

MEDLEM

Förmån! Dokumentera Företagspaket

FRÅGOR & SVAR

Hur mycket "får" en anställd vara sjuk?

ARBETSGIVARE

Rättsfall om gravid kvinnas provanställning

"Företag i branschen kommer inte att kunna överleva"

PER LARSSON,
MARKNADSCHEF,
PARAJETT OM
POSTNORDS UPPDRAG



Print & packaging

GRAFISKA FÖRETAGENS MEDLEMSTIDNING
#1 | MARS 2019

ULRIK FAUHLÉR,
VD PÅ OPTIPACK

SPANINGEN

Osund konkurrens väcker debatt

KRÖNIKAN

Kundfokus behöver inte vara svårt

SÄKERHET

Undvik onödiga olyckor

HELSÄKER PÅ SITT JOBB

TEMA / SID 8:

5400 DAGAR UTAN OLYCKOR – OPTIPACK IMPONERAR



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

REDAKTÖREN

Tid för förändring x 2

När jag började som bokbindare vid Norstedts Tryckeri på Riddarholmen som 20-åring fick jag första arbetsdagen ett par hörselkåpor eftersom jag skulle jobba vid den maskin där vi fräste bokryggar. Det var Berra som skulle lära upp mig, han var väl i 60-årsåldern och hade jobbat med bokbinderi i hela sitt arbetsliv. Det första Berra sa till mig var "Grabbjävél, tar du på dom där kåporna jobbar du inte med mig. Så skit behövs inte här." Naturligtvis följde jag hans uppmaning, man ville ju inte verka löjlig.

Den typen av människor finns gudskelov inte kvar men ännu idag tycker jag det är påfallande ofta man på arbetsplatser förlöjligar eller himlar med ögonen kring olika säkerhetsföreskrifter eller arbetsmiljöinitiativ. Oftast kommer argument som att det "tar tid" eller "kostar".

Att jobba säkert kostar ingenting tvärtom så gör det arbetet lättare och ökar lönsamheten. Det finns mycket forskning som visar på att företag som jobbar förebyggande med att minska olycksrisker och tillbud har högre produktivitet och lönsamhet. Artikeln om Optipak visar verkligen på ett företag som ligger i framkant vad gäller arbetsmiljöarbete.

Men många företagare upplever att man inte vet var man ska börja eller hur man tar sitt arbetsmiljöarbete till nästa nivå. Därför har Grafiska Företagen tagit fram ett årshjul som gör att man lätt kan få mer systematik i sitt arbetsmiljöarbete. Utnyttja det, ta del av våra mallar och checklistor och sist men inte minst prata med vår Arbetsmiljöexpert Rickard Lindberg som du också kan läsa om i detta nummer. Rickard brinner för att hjälpa dig som medlemsföretag.

En annan fråga som vi stöttar våra medlemsföretag i är den osunda konkurrensen. Vi har dragit igång ett projekt tillsammans med ett antal andra intressenter där vi vill få till stånd en förändring av Postnords uppdrag. Vi ifrågasätter om det är rimligt att statliga Postnord och Strålfors genom sitt agerande tränger ut sund konkurrens. Medlemsföretaget Parajett berättar mer om det i tidningen.

Slutligen använde jag aldrig hörselkåpor under mina Norstedtsår. Jag har idag nedsatt hörsel. Kanske har jag Berra att tacka för det.



Ravindra Parasnis, VD
ravindra.parasnis@grafiska.se

8-14 SÄKERHET. En olycka kommer sällan ensam. Alla företagare som drabbats vet att det kostar ont efteråt, både för den drabbade och företaget. Därför är det sunt på flera sätt att sätta en trygg arbetsmiljö på agendan. Börja här.

- 4 SPANINGEN** Seminarium väckte debatt om Postnords roll i framtiden.
- 6 KORTFATTAT** Framgångsrikt resultat för att nå unga / Rekordmånga platser på Broby Grafiska / All time high på Sign and Print.
- 7 PROFILEN** Per Larsson, marknadschef på Parajett om det förändrade läget på distributionsmarknaden.

15 KRÖNIKAN Sofia Ljungberg Igbe, -----> vd Ljungbergs tryckeri om vikten av nätverk.

16 FOKUS Upphandlingsguiden visar vägen.

17 ARBETSGIVARE Nytt rättsfall i arbetsdomstolen.

20 MEDLEM Utnyttja Dokumeras Företagspaket – kostnadsfri medlemsförmån!

21 FRÅGOR & SVAR Hur mycket "får" en anställd vara sjuk?

22 MEDARBETAREN Ulrika Palmén, assistent -----> på Grafiska Företagen verkar i bakgrunden.

24 KURSER Se hela Grafiska Företagens kursutbud för 2019.



Sofia Ljungberg Igbe:
– Att vara kundcentrerad behöver inte vara så svårt.



Ulrika Palmén:
– Vi måste se behoven och hjälpa företagen att dra igång projekt och väcka frågor som stärker branschen.

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, Micael Carlsson
Formgivning Irons Design
Tryck Linköpings tryckeri AB
Papper MultiArt Matt, inlaga 130g, omslag 170g
Omslagsfoto Micael Carlsson

Branschinitiativet Arena för framtidens distribution arrangerade sitt första seminarium den 14 februari. Projektet, som Grafiska Företagen är en av tre huvudmän bakom, syftar till att väcka debatt om den osunda konkurrens som råder på produktions- och distributionsmarknaden.

TEXT PAUES ÅBERG | FOTO PAUES ÅBERG & ISTOCK

Konkurrensfrågorna i fokus på välbesökt seminarium

Bakgrunden till projektet är att flera aktörer, som verkar på eller företräder företag på produktions- eller distributionsmarknaden, upplever att det är allt svårare att konkurrera med statliga PostNord.

Vid seminariet möttes representanter från bransch, akademi och politik för att diskutera de problem som branschen har med PostNords agerande inom ramen för sitt samhällsuppdrag och sin expansion på närliggande marknader.

Näringsutskottets ordförande Lars Hjälmered (M) och Teres Lindberg (S), ledamot i trafikutskottet, deltog i en paneldiskussion tillsammans. Båda var överens om att det är viktigt att diskutera hur

framtidens distribution av brev och paket ska vara utformad i spåren av digitaliseringen.

– Antingen löser man det som man gör i dag eller så finns alternativet att man handlar upp tjänsterna. Det är en fråga för politiken, menade Lars Hjälmered (M).

– Det är inte rimligt att en väldigt stor statlig aktör agerar på ett sätt som leder till att konkurrensen försämras och på sikt slås ut. Det är den debatten vi vill fortsätta föra, avrundade Grafiska Företagens vd Ravindra Parasnis seminariet med.

Arena för framtidens distribution kommer senare i vår att presentera en rapport med förslag på åtgärder som leder till ökad mångfald och konkurrens på produktions- och distributionsmarknaden. ◦

Om initiativet

Digitaliseringen av marknaden innebär stor förändring för alla som verkar på marknaden för produktion och distribution av försändelse. För att bidra till ökad kunskap om hur marknaden fungerar idag, samt hur PostNords framtida roll på denna marknad bör se ut, har **Citymail**, **Grafiska Företagen** och **21 Grams** gått samman i projektet "Arena för framtidens distribution".



I panelen: **Stefan Blomqvist**, vd 21 Grams, **Per Larsson**, marknadschef på Parajett, **Peter Andersson**, forskare på postområdets.



Grafiska Företagens vd **Ravindra Parasnis** inledde seminariet.



Kristina Jonäng, regeringens särskilda utredare i den senaste postlagsutredningen.



Lars Hjalmered (M), ordförande i näringsutskottet och **Teres Lindberg** (S), ledamot i trafikutskottet.

Läs mer ...

... om Arena för framtidens distribution på framtidensdistribution.se

Följ ...

... initiativet på Twitter: [@framtidensdistr](https://twitter.com/framtidensdistr)

Kolla på ...

... seminariet som filmades och finns på: tinyurl.com/y54e38r4



Rekordmånga platser på Broby Grafiska i höst

► Årets ansökningsomgång visar rekordsiffror både till antalet och till andelen beviljade YH-utbildningar, däribland Broby Grafiska som kan ta emot 60 studerande i höst på de grafiska utbildningarna.

I februari kom det glädjande beskedet att YH-utbildningarna för Grafisk Formgivare/tekniker och Förpackningsdesigner får fortsätta i höst med rekordmånga platser. Och Grafiska Företagen har aktivt medverkat till framgången. Henrik Smedmark, utbildningsansvarig på Grafiska Företagen, utvecklar:

– I expeditionsministärens budgetproposition saknades medel för den expansion av Yrkeshögskolan som riksdagen hade enats om efter flera års påtryckningar från bland annat arbetsmarknadens parter. När istället M/KD-budgeten, som efter vår påpekanden innehöll medel för utbyggd YH, röstades igenom säkrades expansionen. Detta har lett till att rekordmånga utbildningar har kunnat få statsstöd varav flera riktade till våra branscher.

– Det är glädjande att ett målmedvetet påverkansarbete nu bär frukt och att det unika konceptet med att företagen ges möjlighet att styra utbildningarna nu tillåts växa.

Totalt beviljas 496 stycken utbildningar i Sverige som ger drygt 14 000 utbildningsplatser. Beviljandegraden landar totalt på 45 procent vilket är den högsta nivån under yrkeshögskolans tioåriga historia.

Läs nyheten på mvh.se

Arbetsgivarjouren

► Tveka inte att kontakta arbetsgivarjouren med frågor kring arbetsrätt och kollektivavtal. Jouren är öppen för våra medlemmar under vardagar 8:30–16:30. 08-762 79 70 | info@grafiska.se

Webbutbildning

► Prevent lanserar nu grundutbildningen BAM – Bättre arbetsmiljö i en digital version. Utbildningen kallas eBAM, och består av 13 avsnitt som innehåller fakta, filmer och övningar.

eBAM, som riktar sig till chefer och skyddsombud, har samma innehåll och kunskapsmål som BAM klassrum, men genomförs i egen takt via dator, mobil eller surfplatta. Utbildningen har ingen tidsbegränsning, och i priset ingår även två timmars handledarstöd och ett digitalt kunskapstest.

eBAM är ett bra alternativ för den som



behöver en gedigen arbetsmiljöutbildning, men inte vill eller kan vara borta från arbetsplatsen under flera dagar.

Läs mer om utbildningen prevent.se



ALL TIME HIGH FÖR SIGN & PRINT

► Grafiska Företagen var på plats på Sign & Print Scandinavia som hölls på Kistamässan första veckan i februari. Både besökarantal och i antal seminarier var rekordstort.

– En väldigt intressant trend. Det visar på engagemanget och utvecklingspotentialen i denna viktiga del i kommunikationsbranschen. De grafiska företagen utvecklas med mediemarknaden och med sina kunders behov, säger Peter Ollén, på AGI som är mässans arrangör.

25%

► Framgångsrik GrafX-kampanj med influencern Simon Lussetti.

Här är resultatet för GrafX-kampanjen som överträffade uppsatta mål på flera punkter:

Totalt nådde kampanjen 221 000 ungdomar på nätet och filmerna har visats 470 000 gånger! På instagram har kampanjen haft en interaktionsgrad på 25 procent och på Youtube 23 procent.

Läs mer om kampanjen på grafx.se



»Teknik och material förändras, men i grunden är uppdraget detsamma – att med kreativitet och nytänkande hjälpa sina kunder att lyckas med sin marknadsföring.«

Sagt av Peter Ollén, vd på AGI och arrangör av Sign & Print.

PER LARSSON, PARAJETT:

”Integrationsrabatten slår undan benen för branschen”

Parajett har idag en stark ställning på marknaden vad gäller produktion av affärs- och marknadskommunikation. Kärnverksamheten är produktion av fakturor, bekräftelser, direktreklam och trycksaker för företag samt offentliga myndigheter/organisationer.

Förr hämtades de trycksaker Parajett producerade med lastbilar för distribution till kunden för vidare hantering. Idag lämnas nästan allt direkt till Postnords och Citymails terminaler, för att till slut landa i svenska folkets brevlådor.

Det har förändrat marknadsläget för Parajett och de andra i samma bransch.

– Portokostnaden kan gå via kundens avtal, men ofta står vi också för portot, säger Per Larsson.

I en upphandling lämnar Parajett vanligtvis anbud på produktionen – papper, kuvert, tryck och övriga delar.

– Här fungerar konkurrensen mellan oss i branschen på ett sunt sätt. Däremot finns det en avgörande kostnadsfaktor som vi inte kan påverka – porto och distribution. Det är den i särklass största kostnaden för våra kunder, oavsett om det är privata företag eller offentlig sektor.

Postnord är den enda distributören som täcker utdelning till samtliga medborgare i Sverige. De har ett eget tryckeri inom koncernen, dotterbolaget Strålfors, vilket verkar i samma bransch som Parajett. Strålfors är ofta med och slåss om samma kontrakt som övriga i branschen, på samma villkor vad gäller produktion. Vad gäller distribution gäller emellertid inte samma villkor.

– Endast Strålfors kunder erbjuds något som Postnord kallar ”integrationsrabatt”, en rabatt på elva öre på portot. Det innebär att även om vi har lägre pris på produktionen, så kan Strålfors ibland ge ett lägre totalpris tack vare billigare distribution, säger Per Larsson.

För att sätta det i sitt sammanhang:

– För att kompensera måste vi i princip dra av elva öre, 20–30 procent, från vår marginal på

produktionspriset, som redan är hårt pressat i en tuff konkurrens.

Resultatet är att Parajett och de andra på marknaden får väldigt tufft att vinna kontraktet.

– Integrationsrabatten slår undan benen för branschen. På sikt kommer de tio-femton företag som jobbar i branschen inte att kunna överleva, säger Per Larsson.

»Företag i branschen kommer inte kunna överleva«

”Vad ska vi göra för att också få integrationsrabatten?” – den frågan har branschen ställt till Postnord. Svaret: ”Ni kan inte göra någonting, det är bara Strålfors kunder som kan få den här rabatten”. Men den här frågan är egentligen större än både integrationsrabatten och förlorade affärer i sig.

– Det är en politisk fråga – vad är egentligen Postnords uppdrag? När de inte kan tjäna pengar på postförmedlingen längre, så startar de nya verksamheter. Nu lanserar de snart en ny digital brevlåda som ska konkurrera med privata lösningar som t.ex. Kivra, trots att det redan finns en statlig digital brevlåda, Min myndighetspost.

Konsekvensen av denna ”integrationsrabatt” från Postnord, som endast Strålfors kan erbjuda marknaden, blir att övriga aktörer i princip måste skänka bort något moment eller insatsmaterial för att kunna konkurrera i en upphandling eller prisförfrågan.

– Och det finns ju en målsättning för Strålfors att växa och tillsammans med Postnord, vars nationella distribution alla företag behöver, konkurrera ut alla privata aktörer. •



PER LARSSON

Ålder: 60

Familj: Sambo samt två vuxna barn i Skåne

Bor: Hammarby sjöstad

Jobb: Marknadschef Parajett AB

Motto: Acceptera, Förändra eller Stick. Men aldrig Gnäll.

Hemsida: parajett.se

TEXT PER TORBERGER | FOTO PARAJETT



LÅT 2019 BLI ETT SÄKERT ÅR:

HÅLL NOLLAN

En olycka kommer sällan ensam. Alla företagare som drabbats vet att det kostar ont efteråt, både för den drabbade och företaget. Därför är det sunt på många att sätta en trygg arbetsmiljö på agendan. Börja här.

INNEHÅLL:

- 10** 5400 dagar utan allvarliga arbetsplatsolyckor
- 12** Undvik onödiga skador och olyckor
- 13** En skyddsöversyn – steg för steg!
- 14** Vässat årshjul sätter snurr på processen



5400 dagar

UTAN ALLVARLIGA ARBETSPLATSOLYCKOR

Säkerheten sitter i ryggraden både på förpackningstillverkaren OptiPack och dess medarbetare. Med hjälp av fasta rutiner, utbildningar och omtanke har företaget byggt en trygg arbetsmiljö. Resultatet är välmående personal och bra företagsekonomi.

TEXT PER TORBERGER | FOTO MICAEL CARLSSON



På väggen hos OptiPack hänger ett stort diplom med siffran 5 000 på. Det är en viktig siffra – diplomet fick företaget när de firade 5 000 dagar utan arbetsplatsolyckor – LTI-fria dagar – i maj 2017.

– Häromdagen räknade jag ut att vi nu är uppe i 5 400 dagar. Senast vi hade en var den 3 augusti 2003, säger Ulrik Faulhér.

Han är vd på OptiPack sedan tio år och numera en av företagets ägare – för ett år sedan köpte han och tre kollegor loss företaget – då under namnet Mondi Sunne – från Mondikoncernen.

– Med färre än 100 anställda och en omsättning på under halva miljarden kostade vi för mycket managementresurser, tyckte Mondi. Men de vill gärna ha oss kvar som kunder, säger Ulrik Faulhér.

Från Mondi fick OptiPack med sig ett antal vanor, bland annat ett medvetet och effektivt säkerhetsarbete.

– Vi har behållit åtta av Mondis nio säkerhetsområden – det nionde, om arbete i skog, har inte vi, säger Ulrik Faulhér.

För honom framstår ett nyktert säkerhetskänk och rutiner för att skapa en bra och trygg arbetsmiljö som självklarheter.

– Det är aldrig värt att göra sig illa på jobbet. Ingen kommer att tacka dig för det, varken jag eller familjen hemma. Här på OptiPack är vi inte intresserade av hjältar som tar risker – vi är intresserade av att jobba tryggt och effektivt.

Det handlar inte bara om humanism utan också om sund företagsekonomi.

– Det är ren självbevarelsedrift – vi vill inte ha sjuka

och skadade personer på jobbet. Och som en mindre organisation – vi är 25 medarbetare – tar det mycket kraft att lära upp nya personer.

Och trots att medarbetarna lägger 30–40 timmar per år och person på att hålla en bra och säker arbetsmiljö, tycker han inte att det är dyrt.

– Det är billigare att jobba förebyggande än att få en olycka, säger han.

Allt hänger samman. Om truckförarna hanterar truckarna snyggt innebär det mindre skadat gods, vilket spelar roll när bara en enda pappersrulle kostar 30 000–40 000 kronor.

– Kompetens är en effekt av bra arbetsmiljö. Det leder till god hälsa, lojalitet, tydlighet i organisationen, ordning och reda och till att man får behålla sin personal, säger Ulrik Faulhér och pekar på att de har en snittanställningstid på 17 år.

Grunden till företagets framgångsrika arbetsmiljö ligger i fasta rutiner. OptiPack jobbar med ramverket 5S, en uppsättning rutiner som har hämtats från Lean-världen. Varje S står för en åtgärd, vilka tillsammans bidrar till en mer effektiv och säker arbetsplats (se faktaruta).

En annan viktig rutin går under förkortningen Susa, vilket står för Safe Unsafe Audit.

– Susa handlar om att bry sig om en kollega och är något alla på företaget ska göra minst en gång i månaden. Du kollar om kollegan har den skyddsutrustning som krävs för en arbetsuppgift, att rätt verktyg används, att man gör sina arbetsuppgifter på ett säkert sätt och så vidare.

Susa-rutinen tillämpas inte bara på de anställda – även underleverantörer som besöker fabriken kan omfattas. För dem gäller också att de inte ens får vistas i

► **OptiPacks arbetsmiljö** har en central plats i företagets själ. Det är uppenbart även utan djupare inblick i företagets verksamhet – det räcker att läsa företagets verksamhetspolicy.

I den står bland annat att läsa att "Vi skall vara ett i alla avseenden säkert och pålitligt företag att arbeta i eller tillsammans med", och "Vi värdesätter människoliv framför allt annat och vi accepterar inte att människor skadas samtidigt som de arbetar för oss".

fabriken innan de har gått utbildningen för SSGs säkerhetskort.

– Det är samma utbildning vi ger alla våra nyanställda och alla praktikanter. Det är en viktig utbildning – 96 procent av alla arbetsplatsolyckor beror på att människor har ett felaktigt beteende och därför gör fel, säger Ulrik Fauhlér.

En del av utbildningen som leder till handfasta åtgärder handlar om bryt och lås.

– Det innebär att om man upptäcker ett fel med en maskin och stoppar maskinen, så låser till exempel både mekaniker, operatör och elektriker maskinen med sina egna hänglås. Sedan krävs det att alla tre är nöjda med de åtgärder som görs och tar bort sitt lås innan den kan användas igen.

OptiPack uppmuntrar också agerande som hjälper till att identifiera risker, till exempel tillbud. Varje tillbud registreras och förs in på en karta.

– Genom att se var i fabriken tillbudena klustras, ser vi var vi behöver jobba för att öka säkerheten, säger Ulrik Fauhlér.

Arbetet med att bygga bort risker pågår ständigt. Alla anställda har till uppgift att göra minst två riskanalyser på arbetsmoment varje år.

– Det blir 50-70 riskanalyser varje år. Vi bedömer också allvaret i risken. De allvarligaste riskerna rödmarkerar vi i vårt register – idag har vi byggt bort alla de arbetsmoment som har varit rödlistade, säger Ulrik Fauhlér.

Vissa risker går emellertid varken att bygga bort eller sätta lås på. Svårast att hantera är OSA-riskerna (organisationsrisk och social arbetsmiljö), tycker Fauhlér, som till exempel stress.

– Skrapar du på ytan upptäcker du att 90 procent av all stress beror på annat än arbetet, säger han.

– Stress kommer inte alltid från arbetsplatsen, men symptomen påverkar den ofta. Idag ska man vara konstant uppkopplad mot sociala medier och kolla alla uppdateringar och vara aktiv på både Facebook, Instagram och Twitter. Jag läste en artikel från Stockholms universitet som hävdade att 30 procent av dagens alla 16-åringar har allvarliga stressrelaterade problem – 8 procent så svåra att de kan jämföras med utbrändhet bland vuxna. De ungdomarna har inte ens kommit in i arbetslivet än.

För att minska den typen av risker för personalen genomför OptiPack temadagar och utbildningar inom vitt skilda ämnen. Som exempel kan nämnas it-säkerhet och id-kapning, hjärt- och lungräddning och besök av olika organisationer som ENS, Ett Narkotikafritt Sverige, och MADD, Mothers Against Drunk Driving.



»Stress kommer inte alltid från arbetsplatsen, men symptomen påverkar den ofta.«

Ulrik Fauhlér, vd på OptiPack

Riskzon. Genom att registrera alla tillbud på kartor upptäcker OptiPack riskzoner. Sedan byggs riskerna bort, bit för bit, så långt det går.

– Det spelar ingen roll om vi gör världens bästa jobb här om folk mår dåligt på fritiden. Vi kan inte göra allt, men om inte annat kan vi öppna ögonen på folk, säger Ulrik Fauhlér.

OptiPack har jobbat målmedvetet med säkerhet under många år. Idag sitter arbetet i ryggmärgen, säger Fauhlér. De olika åtgärderna blir lika naturliga i vardagen som att sätta på säkerhetsbältet i bilen. Attityden är central för OptiPacks framgångar.

– Det är viktigt att folk har detta i bakhuvudet när de går till jobbet: visst ska det vara ett bra jobb, men det ska vara ett tryggt jobb också.

När det tänket finns blir många rutiner enklare.

– Det handlar om att alla har ögonen öppna, funderar på farliga arbetsmoment och om vi verkligen behöver ha dem kvar. Kanske kan vi bygga bort dem? Folk är inte dumma – får de bara tillfället, kommer mycket av arbetsmiljöarbetet att ske som en naturlig del i arbetet. ◉

5S – bättre arbetsmiljö med Lean-filosofi

► **Metoden 5S härstammar** från Lean-filosofin och den japanska biltillverkaren Toyota. Metoden leder till tidsbesparing, ökad effektivitet och tryggare arbetsmiljö.

► **S-en står ursprungligen** för de japanska orden Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke, vilka ofta översätts till svenska som sortera, systematisera, städa, standardisera samt skapa vana.

► **Rätt använd kan** metoden vara ett sätt att åstadkomma ständiga förbättringar och en i förlängningen effektivare produktion.

Källa: Prevent, Wikipedia

En av de vanligaste olyckstyperna i den grafiska industrin är klämskador till följd av att skydden på maskinerna tagits bort. Det är väldigt onödiga olyckor som inte behöver hända om man jobbar förebyggande.

TEXT SOPHIE ÅHSBERG | FOTO RICKARD LINDBERG

Undvik onödiga skador & olyckor

Maskinerna är idag byggda så att man inte kan skadas när de är i drift. Skydden finns till för att hindra människor att nå de rörliga delarna. Dessvärre händer det att dessa sätts ur spel, man kan t ex tycka att arbetet flyter snabbare utan skydd.

När det gäller säkerheten på arbetsplatsen så är det företaget som har skydds- och straffansvar. Det är alltid företaget som har ansvaret oavsett om det är enskild individ som brustit i sina rutiner.

Att koppla ur skyddsanordningar är brott mot Arbetsmiljölagen. Böter kan utdömas till den som uppsåtligt eller av oaktsamhet utan giltigt skäl tar bort en skyddsanordning eller sätter den ur bruk. (2§ AML kap 8).

Urkoppling av skydd eller hur man ska förhålla sig till skydd är ett konkret exempel på en säkerhetsfråga, men säkerheten omfattar så mycket mer.

Ett sätt att säkerställa säkerheten och öka medveten-

heten om vikten av att tänka säkerhet är att göra regelbundna skyddsöversyner.

På vår hemsida grafiska.se och på sidan här intill hittar du vårt verktyg *Checklista för Skyddsöversyn*, en enkel vägledning för skyddsöversyn som du kan använda i ditt förebyggande arbete.

Arbetsgivaren har totalansvaret för företagets verksamhet, inklusive arbetsmiljöarbetet. För att kunna planera och leda arbetsmiljöarbetet måste arbetsgivaren eller dennes representant besitta nödvändig kompetens i arbetsmiljöfrågor.

Arbetsgivaren ska i det lokala arbetsmiljöarbetet samverka med skyddsombud, skyddskommitté där sådan finns och lokala fackliga organisationer. Arbetsmiljölagen och arbetsmiljöförordningen är de mest centrala regelböckerna inom arbetsmiljöområdet. Arbetsmiljölagen är en ramlag som reglerar övergripande frågor. ◦

DU VET VÅL ATT...

... du genom ditt medlemskap i Grafiska har tillgång till information och rådgivning inom arbetsmiljöområdet.

KONTROLLERA ATT SKYDDEN SITTER RÄTT



På bilden ser vi en korrekt monterad nyckelbrytare strax innan luckan stängs. Innanför finns roterande valsar. Om skyddsörren öppnas så kommer nyckelbrytaren att stoppa maskinen.



Här syns tydligt en nyckelbrytare som inte uppfyller kravet när det gäller maskinskydd. Luckan är lite på glänt och maskiner bryter inte, skyddsfunktionen är urkopplad.



Bilden visar en nyckelbrytare med stiften kvar. Stiften är borttagen från skyddsörren med hjälp av verktyg.



Här är ett korrekt monterat skydd.



Bilden visar en skyddslucka där stiften är bortmonterad och säkerheten är osidosatt.



Bild på hela tryckpressen. Mitt på bilden syns skyddsluckan.

EN SKYDDSÖVERSYN – STEG FÖR STEG!

Checklista för skyddsöversyn kan användas vid allt normalt arbete som utförs av operatören och under arbetsgivarens och företagets ansvar. (Vid mer omfattande service och reparationer som utförs av entreprenörer gäller andra regler eftersom förutsättningarna då är annorlunda.) Skyddsöversyn kan göras i tre steg – före, under och efter med tre kontrollpunkter i varje steg:

FÖRE

Inför normal användning

- **Kontrollpunkt 1.** Har operatörerna fått skriftliga och/eller muntliga instruktioner om hur man arbetar på ett säkert sätt? CE-märkta maskiner ska åtföljas av en bruksanvisning som ska innehålla information om säkerhetsanvisningar för idrifttagande, användning, inställning, underhåll mm.
- **Kontrollpunkt 2.** Finns det föregående avskärningsskydd som ska förhindra kontakt med rörliga maskindelar? Skydd ska finnas över roterande eller farliga delar och det är viktigt att skydden är hela och rätt inställda. Kontrollera nyckelbrytare, ljusridåer och ljusbommar samt skydd som förhindrar kontakt med rörliga maskindelar. (Många olyckor händer i samband med valsingrepp när operatören ska göra rent eller justera något
- **Kontrollpunkt 3.** Stoppas farliga funktioner automatiskt då någon går in i riskområdet? Ex passerar en ljus bom eller ljus ridå. Det är viktigt att kontrollera säkerhetsfunktioner med jämna mellanrum och det görs lämpligen i samband med service.

UNDER

Service, underhåll och justeringar samt tillfällen när operatören beträder riskområdet

- **Kontrollpunkt 4.** Finns instruktioner för frånkoppling och avstängning av alla energier? Frånkoppling och låsning är viktigt och bör kontrolleras noggrant innan operatören beträder riskområdet. (Som energi räknas elektricitet, pneumatik, hydraulik, värme etc)
- **Kontrollpunkt 5.** Finns instruktioner för underhålls- och servicepersonal? Instruktionerna ska beskriva hur arbetet kan bedrivas säkert oavsett om det är service, underhåll, rengöring eller felsökning. Ibland måste energitillförsel hållas obruten och då är det än viktigare att det finns instruktioner för hur säkerheten upprätthålls. Har servicepersonal rätt kompetens och kunskap om arbetet och dess risker? Och görs underhåller regelbundet enligt tillverkarens instruktioner.
- **Kontrollpunkt 6.** Finns personliga skydd och lämpliga lyfthjälpmiddel? Många arbetsmoment kräver personlig skyddsutrustning, ex handskar mot skärskador, ögonskydd som förhindrar smuts att komma in i ögonen samt hörselskydd för att förhindra bullerskador. Många arbetsuppgifter kan innebära tynga lyft och olämpliga arbetsställningar, vilka hjälpmedel kan användas för att underlätta arbetet och förhindra belastningsbesvär?

EFTER

Återställning efter service och underhållsarbete rengöring mm.

- **Kontrollpunkt 7.** Har ni återställt maskinen så att den är i gott skick? Säkerställ och kontrollera att alla funktioner är återställda i samband med att arbetet avslutas. Det kan handla om skydd och skyddsfunktioner samt nödstopp och energier
- **Kontrollpunkt 8.** Har det inträffat några tillbud och avvikelser? Alla tillbud och avvikelser ska rapporteras, oavsett hur allvarliga eller bagatellartade de har varit. Det för att därigenom kunna arbeta förebyggande framöver.
- **Kontrollpunkt 9.** Har ni fört in nödvändig data i er Journal över maskinen? Här kan uppgifter om service, intervall och alla vidtagna åtgärder antecknas. Det är också ett lämpligt ställe att förvara instruktioner, ritningar handlingar som är kopplade till maskinen.



VÄSSAT ÅRSHJUL SÄTTER SNURR PÅ PROCESSEN

Systematiskt arbetsmiljöarbete – vad är det egentligen? Och framför allt: hur lyckas man få ihop alla delar på ett bra sätt? Det årshjul som tagits fram av partssamverkande Grafiska Miljörådet har som mål att göra det enkelt och smidigt att få koll på sitt arbetsmiljöarbete.

TEXT PER TORBERGER

Det kan vara en sån enkel sak som att man sätter ett datum för, och avsätter tid till, någon arbetsmiljöfrämjande aktivitet. Årshjulet är framför allt ett bra sätt att strukturera, konkretisera och planera sitt arbete, säger Rickard Lindberg, arbetsmiljöansvarig på Grafiska Företagen och den på organisationen som ansvarat för arbetet i Grafiska Miljörådet (GMR).

I rådet sitter representanter för Grafiska Företagen, GS-facket, Unionen, Sveriges Ingenjörer samt Ledarna. En av de uppgifter rådet har är att informera externt om det arbetsmiljöarbete som bedrivs i branschen.

– Jag tycker att det är viktigt att påpeka detta om årshjulet, att det är partsgemensamt. Detta är något vi har enats om tillsammans att det är bra, det är accepterat av både arbetsgivare och arbetstagare, säger Rickard Lindberg.

Detta är också skälet till att informationen om årshjulet ligger fritt tillgängligt via Grafiska Företagens hemsida, grafiska.se – det ska vara enkelt för alla med behovet att ladda ner och använda produkten.

Årshjulet ska underlätta det arbetsmiljö-

arbete som krävs av alla arbetsgivare med ett visst antal anställda idag, det så kallade systematiska arbetsmiljöarbetet eller SAM. Vad det omfattar anges i föreskriften AFS 2001:1, men övergripande handlar det om att systematiskt undersöka och förbättra sin arbetsmiljö för att förhindra ohälsa och olycksfall.



»Ibland lägger företagen ner mer resurser än de behöver.«

Rickard Lindberg, Grafiska Företagen

Årshjulet ska underlätta detta arbete genom att strukturera och avsätta tid.

– Årshjulet vilar på hörnstenarna undersökning, bedömning, åtgärder och kontroll. Det är ett effektivt och enkelt verktyg för att bedriva det systematiska arbetsmiljöarbetet. Ibland lägger företagen ner mer resurser än de behöver på det här arbetet, utan att för den skull nå målen. Hjulet kan hjälpa en tillrätta med det, säger Rickard Lindberg.

Men att verktyg ibland blir liggande i verktygslådan är något alla som någon gång fyndat på byggvaruhusets readagar nog känner igen. Hur gör man då för att faktiskt komma

igång – var ska man börja?

– Vi har plockat fram fem åtgärder som vi säger är en start, ett bra mål för det första året. De åtgärderna är policies, riskbedömningar, skyddsronder, medarbetarsamtal och uppföljning, säger Rickard Lindberg.

I en tidigare version av årshjulet har många missuppfattat beskrivningen och försökt att få med alla de aktiviteter som föreslagits i materialet, vilket lätt blir överväldigande. I den nya version som nu finns tillgänglig och som överenskommit av de olika parterna, framgår det tydligare att företaget ska välja aktiviteter som är rätt för just det företaget.

Men även den fempunktslista Rickard Lindberg nämner väcker frågor. Policies, till exempel – är det inte svårt att sätta sådana redan det första året?

– Jo, den risken finns absolut. Många gånger vill man få med allt och det blir för omfattande. Tricket – och det svåra att lyckas med – är att göra enkla policier som är möjliga att leva upp till.

En annan fråga: finns inte risken att policies bara blir läpparnas bekännelse?

– Om du köper en färdig pärm av någon tror jag att det lätt blir det. Därför är det viktigt vem som tar fram en policy. Om en ledningsgrupp sätter ihop policyn eller undertecknar den och presenterar den för medarbetarna, då tror jag att den kan få genomslag. Är ledningsgruppen övertygad kan det ge effekt.

Andra gånger är det kanske just bristen på högtidlighet som skapar framgång i arbetet. Medarbetarsamtalet, till exempel, behöver inte vara något som bara görs i någotsånär anslutning till löneavstämning.

– Jag tycker att regelverkets krav på en gång årligen är bra för ett strukturerat medarbetarsamtal, men att man däremellan ska se till att ha en löpande dialog med var och en av sina medarbetare. Man kan helt enkelt ta en kaffe med en medarbetare då och då och fråga hur det är. Då ökar chansen att fånga upp frågor om stress, fotbollsträningar, humör, familjefriden och andra psykosociala frågor tidigt. Det är viktigt för den organisatoriska och sociala arbetsmiljön, säger Rickard Lindberg.

Årshjulet vänder sig i första hand till de lite mindre företagen som inte har samma resurser som de stora. För vissa företag räcker det med ett enda årshjul för hela företaget, för andra är det mer lämpligt med flera olika årshjul för olika avdelningar.

Hur man jobbar med årshjulet varierar, men ett tips Rickard Lindberg gärna ger är att koppla det till annan verksamhetsplanering.

– Många knyter årshjulet till kalenderåret, men det finns också de som använder det i sitt arbete kring budgetåret. Det är smart tycker jag, då får man ihop det med den övriga verksamheten och med den ekonomiska planeringen. ●

Att vara kundcentrerad behöver inte vara så svårt

Jag är med i Futura, ett nätverk och en förening för unga ledare på grafiska företag. Föreningens ändamål att genom vidareutbildning, studiebesök och diskussioner i tekniska, ekonomiska och administrativa frågor, öka medlemmarnas kännedom och kunskaper om branschen och om de grafiska organisationernas verksamhet. Vi träffas några gånger per år och lär av varandra, pratar utveckling och den grafiska branschens framtid, diskuterar teknik och lösningar. Miljön är öppen och vi har högt i tak så att frågor vågar ställas. Jag vill hävda att vi har skapat något unikt i vårt lilla nätverk, att vi har skapat en särskild kultur i Futura. En kultur där öppenhet och vänskap präglar relationerna och som gör att vi vågar knyta nära kontakt med kollegor och lära oss mer om hur företag i branschen arbetar.

Den här kulturen behöver vi i grafisk bransch värna om. En kultur där tankar och idéer från kollegor, kunder, konkurrenter och användare berikar. Den typen av mindset, dvs att vi lär av varandra skulle behöva gjas in på alla nivåer på alla företag.

Jag står inför utmaningen att på vårt företag, byta affärssystem inom en ganska snar framtid och har genom åren träffat och pratat med kollegor och leverantörer i branschen. En sak har slagit mig. I den grafiska branschen är det tunt när det kommer till forum och olika plattformar där vi användare kan diskutera idéer, lösningar och förbättringar. Hur kan vi bli bättre att lyssna på våra användare? Hur kan vi öppna upp för kundsynpunkter? Hur kan vi skapa en kultur där kunden är drivande i utvecklingen av en produkt eller lösning? Där vi lär av varandra?

Startups och de nya innovativa bolagen har fattat poängen. De låter kunden och slutanvändaren vara drivande i utvecklingen. Det kan exempelvis vara genom att låta användarna kommunicera i ett öppet transparent

forum, rösta på vilka förbättringar som ska genomföras eller komma med nya förslag och idéer. Då skapas också en vägledning för både kunderna och leverantören om vad som "trender" inom en viss bransch, nya sätt att tänka, dvs vi lär oss av varandra!

Tanken är ju att branschen ska växa, att vi ska bli smartare och mer effektiva. Det är det enda sätt vi kan konkurrera med de snabbt växande onlinetryckerierna i Europa. Svenska företag i den grafiska branschen ska inte behöva göra samma misstag två gånger på grund av att vi inte pratar med våra kunder eller kollegor. Vi ska inte behöva uppfinna hjulet igen för att vi inte tar hjälp av varandra. Vi ska lägga energi på våra kunder och vad som är unikt för var och en av oss. Att låta kunden vara drivande i utvecklingen skapar engagemang och transparens. Användarens känsla av att få möjlighet att förbättra och utveckla skapar långvariga relationer.

Jag tror att vare sig det gäller system, produkter eller maskiner, handlar det om att skapa forum och plattformar så att kunder och användare kan kommunicera. För mig är detta ett enkelt sätt att påbörja resan och arbetssättet att produkter och tjänster skapas tillsammans med kunder och slutanvändare utifrån ett verkligt behov. Att vara kundcentrerad behöver inte vara så svårt.

Så börja interagera med era kunder, skapa forum, mötesplatser och plattformar där kund, leverantör och slutanvändare kan kommunicera. Både digitalt och genom verkliga möten. Hitta sätt att strukturera idéer och förbättringsförslag så att kunderna verkligen kan följa sin input, från idé till färdig installation. Kunden måste känna att idén tas på allvar, då skapas incitament att fortsätta. Sist men inte minst, låt transparens genomsyra hela processen så att kunderna och användarna lär av varandra. Då kan de också se att vad de tillför, verkligen betyder något och skapar förändring!



Sofia Ljungberg Igbe,
VD, Ljungbergs Tryckeri AB

"Jag vet inte om det beror på för många managementkonsulter eller bara på dålig självkänsla"

Är du intresserad av Futura eller känner någon som skulle vilja bli medlem? Läs mer på grafiska.se/om-oss/branschnatverk/futura eller kontakta sofia@ljungbergs.se

NYTT VERKTYG FRÅN GRAFISKA FÖRETAGEN

Upphandlingsguiden visar vägen

Nu finns Grafiska Företagens Upphandlingsguide ute i ny uppdaterad version. Upphandlingsguiden har vi tagit fram för att underlätta dina kontakter med offentliga upphandlare. Eller med offentliga kunder som man mer riktigt borde kalla dem. Du kan använda guiden i dina mötesförberedelser och även lämna över den när du möter kunder från den offentliga sektorn.

TEXT MARIA WIKSTRÖM

Fredrik Tham driver konsultföretaget Double Check och har specialiserat sig på offentliga affärer. På Branschmässan Sign och Print i februari fick vi en injektion offentlig marknadskunskap av Fredrik som bevakar den alltjämt pågående förändringsresan som den offentliga affären är ute på.

Fredrik visade Double Checks modell över hur den offentliga affären görs, vi fick ett smakprov på vilka affärsvärden som är aktuella för den grafiska branschen samt fick lyssna till inspiration från Sofia Ljungberg Igbe och Kaj Flick.

Fredrik betonar att vi inte ska sälja till de offentliga kunderna utan att vi ska lära dem att köpa. En offentlig aktör köper in många olika tjänster och produkter och har ingen specialkunskap om just det vår bransch säljer. Det finns branscher som ordnar konferenser för offentliga inköpare t ex på temat "Att upphandla bemanningstjänster", "Att upphandla städtjänster" osv. Så måste den grafiska branschen också tänka, det är vi som ska lära dem hur man upphandlar och bedömer grafiska tjänster och produkter. Här är Upphandlingsguiden en bra hjälp.

Det man ska tänka på är att upphandlingsprocesserna är ganska långa, ofta upphandlas de

på flerårskontrakt. När väl en upphandlingsförfrågan kommer ut kan det vara för sent att agera. Information om vilka upphandlande aktörer som finns i ens ort eller region är offentliga, och det är ganska lätt att ta reda på vilka de är.

Eftersom den här typen av köp är omgärdade av lagar och regler är många rädda för att göra fel och det leder lätt till passivitet. Men en offentlig kund är en kund som alla andra, det är inte förbjudet att vara i kontakt med dem även under andra perioder än i själva upphandlingsfasen.

Certifierad Grafisk Produktion, CGP, dvs vår egen branschstandard för certifiering, har en nyckelroll att spela i offentlig upphandling, eller i offentliga affärer. Alla upphandlande offentliga aktörer jobbar mot hållbarhetsmålen i Agenda 2030 vilket gör att krav ställs på leverantörerna att hjälpa samhället nå det målet.

Om man är certifierad enligt CGP så har man en hållbar produktionsprocess och kan hävda att man jobbar mot Agenda 2030:s mål.

CGP är numer också är ett skallkrav i statens ramavtalsupphandlingar av grafiska tjänster.

Grafiska Företagen har tagit fram en upphandlingsguide för grafiska tjänster med syfte att både informera upphandlare och grafiska leverantörer om hur upphandling bör genomföras för att balansera båda parterns behov.

Det finns en potential för kommuner, landsting och statliga verk att göra bättre affärer inom ramen för Lagen om offentlig upphandling, LOU. För Grafiska Företagens medlemmar finns det en stor potentiell marknad att göra affärer på. Grafiska branschen omsatte 2014 nästan 800 miljoner kronor på offentligt upphandlade tjänster. Det ligger i alla inblandade parterns intresse att de offent-



Guiden innehåller:

- ✓ Att tänka på inför en upphandling – analyser och uppföljning
- ✓ Relevanta förutsättningar för utvärdering av bud
- ✓ Förfrågningsunderlaget är nyckeln till en bra affär
- ✓ Vikten av uppföljning av ställda krav
- ✓ Relevanta kriterier vid upphandling av grafiska tjänster

liga upphandlingarna blir så korrekta, transparenta, rättvisa och effektiva som möjligt.

Denna guide syftar till att underlätta för den som upphandlar grafiska tjänster inom ramen för LOU. Med klara mål och rättvisa jämförelser ökar förutsättningarna för korrekt genomförd upphandling – och att hen kan tillfredsställa sin organisations behov. Självklart kan även privata företag använda denna guide för att utveckla sina affärer inom det grafiska området. ◉



RÄTTSFALL FRÅN ARBETSDOMSTOLEN

Ej diskriminering att avbryta en gravid kvinnas provanställning

► **AD 2018 nr 51** En kvinna provanställdes som managementkonsult för tiden den 14 december 2015-14 juni 2016. Dessförinnan hade kvinnan berättat att hon var gravid och att hon beräknades föda den 2 maj. Under perioden den 4-15 april 2016 blev kvinnan sjukskriven på halvtid på grund av sjukdom hänförlig till graviditeten. Den 15 april blev kvinnan helt sjukskriven för att sedan vara helt föräldraledig. Den 2 juni 2016 avbröt bolaget provanställningen.

Diskrimineringsombudsmannen (DO) yrkade diskrimineringsersättning och gjorde gällande att bolaget missgynnat kvinnan på grund av könstillhörighet då hennes provanställning avbröts i förtid.

Bolaget bestred talan och anförde att anställningen avslutades eftersom kvinnan bedömdes sakna förmågor och egenskaper som bolaget ansåg var väsentliga för dess konsulter. Kvinnans förmåga att "ragga kunder" samt att planera och genomföra tilldelade uppdrag var bristfällig och hon tog inte tillräckligt stort ansvar för sitt arbete och sin arbetssituation.

Arbetsdomstolen

Den frågan som domstolen har att pröva är om Bolagets beslut att avbryta kvinnans provanställning har haft samband med hennes graviditet och minskade arbetsförmåga till följd av graviditeten.

Det är ostridigt i målet att bolaget kände till graviditeten när kvinnan anställdes. Utredningen i målet ger inte stöd för att bolagets företrädare skulle ha sagt något negativt eller annars visat missnöje i fråga om graviditet eller nedsatt arbetsförmåga till följd av graviditet. Sammantaget bedömer Arbetsdomstolen att DO, trots visst tidsmässigt samband mellan sjukskrivning och avbrytande av provanställningen, inte förmått visa omständigheter som ger anledning att anta att det förekommit diskriminering på det sätt som påstås. Yrkandet om diskrimineringsersättning avslås.

Kommentar

Av rättsfallet framgår att det är möjligt för en arbetsgivare att avbryta en provanställning, även för en gravid kvinna. Det är dock viktigt att poängtera att en arbetsgivare som avser

att avbryta en gravid kvinnas provanställning inte bara kan hänvisa till att arbetsgivaren på grund av frånvaron har fått för kort tid på sig att pröva kvinnan. Det är inte ett giltigt rättsligt skäl.

Det är viktigt att en arbetsgivare i dylika situationer ställer upp kriterier som man anser är viktiga för anställningen. I detta fall ställde arbetsgivaren upp följande kriterier:

- Att arbetstagaren har vilja och förmåga att sälja sina tjänster och ta ansvar för sin egen beläggning hos kund.
- Att arbetstagaren har god förmåga att planera sitt arbete, särskilt då de förväntas utföra flera uppdrag parallellt.
- Att arbetstagaren självständigt kan genomföra tilldelade uppdrag.

Arbetsgivaren gjorde sedan en seriös bedömning av kvinnans förmågor och egenskaper samt jämförde dem med andra nyanställda konsulterers förmågor och egenskaper och fann att kvinnan inte nådde upp till de krav som arbetsgivaren förväntade sig. Utan denna seriösa prövning av kvinnans förmågor och egenskaper hade utgången i målet sannolikt blivit en annan. ●

Grafkom & Grafiska Företagen presenterar:

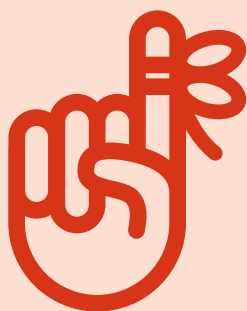
PRINT NEXT

SAVE THE DATE!

- **Den 7 maj hoppas vi få träffa dig** på Print Next och vårt årsmöte. Konferensen kommer äga rum på Radisson Blu Royal Park Hotel i Frösundavik, Solna.

Kontakta arbetsgivarjouren

- Du vet väl att du alltid kan kontakta vår arbetsgivarjour i frågor som gäller relationerna till dina anställda. Tala med någon av våra erfarna företagsrådgivare på telefonnummer 08-762 79 70. Öppettider: 08.30-16.30



Missar inte ...

nyheter och viktig information

► **Två gånger i månaden** skickar vi ut nyhetsbrev där vi samlar de mest intressanta och nyttiga nyheterna för dig som är medlem. Finns det till exempel ett behov att kompetensutveckla dina medarbetare? I nyhetsbrevet får ni exempelvis information om aktuella kurstillfällen.

Vid avtalsrörelser skickar vi ut ett specifikt nyhetsbrev som vi kallar "Avtalsnytt". Med avtalsnytt kan ni snabbt ta del av de senaste nyheterna inom avtalsrörelsen som berör våra medlemsföretag och den grafiska branschen.

Gå in på grafiska.se/nyhetsbrev och teckna en prenumeration redan idag!

Du har väl inloggning till våra **medlemssidor**?

► **På våra medlemssidor** finns exklusiv information som bara våra medlemsföretag kan ta del av. Här hittar du bland annat vår Arbetsgivarguide. I den finns allt du behöver ha koll på i din roll som arbetsgivare.

För att ta del av informationen på våra medlemssidor behöver du skapa ett webbkonto. Du registrerar det enkelt på grafiska.se/registrera-konto.

Det som behövs för att registrera konto är företagets organisationsnummer och ert medlemsnummer hos Grafiska Företagen. Medlemsnumret hittar du på din faktura.

Om du inte har tillgång till medlemsnumret kan du kontakta Carina Gisler på vårt medlemsregister, 08-762 68 24 eller via e-post carina.gisler@grafiska.se





DokuMeras tjänst Företagspaketet är en kostnadsfri medlemsförmån för medlemmar i Grafiska Företagen och inkluderar såväl företagsmallar, privatmallar som expertsvar. **Erik Rosqvist** på DokuMera svarar på frågor om deras tjänster och produkter.



SMIDIG TJÄNST FÖR MALLIGA MEDLEMMAR

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 och väljer att förlänga sitt abonnemang. 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 gärna ...

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



► 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 rättsskydds-försäkring
- 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 medlemservice är att erbjuda er tillgång till affärsjuridisk rådgivning av god kvalitet till konkurrenskraftiga villkor.

Därför har vi slutit ett ramavtal med advokatfirman Walton 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 Walton 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

”Hur mycket 'får' en anställd vara sjuk?”



En av mina anställda är ofta sjuk både enstaka dagar och nu senast en vecka med förkylning. Nu är personen tillbaka igen men hörde nyss av sig och är sjuk igen. Jag tror inte att personen hittar på utan är mycket sjuk, men det skapar problem för mig eftersom vi inte kan lita på att personen är på plats. Finns det någon begränsning för hur mycket en person "får" vara sjuk?



Det är sjuklönelagen som reglerar sjukersättning och hur den betalas ut. Om arbetsförmågan är nedsatt på grund av sjukdom så betalas sjuklön. Sjuklöneperioden inleds med en karensperiod som är 20 procent av den genomsnittliga veckoarbets-tiden och därefter betalar du som arbetsgivare sjuklön. Efter dag 15 tar Försäkringskassan över. En person som är mycket borta eller har kroniska sjukdomar kan ansöka hos Försäkringskassan för att få sjuklön utan att något karensavdrag görs.

Det finns ingen begränsning för hur mycket en enskild "får" vara sjuk. Är den anställda sjuk så är den det. Däremot finns det regler och verktyg för att komma åt misstänkt

fusk - exempelvis genom att kräva förstadagsintyg och att intygen måste utfärdas av läkare. Men det finns inga regler om att en anställd bara får vara sjuk ett visst antal dagar. Däremot finns ett skydd mot höga sjuklönekostnader. Skyddet innebär att arbetsgivare kan få ersättning för årliga sjuklönekostnader som överstiger en viss nivå. Ingen ansökan behöver göras. Som arbetsgivare lämnar man varje månad in en arbets-givardeklaration till Skatteverket och fyller i sjuklönekostnaden. Skatteverket meddelar i sin tur Försäkringskassan om företagets sjuklönekostnader och lönekostnader. Utifrån dessa uppgifter beräknar Försäkringskassan sedan vilken ersättning som kan utges. Skatteverket betalar ut ersättnings-beloppet till företagets skattekonto.

Du bör också som arbetsgivare diskutera situationen med den anställda. Inte från ett fördömande perspektiv utan ta reda på om det finns andra orsaker till frånvaron, eller om det ligger annat bakom som du kan hjälpa till med. Det kan vara ett missbruksproblem av något slag, struliga hemförhållanden, behov att tillfälligt gå ned i tid eller förändring

av schema som skulle kunna hjälpa både verksamheten och den anställda. Om det visar sig vara en sjukdom eller missbruksproblem, hjälp hen att söka adekvat vård. Har ni företagshälsovård så kanske även den kan hjälpa till.

Om du i förlängningen vill säga upp personen bör du som arbetsgivare veta att det kan vara svårt att säga upp en person på grund av personliga skäl såsom exempelvis sjukdom eller hög frånvaro. Kontakta i så fall oss på Grafiska Företagen så att vi kan rådgöra dig och diskutera hur du kan gå vidare.

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



Anna Freij svarar på dina frågor.

Ulrika verkar i bakgrunden

Under porträttbilden på hemsidan står det "assistent bransch och kommunikation". Självt beskriver **Ulrika Palmén** sitt arbete som att hon är chefen Kaj Flicks högra hand och sedan en tid tillbaka även lite VD-assistent åt Ravindra Parasnis.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO SÖREN ANDERSSON

– Jag jobbar back office och gör sånt där som kanske inte alltid syns men är viktigt för att verksamheten ska fungera.

Hon håller i event, bransch- och nätverksträffar. Ser till att det finns lokaler, att biljetterna är fixade, fiket är på plats och att mötesprotokollen blir undertecknade... Och mycket mer.

Kaj och Ulrika kan man säga är lite av spindlar i nätet i den grafiska branschen genom att anordna de förenings- och nätverksträffar som är några av byggstenarna i Grafiska Företagen.

Kaj Flick är oftast sekreterare på föreningsmötena men ibland när det kör ihop sig får Ulrika hoppa in.

Och många möten blir det. Det finns nio branschföreningar, sedan tillkommer Grafiska Kammaren, som är en skiljenämnd, olika design-tävlingar, event samt Grafiska Företagens utbildnings- och forskningsstiftelser som varje år får in många ansökningar och delar ut ett par miljoner kronor till människor som antingen är på väg in i branschen eller på annat sätt utvecklar den.

Varje förening har minst ett möte per år där de avhandlar sina specifika frågor.

– Vissa perioder blir intensiva när många saker händer samtidigt. Men Kaj och jag har arbetat ihop så länge så det har blivit lite av ett självspelande piano, säger Ulrika.

Hon tycker det är roligt att kunna hjälpa och stödja de olika medlemsföretagen med den kompetens som de har på huvudkontoret. Extra kul tyckte hon det var när hon tidigare deltog på föreningen Futuras möten och resor.

– Det är en förening för unga ledare på grafiska företag. Det var väldigt roligt och spännande att

5 SNABBA FRÅGOR:

Drömjobb som barn: Arkeolog.

Första jobbet: Sommarjobb i Hemslöjdsaffären på Sandhamn. Tjänade 10 kronor i timmen och var 12 år.

Gör helst på fritiden: Hänga med min älskade familj och mina fina vänner. Gärna i svampskogen :-)

Viktigast att göra 2019: Vara en närvarande förälder till mina tonårsdöttrar.

Favorittrycksak: Min farmors gamla kokbok.



Ulrika Palmén

Assistent bransch och kommunikation

☎ 08-762 68 06

✉ ulrika.palmen@grafiska.se

lyssna på deras framtidsplaner och med vilken entusiasm de såg på framtiden. Hon började sin yrkesbana på LRF, Lantbrukarnas Riksförbund, där hon var med och byggde upp dåvarande LRF:s försäkringsbolag. Ulrika gick från att ha börjat med att jobba i postrummet till att sitta i ledningsgruppen som operativ chef.

LRF sålde sitt bolag till Länsförsäkringar 2008, men där trivdes inte Ulrika utan hoppade av och startade ett gym tillsammans med sambon Björn Bergman.

– Det är Björn som driver verksamheten. Även där är jag back office och sköter det administrativa och ekonomiska, säger Ulrika med ett skratt.

För att hinna med sin egen verksamhet är hon ledig på fredagar från Grafiska Företagen.

Ulrika tycker att hon har haft nytta av sin tid i det medlemsstyrda LRF.

– På samma sätt som i LRF handlar det om att skapa så mycket medlemsnytta som möjligt för föreningarna för de pengar som de satsar. Förbundet ska inte göra några stora vinster utan vi ska använda pengarna till att göra rätt saker. Vi måste se behoven och hjälpa företagen med att dra igång projekt och väcka frågor som stärker branschen.

Ulrika Palmén tror att den största utmaningen för de grafiska företagen är hitta medarbetare med rätt sorts kompetens.

– Folk i allmänhet vet inte vad vi håller på med. Man tror fortfarande att det är en industri där man står och jobbar vid ett löpande band, men så är det ju inte. Branschen i dag är väldigt datoriserad och mycket annorlunda mot hur det var tidigare. Vi försöker ändra attityden hos ungdomar genom att ladda de olika yrkesrollerna med ett innehåll som mer beskriver vad man gör i stället för att bara prata om exempelvis tryckare eller originalare.

”Vi måste se behoven och hjälpa företagen med att dra igång projekt och väcka frågor som stärker branschen”

Men Ulrika Palmén tar ett rejält kliv bakåt i den grafiska historien när hon ska berätta om något som fascinerat henne på senare tid.

– Jag svängde förbi en bokbindare på vägen hem och lämnade en del utställningsmaterial inför en mäsas. Då höll hon på att jobba med en bibel från Gustav Vasas tid. Att se det hantverket när man restaurerar sida för sida i en gammal bok med tunna spröda blad är verkligen speciellt. •

finfa

En del av Svenskt Näringsliv

Vi hjälper arbetsgivare att ha koll på kollektivavtalade försäkringar.

www.finfa.se | 010-45 53 800

Vårt kursutbud 2019



KURS I FÖRHANDLINGS- TEKNIK

Kursen syftar till att förbättra deltagarnas förhandlingsbeteende och förhandlings-teknik. Kursen inkluderar praktiska moment som MBL-förhandlingar och tvisteförhand-lingar.

Plats: Stockholm
Näringslivets Hus,
Storgatan 19
Pris: 8 000 kr exkl. moms
Startar: 1 april 2019, kl 10.00
Slutar: 2 april 2019, kl 16.00

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



ARBETSMILJÖ, ARBETSRÄTT OCH KOLLEKTIVAVTAL

Kurserna innehåller genomgång av arbets-
miljöfrågor kopplade till arbetsgivarens
ansvar, viktiga arbetsrättsliga lagregler
samt genomgång av kollektivavtalen.

Plats: Helsingborg
Elite Hotel Marina Plaza,
Kungstorget 6
Pris: 2 750 kr exkl. moms/
deltagare och dag
Startar: 21 maj 2019, kl 08.30
Slutar: 23 maj 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

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



NY SOM LEDARE

En kurs för dig som är ganska ny i ledar-/
chefsrollen eller har liten erfarenhet av
att utveckla en grupp. Få ett tydligare
och effektivare ledarskap.

Plats: Bromma, Åkeshofs Slott,
Åkeshovs gårdsväg 11
Pris: 6 500 kr exkl. moms
Startar: 21 maj 2019, kl 10.00
Slutar: 22 maj 2019, kl 16.00



LÖNEKARTLÄGGNING

Under kursen går vi igenom vilka krav
diskrimineringslagen ställer och hur löne-
kartläggningen 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
Startar: 26 september 2019, kl 09.30
Slutar: 26 september 2019, kl 13.30