

SOMMARJOBB

Att tänka på när du anställer minderåriga

FRÅGOR & SVAR

"Vad händer om hen blir sjuk under semestern?"

ARBETSGIVARE

Så jobbar Svenskt Näringsliv för Grafiska Företagen

"Medvetna kunder finansierar klimatarbetet"

NIKLAS BILLE, VD,
BILLES TRYCKERI



Print & packaging

GRAFISKA FÖRETAGENS MEDLEMTIDNING

#2 | JUNI 2019

SPANINGEN

Papperspriset kan chockhöjas

KRÖNIKAN

"Se vinsten med en praktikant"

NY ORDFÖRANDE

Thorbjörn Sagerström om branschens utmaningar

PÅ LIKA VILLKOR

TEMA / SID 8:

EN OSUND KONKURRENS
– SÅ ÅTERSTÄLLER VI BALANSEN
PÅ MARKNADEN

"Årets mest ambitiösa mediesatsning"

fler än
Nu **140 000** användare

f+

Nyhetstjänsten för företagsamma

www.fplus.se



Den dolda skuldfällan - tiotusentals får chockhöjda avgifter

DEN SVENSKA BOSTADSPOLITIKEN Bostadsinnehavare kommer att drabbas av kraftigt höjda avgifter den närmsta framtiden - och många har ingen aning. "Ett sätt för kommunen att ta in extra pengar utan att höja kommunalskatten", säger en BRF-företrädare.

Läs mer i fPlus

Regeringen
lamslår flygets
klimatarbete

Unga - telefon-
bedragarnas nya
offer

Superläge just
nu - så sänker du
bolåneräntan

Trend: Rekord-
många är arga
och oroad

Läs mer i fPlus

Det här är fPlus

GRATIS

- ✦ **Morgonkoll:** Nyhetsbrevet som ger dig allt du behöver veta, i god tid före frukost.
- ✦ **fPlus Politik:** Nyhetsbrevet som följer, förklarar och fördjupar politiken.
- ✦ **Appen:** Få reda på det senaste direkt när det händer.
- ✦ **fPlus.se:** Nyheter dygnet runt.
- ✦ **fPlus Kommunkoll:** Nyhetsbrevet om allt som rör kommunerna och näringslivet. Startar under våren 2019.

KOM IGÅNG IDAG: om.fplus.se



Sveriges nio sämsta klimatsatsningar - därför gick det snett

fPlus listar några av de mest kostsamma svenska satsningarna som har gett små eller inga positiva klimateffekter över huvudtaget.

Läs mer i fPlus

De rikaste är inte rikast jämt - så ljuger man med statistik

Återigen snackas det om ökade inkomst-klyftor. Men synar man statistiken närmare visar det sig att det inte stämmer. De mest förmögna utgörs av ett gäng glada pensionärer som säljer sin bostad och realiserar en värdeökning, inte av en grupp oligarker som år efter år besitter rikemanstronen, skriver fPlus krönikör Johan Norberg.



Annie Lööf om dödshoten: "Träffar rakt in i hjärtat"

Centerpartiets Annie Lööf berättar i en exklusiv intervju med fPlus om den hatstorm som hon utsätts för. Det kan vara Elias 13 år som på sociala medier hotar med att döda henne till äldre damer som sköter om sina pelargoner på Instagram. "Det har spridit sig till nya kretsar", säger hon.

f står för
företagsamheten
i fokus, och för en
publicistisk ambi-
tion om att förklara,
förnya och fördjupa
nyhetsflödet.

OSUND KONKURRENS

8-13 EN OHÅLLBAR SITUATION. Postnords intåg i grafiska branschen har lett till en ohållbar konkurrenssituation som på sikt riskerar slå ut privata företag. Nu vill initiativet Arena för framtidens distribution se att beslutsfattarna agerar.

- 4 SPANINGEN** Papperspriset chockhöjs med nytt retursystem.
- 6 KORTFATTAT** Simon Lussetti trycker 3D / Imponerande verk under Screen 2019 / Hälsöfrämjande ledarskap
- 7 PROFILN** Niklas Bille om klimatarbetet som framgångsrikt bygger varumärke.
- 14 FOKUS** Thorbjörn Sagerström om utmaningar inom digitalisering, kompetensförsörjning och illojal konkurrens.
- 15 KRÖNIKAN** Zaida Andersson, nyutexad från Brobygrafiska om framtidens möjligheter.
- 18 ARBETSGIVARE** Möt Grafiska Företagens nya ordförande / Affärer i fokus på Print Next / Tänk på när du anställer unga i sommar
- 19 FRÅGOR & SVAR** "Vad händer om hen blir sjuk under semestern?"
- 20 MEDLEM** Sista chansen: förenkla ditt företagande med DokuMera dokumentmallar
- 22 MEDARBETAREN** Chefsjuristen Bengt Johansson arbetar med rådgivning och utbildning, både externt och internt.
- 24 KURSER** Se hela Grafiska Företagens kursutbud för 2019.



Thorbjörn Sagerström:
– Det är en häftig bransch som borde locka ungdomar.



Bengt Johansson:
– Det får inte gå för fort. Båda parterna behöver få tid att tänka igenom allt och böttna i överenskommelsen.

Print & Packaging – en del av Arbio AB
Utgivning Grafiska Företagen, Storgatan 19, Box 555 25, 102 04 Stockholm
Ansvarig utgivare Maria Wikström
Redaktion i det här numret Maria Wikström, Sophie Ånsberg, Per Torberger, Roland Wirstedt, Peter Johansson, Sören Andersson, Sören Håkanlind
Formgivning Irons Design
Tryck Linköpings tryckeri AB
Papper MultiArt Matt, inlagga 130 g, omslag 170 g
Omslagsfoto Sören Andersson

REDAKTÖREN

Orosmoln som ska tas på allvar

Fri och sund konkurrens är en av grundstenarna för en marknadsekonomi. Sund konkurrens leder till innovationer, jobbskapande och i sin förlängning till ett ökat välbefinnande för oss alla. När konkurrensen sätts ur spel är det väldigt allvarligt och då måste man reagera.

Den statliga jätten PostNord agerar tillsammans med sitt tryckeri Strålfors på ett sätt som hotar att sätta konkurrensen ur spel vilket i sin förlängning hotar våra medlemmars verksamhet.

Grafiska Företagen driver därför tillsammans med ett antal andra intressenter "Arena för framtidens distribution" där vi möter politiker och beslutsfattare för att beskriva problemen och vi kommer också med förslag på lösningar. Du kan läsa mer om vårt arbete och hur ett av våra medlemsföretag drabbas i konkurrensen med PostNord på sidan 13.

I skrivande stund planerar vi för ett seminarium den 13 juni där vi lägger fram vår slutrapport. Rapporten kommer att finnas på vår hemsida för den som vill sätta sig in mer i konkurrensproblematiken och se vilka konsekvenser den får i branschen.

En annan stor utmaning framöver är den nya förordningen för insamling av förpackningar och trycksaker. Den innebär att returhanteringssystemet ska byggas ut så insamlingen sker ännu närmare bostaden. I korthet betyder det att det blir väsentligt kostsammare att samla in returpapper. Detta i sin tur kommer att göra trycksaker, förpackningar och tidningar dyrare vilket naturligtvis inte är bra. Vi jobbar för att minska de negativa konsekvenserna av den nya förordningen. Läs gärna intervjun med Andreas Boo, vd för Papperskretsen, på sidan 4.

Vi vill bidra till att skapa bästa tänkbara förutsättningar för våra medlemsföretag. Politikernas tilltag kan få negativa följder även om avsikten från början varit god. I både fallet med PostNord och den nya returpappersförordningen agerar vi talesperson och för fram vad olika beslut får för konsekvenser för just vår bransch.

Jag upplever att det finns ett intresse för våra infallsvinklar, hur långt det sedan räcker i form av villighet att ändra fattade beslut med mera, det återstår att se.



Ravindra Parasnis, VD
ravindra.parasnis@grafiska.se

Världens bästa återvinning för tidningspapper riskerar att slås sönder av regeringens förordning om "fastighetsnära insamling". Samtidigt förväntas papperspriserna skjuta i höjden.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO RON DYAR ON UNSPLASH

Papperspriset **chockhöjs** med nytt retursystem

FTI, Förpacknings & tidningsinsamlingen...

...omsätter en miljard kronor och ägs av fem materialbolag: Metallkretsen, Plastkretsen, Pressretur, Returkartong och Svensk Glasåtervinning. I FTI:s och materialbolagens styrelser sitter representanter från förpacknings- och tidningsindustrin, handeln och branschorganisationer.

Pressretur AB ...

...ägs av de tre pappersproducenterna Holmen, SCA och Stora Enso.

IKEA Sverige AB och Metro är, liksom medlemsföretagen i Tidningsutgivareföreningen, Grafiska Företagen och Sveriges Tidskrifter, anslutna till Pressreturs insamlingssystem genom avtal.

Förordningen är väldigt svår att förstå. Den innebär ingen förbättrad miljönytta och med den förväntade chockhöjningen av papperspriset är det tryckta ordet hotat. Lokalpressen får svårt att överleva, befarar Andreas Boo, som är VD för Pressretur.

Med dagens system är insamlingsgraden över 90 procent och där allt material återvinns. Siffror som inget annat land i världen matchar.

– Dessutom är kvaliteten på det återvunna pappret väldigt bra eftersom förpackningspapper och tidningspapper sorteras var för sig. Det är också världsunikt, säger Andreas Boo.

sakligen fem kategorier som omfattas av förordningarna och producentansvaret för förpackningar och tidningar: metall, plast, papper, kartong och glas.

Användningsområdena för de olika kategorierna skiljer sig kraftigt åt. Att förvara tidningar och tomflaskor i städskåpet eller garaget för vidare transport till återvinningsstationen är inga problem, däremot kan det vara svårt att förvara livsmedelsförpackningar en längre tid utan att de börjar lukta. Då är det lätt att de hamnar i hemmets soptunna i stället för att återvinnas.

– För papper är det inget problem. Vi har en mycket hög återvinningsgrad. Regeringens förslag innebär att man enbart tittar på infra-

– Hade miljödepartementet och regeringen gjort saker och ting i rätt ordning hade man börjat med konsekvensanalys där man hade satt miljönyttan med förslaget i förhållande till kostnad och nödvändiga strukturella förändringar i samhället. Då är jag övertygad om att det hade fått en helt annan utformning.

FTI, Förpacknings & tidningsinsamlingen, är ett bolag som ägs gemensamt av förpacknings- och tidningsindustrin. Företaget har tagit hjälp av extern expertis för att utreda förslaget och göra en egen konsekvensanalys.

Förordningen delar upp ansvaret i en investeringsdel och en operationell del.

Investeringarna handlar om alla kärl, vilken typ av tunnor man ska ha, speciella tömningsfordon, ombyggnation av flerbostadshus och så vidare. Det handlar om investeringar på dryga nio miljarder kronor. Kostnader som förmodligen huvudsakligen hamnar hos fastighetsägarna.

Det som däremot klart framgår av förslaget är att producenterna "kostnadsfritt ska erbjuda borttransport" av de här materialen. Den uppskattning som FTI:s expert har gjort säger att den kostnaden skulle uppgå till tre miljarder kronor.

– Fördelar man dessa tre miljarder mellan de olika materialslagen på samma sätt som vi gör i dag och slår ut det på den pappersvolym som vi tror är aktuell 2025 då skulle det leda till en merkostnad på mellan 3000 till 4000 kronor per ton tidningspapper, säger Andreas Boo.

Det är nära nog en fördubbling av dagens papperspris som ligger på 4000 till 5000 kronor per ton.

– Det rimmar väldigt illa att samma miljöparti som i högstämda ordalag lovordar pressstödet på det här sätter slår undan benen för det tryckta ordet. Dessutom vore det märkligt om skogs- och pappersindustrilandet Sverige inte längre skulle ha råd att leverera papper till den svenska marknaden, säger Andreas Boo.

Just nu håller Naturvårdsverket på att utforma detaljerna i förordningen. Men efter de samtal Andreas Boo har haft med tjänstemännen där är han inte särskilt hoppfull om att få tillstånd någon förändring av förslaget riktlinjer.

– Man verkar vara helt inställda på att till punkt och pricka följa regeringens anvisningar. Min förhoppning är att politikerna uppmärksammar vad förslaget innebär för tryckeriföretagen och tidningsbranschen när papperspriserna nästan fördubblas utan någon miljönytta, säger Andreas Boo. ●



FOTO: FREDRIK PERSSON

»Regeringens förslag innebär att man enbart tittar på infrastrukturen och fokuserar på bekvämlighet i stället för att se till prestation.«

Andreas Boo, vd på Pressretur.

Det var miljöminister Karolina Skog, MP, som under förra mandatperioden lade fram förslaget till ny förordning. Från den 1 januari 2021 ska förordningen omfatta insamling vid minst 60 procent av bostadsfastigheterna och den 1 april 2025 ska den inbegripa 100 procent av landets fastigheter.

Anledningen till att regeringen använde begreppet förordning var att då slapp den dra förslaget genom riksdagen där motståndet är stort och där en majoritet förmodligen hade sagt nej till ett lagförslag med motsvarande innehåll.

Tanken med förslaget var att tydliggöra producentansvaret för förpackningar och returpapper och att insamlingen skulle ske nära bostaden på samma sätt som hushållens soppsäsar med restavfall tas om hand. Karolina Skogs ambition var att fler skulle börja sortera sitt avfall genom att göra det lättare och därmed kunna återvinna mer av det totala avfallet.

Förutom restavfallet finns det huvud-

strukturen och fokuserar på bekvämlighet i stället för att se till prestation, säger Andreas Boo.

Han vill att beslutsfattarna mer noga följer upp vad de olika systemen levererar, sedan får producenterna för respektive materialslag analysera vad man behöver göra för att nå den högre målsättningen.

Andreas Boo menar att den stora bristen med förslaget är att det inte har gjorts någon konsekvensanalys.



Imponerande verk under Screen 2019

► Fem Stockholmsstudenter, tre från Göteborg och två från Dalarnas högskola fick se sina bidrag utses till vinnare i årets affischtävling Screen 2019.

Årets tema var Do it yourself (gör det själv) och de vinnande bidragen hade allt från en knytblus, ett verktyg till en extremt användbar pinne och ett pysselbord.

De vinnande studenterna presenterades vid en ceremoni och fick signera sin egen affisch. I priset ingår 20 upptryckta affischer som studenterna får göra vad de vill med.

Vernissagen ägde rum på Forsbergs skola vid Zinkensdamm i Stockholm. Alla tävlingsbidragen visades upp för allmänheten. Under torsdagen fick vinnarna signera alla upptryckta exemplar hos Grafiska företagen i Näringslivets hus.

Screen är en årlig affischtävling för Sveriges ledande design- och konstskolor i syfte att ge studenterna ökad insikt om affischkonsten och screentryckets kvaliteter. Bidragen bedöms av en professionell jury och de tio bästa bidragen, de som bäst utnyttjat screentryckets möjligheter och har den affischerkan som affischkonsten kännetecknas av, screentrycks.

Läs mer på Grafiskas webbplats, grafiska.se.

Sommartider i Arbetsgivarjouren

► Tveka inte att kontakta arbetsgivarjouren med frågor kring arbetsrätt och kollektivavtal. Arbetsgivarjouren är öppen alla helgfria vardagar mellan 8:30–16:00 med lunchstängt mellan 12–13. Det går också bra att mejla sina frågor.

08-762 79 70 | info@grafiska.se

Bättre chefskap

► **Hälsofrämjande ledarskap.** Genom att lyfta det som är bra och fungerar får du en friskare och effektivare arbetsplats. Med vårt nya webbverktyg fokuserar du på det som är viktigt för dig där och då, och låter det andra vänta.

Läs mer och kom igång på prevent.se.



”LÖNEÖKNINGARNA KAN INTE VARA HÖGRE ÄN PRODUKTIVITETSUTVECKLINGEN”

► **Svenskt Näringslivs vd** Jan-Olof Jacke har tillsammans med vd:arna för fem arbetsgivarorganisationer skrivit ett debattinlägg i DN där man argumenterar mot reallöneökningar som är högre än produktivitetens utvecklingen, vilket varit fallet under nuvarande avtalsperiod.

3D

► **GrafX trycker på med Simon Lussetti.**

Grafiska Företagen och GS-facketssammansatta kompetensförsörjningsnätverket GrafX fortsätter samarbetet med influeraren Simon Lussetti. I två nya filmer besöks först Arkitektkopia där Simon testar att 3D-printa sig själv. Och i den senaste filmen som fått namnet ”Jag gav min syster 100 000 bilder på mig själv” besöker Simon Broby Grafiska där en rad olika produkter blir tryckta med hans ansikte på.

Filmerna är en del av projektet GrafX som syftar till att belysa den grafiska branschen och inspirera unga att söka sig till den.

Läs mer på grafx.se och följ kampanjen på Instagram under [@grafx.se](https://www.instagram.com/grafx.se).



»Allt fler konsumenter vill aktivt bidra till en hållbar framtid och det kommer att ställa ännu högre krav på klimatsmarta förpackningar.«

Sophie Lindhe, Brand Project Coordinator, BillerudKorsnäs tycker att årets tävlande i PIDA – Packaging Impact Design Award har tagit till sig det nya tänket.

NIKLAS BILLE OM KLIMATARBETET SOM BYGGER VARUMÄRKE:

»Kostnaden tar man igen genom att medvetna kunder väljer oss«

Det var FN:s klimatmöten i Köpenhamn och Durban för tioalet år sedan som satte Niklas Bille på spåret.

– Det var då jag insåg att koldioxidutsläppen och den globala uppvärmningen var kanske det största hotet mot miljön. Sedan dess har vi jobbat för att pressa ned våra utsläpp, säger Niklas Bille.

Och det har Billes tryckeri i Göteborg lyckats väl med. Sedan 2010 har företaget minskat sina koldioxidutsläpp från 286 000 till 48 000 ton.

Det var farfar Stig och hans tvillingbror Gunnar Bille som startade tryckeriet 1963. Från början en sidoverksamhet till deras reklamföretag som drogs igång redan i slutet av trettiotalet.

– Man höll på med screentryck, som under de första tjugo åren var en tryckteknik som bjöd på många miljömässiga utmaningar, inte minst när det gällde arbetsmiljön. Framför allt min pappa Anders Bille, som var VD under 30 år var tidigt ute och testade vattenburna färger i stället för de som baserade sig på lösningsmedel, berättar Niklas Bille, som själv har varit VD i familjeföretaget sedan millennieskiftet.

Billes var bland de första tryckerierna som blev Svanenmärkta på nittioalet. Förutom att uppfylla kriterierna för Svanenmärkningen använder sig Billes av FSC-märkningen när det gäller inköp av papper och emballage. Allt för att försäkra sig om att produkterna är framställda på ett ansvarsfullt och hållbart sätt när det gäller miljö och sociala förhållanden. Billes är även miljö- och kvalitetscertifierade enligt ISO 14001 och 9001.

När det gäller arbetet med koldioxidutsläppen anlitar Billes klimatföretaget Tricorona, som specialiserat sig på att finna projekt, främst i utvecklingsländer, som ersätter exempelvis fossil energiproduktion med vindkraft eller solcellspaneler, som gör att koldioxidutsläppen minskar. Tricorona räknar ut kostnaden för att kompensera för ett ton koldioxid ekvivalent beroende på vilket projekt man vill ansluta sig till.

Exempelvis kostar det 360 kronor att kompensera ett ton koldioxid i ett projekt som drivs i Indien.

– Vi har en miljöexpert, en konsult, som är här en dag per vecka. Han gör varje år en genomlysning av tryckeriet och räknar ut hur stort avtryck vi gör när det gäller koldioxid, säger Niklas Bille.

Och då tar man med allt från säljarnas bilkörande, alla varutransporter till energiåtgången för att driva fabriken.

– Vi köper exempelvis bara grön el-kraft. Det är bara kraft från sol, vind och vatten som vi använder. Det var en stor pott växthusgaser som försvann där, säger Niklas Bille.

»Det är på så sätt vi blir ett klimat-neutralt tryckeri«

Andra åtgärder är exempelvis att alla egna transportbilar drivs med biodiesel, som också kallas HVO, hydrogenated vegetable oil. Det minskade transportutsläppen med 80 procent.

I dagsläget har företaget alltså pressat ned utsläppen till en sjättedel jämfört med hur det var för knappt tio år sedan, men trots alla åtgärder återstår det 48000 ton koldioxid som Billes måste kompensera för hos Tricorona.

– Det är på så sätt vi blir ett klimatneutralt tryckeri, säger Niklas Bille, som avslöjar att han och ledningsgruppen i ett nästa steg funderar på att kompensera för allt papper som används i tryckeriet.

För närvarande skulle det innebära en kostnad på drygt en halv miljon kronor.

– Det kan tyckas vara mycket pengar, men våra kunder har börjat uppmärksamma vårt klimatarbete. Vi har nyligen tagit in två stora kunder genom att kunna erbjuda ett återvinningsbart skyltmaterial i stället för plast. Så kostnaden för klimatkompensationen tar man igen genom att medvetna kunder väljer oss, säger Niklas Bille. •



NIKLAS BILLE

Ålder: 50

Familj: Sambo, två barn samt fyra bonusbarn!!!

Bor: I Villa i södra Göteborg

Jobb: VD Billes Tryckeri AB sedan 19 år.

Motto: Livet ska vara kul!!!

Hemsida: billes.se

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO BILLES TRYCKERI





EN OSUND KONKURRENS

– SÅ ÅTERFÅR VI BALANSEN PÅ MARKNADEN

Postnords erbjudande på den grafiska marknaden är för bra för kunderna att tacka nej till. Och omöjligt för privata tryckerier att konkurrera med. Den statliga distributionsjätten bör inte kunna konkurrera ut privata företag. Allra minst på marknader som inte tillhör dess huvuduppdrag.

INNEHÅLL:

- 10 En ohållbar situation
- 12 Röster om Framtidens distribution
- 13 "Ska det fortsätta så här tvingas vi lägga ned"



EN OHÅLLBAR situation

Postnords intåg i grafiska branschen har lett till en osund konkurrenssituation som på sikt riskerar slå ut privata företag. Arena för framtidens distribution är ett motsvar initierat av flera aktörer på närliggande marknader. Nu vill de se att beslutsfattarna agerar.

TEXT PETER JOHANSSON | FOTO PAUES ÅBERG COMMUNICATIONS | ILLUSTRATION MAJA MODÉN

Avyttring. Ett steg mot en sundare konkurrens är att avyttra Postnords verksamheter utanför det samhällsomfattande uppdraget.

Postnords huvuduppdrag är den samhällsomfattande posttjänsten, SOT, det vill säga att bistå alla medborgare i Sverige i att skicka och ta emot försändelser. Det kräver en omfattande infrastruktur som med dagens sjunkande brevvolymer blir allt svårare att upprätthålla. Postnord har därför rört sig in i marknader utanför deras egentliga uppdrag. När företaget förvärvade

Strålfors tryckeri 2006, blev således den statliga jätten en konkurrent i grafiska branschen.

– Problemet är att det inte finns något i Postnords ägardirektiv som reglerar deras verksamhet på andra marknader. Det har lett till en otroligt sned konkurrenssituation, säger Ravindra Parasnis, vd Grafiska Företagen.

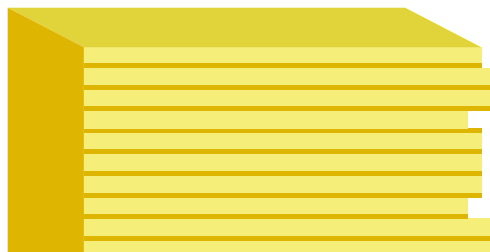
Enligt Post- och telestyrelsen står Postnord för 85 procent av Sveriges försändelser. Företaget är också ensamt om att ta emot och leverera försändelser över hela Sverige. Deras dominerande position på distributionsmarknaden gör det möjligt för dem att erbjuda så kallade integrationsrabatter på deras tjänster i närliggande marknader. När en kund använder Postnords tryckeri Strålfors för produktion och sedan Postnord som distributör får de idag en rabatt på 11 öre per porto. För att ett privat tryckeri ska kunna möta denna rabatt behöver de sänka sina produktionskostnader med 15-30 procent.

– Det är en prisbild som den grafiska branschen helt enkelt inte kan möta, säger Ravindra Parasnis.

Vill påverka framtidens distribution

På sikt kan den osunda konkurrenssituationen leda till en stukad marknad med utebliven innovation, kraftiga prisökningar samt försämrad service, kvalitet och tillgänglighet för kunderna, menar Ravindra Parasnis. Men situationen påverkar redan flera företag negativt.





- Vi har flera medlemmar som vittnar om en ansträngd situation redan nu.

Därför lanserades Arena för framtidens distribution tidigare i år. Det är ett initiativ lett av Grafiska Företagen, 21 Grams och Citymail som lyfter problembilden till politiker och beslutsfattare. Deras arbete har resulterat i rapporten Framtidens distribution. När rapporten presenteras på ett seminarium i juni är en rad konkreta förslag för hur konkurrenssituationen ska bli hållbar med.

Förändringarna måste ske uppifrån

I rapporten föreslås att Postnords uppdrag avgränsas genom att avyttra den verksamhet som inte ingår i SOT. En upphandling av det samhällsomfattande uppdraget skulle också ge fler aktörer möjligheten att bidra till en likvärdig post-service över hela landet. Genom att anpassa utdelningsfrekvensen med färre utdelningsdagar skulle Postnord dessutom kunna hämta hem positiva ekonomiska effekter utan att behöva höja portot. Rapporten vill också skärpa statens ägardirektiv och stärka deras kontroll över Postnords utveckling. Slutligen föreslås Post- och telestyrelsen få utökade resurser och tydligare instruktioner för att säkerställa en god konkurrens.

»Det inte är Postnord vi försöker slå på, utan ägarbilden. Vi frågar om staten verkligen ska bedriva tryckeriverksamhet.«

Ravindra Parasnis, vd Grafiska Företagen.

- Det ska understrykas att det inte är Postnord vi försöker slå på, utan ägarbilden. Vi frågar om staten verkligen ska bedriva tryckeriverksamhet och vari samhällsuppdraget det ligger. På vilket sätt gynnar det medborgarna? Jag har svårt att se att det ligger i statens intresse att skapa den här skeva situationen där privat konkurrens riskerar att slås ut.

Lösningarna brådskar

Ravindra Parasnis har stora förhoppningar på att förslagen i rapporten ska tas emot positivt. Om så blir fallet, behöver beslutsfattarna agera snabbt.

- Först och främst vill vi se att

den postutredning det pratas om blir av. Sedan vill vi försäkra oss om att utredningen lyfter konkurrenssituationen. För problembilden som målas upp idag är nästan uteslutande ur Postnords perspektiv. Det talas alldeles för lite om problematiken som uppstår för alla andra på marknaden. Man måste se helheten, säger Ravindra Parasnis och fortsätter:

- Även om vi lyckas få till en ny utredning så måste den vara skyndsamt. Tar utredningen för lång tid tror jag dessvärre att det riskerar existensen för flera av våra medlemmar. ●

Minskning. För att privata tryckerier ska kunna matcha Postnords erbjudande till kunderna behöver produktionskostnaderna minska med 15-30 procent.



Arena för framtidens distribution arbetar för att påverka politiker mot en sundare konkurrens. Projektet engagerar aktörer från både distributionsmarknaden och grafiska branschen. Print & Packaging har pratat med några av dem.

TEXT PETER JOHANSSON ILLUSTRATION MAJA MODÉN

RÖSTER OM FRAMTIDENS DISTRIBUTION



Kaj Peterson

Vd 21 Grams, varför har ni valt att engagera er i Arena för framtidens distribution?

– Vi är ett företag som grundades som ett "smörjmedel" för ett effektivt

nyttjande av möjligheterna som uppstod när postmonopolet avreglerades. Därför är det viktigt att konkurrensen också fungerar. Men det behövs även ett väl fungerande Postnord. Därför vill vi föreslå alternativa vägar framåt i ett bredare perspektiv, där man inte äventyrar konkurrensen och där staten inte behöver skjuta till stora medel när brevvolymerna minskar.

Hur påverkar konkurrenssituationen er verksamhet?

– Utan en fungerande konkurrens uppstår inte de positiva möjligheter för portoköpare som vi hjälper till att realisera. Postnords brevfinansierade utvidgning av sina tjänster på andra marknader riskerar också att konkurrera ut eller skada redan väl fungerande aktörer inom verksamheter som digitalkommunikation, logistik och tryckeri.

Vilka förändringar vill ni se?

– De redovisar vi i den rapport vi tagit fram inom Arena för framtidens distribution (läs artikeln intill, reds anm).



Per Larsson

Marknadschef Parajett, varför har ni valt att engagera er i frågan?

– Det är en överlevnadsfråga för oss och alla andra som jobbar i segmentet

industriell post. Kunderna behöver distribuera ut det vi producerar åt dem och eftersom kunderna finns i hela landet så måste de använda Postnord för att nå ut. Kunder som väljer att både distribuera och trycka via Postnord och Strålfors får ett billigare porto än vad de kan få hos oss. Den här situationen tar bort alla möjligheter för oss att konkurrera på lika villkor. Postnord har även en marknadsdominans som ger andra konkurrensfördelar. Nu när Strålfors installerat tryckutrustning i postterminalen i Rosersberg kan de dessutom erbjuda senare inlämningstider, vilket är en tung konkurrensfaktor i vår bransch.

Hur påverkar konkurrenssituationen Parajetts verksamhet?

– För att hävda oss gentemot integrationsrabatten behöver vi gå ned 20-25 procent på ett redan konkurrensutsatt pris. Det är ingen hållbar situation. Vi kan aldrig vinna en upphandling där Strålfors är med, vi har ett underläge redan från början.

Vilka förändringar vill ni se?

– Staten bör se över vilket uppdrag Postnord ska ha, de borde fokusera på sitt huvuduppdrag. Ett minimum är att de tar bort integrationsrabatten, eller gör det möjligt för oss andra aktörer att få samma rabatt.



Einar Wahlbom

Försäljnings- och marknadschef Citymail, varför har ni valt att engagera er i frågan?

– Vi anser att det är viktigt att det finns en fungerande postdistribution i Sverige som präglas av sund konkurrens. Vi vill därför tillsammans med de andra företagen i initiativet lyfta de problem som finns inom distributionsmarknaden och därmed belysa vilka risker som finns om inte förutsättningarna ändras.

Hur påverkar konkurrenssituationen Citymails verksamhet?

– PTS påpekar i sin rapport Svensk Postmarknad 2018: "Genom att alla kunder som vill nå hela riket måste använda sig av Postnord, och att Postnords prissättning på den del av volymen som går med Postnord förändras om kunden väljer att skicka delar av sina brevvolymer med Citymail så uppstår en hävstångseffekt". Det räcker alltså inte för oss att vara effektivare än Postnord, vi måste också kunna erbjuda väsentligt lägre priser än Postnord för att kunna konkurrera.

Vilka förändringar vill ni se?

Arena för framtidens distribution har tagit fram en rapport där vi listar fem förslag som vi vill se (läs artikeln intill, reds anm).

”Ska det fortsätta så här tvingas vi lägga ned”

Star-Tryck är ett av flera företag i den grafiska branschen som upplevt konsekvenserna av de ojämna konkurrensförutsättningarna mellan privata företag och statligt ägda Postnord.

TEXT PETER JOHANSSON | FOTO SÖREN HÅKANLIND

Star-Tryck i Varberg har anor från så långt tillbaka som 1842. Idag har företaget sex anställda och en omsättning på omkring sex miljoner kronor. Likt många andra mindre tryckerier är deras verksamhet beroende av en återkommande kundkrets. Något som allt fler företag anser blivit svårare att upprätthålla sedan Postnord förvärvade Strålfors år 2006 och därmed började konkurrera i den grafiska branschen.

– Allt vi trycker behöver distribueras. Kan det inte skickas, finns det inte så stor anledning att trycka det heller. Fram tills nyligen har det inte varit några konstigheter, berättar Arne Bengtsson, vd på Star-Tryck.

En av Star-Trycks återkommande uppdrag är att trycka en medlemstidning för distribution i Västsverige. Tidningen har gått ut via Västsvensk Tidningsdistribution, VTD. Men inför det senaste numret fick tryckeriets kund höra att VTD från och med i år fixerat sitt affärsfokus på pressupplagor.

– Vår kund hade använt Postnord tidigare men bytt efter att de blivit för dyra. Men när de frågade om jag kände till någon annan så jag rekommenderade dem att höra med Postnord igen. Kanske de hade blivit billigare, berättar Arne Bengtsson.

Ett par veckor senare ringde kunden upp igen och berättade att han inte längre kunde lägga produktionen på Star-Tryck. Postnord ville enligt kunden inte dela ut tidningen om de inte också fick trycka den på Strålfors. Då Postnord var ensamma om att dela ut i de områden

kunden önskade, fanns inget annat alternativ för kunden än att ta Postnords erbjudande.

– Vi förlorade en sedan länge trogen kund. Och det trots att kunden själv sade att de helst hade velat fortsätta trycka tidningen hos oss.

Huruvida Postnord faktiskt vägrade distribuera eller bara offererade ett pris kunden inte hade råd att tacka nej till, låter Arne Bengtsson vara osagt. Oavsett är resultatet detsamma och ett exempel på hur Postnords marknadsposition riskerar slå ut enskilda privata aktörer.

– Kunden tyckte det var jättetråkigt att byta tryckeri efter så många år. Men de hade inget val. Om inte Posten fick uppdraget så fanns det ingen som kunde dela ut den och då skulle det inte bli någon tidning över huvud taget, säger han.

Arne Bengtsson anser att Postnord borde fokusera på deras huvuduppdrag, den samhällsomsfattande posttjänsten.

– Det kan ju inte vara meningen att statliga bolag ska konkurrera ut små privata företag i en bransch som inte ens är en del av deras uppdrag. Ska en statlig postdistributör verkligen driva tryckeri också, menar han och fortsätter:

– Vi har ju fler kunder som vänder sig till Postnord för distribution. Ska de fortsätta ta våra kunder så kommer vi att tvingas till uppsägningar. I värsta fall blir vi tvungna att lägga ned hela verksamheten. ●



THORBJÖRN SAGERSTRÖM

Bakgrund i korthet: Civilingenjör från Chalmers. Första jobbet var på Statens Provningsanstalt. Testade bilbälten. Fick jobb på Exportrådet i Detroit, USA. Kom till Thule group, där han var vice vd och hade flera internationella befattningar. Blev värvad som VD till Trioplast division tryckta förpackningar och hamnade i förpackningsbranschen. VD-jobbet på svenska DS Smith fick han för fyra år sedan.

Från: Borås, stort fan av fotbollslaget Elfsborg.

Bor: Värnamo.

Familj: Anna, som är lärare, och två utflugna döttrar.

Drömjobb som barn: Lokförare. "Åkte som barn med farfar som körde godståg. Bland det häftigaste som jag varit med om."

Din favorittrycksak: En del e-handelsföretag gör spektakulära förpackningar. Anspråkslösa på utsidan men med en överraskande insida när kunden öppnar kartongen. Japanska presentförpackningar.

Gör jag helst på fritiden: Löpning, köra mountainbike och att jaga. Sprang nyligen Göteborgsvarvet (halvmara) och ska delta i Cykelvasan.

Gör mig glad: När jag ser hur medarbetare växer, när de klarar sina uppsatta mål.

Gör mig arg: Människor som är oärliga och falska.

Viktigast 2019: Att hålla örat tätt mot marknaden så att man kan förstå vart konjunkturen är på väg. För närvarande är konjunkturen gynnsam för oss eftersom våra kunder är duktiga på att exportera, men frågan är hur det blir till hösten.

BRANSCHUTMANINGAR

"Häftig bransch som borde locka ungdomar"

Digitalisering, kompetensförsörjning och illojal konkurrens är tre utmaningar som branschen måste tackla menar Grafiska Företagens nyvalde ordförande Thorbjörn Sagerström.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO SÖREN ANDERSSON

E-handeln har möjliggjorts av digitaliseringen och nu är det dags för den grafiska branschen att även den anamma den digitala tekniken för att hänga med i svängarna. Thorbjörn Sagerström menar att de grafiska företagen står inför något av ett tekniksprång. Digitaliseringen har skapat en marknad för individuella lösningar när det gäller trycksaker och förpackningar.

– E-handeln kräver mindre serier och korta

ställtider. Det är krav som präglar hela det grafiska området. Det spelar ingen roll om du är etiketryckare eller bokbindare så måste du vara mer reaktiv än tidigare och kunna ställa om snabbt för att möta dina kunders krav, säger Thorbjörn Sagerström.

Den snabba teknikutvecklingen gör branschen spännande och häftig och det borde vara en positiv faktor när man ska locka till sig ungdomar med rätt kompetens.

– Det är ju roliga jobb som hela tiden utvecklas, men vi är dåliga på att tala om det. Det gäller att vara aktiv och profilera sig på gymnasiedagar, arbetsmarknadsdagar och vid andra tillfällen, så att ungdomarna får en chans att upptäcka oss.

Till vardags är Thorbjörn Sagerström VD för DS Smith Packaging svenska verksamhet med bas i Värnamo. Ett företag som har 600 anställda och omsätter 1,9 miljarder svenska kronor.

Internationella DS Smith är ett av de ledande förpackningsföretagen i världen med 28 000 anställda och en omsättning på 73 miljarder svenska kronor.

– Jag tycker att vi på DS Smith är bra på att sätta våra program och att genomföra dem, att gå i mål. Det är en erfarenhet och ett arbetssätt som jag hoppa kunna bidra med och som man kan tillämpa när det gäller exempelvis kompetensförsörjningen, säger Thorbjörn Sagerström.

När det gäller den illojala konkurrensen, som uppstår när grafiska företag i andra länder får subventioner för att sedan pressa priserna i Sverige, tror han att man måste ha ingångar på den högsta politiska nivån för att nå resultat.

– Där gäller det att inte klanka eller vara kritisk utan försöka få till stånd en konstruktiv diskussion om problemet. ●

En helt ny värld...

För två veckor sedan tog jag examen, igen! Tillsammans med 70 andra nyblivna och stolta förpackningsdesigners, grafiska formgivare och prepressstekniker lämnade vi vår fantastiska skolas trygga famn, för att gå ut i en helt ny värld. Eller kanske inte helt ny, för vi har ju alla varit på praktik under vår utbildning.

Att vara ute i arbetslivet under sin studietid är ett bra sätt att verifiera, praktisera och även vidga sina kunskaper. Företagen i den grafiska branschen är vana att ta emot praktikanter.

Vissa platser fungerar bra och andra mindre bra. En orsak till detta kan vara i vilket syfte man tar in en praktikant. Vi har sett att vissa företag ser det som ett bra sätt att finna framtida kollegor, andra ser det som en extra-resurs medan vissa företag kanske har tackat ja lite för snabbt, utan att se möjligheten med att ha en praktikant. De flesta studenter som kommer ut på praktik är måna om att göra sitt bästa och de har dessutom med sig en massa kunskap som de vill använda. Missa inte denna möjlighet, utan våga se vinsten med att ha en praktikant.

Att lära känna en ny bransch är intressant, men inte helt lätt. Den grafiska branschen är yvig i mina ögon. Från stora, tunga, traditionella industriföretag till små Start up's och flashiga designbyråer. På skolan hade vi gästföreläsare från olika företag som hjälpte oss få insikt och kunskap inom hela spektrumet. Allt från representanter från pappersindustri och plasttillverkning till typografer och stylist, men det krävs mer än så för att förstå sig på en ny bransch.

Utöver studierna valde jag att medverka på olika event och fackmässor under mitt sista år för att få en djupare kunskap och för att börja bygga ett nätverk i branschen. Trots detta är det svårt att veta vad man ska satsa på.

På examenstillställningen var det en av talarna som avslutade med att vi behöver sådana som er i branschen. Jag har efter funderat på vad han egentligen menade. "Sådana" i meningen unga och hungriga eller kvinnor, för majoriteten på utbildningarna i denna årskull var kvinnor, eller menade han personer med senaste kunskapen? Svaret på frågan får jag nog aldrig veta, men jag vet att jag och alla mina kursare kommer att bidra till att förändra och förhoppningsvis förnya branschen oavsett ålder och kön. För alla företag måste utvecklas och hänga med i samhällsförändringarna för att överleva.

Två veckor efter examen har ett antal av mina studiekamrater fått jobb i branschen. För många var praktikplatsen vägen in på arbetsmarknaden. Andra väntar spánt på var deras första riktiga jobb som förpackningsdesigners kommer vara.

Själv funderar jag på vad som kommer bli min nisch. Till skillnad från de flesta av mina studiekamrater, så har jag många års arbetslivserfarenhet med mig i bagaget. Jag ser min förpackningsdesignexamen som ett komplement till min befintliga kunskapsportfölj. Jag är säker på att jag snart kommer finna den rätta platsen, där jag kan utvecklas och samtidigt använda min unika kunskapsmix till att göra skillnad. För vem behöver inte en driven grafisk formgivare/förpackningsdesigner/it-konsult med lång erfarenhet från projektledning och affärsanalys?

Min åsikt är att man inte kan få för mycket kunskap och erfarenhet! Att vara nyfiken och hungrig på ny kunskap och samtidigt ha förmånen att kunna utbilda sig, förnya sitt nätverk och byta bransch är en ynnest, oavsett ålder, men det är inte alltid som man har förmånen att få bra guidning på vägen, som vi fått på Brobygrafiska. Jag kommer sakna skolans lärare och designtorg, där jag spenderat otaliga timmar med skolarbeten och egna projekt, men jag ser med spänning fram emot vad som händer framöver.



Zaida Andersson,
Förpackningsdesigner,
grafisk formgivare, IT-konsult,
projektledare, affärsutvecklare
och numera fd student på
Brobygrafiska.

"Missa inte denna möjlighet, utan våga se vinsten med att ha en praktikant"

Vill du veta mer om hur du tar emot en praktikant?

Ladda ner vår handbok "Öka intresset för grafisk industri med studiebesök, prao och praktik" på Grafiska Företagens webbplats.

Det är en handbok för dig som tar emot praktikanter/praoelever i din verksamhet. Skriften ger tips och stöd i kontakterna med eleven och skolan inför och under prao/praktik.





SEMINARIUM

Affärer i fokus på Print Next

► **Uppmaningen "Nätverka och gör saker tillsammans"** genomsyrade årets Print Next som arrangerades på SAS Radisson hotell i Solna den 7 maj. Ett affärsnära event där försäljning, kunder och affärer stod i fokus hela eftermiddagen.

Print Next öppnades med ett föredrag av **Joakim Jardenberg** som beskrev det ständigt föränderliga medialandskap som vi befinner oss i. Med det sattes tonen för årets Print Next som en affärsnära inspirationsdag för alla i den grafiska branschen.

Det finns stora trender som vi måste hålla koll på men Joakims viktigaste budskap är att vi inte får stanna upp. Takten i teknikutvecklingen och konkurrens utan gränser gör att vi hela tiden måste bli bättre. Snabbare, intelligentare och roligare värdeskapare. Inte bara billigare och effektivare.

– Titta er omkring. Försök att förstå vad som händer. Och gör. På ett lyckat initiativ går det flera misslyckade. Det viktigaste är att förstå människor och deras beteenden i vardagen, det är där vi ska möta dem.

På tur följde Creative Promotion, ett UF-företag som lyckats hitta en väg in i branschen för att sälja hållbar profilreklam. Fyra pigga, engagerade studenter kunde konstatera efter deras första tid i företaget att kontakter och det personliga mötet fortfarande är viktigt i den digitala värld vi lever i. Trots att sociala platt-

formar är en stor del av ungdomars liv idag, var de överens om att man idag inte kan göra effektiva affärer där... än.

Hur gör man då för att öka sin försäljning? **Leonardo Johansson**, vd och grundare för Lion Competence presenterade fem steg för att maximera sin försäljning, allt från att välja säljpitchar till att skicka kalenderinbjudan i Outlook.

Ravindra Parasnis, vd för Grafiska Företagen fortsatte, och pratade om var lönsamheten finns i den grafiska industrin. Han presenterade de tio mest lönsamma företagen i den grafiska industrin sedan tio år tillbaka inför en nyfiken publik.

– Framgångsrika företag tenderar att fortsätta lyckas. De tycker på riktigt att de levererar nytta till sina kunder och har rätt att ta betalt för det. Några av dem är här idag. Ta chansen att se om du kan lära dig något av dem.

Hela dagen avslutades med ett föredrag av Bohmans Nätverks vd **Erik Haglöf**. Han pratade om hur framtidens marknadsorganisation bemannas och nya roller som växer fram. Unga människors krav på arbete och tillvaro har förändrats och det påverkar framtidens rekryteringar.

Bakom arrangemanget stod Grafiska Företagen och Grafkom som tillsammans anordnar eventet årligen för hela den grafiska branschen.

Ravindra Parasnis pratade om lönsamhet i den grafiska industrin.



Årets Print Next var välbesökt med över 200 deltagare.

Efter 11 år lämnade Göran Gustafsson posten och Thorbjörn Sagerström valdes till ny ordförande för Grafiska Företagen.



SÅ JOBBAR SVENSKT NÄRINGS LIV FÖR GRAFISKA FÖRETAGEN

Svenskt Näringslivs nya vd Jan-Olof Jacke berättar om hur man jobbar med bland andra Grafiska Företagen för att se till att yrkeshögskolans expansion fortsätter med hög kvalitet och fokuset man lägger på kommunerna för att stävja osund konkurrens.

TEXT **SOPHIE ÅHSBERG OCH PETER ISLING**
FOTO **SVENSKT NÄRINGS LIV**

Vilken är Svenskt Näringslivs största utmaning det kommande året?

– Vår största utmaning är alltid att svenska företag ska ha bästa möjliga förutsättningar. Sverige kan ha ett välstånd i världsklass, men bara om företagsklimatet också är i världsklass. Här behövs en rad reformer. Det måste inte minst bli lättare att starta och driva företag.

– En annan viktig fråga under det kommande året blir att jobba för att de bra delarna i januariavtalet mellan S, C, L och MP genomförs. Jag tänker bland annat på enklare 3:12-regler och sänkt marginalskatt. Samtidigt finns det också dåliga delar i avtalet som vi ska försöka stoppa.

På vilket sätt har våra medlemmar nytta av ett medlemskap i Svenskt Näringsliv?

– Det finns många nyttor. En viktig nytta är att medlemskapet innebär en starkare röst för ett bättre företagsklimat.

– Svenskt Näringsliv arbetar med de frågor som är gemensamma för alla företag. Det handlar exempelvis om skatter, arbetsrätt, miljö och infrastruktur. Flera av de bra punkterna i januariavtalet rör just frågor som vi jobbat aktivt för.

– Andra stora nyttor är våra avtalsförsäkringar. De kompletterar den allmänna pensionen och socialförsäkringarna och ger medarbetarna ett extra stöd.

Vad är målet med att förändra LAS och hur arbetar ni med den? Vad vill man uppnå? (Trygghet i omställning)

– Det behövs både en ny syn på trygghet och ett modernt regelverk som funkar på dagens arbetsmarknad.

– Vårt mål är att komma överens med PTK och LO om en lösning som stärker både medarbetarnas trygghet och företagens flexibilitet. Den modell vi presenterade tidigare i år är vår utgångspunkt i de förhandlingarna.

Ni har under det senaste året drivit ett projekt om näringslivets värderingar. Vad handlar det om?

– Det är en pågående diskussion om vilka värden företagsamheten bygger på och skapar för samhället. Inom ramen för projektet har bland annat en antologi tagits fram där flera profilerade skribenter reflekterar kring dessa värden. Den finns tillgänglig för fler att läsa och diskutera vidare.

Osund konkurrens – när det offentliga konkurrerar med våra medlemsföretag. Hur agerar ni här?

– Vi hjälper alla medlemmar som upplever osund konkurrens. Det är en fråga som vi i år

lyfter särskilt i möten med kommunpolitiker och kommuntjänstemän.

– Dessutom informerar vi offentliga aktörer om de negativa effekterna av osund konkurrens, bland annat genom en ny handbok för kommuner.

Kompetensförsörjning – vad kommer ni göra för att yrkeshögskolan och yrkesvux ska utökas?

– Nu intensifierar vi dialogen både med Sveriges Kommuner och Landsting och med de regionalt utvecklingsansvariga för att säkerställa tillgången på yrkesvux.

– När det gäller yrkeshögskolan så jobbar vi tillsammans med våra medlemsorganisationer för att se till att den planerade expansionen av yrkeshögskolan sker med bibehållen kvalitet. Näringslivets engagemang är helt avgörande för båda utbildningsformerna.

»Det behövs både en ny syn på trygghet och ett modernt regelverk som funkar på dagens arbetsmarknad.»«



ÅRSSTÄMMAN

Nya styrelsen i Grafiska Företagen

► Från vänster:

Patrik Jenemark – Nordvalls Etikett

Peter Hjelm – DanagårdLiTHO

Ulrik Wehtje – Exakta

Ravindra Parasnis – Grafiska Företagens Förbund

Rosemary Pålsson – Å&R Carton

Johan Boberg – Åtta.45 Tryckeri

Annica Axelsson – BrandFactory

Thorbjörn Sagerström

– DS Smith Packaging Sweden

Sofia Ljungberg Igbe

– Ljungbergs Tryckeri

Tor Dahlskog

– Tetra Pak Packaging Material



SOMMARJOBB

Att tänka på när du anställer minderåriga

► **Sommaren närmar sig** och med den anställning av vikarier. Det finns regler för hur och när minderåriga får arbeta. Här följer lite information från Grafiska Företagen som kan vara bra att känna till för dig som arbetsgivare.

Med minderåriga menas personer som inte

har fyllt 18 år. De delas in i tre grupper; yngre barn som inte har fyllt 13 år, äldre barn som har fyllt 13 men inte 16 år samt ungdomar som har fyllt 16 men inte 18 år.

Minderåriga får inte utföra arbete som kan medföra allvarlig skada om det inträffar en

olycka. Det är också viktigt att inte utsätta dem för tungt och slitsamt arbete eftersom deras kroppar inte har växt klart och risken därför är stor att de skadar sig. Även psykiskt påfrestande arbete ska undvikas. Innan en minderårig sätts i arbete ska ni göra en riskbedömning av de arbetsuppgifter som han/hon ska utföra. I riskbedömningen ska ni även beakta den minderårigas mentala mognad, dvs att han/hon är ung och saknar den arbetslivserfarenhet och riskmedvetenhet som en erfaren medarbetare har.

Minderåriga får inte använda maskiner där de kan skada sig på rörliga delar. En minderårig som fyllt 16 år kan arbeta i maskiner eller anordningar där riskerna är förebyggda genom tekniska skyddsåtgärder så att farliga rörliga delar inte är åtkomliga (dvs inkapslade, avskärmade, etc). En maskin ska vara konstruerad så att rörelsen automatiskt stannar innan man kan komma in i riskområdet.

Många av reglerna kring minderåriga är direkt straffsanktionerade och kan leda till böter om ni bryter mot dem, så var noga med att välja rätt uppgifter.

Läs mer om hur minderåriga får arbeta i följande föreskrifter från Arbetsmiljöverket; Minderårigas arbetsmiljö AFS 2012:03.



”Vad händer om hen blir sjuk under semestern?”



Jag har en anställd som har ganska många frånvarotillfällen på grund av sjukdom. Vad händer om hen blir sjuk exempelvis fem dagar under semestern och då kontaktar mig och vill ha sjuklön istället för semester? Kan hen kräva det?



I § 15 Semesterlagen framgår det att om det under semesterledigheten infaller en eller flera dagar då arbetstagaren inte kunnat utföra arbete på grund av exempelvis sjukdom, så räknas inte dessa dagar som semester. En förutsättning för detta är dock att arbetsförmågan är helt nedsatt under de aktuella dagarna och att den anställda begär att få byta ut semestern till sjukdom.

För att en sådan begäran från den anställda ska anses ha skett ska den göras utan dröjsmål i samband med insjuknandet eller senast vid återgång i arbete efter avslutad semester.

Syftet med semesterledigheten är att den anställda ska få en längre sammanhängande period för vila och återhämtning, vilket lagstiftaren inte anser att en anställd får om arbetsförmågan är helt nedsatt på grund av sjukdom.

Din fråga gäller ett hypotetiskt scenario där hen insjuknar i fem dagar under semestern med helt nedsatt arbetsförmåga. Anmäler hen detta till företaget i direkt anslutning till insjuknandet eller direkt efter avslutad semester så är kriterierna för att återropa denna paragraf uppfyllda.

Om den anställda inte begär detta utan dröjsmål kan arbetsgivaren låta semesterförläggningen ligga fast och bortse från den aktuella sjukdomsperioden.

Har du som arbetsgivare frågor eller funderingar som berör dina anställda? Ring vår arbetsgivarjour på 08-762 79 70. Jourcen är öppen för alla medlemmar vardagar mellan 8:30–16:00. Det går också bra att maila till info@grafiska.se.



Bengt Johansson svarar på dina frågor.

► Förmåner som underlättar vardagen för dig som är medlem i Grafiska Företagen

Företagsförsäkring för dina behov

► **Vem vill inte ha** en försäkring anpassad till det egna företaget? Tillsammans med våra medlemsföretag har vi i samarbete med Arctic utvecklat en företagsförsäkring som är anpassad till de speciella förhållanden som ett grafiskt företag har.

Försäkringen kan enbart tecknas av medlemsföretag i Grafiska Företagen. Eftersom det rör sig om en gruppförsäkring kan Arctic i de allra flesta fall erbjuda en betydligt lägre försäkringspremie än om du själv skulle teckna motsvarande försäkring. Grafiska Företagens företagsförsäkring erbjuder en bra trygghet som bas för din verksamhet.

Försäkringen innehåller

- Egendomsförsäkring
- Brand-, vatten- och inbrottsförsäkring
- Avbrottsförsäkring
- Omarbetningsförsäkring
- Maskin- och maskinavbrottsförsäkring
- Ansvars-, förmögenhetsbrotts- och rättsskyddsförsäkring
- Lyft- och transportförsäkring
- Tjänstereseförsäkring
- Tilläggsförsäkringar

Läs mer om försäkringen på grafiska.se/foretagsforsakring

En timmes kostnadsfri juridisk rådgivning

► **Flera av Grafiska Företagens** medlemsföretag behöver assistans med löpande rådgivning och stöd i affärsjuridiska frågor som uppkommer i den dagliga verksamheten. En del av vår medlemsservice är att erbjuda er tillgång till affärsjuridisk rådgivning av god kvalitet till konkurrenskraftiga villkor.

Därför har vi slutit ett ramavtal med advokatfirman Walthon Advokater. Genom avtalet erbjuds medlemsföretagen en timmes kostnadsfri juridisk rådgivning och därefter 20 procent rabatt på arvodet. Walthon Advokater är en affärsjuridisk advokatbyrå med specialistkompetens inom bland annat avtalsrätt, bolagsrätt, entreprenadrätt, tvistlösning och offentlig upphandling.

Kontaktpersoner:

Madeleine Sifvert
madeleine.sifvert@walthon.se, 070-716 67 03

Henrik Sjögren
henrik.sjogren@walthon.se, 073-926 25 58

Jonas Jonsson
jonas.jonsson@walthon.se, 070-718 78 02

För mer information om Walthon Advokater och våra kontaktpersoner, besök walthon.se/medarbetare

GDPR-säkra med vår experthjälp

► **Nu har du som medlem** också tillgång till 30 minuters kostnadsfri rådgivning kring GDPR från Wainikkas Innovationsbyrå.

Skulle din fråga ta mer än 30 minuter att reda ut, debiterar Wainikkas Innovationsbyrå 2 000 kr/timme, minus en rabatt på 20 procent för Grafiska Företagens medlemmar, för tid utöver de inledande 30 min.

Maila anders@wainikka.se eller ring 070-577 30 79.

Förmånligare fordonsförsäkring

► **Tillsammans med vår** försäkringsförmedlare Arctic har vi förhandlat fram en ännu bättre fordonsförsäkring för företagsägda fordon för våra medlemmar. Avtalet innebär att vår fordonsförsäkring sänker er nuvarande premie med 10%.

Försäkringsbolaget är Protector och du erbjuds samma omfattning och till samma självrisker som du har idag, men till en lägre premie. Alla kommer med andra ord att bli erbjuden en sänkning oavsett vilket försäkringsbolag man har idag.

Läs mer och ta del av erbjudandet på arctic.se/fordon



Ta chansen att signa upp dig på DokuMeras Företagspaket senast den 30 juni. Företagspaketet är helt kostnadsfritt och är en medlemsförmån från Grafiska Företagen.

Erik Rosqvist på DokuMera svarar på frågor om deras tjänster och produkter.



SISTA CHANSEN: FÖRENKLA DITT FÖRETAGANDE MED DOKUMERA DOKUMENTMALLAR

1 Varför ska jag teckna ett 12-månaders abonnemang på DokuMeras tjänst "Företagspaketet"?

Den som driver ett företag behöver regelbundet använda olika typer av dokument för att verksamheten ska fortlöpa och för att efterleva gällande lagkrav. Det kan exempelvis vara fråga om avtalsmallar, arbetsmiljömallar, policydokument, arbetsbeskrivningar, skuldebrev och dokumentation om regelefterlevnad inom bland annat GDPR och brandskydd. Antalet dokument som används inom en verksamhet är fler än man kan tro. Den som har ett abonnemang på Företagspaketet har ständig tillgång till våra mallar som passar för företagarens alla behov och områden, oavsett storlek och inriktning.

2 Vad kostar det?

Företagspaketet är en kostnadsfri medlemsförmån för medlemmar i Grafiska Företagen och inkluderar såväl företagsmallar, privatmallar som expertsvar. Det är alltså inte endast mallar för företagarens alla behov som ingår, utan även en mängd expertsvar av kunniga jurister och juridiska mallar för privatpersoner. Paketet för upp till fem användare har ett värde av 9 980 kronor.

3 Vilka är era mest använda mallar just nu?

Det varierar en del beroende på vilken lagstiftning som nyligen har tillkommit eller på annat sätt förändrats, men mallar om GDPR, affärsplan, uppdragsavtal, sekretessavtal och policydokument används frekvent.

4 Vilken typ av mallar har ni som jag som medlem kan ha nytta av?

Det beror mycket på inriktning och storlek på verksamheten, men vi har något för alla. En del regler gäller

för alla såsom reglerna om arbetsmiljö och GDPR. Vi har också en stor mängd policydokument, avtalsmallar och bolagsrättsliga mallar som gör det enklare att uppfylla lagstadgade krav. Utöver dessa dokumentmallstyper finns det en stor mängd andra dokumenttyper. Även den som inte är kund hos DokuMera kan se vilka dokumentmallar som finns på hemsidan.

5 Vad säger era kunder om era dokumentmallar?

De allra flesta kunder är mycket nöjda med såväl kvaliteten som utbudet av mallar. 85 % av våra kunder väljer att förlänga sitt abonnemang.

6 Vad har jag att vinna på att använda era dokumentmallar?

Det finns många fördelar med att använda våra dokumentmallar. Undersökningar visar att företagare ägnar mycket tid åt administration och dokumenthantering. Det tar tid att förstå regelverk och hitta lämpliga dokument, vilket få har tid med. Våra dokumentmallar är utformade av experter och uppdateras kontinuerligt för att överensstämma med gällande lagkrav. Detta gör att det snabbt lönar sig att använda våra dokument – företagaren kan fokusera på sin kärnverksamhet i stället för att förstå lagstiftningen på detaljnivå.

7 Förbinder jag mig till något om jag tecknar abonnemanget?

Den som tecknar vårt abonnemang förbinder sig inte alls. I övrigt är kunden fri att använda dokumentmallar inom ramen för sin verksamhet och i enlighet med våra allmänna villkor.

Använd Grafiska Företagens...

... blanketter för arbetsrätt och personal som ligger under Mina sidor när du loggat in.

**SIGNA UPP DIG
PÅ DOKUMERAS
FÖRETAGSPAKET
GENOM ATT MAILA
ULRIKA.PALMEN@
GRAFISKA.SE**

Förhandlare med tålamod och pedagogik

Som chefsjurist på Grafiska Företagen består en stor del av **Bengt Johanssons** arbete av rådgivning och utbildning, både externt och internt. Bengt företräder även medlemsföretag i domstol samt arbetar med branschfrågor och vissa interna organisationsfrågor.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO SÖREN ANDERSSON

– **Mycket av arbetet** handlar om att hantera konflikter mellan människor. I en förhandling eller i ett domstolsmål är det lätt att tro att arbetet går ut på att man ska vässa sina egna argument och vinna argumenteringen. Visst behöver man tänka igenom sina argument och vässa sin argumentering, men arbetet går egentligen mer ut på att reda ut vad som har hänt, hitta de egentliga orsakerna till konflikterna samt finna lösningar som båda parter kan leva med, säger Bengt.

I en **förhandling** kan du känna att dina argument är de bästa och att det inte finns en chans att du ska förlora. Problemet är bara att motparten ofta har exakt samma känsla och att det väldigt ofta finns argument som talar för bägge sidor. Om man bara sitter och slänger sina "fantastiska" argument mot varandra hittar man ingen lösning. I det läget måste en bra förhandlare kunna se och bedöma båda parternas argumentering och inse när det är dags att göra upp.

– Det är ju självklart så att man företräder en part, men samtidigt finns det ofta goda skäl att göra upp. Om man inte kommer överens hamnar ärendet som regel i domstol och det kostar mycket tid och pengar att driva ett ärende i domstol. Ofta går man igenom ärendet med företaget och gör ett best scenario-case och ett worst scenario-case. Sådär mycket kostar det om du vinner – så här mycket kostar det om du förlorar. Många företag blir nästan förskräckta när de inser hur mycket det kostar att förlora och att det ibland t.o.m. är billigare att göra upp än att vinna i domstol. En förlikningsdiskussion i domstol handlar ganska mycket om att företaget behöver betala en riskpremie.

5 SNABBA FRÅGOR:

Drömjobb som ungdom: Jurist

Första jobbet: Försäljare på helgerna på On-Off

Gör helst på fritiden: Åker båt i skärgården

Viktigast att göra 2019: Få ordning på min båt

Favorittrycksak: Litografier



Bengt Johansson

Chefsjurist

☎ 08-762 72 41

✉ bengt.johansson@grafiska.se

Arbetet kräver en viss pedagogisk förmåga.

– Kan du inte förklara rättsläget, svårigheterna och kostnadsaspekter på ett bra sätt för de tvistande är det svårt att lösa ärenden.

Att navigera mellan olika viljor och åsikter började tidigt för Bengt. Som en av tre bröder fick han ofta agera medlare när diskussionerna blev hetsiga runt middagsbordet. Kanske var det för att han alltid har haft en stor dos tålamod i bagaget som gjorde att han blev den medlande parten av bröderna.

– Vi var tre tävlingsinriktade bröder som spelade bl.a. fotboll och hockey och tävlade i det mesta, men förvånansvärt nog slogs vi aldrig.

– Mina nuvarande arbetsuppgifter kräver även tålamod. Det får inte gå för fort. Båda parterna behöver få tid att tänka igenom allt och böttna i överenskommelsen. Jag har nog alltid haft tålamod. Pedagogiken har jag fått lära mig efter hand, det var nog inte de mest pedagogiska samtalen vi hade runt middagsbordet när jag var liten.

Efter att han suttit ting i Sala inleddes en karriär full av förhandlingar. Med start på förhandlingsavdelningen på Kommunförbundet via rättsenheten på Arbetsgivarverket och senare arbetsgivarenheten på Regeringskansliet har han sedan snart sex år landat som chefsjurist på Grafiska Företagen, Gröna arbetsgivare och TMF.

”Det får inte gå för fort. Båda parterna behöver få tid att tänka igenom allt och böttna i överenskommelsen.”

Tiden på Regeringskansliet har varit nyttig för både Bengt och Grafiska Företagen. För det är inte bara förhandlingar och rådgivning som ligger på hans bord. Som chefsjurist har han en del kontakter med Regeringskansliet och politikerna, och då är det bra att kunna deras språk.

– Vi har ju också branschfrågor. Där är det viktigt att kunna sammanfatta komplexa saker på ett enkelt sätt så man får med sig politikerna och andra beslutsfattare, och det är ju faktiskt en utmaning. Man måste förenkla utan att göra fel, så att det blir tydligt. Där känner jag att det har varit bra att jag har jobbat på Regeringskansliet. För det blir lättare att få gehör om man pratar samma språk.

Tålamod, pedagogik, och en stor gnutta erfarenhet. •



Kickstart Digitalisering

– genom företagssamverkan

Kickstart Digitalisering är ett initiativ med syfte att ge insikt och inspiration för att ta vara på de möjligheter som digitaliseringen innebär.

Vill du veta mer?

Besök grafiska.se/branschfakta/kickstart-digitalisering

GÖR DIN
KURSANMÄLAN
PÅ GRAFISKA.SE

Vårt kursutbud 2019

NY KURS



LEDARSKAP I FÖRÄNDRING – ÄR DU REDO?

Vi erbjuder en ledarskapsutbildning för dig som arbetat som mellanchefer och ledare sedan en tid. Syftet med utbildningen är att ge dig verktygen för att utveckla såväl ditt ledarskap som ditt affärsmannaskap.

Plats: **Göteborg**

Arlanda/Hjortviken Konferens
Pris: 26 500 kr exkl. moms
Datum: 11 sept 2019,
kl 10.00–15.00

NY KURS



CHEFEN I HETLUFTEN

Lär dig att bli skickligare på hantera och lösa olika konfliktsituationer. Under utbildningsdagarna varvas praktiska tips med interaktiva övningar för att ge dig en verktygslåda med hanteringsmetoder att använda vid en konflikt.

Plats: **Hässelby**

Hesselby Slott,
Maltesholmsvägen 1
Pris: 9 500 kr exkl. moms
Startar: 11 nov 2019, kl 10.00
Slutar: 12 nov 2019, kl 17.00



FÖRTROENDEMANNALAGEN

Välkommen till lunchföreläsning! Gott om tid ges för att utbyta erfarenheter med andra deltagare och ställa frågor till samtalsledaren. Exempel på frågor som tas upp:

- Vilka rättigheter och skyldigheter har du som arbetsgivare när det gäller fackliga förtroendemän?
- Hur många förtroendevalda är rimligt på en arbetsplats?
- Hur långt i förväg ska förtroendevald ansöka om ledighet?
- Kan jag neka ledighet av produktionskäl?

Dessa och många andra frågor ger vi svar på under dagen.

Plats: **Växjö**

Svenskt Näringsliv,
Södra Järnvägsgatan 4 A
Pris: 395 kr exkl. moms
Datum: 18 sept 2019,
kl 11.30–13.30

Plats: **Vimmerby**

Best Western Vimmerby
Stadshotell, Stora Torget 9
Pris: 395 kr exkl. moms
inklusive lunch
Datum: 3 okt 2019, kl 11.30–13.30



SKYDDSNÄTET

Arbetsmiljönätverket Skyddsnätet. På agenda denna gång står bl a: aktuella remisser och hur de kommer att påverka oss, arbetsmiljöverket regelförnyelse, allmänt erfarenhetsutbyte och diskussion om aktuella ämnen samt statistik kring olyckor och hur vi kan jobba förebyggande.

Plats: **Göteborg**

Radisson Blu Scandinavia
Hotel, Södra Hamngatan 59
Pris: 2 000 kr exkl. moms
Datum: 26 september 2019,
kl 09.30–13.30



ARBETSMILJÖ, ARBETSRÄTT OCH KOLLEKTIVAVTAL

Kurserna innehåller genomgång av arbetsmiljöfrågor kopplade till arbetsgivarens ansvar, viktiga arbetsrättsliga lagregler samt genomgång av kollektivavtalen.

Plats: **Stockholm**

Kapitel 8, Klarabergs-
viadukten 90
Pris: 2 750 kr exkl. moms/
deltagare och dag
Startar: 24 sept 2019, kl 08.30
Slutar: 26 sept 2019, kl 16.00

Plats: **Göteborg**

Radisson Blu Scandinavia
Hotel, Södra Hamngatan 59
Pris: 2 750 kr exkl. moms/
deltagare och dag
Startar: 19 nov 2019, kl 08.30
Slutar: 21 nov 2019, kl 16.00



FÖRHANDLINGSTEKNIK

Kursen syftar till att förbättra deltagarnas förhandlingsbeteende och förhandlingsteknik. Kursen inkluderar praktiska moment som MBL-förhandlingar och tvisteförhandlingar.

Plats: **Stockholm**

Näringslivets Hus, Storgatan 19
Pris: 8 000 kr exkl. moms
Startar: 7 oktober 2019, kl 10.00
Slutar: 8 oktober 2019, kl 16.00



TJÄNSTEMANNAAVTALET

Utbildningen genomförs i samarbete med Trä- och Möbelföretagen och vänder sig till representanter som hanterar personalrelaterade frågor.

Plats: **Stockholm**

Näringslivets Hus, Storgatan 19
Pris: 2 750 kr exkl. moms
Datum: 1 oktober 2019,
kl 10.00–16.00



LÖNEKARTLÄGGNING

Under kursen går vi igenom vilka krav diskrimineringslagen ställer och hur lönekartläggningen kan genomföras så enkelt som möjligt. Kursen varvar teori med praktiska exempel.

Plats: **Göteborg**

Radisson Blu Scandinavia Hotel,
Södra Hamngatan 59
Pris: 2 000 kr exkl. moms
Datum: 26 september 2019,
kl 09.30–13.30