udvikle et træbeskyttelsesmiddel.



GORI's gamle hovedsæde på Dyrehavegårdsvej i 1977 kort før udflytningen til den nye fabrik i Kolding Nord. Fotograf: Gudrun Hechmann.

Resultatet blev træolie, der kunne trænge ind i træet og på den måde yde en effektiv beskyttelse imod råd og svamp. Produktet fik navnet GORIOL TRÆOLIE – GORI efter Ehrenskjöld's fire ældste børn: Georg, Orloff, Robert og Inge.

Produktet solgte godt, og i 1916 åbnede Ehrenskjöld en egentlig fabrik på hjemmeadressen, i daglig tale kaldet GORIVÆRK³. I løbet af 1920'erne blev der udviklet flere produkter, og i 1927 tog Ehrenskjöld selv initiativ til en slags forbrugertest – længe inden dette var en fast del af detailhandelen. Han indbød således et mindre udvalg af højtansete fagmænd (inden for byggebranchen) til at undersøge GORIOLS virkning på træet. Efter en otte måneders testperiode kunne arkitekt Ernst Petersen skrive om GORIOLS gode egenskaber. Efterfølgende fortsattes testen, og i 1933, efter over fem års ophold i en såkaldt svampekælder, kunne Ernst Petersen endnu

engang skrive, at træet, der var blevet behandlet med GORIOL, var ganske uberørt af svamp og råd, hvorimod sammenligningstræet, som var blevet behandlet med andre konkurrerende produkter, for længst var rådnet op.

I 1948 døde GORI's grundlægger W.O. Ehrenskjöld, og sønnen Erling G. Ehrenskjöld, der var indtrådt i firmaet i 1930, overtog familievirksomheden. I de næste godt ti år under Erling G. Ehrenskjöld's ledelse fortsatte GORI med at producere træbeskyttelse, som man altid havde gjort, nemlig til det nære og lokale marked. GORI var i 1950'erne blot én blandt mange danske producenter af træbeskyttelse, og hos anden generation af familien Ehrenskjöld var der endnu ikke trang til at ekspandere GORI på landsplan.

Det helt afgørende øjeblik i GORI's historie indtraf i 1957, hvor tredje generation af Ehrenskjöld-familien, Niels Oluf, indtrådte i firmaet som 22-årig. Med Niels Oluf kom moderne tiltag som marketing, forhandlerpolitik og ønsket om at udvikle familievirksomheden til noget mere. På Niels Olufs foranledning påbegyndtes et kraftigt opsøgende salgsarbejde på landsplan i bestræbelsen på at udbrede brugen af GORI's produkter hos arkitekter og håndværkere over hele landet, og netop det opsøgende salgsarbejde blev en af hjørnestenene i GORI's fremtidige vækst. Samtidig med den ekspanderende markedsføring skete der også en ændring i danskernes måde at bo på, parcelhuset vandt frem, og der blev brugt store mængder af udvendigt træ i de

moderne boliger, træ der skulle vedligeholdes med træbeskyttelse, hvilket betød langt bedre afsætningsforhold for en virksomhed som GORI.

I 1958 året efter, at Niels Oluf indtrådte i virksomheden, lykkedes det for Niels Oluf at skabe endnu mere opmærksomhed omkring GORI uden for sit lokalområde, da man deltog i udstillingen *Huset i haven* i Forum i København. Mens jeg drikker kaffe med de tre herrer, beretter arkitekt Tormod Olesen netop om denne udstilling i Forum, hvor han på daværende tidspunkt arbejdede som udstillingsarkitekt og om, hvordan en veltalende Niels Oluf fik lavet en aftale om at præsentere GORI's produkter på en stor udendørs installation, hvilket sikrede, at samtlige gæster på udstillingen ikke kunne undgå at stifte bekendtskab med GORI's moderne træbeskyttelsesprodukter. Det var i øvrigt ikke den eneste gang, at Niels Oluf og Tormod kom til at arbejde sammen. Tormod Olesen lavede flere udstillinger for GORI, og da GORI skulle bygge nyt i slutningen af 1970'erne, var det da også Tormod Olesen, som Niels Oluf henvendte sig til.

Udstillingen i Forum markerede uden tvivl et vendepunkt for det landsdækkende kendskab til GORI. Men i 1960'ernes begyndelse var der stadigvæk over 30 producenter af træbeskyttelse i Danmark, så GORI havde brug for noget, så de kunne skille sig ud fra mængden. Det 'noget' blev farver. Brugen af farver og kunst i det hele taget fyldte meget i Niels Olufs liv, selv sagde han altid, når snakken faldt på hans interesse for kunst og farver, at den blev vakt,

da han gik på aftenkursus hos kunstmaler Thomas Jørgensen, der lærte Niels Oluf, at en granskov ikke bare er grøn, men at den har tusindvis af grønne nuancer.

I Niels Olufs optik betød interessen for kunst og farver, at GORI's produkter ikke blot skulle være teknisk gode, men at de også skulle være pæne og smukke at se på. Derfor rettede han henvendelse til arkitekt og professor Erik Herløw⁴, der var en af tidens kendte danske designere, og bad ham om at designe en farvepalet til GORI, der både var smuk at kigge på, men som samtidig også kunne tilpasse sig de omgivelser, som træbeskyttelsen skulle bruges i. Erik Herløw designede efterfølgende den berømte farvepalet, der tager udgangspunkt i en række jordfarver. De nye jordfarver, som blev introduceret for kunderne i 1968, blev et designmæssigt gennembrud for GORI og stærkt medvirkende til at øge brugen af GORI på landsplan.

Med farvepaletten på plads og et stærkt stigende salg af GORI's produkter i landets byggemarkeder, rettede GORI kontakt til grafikerens Niels Hartmann med henblik på at få udviklet en omfattende visuel/grafisk identitet for hele virksomhedens interne og eksterne kommunikation samt alt produktembalage. Resultatet blev en designmanual samlet i fire store bind, der ikke overlod noget til tilfældighederne. En så omfattende designmanual for en virksomhed hørte absolut til sjældenhederne i datidens Danmark.

Den designede farvepalet og den nyudviklede designmanual var nogle af de første eksempler på det markante skifte i måden, hvorpå GORI siden kom til at blive ledet og udviklet under Niels Oluf op gennem 1970'erne og 1980'erne. Niels Oluf omtaler selv denne ledelsesstil som totaldesign⁵, et begreb han kom til at uddybe i mange forskellige sammenhænge i løbet af 1970'erne og 1980'erne i takt med, at han og GORI vandt flere priser for innovation og design inden for virksomhedsledelse⁶.

Idégrundlag, totaldesign og engagerede medarbejdere

I 1971 døde Erling G. Ehrenskjöld, og sønnen Niels Oluf overtog ledelsen af virksomheden, og ganske hurtigt efter udviklede Niels Oluf sammen med den daværende ledelse GORI's første idégrundlag, hvilket vel bedst kan sammenlignes med vore dages vision, mission og strategi. I dag er der næppe nogen virksomheder med respekt for sig selv, der ikke har en nedskrevet vision, mission og strategi for sit virke, men i 1971 hørte det til sjældenhederne, og derfor var det også usædvanligt og forud for sin tid, da GORI den 18. marts 1971 kunne præsentere første udgave af *Idégrundlag og målsætninger for Goriværk A/S*.

I den sammenhæng fortæller Kurt Bakmann en sjov historie om, hvor overraskede folk bliver, når han i foredragssammenhæng beskriver udviklingen af GORI's idégrundlag og til sidst beder folk om at gætte på, hvornår GORI udviklede første udgave af idégrundlaget, der er altid stor benovelse over, at det blev udviklet allerede i 1971.



GORI på Birkemosevej 1. Fotograf: Ukendt.

GORI's første idégrundlag var simpelt og tog udgangspunkt i virksomhedens produkt, og det lyder således: *"Goriværk's idégrundlag kan formuleres som: Ikke-miljøforurenende tilvejebringelse af midler til beskyttelse og/eller dekoration af træ til dækning af de til enhver tid eksisterende markedsbehov"*.⁷

Afledt af idégrundlaget opstillede GORI også en målsætning med de følgende otte punkter, der alle skulle opfyldes for, at idégrundlaget kunne realiseres:

- 1) Økonomisk gevinst
- 2) Trivsel og motivation
- 3) Produktudvikling
- 4) Økonomisk uafhængighed
- 5) Kvalitet

- 6) Vækst
- 7) Salg og salgsformer
- 8) Fleksibilitet

Der var ikke tale om en prioriteret rækkefølge, men snarere et arbejdsredskab, hvor enkelte punkter til tider var mere vigtige end andre. Selvfølgelig har økonomi og vækst været af betydning for virksomhedens overlevelse, men det helt afgørende punkt for udviklingen af den særlige GORI-ÅND skal findes i beskrivelsen af punkt to: Trivsel og motivation, hvor følgende kan læses: *“På basis af samarbejde og respekt for den enkelte medarbejders meninger at gøre Goriværk til en eftertragtet organisation at arbejde i, hvor hver medarbejder får størst mulig lejlighed til at realisere og videreudvikle sine evner og derved opnår en nødvendig og inspirerende arbejdsglæde”*⁸.

Samtidig med, at Niels Oluf overtog ejerskabet af GORI og formulerede idégrundlaget, blev det også besluttet, at der skulle udgives en ugentlig info-avis, der i mange år bar navnet *Sidste uges GV* til samtlige medarbejdere. Avisen blev et vigtigt element i at udvikle GORI-ÅNDEN, da den kom til at sørge for, at alle medarbejdere høj som lav til stadighed var godt informeret om, hvad der rørte sig i virksomheden både inden for murene og på salgsfronten. Avisen blev i mange år postomdelt til medarbejdernes privatadresser.

I kølvandet på første udgave af idégrundlaget blev der også tegnet et nyt cirkelformet organisationsdiagram, hvor ledelsen var i den inderste, afdelings-

ledere i den næste og medarbejderne i den yderste. Pointen med diagrammet var at vise, at organisationen var flad og ikke hierarkisk (selv om Niels Oluf selvfølgelig var enejer og dermed også havde vetoret på alt). Samtidig med diagrammet blev De-formen afskaffet, man sagde du til hinanden og Niels Oluf til chefen. Og endelig i 1973 efter længere tids forberedelse blev alle medarbejdere gjort til funktionærer med ens personalegoder.

Idégrundlaget blev over tid redigeret flere gange, og i fjerde udgave fra 1981 blev det delt i to dele: Et fagligt idégrundlag og et medarbejder-idégrundlag. Det faglige lød således: *“GORI udvikler, producerer og markedsfører miljøvenlige træbeskyttelsesmidler og dertilhørende processer og udstyr til dækning af de aktuelle markedsbehov”*, mens medarbejder-idégrundlaget lød således: *“Samarbejde, motivation, trivsel. På grundlag af samarbejde og respekt for den enkelte medarbejders idéer, mål og familie skal det tilstræbes, at GORI til stadighed er en attraktiv virksomhed at arbejde for; en organisation, som giver medarbejderen de bedste muligheder for at bruge og udvikle sine evner, således at han eller hun opnår en nødvendig og inspirerende arbejdsglæde”*.⁹

Når man arbejder med kilderne til GORI's historie og snakker med de tidligere medarbejdere, er der ingen tvivl om, at den særlige GORI-ÅND, som alle taler om, virkelig var til stede i virksomheden. Ledelsen med Niels Oluf i spidsen gjorde alt, hvad de kunne, for at skabe et virksomhedslandskab og en arbejdsplads, hvor stemningen var i top, og alle

kunne tale med alle i bestræbelserne på at få det bedste frem i folk. Svævende hen over en designet farvepalet, systematiseret markedsføring, idégrundlag, målsætninger og medarbejdergoder med mere, lå Niels Olufs begreb totaldesign som en arbejds metode, der kunne favne det hele.

GORI 1 + 2

De mange nye tiltag, som er beskrevet ovenfor plus mange flere, som ikke er beskrevet i denne artikel, samt GORI's voksende andel på markedet for træbeskyttelse, var ikke kun en succeshistorie, det gav også voldsomme pladsproblemer på matriklerne ved Dyrehavegårdsvej, der ved 1970'ernes begyndelse var fyldt til bristepunktet. Der skulle ske noget – der skulle bygges nyt.

Efter lang tids søgen, også uden for Kolding Kommune, overtog GORI i 1975 en grund på 100.000 m² i det nordlige Kolding. Straks gik ledelsen med Niels Oluf i spidsen i gang med at formulere ønskerne til den nye bygning, og det altoverskyggende krav blev, at den skulle kunne være med til at understøtte totaldesign-tankegangen, som havde gennemsyret GORI i en årrække.

Det skulle være en bygning, der skabte lighed og fællesskabsfølelse blandt medarbejderne, det skulle være en bygning, som var dejlig at opholde sig i, det skulle være en bygning fyldt med farver og kunst, det skulle være en bygning, som kunne være meget fleksibel, og det skulle være en bygning, der kunne være med til at promovere GORI's egne produkter –



Portræt af fabrikant Niels Oluf Ehrenskjöld, taget i 1971, samme år som han overtog GORI efter sin afdøde far. Fotograf: Ludvig Ditmann.



GORI – et udpluk af historien i farver



der skulle altså bruges så meget træ som muligt i konstruktionen.

Da der skulle vælges en arkitekt, faldt valget naturligvis på Tormod Olesen, som kendte Niels Oluf og GORI i forvejen. Sammen med entreprenørfirmaet Rasmussen og Schiødt designede Tormod på basis af en standard industrihal en 14.000 m² fabrik. Den var stort set uden indvendige vægge, og det åbne virksomhedslandskab var født. Produktion, forskning, administration og kantine lå i samme store åbne rum, den eneste undtagelse blev lageret, der efter krav fra brandmyndighederne blev skilt fra.

I den nye fabrik, som blev indviet i september 1977, blev alle tanker omkring totaldesignet ført ud i livet, og indretningen blev med ét berømt. På et tidspunkt var efterspørgslen på rundvisninger så stor, at administrerende direktør Jørgen Houmann så sig nødsaget til at mindske antallet af besøg, da det gik ud over produktiviteten.

Desværre kom GORI og medarbejderne ikke til at nyde godt af den nye bygnings fortræffeligheder ret længe. For den 4. juli 1978, kun små ti måneder efter indvielsen, indtraf katastrofen. Under transport af nogle spande med træbeskyttelse faldt nogle spande på gulvet, og indholdet løb ind under en af de krympeovne, som blev brugt til at emballere paller med.

Desværre fik man ikke samlet al træbeskyttelsen op, og pludseligt gik der ild i det spildte. Branden ud-

viklede sig hurtigt, og selv om beredskabet virkede, som det skulle, var der ikke noget at gøre. Resultatet blev en altødelæggende brand, hvor røgsøjlen kunne ses helt til Odder syd for Århus. Medarbejderne nåede lige at redde nogle arkivskabe med GORI recepter og nogle tromler med træbeskyttelse. Men ellers blev alt offer for brandens ekstreme varmetemperaturer, selv stålet i bygningen smeltede, hvilket i sig selv kræver temperaturer på over 1.500 grader.

Det var naturligvis et kæmpe tilbageslag for GORI, at den nye fabrik brændte ned til grunden. Men efterfølgende viste det sig meget hurtigt, hvad GORI-ÅNDEN egentligt stod for. Allerede dagen efter branden var de første aftaler på plads med hensyn til genopbygning, nødproduktion og kommunikation til forhandlere. Efterfølgende arbejdede alle medarbejdere på højtryk for at genetablere både produktionen og genopbygningen af fabrikken på brandtomten.

Efter branden var slukket tog GORI's ledelse endnu engang kontakt til Tormod Olesen, og bad ham om at stå for genopbygningen. Godt et år senere i oktober 1979 stod GORI 2 færdig, den indeholdt alle de forbedringer, som medarbejderne ønskede sig i forhold til GORI 1. Det betød, at den nye fabrik blev endnu mere åben end den første, hvilket kan tolkes som om, at Niels Olufs og ledelsens tilgang til totaldesign og medarbejdernes trivsel var helt rigtig i forhold til opbygningen og udviklingen af datidens største producent af træbeskyttelse. Naturligvis tog Niels Oluf også kontakt til den franske kunstner Jean Dewasne, der havde udsmykket GORI 1 og overtalte

ham til også at udsmykke GORI 2.

Efterskrift

Grundet uenighed med eneejer Niels Oluf Ehrenskjöld om den fremtidige vækst for GORI opsigde Jørgen Houmann og Kurt Bakmann deres stillinger i 1982. Niels Oluf drev GORI videre, men blev også optaget af andre innovationsprojekter og idéer. I 1991 solgte Niels Oluf familievirksomheden til malekoncernen Dyrup, der stoppede produktionen af GORI i Kolding 1999. Ti år senere i 2009 blev lokalerne overtaget af IBC med direktør Jørgen Houmann i spidsen og omdannet til Innovationsfabrikken – et center for innovation og uddannelse. En passende brug af den fabrik, der tidligere lagde hus til en af Danmarks mest innovative metoder til virksomhedsledelse – en innovativ tilgang, der virkede.

Noter

1. Nærværende artikel skal læses som et forstudie til et større forskningsprojekt om GORI og GORI's betydning for Kolding og Danmark og alle de mennesker, som gennem tiden arbejdede på GORI. Efter planen igangsætter Museet på Koldinghus omtalte forskningsprojekt i løbet af 2017, og det er museets håb, at læsere af denne artikel vil bidrage til projektet med viden, genstande, fotos, arkivalier med mere, da bidrag vil være afgørende for dets gennemførelse.
2. Gadenavnet Dyrehavegårdsvej har ændret sig flere gange gennem historien, og da W.O. Ehrenskjöld grundlagde produktionen i 1902, hed den Dyrehavevej. Artiklens forfatter har dog for overblikkets skyld valgt at bruge den nutidige adresse i nærværende artikel.
3. GORIVÆRK vil i teksten efterfølgende udelukkende blive omtalt som GORI. Dette er et bevidst valg fra forfatterens side i et forsøg på at ensrette omtalen af virksomheden, der gennem dens levetid havde flere forskellige navne.
4. Erik Herløw (1913-1991) blev uddannet arkitekt fra Kunstakademiet i 1941. Han har flere kendte bygningsværker bag sig, men kendes måske mest som formgiver og designer. Han arbejdede i en årrække som kunstnerisk konsulent for guldsmedefirmaet A. Michelsen, hvortil han tegnede flere korpusarbejder. I Museet på Koldinghus' samling findes enkelte eksempler på hans arbejder for A. Michelsen.
5. På side 12 i *Den Design-baserede virksomhed* redigeret af Jens Bernsen og Kirsten Lerstrøm, udgivet i 1988 af Dansk Design Center udtaler Niels Oluf følgende om sit syn på den designdrevne virksomhed: *"En virksomhed er en levende organisme, som det kun er muligt at forstå, hvis man ser på den ud fra synspunkterne kunst, design, kultur, sociologi og organisation. Det hele danner en helhed, det er det vi kalder total-design. En virksomhed er en design-opgave i sin egen ret"*.
6. Udpluk af modtagne erhvervspriser: 1975: *Dansk Arbejdes Initiativdiplom for markedslederskab og dynamisk eksport*, 1976: *ID-prisen*, 1977: *Markedsføringsprisen*, 1978: *Børsens erhvervsbyggepris*, 1979: *Merkonomprisen*, 1980: *Morgenavisen Jyllands-Postens Aurora-pris*,
7. *Idégrundlag og målsætninger for Goriværk a/s*,

Goriværk a/s, 18. marts 1971.

8. *Idégrundlag og målsætninger for Goriværk a/s*, Goriværk a/s, 18. marts 1971.
9. *GORI idégrundlag og mål*, fjerde reviderede udgave juli 1981.

Referencer

Jens Bernsen og Kirsten Lerstrøm (red.). *Den designbaserede virksomhed*. Danish Design Centre 1988.

Jørgen Houmann og Kurt Bakmann. *Gori Historien*. 2013.

Knud Moseholm, Aksel Nellemann og Knus Erik Reddersen. *Kolding i det tyvende århundrede indtil kommunesammenlægningerne i 1970*, bind 1, Vejle Amts Historiske Samfund, 1978. Konrad Jørgensens Bogtrykkeri 1987-1982.

Kilder

Interview med Jørgen Houmann, Kurt Bakmann og Tormod Olesen på Innovationsfabrikken onsdag den 17. august 2016, ved Steen Rosenvinge Lundbye.

Kolding Stadsarkiv: Saglig Samling GORI, Niels Oluf Ehrenskjöld.

Kolding Stadsarkiv: A5225, GORI arkiv.

Fotos

Kolding Stadsarkiv.

GORI og Jørgen Houmanns arkiv.

På produktionen hos GORI.

Fotograf: Holmgård og Rudolph Aps.

