

# MEDIA GRAFICA

**GMf**

Utges av Grafiska Medieförbundet – 100 år 2008

Nr4 2007

## Tuff konkurrens i hela Europa

– ny EU-rapport



Tryckerichefen om  
papperstidningens  
framtid.

## God Jul

önskas med våra bästa julklappstips

# helhet

Exakta erbjuder allt från idé och layout till tryck och distribution av färdiga trycksaker.

grafisk formgivning

fotografering

repro

digitaltryck

tryck

distribution

trading

www.exakta.se | 0451-70 65 10

exakta



## Psssst!

Tipsa oss om andra chefer som har nytta av ett medlemskap i Ledarna. Du får ett biobesök eller en pocketbok för varje medlem du rekryterar. Mer information på [www.ledarna.se/tipsa](http://www.ledarna.se/tipsa) eller ring 0200-87 11 11.



**ledarna**  
SVERIGES CHEFSORGANISATION



# Inte svär väl jag i kyrkan?

Snön ligger (21 nov) i ett tunt skikt här vid Norrbottenskusten och det är bara runt fem minusgrader men visst märks det att vi närmar oss december och årets slut. Innan det är dags att fira in det nya året, det år GMf blir 100, återstår för min del bl a ett möte med förbundsstyrelsen och representanter för våra lokalavdelningar i december. Vår förhandlingsdelegation samlas denna vecka för en genomgång av de förhandlingar med GFF som avslutades i oktober och där de förslag, som delegationen tidigare arbetat fram i stort vann gehör.

Vi ska också se om det finns fler idéer som kan förbättra Ledaravtalet eller som kan bidra till att avtalet används i större utsträckning än idag. Avtalet är nu mer konkret i sin utformning när det gäller lönebildning och löneutveckling. Nu fastslås bl a att: "Företaget bör definiera vilka personer som har ansvar för lönebildningen." Den som är föräldraledig ska omfattas av den årliga löneprocessen, vilket innebär att den som är det inte ska missgynnas i sin löneutveckling. En viktig förändring för den som tar ut föräldraledighet.

RS har som bekant bifallit förslaget att minska antalet lokalavdelningar genom sammanslagningar och att det ska ske i samförstånd. Att slå samman avdelningar ger förhoppningsvis en starkare grund att stå på. Men vi måste också veta hur de förtroendevalda ser på sin roll och framför allt vad vill medlemmen uppnå med sitt medlemskap i GMf? Det här ska vi diskutera vid mötet i december. Frågor som varför bli förtroendevald, vad förväntar du dig som förtroendevald och vad kan vi göra för att fler ska vilja ta på sig ett uppdrag, kommer att ställas. Vad vill medlemmarna få ut av medlemskapet? Vill de och i så fall hur ska de kunna påverka genom medlemskapet? Det är två andra viktiga frågor som vi bör finna svaren på. Sist men inte minst hur kommer den demokratiska processen att påverkas när det blir färre avdelningar? Finns det anledning att förändra något i den nuvarande demokratiska uppbyggnaden av

GMf och i så fall vad? Antalet deltagare vid RS och kongresser blir färre med nuvarande stadgar.

Läste för en tid sedan en artikel där någon beskrev hur synen på intresseorganisationer, fackliga såväl som idrottsföreningar och liknande förändrats. Där sades att de i vår generation som är medlemmar i en förtroendeorganisation känner sig delaktiga och är en del av organisationen. Våra barn och barnbarn däremot ser sig mer som konsumenter och betraktar sig som medborgare i allmänhet.

Jag tror att det finns all anledning att fundera över detta och där finns kanske förklaringen till det vi ser som ett sviktande engagemang. Det innebär att ska vi kunna attrahera nya medlemmar måste vi kunna erbjuda något som de efterfrågar men också få dem engagerade att delta för att utveckla detta något. Här kommer att krävas resurser som jag inte tror att varje enskild förening inom Ledarna klarar långsiktigt.

Därmed måste frågan ställas, som av många kanske liknas vid att "jag svär i kyrkan": När ser vi den första sammanslagningen av föreningar inom Ledarna? Ser vi på hur Unionen (Sif/HTF) profilerar sig på chefsmarknaden så tänker de definitivt ta upp kampen med Ledarna. För att möta det krävs att Ledarnas samlade resurser används optimalt. Är det möjligt med nuvarande antal föreningar? Jag tror det blir svårt, sedan kan vi tycka bra eller illa om det, men verkligheten kan tvinga fram tuffa beslut det kanske vi kan vara överens om, om inte annat.

Slutligen önskar jag och förbundsstyrelsen alla medlemmar en God Jul och ett Gott Nytt År!

Hans-Erik Forssten, förbundsordförande  
hans.forssten@swipnet.se

# MEDIA GRAFICA

GRAFISKA MEDIEFÖRBUNDET

## Innehåll

Ledare.....	3
Tryckerichef med tro på papperstidningens framtid.....	4
<b>Ombudsmannen:</b> Förutsättningar för ledarskap ....	6
GMR på studiebesök .....	7
Papperix – specialiserade på julkortstryck.....	8
Media Grafica tipsar om julklappar.....	10
<b>EU-rapport:</b> Konkurrensen tuff i hela Europa.....	12
Avdelningsinfo .....	13
Kalendariet.....	14
Julmediakrypto .....	15



Foto: IBL Bildbyrå

Redaktör: Kerstin Orsén  
kerstin.o@euromail.se  
Tel: 0707-785 770  
Adress: Box 120 69,  
102 22 Stockholm  
Ansvarig utgivare: Hans-Erik Forssten  
hans.forssten@swipnet.se  
I redaktionen: Gerhard Dreilich,  
Lars-Erik Karlsson,  
Karl-Erik Andersson  
Produktion: exakta media, Malmö  
Tryckning: exakta tryck, Hässleholm, 2007  
Annonser: Monika Fogelberg  
monika@exakta.se  
Tel: 0451-70 65 93  
ISSN 0017-2979

# Närvarande och tillgänglig



## Faktaruta:

**Namn:** Stefan Adolphson.

**Ålder:** 59 år.

**Titel:** Tryckerichef.

**Arbetsplats:** Pressgrannar AB i Linköping.

**Läser:** Just nu arbetspsykologi, annars tar jag över frugans böcker.

**Surfar:** Sparsamt, någon gång i veckan då jag söker information eller en vara.

**Fritid:** Sommarstugan i Gryt och en långresa per år.

**Familj:** Fru, två vuxna söner, tre barnbarn alla flickor.

**Firar jul:** Hemma. Förhoppningsvis tillsammans med barn och barnbarn.

Tryckerichefen Stefan Adolphson gillar att hålla dörren öppen.

– Det är oerhört viktigt att folk ska kunna nå mig, inte bara via telefon eller postit-lappar. Folk ska ha chans att prata direkt med mig.

Det första Stefan Adolphson gör varje morgon är att kontrollera hur nattproduktionen har fungerat för de tidningar som trycks nattetid. Tryckeriet har det prestigefyllda uppdraget att trycka International Herald Tribune i 10.000 exemplar som distribueras över hela Norden. Huvudprodukten är Östgöta Correspondenten med 60.000 exemplar i de tre editionerna Motala, Mjölby och Ost-Linköping.

– Jag kontrollerar framför allt tidhållningen. Det är viktigt att lastbilarna lämnar tryckeriet i rätt tid så att tidningarna når prenumeranterna när de ska, säger Stefan Adolphson.

I den relativt omfattande civilproduktionen på dagarna är Computer Sweden, med utgivning tre dagar i veckan och en upplaga på 55.000 exemplar, den största kunden. I övrigt trycks en rad gratistidningar och några branschtidningar.

– I dagsläget har vi ett och ett halvt

skift på dagtid förutom nattskiftet. Vi saknar produktion för ett halvt skift men eventuellt tvingas vi gå upp till två skift nästa år. Det ser ganska ljusst ut, efterfrågan har ökat under innevarande år vilket gett en hel del övertid.

### Dag- och kvällspass

För Stefan Adolphsons del blir det normalt betydligt mer än åtta timmarspass på jobbet. Minst en kväll i veckan är han kvar för att få möjlighet att träffa nattpersonalen. Han poängterar att det är väldigt viktigt att han träffar all personal regelbundet. De långa dagarna är ingenting som han upplever som särskilt betungande.

– Nej, det stör mig inte. Däremot är det mycket slitsamt när vi tappar tidhållningen och riskerar att inte kunna hålla den kvalitet som kunden förväntar sig.

**Har ni ofta problem med kvalitets-hållningen?**

– Ja, det händer faktiskt. Vi har en ålderstigen utrustning och får lägga ner mycket tid på att prestera den kvalitet kunderna kräver. Sett från min horisont är det angeläget att vi får ett nytt tryckeri. Ska vi klara kvaliteten framöver måste det investeras. Det är inte realistiskt att byta ut någon eller några enheter utan det måste bli en helt ny anläggning. Det hänger på ägarnas filosofi och tro på papperstidningens framtid. Själv har jag en stark tro på papperstidningen och att vi kommer att vilja läsa en papperstidning i många år framöver.

### Mardröm när tidningen uteblir

När tidningen inte kommer ringer prenumeranterna i första hand till prenumerationsavdelningen på Corren men ibland blir växeln överbelastad och då spiller samtalen över till tryckeriet.

– Vi får höra det ganska omgående om vi misslyckas. Senast nu under sensommaren då häftningen inte fungerade. Som väl är, är vi inte sena så ofta. Det får ju inte hända. Många gånger beror förseningen på faktorer utanför vår kontroll.

## Ett tillgängligt

### och demokratiskt ledarskap

Som tryckerichef har Stefan Adolphson personalansvar för samtliga 34 medarbetare i tryckeri, packsal och administration plus ansvar för budget, arbetsmiljö och kvalitet.

– Ja, mina arbetsuppgifter är omväxlande och intressanta. Det är en utmaning att producera dagstidningar i rätt tid sex dagar i veckan. Det trivs jag med även om det kan vara jobbigt när det inte fungerar. Chefskapet är också en sporre, det är stimulerande att ha med människor att göra. Jag är mycket ute på golvet.

Han lägger sig vinn om att vara närvarande som chef och vill skapa möjligheter att ha en naturlig dialog med medarbetarna. En viktig del i personalarbetet är kompetensutveckling.

– Vi skickar regelbundet personalen på utbildning, det är en process som pågår konstant med packsalutbildning, tryckarutbildning, kvalitetsstyrning och lära sig använda den utrustning som kommit. Det är viktigt, folk måste få och ta chansen att utvecklas i jobbet.

### Gått den långa vägen

Redan 1964 började Stefan Adolphson som tryckarlärling på AB Trycksaker, fick utbildning där och jobbade på några andra platser i länet under några år. 1983 blev han chef och sedan har "det rullat på" med arbetsledarutbildning och andra utbildningar. Självklart har han en fördel i att veta vad det handlar om i tryckeriet men han ser det inte som en nödvändighet för chefsjobbet.

– Jag är ingen resurs i problemlösningen på samma sätt som jag var för tio år sedan. Men jag hänger med, om tryckarna redogör för ett problem vet jag vad det handlar om.

Det viktigaste i chefsrollen är samarbetet med underställd personal.

– Fungerar inte det så tappar vi oerhört mycket effektivitet. Det är viktigt att kunna jobba ihop, även om det är jag som ansvarar i slutändan så är det viktigt att det har föregåtts av samarbete eller teamwork, menar Stefan Adolphson.

Nästa år fyller han 60 år. Som planerna ser ut just nu vill han gå i pension vid 65.

– Jag tänker nog inte jobba längre i alla fall. Även om telefonen ringer väldigt sällan på nätterna har jag ansvar dygnet runt och kan inte stänga av telefonen. Ibland kan jag känna en viss längtan till den dagen. Sedan skulle jag tycka att det vore katastrofalt om jag inte hade ett arbete. Som det är nu trivs jag väldigt bra och det har jag gjort hela min yrkes-tid, avslutar Stefan Adolphson.

Kerstin Orsén  
kerstin.o@euromail.se



Foto: Jeppe Gustafsson

# Goda grannar slås ihop

De två tidningstryckerierna inom Pressgrannar AB i Linköping och Norrköping ska slås ihop.

– Vi vet att det kommer att bli ett tryckeri av alltihop inom en tre-fem-årsperiod, men ännu är inget beslut fattat om hur det ska bli, säger Stefan Adolphson, tryckerichef i Linköping.

De olika alternativen ser idag ut att vara antingen en nedläggning av något av de två tryckerierna och satsning på det andra tryckeriet, alternativt att bygga upp ett helt nytt tryckhus.

Oavsett vilket alternativ ägarna beslutar sig för kommer det att krävas stora investeringar då maskinparken börjar bli till åren. Stefan Adolphson tror på dagspressens framtid.

– Vi ser visserligen lite sjunkande upplagor men å andra sidan går gratistidningarna bra och säljer mycket annonser. Folk kommer nog att fortsätta läsa papperstidningar inom överskådlig tid. Jag tror inte att det är en företeelse som kommer att försvinna, säger han och anser att det bästa alternativet är att skaffa en utrustning som håller i 20 år "vad gäller kvalitet och kapacitet".

– Det måste finnas ett tryckeri i länet som klarar tidningsproduktionen, säger Stefan Adolphson.

## Fakta Pressgrannar

**Grundat:** 2004 i maj.

**Ägare:** De båda tidningsföretagen Östgöta Correspondenten och Norrköpings Tidningar äger hälften var.

**Antal anställda:** ca 80 fast anställda + extrapersonal nästan varje natt vid inbladningar.

**Omsättning:** 177 miljoner 2006.

**Vinst:** 4,3 miljoner.

**Mer info:** [www.pressgrannar.se](http://www.pressgrannar.se).

## Jättefusion i grafisk bransch

Sörmlands Grafiska Quebecor och Roto Smeets respektive moderbolag är överens om att slå ihop sina europeiska verksamheter. Det nya bolaget ska heta Roto Smeets Quebecor N.V.

Affären som är den största inom grafisk bransch någonsin i Europa förutsätter att konkurrensmyndigheterna ger sitt tillstånd. Fram till den

första januari 2008 då affären väntas träda i kraft kommer bolagen att agera på samma sätt som hittills.

Det är inte klart om och hur affären kommer att påverka verksamheten i Sverige eller om fusionen leder till rationaliseringar. Det nya bolaget blir verksam i elva länder med cirka 6.300 anställda. Förra årets omsättning var 1,3 miljarder euro.

# Förutsättningar för ledarskap

## Tio steg till ett bra ledarskap

- **Kalla chefen chef**
- **Tydliggör förväntningarna**
- **Mandat och befogenheter**
- **Ge chefen tid att leda**
- **Rimliga personalgrupper**
- **Stöd i utsatta lägen**
- **Utvecklingssamtal**
- **Karriärutveckling**
- **Lön för mödan**
- **Utvärderas i rollen som ledare**

Läs mer om ledarskap på [www.ledarna.se](http://www.ledarna.se)

**Agenda Ledarskap** är Ledarnas deklARATION om 10 punkter som talar om hur vi ser på förutsättningarna för dig som är chef att kunna utöva ett framgångsrikt ledarskap. Under det senaste året har vi på kansliet arbetat med att sprida budskapet på alla fronter – bland företrädare, i möten med arbetsgivare, på rekryterings- och medlemmöten, på medlemssidorna i tidningen Chef mm.

Ledarna tycker att alla som har en ledande funktion ska **kallas chefer**. Titeln är en viktig symbol som stärker chefen i sitt ledarskap. Den ger rätt signaler till arbetsgivare och medarbetare om det ansvar och den makt chefen har och skapar tydlighet för alla i en organisation. Inte minst din egen upplevelse vem du i första hand företräder. I traditionstyngda branscher lever andra benämningar ofta kvar och risken finns att exempelvis en befattning som arbetsledare har samma ansvar som en chefsbefattning men inte samma makt och lön. Andra exempel på "ludiga" titlar är koordinator, gruppleddare, teamledare och samordnare.

En av de allra största fallgroparna för en chef är att inte **stämna av förväntningarna** med sin närmaste chef. Uppfattningen av rollen, uppdraget och vilka prioriteringar som ska göras måste vara samma hos båda parter. Här har du som chef ett eget ansvar att ta initiativ till samtal för att säkerställa att du och din

chef har samma bild. Att ha **mandat och befogenheter** är en annan förutsättning; en chef som har ansvaret för att utveckla medarbetare och verksamhet måste också ha mandat att fatta beslut om t.ex. kompetensutveckling och lönesättning. Arbetet blir effektivare om du är klar över ditt handlingsutrymme. Då behöver du inte hela tiden vända dig uppåt för att stämna av detaljer.

Uppdraget som chef kan inte heller förutsätta **orimlig arbetstid**. Chefsuppdraget ska gå att kombinera med ett privatliv. Om chefsuppdraget konstant kräver övertid utesluts många som skulle vara lämpliga att gå in i ledarrollen, som småbarnsföräldrar eller unga som prioriterar sin fritid på annat sätt. Likaså måste du som chef ha **rimligt stora personalgrupper**. Vad är då ett rimligt antal medarbetare? Jag menar att en chef inte ska ha fler medarbetare än att det är möjligt att ha en kontinuerlig kontakt med; att kunna förbereda och genomföra utvecklingssamtal, rehabilitering m.m.

Står du inför uppdraget att genomföra stora förändringar, nedskärningar eller omorganisationer menar Ledarna att du måste få **stöd från din arbetsgivare** och kunna mobilisera en beredskap för vad som kan uppstå efter att förändringen genomförs. Och självklart måste alla chefer också ha **utvecklingssamtal**, inte minst för att i sin tur kunna genomföra bra samtal med medarbetarna.

Inom Ledarna är vi tydliga med chefens eget ansvar för sin **professionella utveckling**, men det är arbetsgivarens ansvar att ge chefen stöd till och möjlighet att utvecklas. Detta kan ske till exempel genom att ge reella möjligheter i form av tid, pengar, feedback, karriärplanering.

Chefens förmåga att hantera medarbetarna är avgörande för verksamheten på sikt. Ett gott ledarskap är en god investering och där är förmågan att hantera konflikter ett bra exempel. I utvärderingen av dina resultat och prestationer ska en **utvärdering av ditt ledarskap** ske och du ska få en tydlig feedback från din överordnade chef på vad som fungerar bra och vad som behöver utvecklas och förstärkas.

Du ska förstås ha betalt utifrån ditt uppdrag, din kompetens och ditt resultat. Chefsuppdraget ställer högre krav på ansvar än den vanliga medarbetarens och därför är det också rimligt att **chefer får lön för mödan**.

Apropå löner; Grafiska Företagens Förbund och Ledarna har tecknat ett nytt Ledaravtal – det vill säga ett nytt lönebildningsavtal. Bland annat finns nu inskrivet i avtalet att föräldralediga skall omfattas av den årliga löneprocessen. Den tidigare texten i avtalet har omstrukturerats och komprimerats i syfte att förenkla och förtydliga hur och på vilket sätt löneprocessen skall fungera. Förhoppningen är att det skall det leda till att öka förståelsen och intresset för att arbeta med och få igång den löneprocess, som Ledaravtalet beskriver. Sammanfattade ändringar i avtalet:

### Ändringar i "Huvudavtal om lönebildning i företagen"

- Föräldralediga ska omfattas av den årliga löneprocessen.
- Företaget bör definiera vilka personer som har ansvar för lönebildningen.
- Företagets lönekriterier ska ligga till grund för lönesättningen och revidering av lön ska ske en gång per år för varje medlem i Ledarna. Tidpunkt kan vara individuell.

Med hopp om en riktigt god jul och gott nytt år!



*Annica Söderberg*  
Annica Söderberg  
[annica.soderberg@ledarna.se](mailto:annica.soderberg@ledarna.se)



**GMR:**

## Vi har varit på studiebesök!

**GMR (Grafiska Miljö Rådet) ett partsammansatt forum, alltså både arbetsgivarrepresentanter och fackförbund i samverkan för en bättre arbetsmiljö har besökt projektgruppen för Goda Grafiska företag, ett hälso- och arbetsmiljöprojekt som pågår under tre år i Västsverige.**

Projektets inriktning och syfte är att ha ett samlat grepp på både hälsa och arbetsmiljö för grafiska företag.

Vi inom GMR, styrgrupp för projektet åkte iväg till Göteborg för att titta närmare på några intressanta företag i den grafiska branschen.

Två företag som besöktes var V-TAB, nordens största tryckerigrupp och E-son Pac, ett företag som nischat sig på komplicerade förpackningslösningar.

V-TAB var intressant att besöka för att se vilket enormt flöde av trycksaker som de hanterade och vilka krav på en säker arbetsmiljö som ställs när verksamheten pågår hela dygnet.

E-son Pac har genom tidigt insatta åtgärder för att hantera sjukfrånvaro lyckats få ner densamma. Man har regelbunden kontakt med den sjukskrivne och även samverkansmöten med Försäkringskassan i syfte att direkt kunna sätta in rätt åtgärder. Försäkringskassan har utsett en kontaktperson som är knuten till företaget vilket ger mer kvalitet i hälsoarbetet.

De två ytterligare företag som besöktes var Kungsbacka Graphics samt Göteborgstryckeriet.

På Kungsbacka Graphics arbetar man aktivt för att minska sjukfrånvaro, man anser sig ha bra rutiner för rehabiliteringshandläggning och skyddsombudsutbildning. Man prövar med arbetsrotation för att minska belastningsskador och nyanställda får genomgå en intern tryckarutbildning. Representanter från företagen är med i projektets referensgrupp vilket innebär att deras rutiner och erfarenheter kan appliceras på och användas av andra företag.

Vi avslutade rundturen med ett besök på Göteborgstryckeriet som beskrev en kommande konkurrenssituation på ett mycket intressant sätt, vi diskuterade bland annat den upplevda stress som chefer och ansvariga känner när konkurrensen ökar och priserna sänks och hur den kan förebyggas.

Sammanfattningsvis kan jag konstatera att det händer mycket inom branschen och att arbetsmiljö och hälsofrå-

gor alltid är aktuella. Projektet i sig är inte begränsat till de fyra företag vi besökte i oktober 2007, utan vänder sig till samtliga företag inom den grafiska branschen, stora som små.

Projektledaren för 3G Pernilla Jalneskog beskriver det så här i verksamhetsberättelsen, "Det är just helhetssynen och en flexibilitet gentemot företagens olika behov som gör detta projekt så unikt till skillnad från många andra hälsoprojekt där man erbjuder målgruppen ett färdigt statistiskt koncept."

Eventuella hinder att övervinna i projektet är hur man når även de företag som idagslaget har ett begränsat intresse för arbetsmiljö och hälsofrågor.

Intresse och kunskap om arbetsmiljö och hälsoproblem och hur man kan komma till rätta med dessa borde vara större bland chefer och arbetsgivare oavsett storlek på företag med tanke på att människor kan fara illa och att det kan kosta pengar om man gör fel. Förhoppningen är att projektet kan ge konkret stöd i form av kunskap, verktyg och enkla metoder för att skapa den "goda" arbetsmiljön på arbetsplatserna och genom detta ge förutsättningar för lönsamhet och överlevnad på långsikt.

*Claes Blomgren  
Ombudsman, Ledarna*

# Papperix

## – specialister på julkort

Papperix vykort i allmänhet och julkort i synnerhet har en lång tradition. Och möjligheten att skicka kort via webben har inte konkurrerat ut den personliga känsla som ett tryckt kort med en hälsning på papper ger. Företaget Papperix i Uppsala är ett av halvduzzinet svenska producenter av företagsjulkort och betraktar marknaden som stabil.



Papperix håller till i Uppsala och har en produktion som huvudsakligen består av tre ben: Kort och brevpapper till detaljhandeln, kallelsekort till tandläkare och julkort till företag. Även om julkortsproduktionen till företag står för en liten del av omsättningen, ungefär 7 procent, så är de bland de största i Sverige på området. Försäljningen är riktad till butiker och företag vilket innebär upplagor på upp till 15.000 kort.

– I september varje år skickar vi ut en katalog med julkortsmotiv till våra kunder och sedan är produktionen intensiv från oktober till november. Vi har 15 anställda men tar in ytterligare sju personer under den perioden, säger Per Adamsson som är VD och ägare av Papperix.

Eftersom julkortstrycket är säsongsbetonat så trycker de enbart texterna på korten själva. Pressparken består av fem enfärgspressar – fyra boktryckspressar och en offsetpress.

– Vi köper antingen ett fotografi eller en illustration. Trycket av fyrfärgsmotivet lägger vi ut och sedan trycker vi själva text och logga åt våra företagskunder, säger Per Adamsson.

Katalogen är viktig för att visa upp de olika bildmotiv som erbjuds. Och det är nästan uteslutande traditionella julmotiv som gäller.

### Försäljningstopp vid millennieskiftet

Historiskt är vykort, gratulationskort, julkort och tackkort stabila produkter på marknaden. Det är något som berör oss alla och att skicka vykort är en väldigt gammal tradition. När Internet etablerade sig på 1990-talet så pratades det om att digitala kort skulle ta över eftersom de är enklare och billigare att skicka. Men så har det inte blivit.

– Fysiska kort är personliga på ett

helt annat sätt än de digitala via webben. Inför millennieskiftet ökade den traditionella kortproduktionen och det året såldes mer julkort än någon gång tidigare. Sedan mattades försäljningen men hämtade sig ganska snabbt och har varit stabil sedan dess, säger Per Adamsson.

Den digitala tekniken har också gjort att privatpersoner kan skriva ut sina egna digitala bilder på fotopapper. Men inte heller det har blivit stort.

– Det är så mycket lättare att lämna in sina digitala bilder till ett snabbblabb. Men man kan se en ökning av privata produktioner när det gäller inbjudnings- och tackkort i samband med dop, konfirmation, studenten och framför allt bröllop. Då vill många göra något extra och lägger ner mer tid på det, säger han.

När det gäller Papperix kunder på julkortssidan så är det förutom företagen framför allt varuhus, presentbutiker, bokhandlare och dagligvaruhandel.

### Brevpapper i alla former

Det Papperix framför allt tillverkar och säljer mycket av är enfärgat brevpapper. Med det menas papper som också

kan användas till kuvert och fotoramar i form av stansade kort. Sortimentet innefattar 21 artiklar i 24 olika färger i ytviktarna 110 och 220 gram. Kuverten finns i format från C7 upp till C4.

De skär, stansar, bigar och trycker texten på korten och erbjuder också bland annat foliering.

– Försäljningen av brevpapper och kort till detaljhandeln står för ungefär 70 procent av omsättningen.

En viktig del av produktionen är också tandläkarkorten. Det vill säga de kalleskort som tandläkare skickar ut till sina kunder.

– Vi har faktiskt över 6000 kunder bland tandläkarna och försäljningen av tandläkarkorten står för ungefär tio procent av vår omsättning. Det gäller både praktikertjänster och privattandläkare där antalet är jämnt fördelat och denna typ av kort ökar.

Papperix gör en separat folder för tandläkarkorten med motiv för både enkla kort för påtryck och laserkort för egen utskrift. Blommor är ett vanligt motiv.

– Det finns relativt få konkurrensmedel i den här branschen men ett vi koncentrerar oss på är servicenivån. Om en kortorder kommer in via telefon, mejl eller fax före klockan tre så ser vi till att leverera samma dag. Annars tar det en dag. Ett annat konkurrensmedel är god lagerhållning, säger han.

### 34 år i grafiska branschen

Per Adamsson har jobbat i den grafiska branschen i 34 år. De första 33 som säljare, säljchef respektive VD på Scandecor

i Uppsala. I juni 2007 köpte han Papperix som han äger till 100 procent. I det ingår dotterbolag i Finland och Norge som producerar företagsjulkort.

– Kort och brevpapper är ett fungerande koncept som vi kontinuerligt jobbar med att förnya. När det gäller vykort så finns det flera förädlingsmöjligheter. Just nu är crazy eyes populärt igen. Det är kort för barn med motiv på djur där man klistrar på ögon. När det gäller motiv i allmänhet så blir det mer och mer en mix av bilder i form av till exempel landskap, blommor och djur. Vi jobbar ju också alltid med vackra bilder och illustrationer vilket är kul, säger Per.

Vykort och julkort har funnits sedan början av 1900-talet och trots all teknisk utveckling i form av framför allt Internet så står sig fysiska papperskort väl. För vilken hälsning är mer personlig än den handskrivna på ett kort med ett utvalt motiv och ett frimärke uppe i högra hörnet!

Jonas Hedman

## Ordförklaringar

**Foliering:** Prägling genom en folie från en uppvärmd tryckplatta med en magnesiumkliché.

**Bigning:** Inpressning av rännformat spår i papper som anvisning för senare viking.

**Stansning:** Maskinell bearbetning av papper i form av utskärning, perforering, håltagning, slitsning etc.

## Fakta Papperix

**Bildades** 1982.

**Huvudkontor:** Uppsala.

Dotterbolag i Finland och Norge.

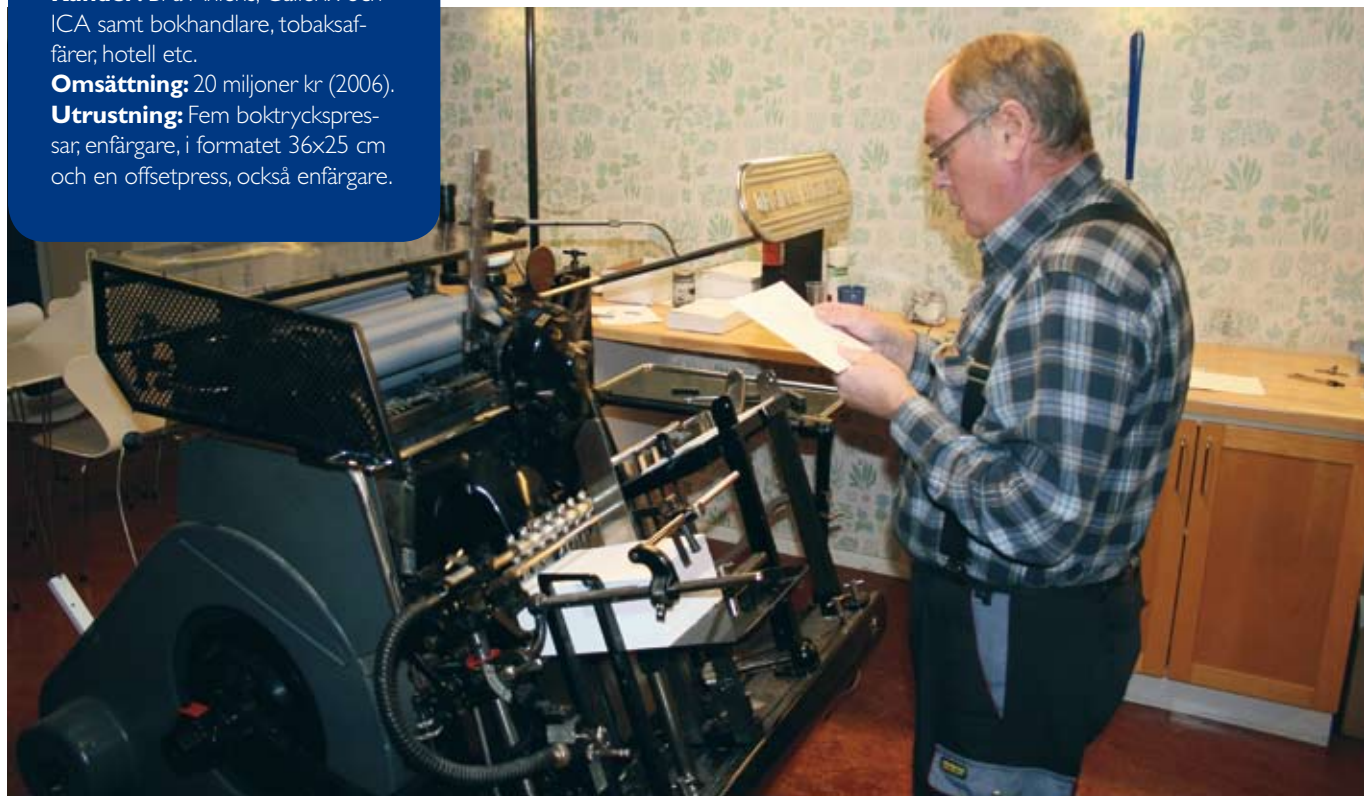
**VD och ägare:** Per Adamsson (sedan juni 2007).

**Antal anställda:** 15 personer.

**Kunder:** BI a Åhléns, Gallerix och ICA samt bokhandlare, tobaksaffärer, hotell etc.

**Omsättning:** 20 miljoner kr (2006).

**Utrustning:** Fem boktryckspressar, enfärgare, i formatet 36x25 cm och en offsetpress, också enfärgare.





## Chefens bästa julklappstips

Företagets julklappssäck kan Media Grafica hjälpa till att fylla. Vi har valt ut de bästa klapparna till de bästa medarbetarna. Det är bara till att plocka fram rödpennan och bocka av listan på medarbetare.



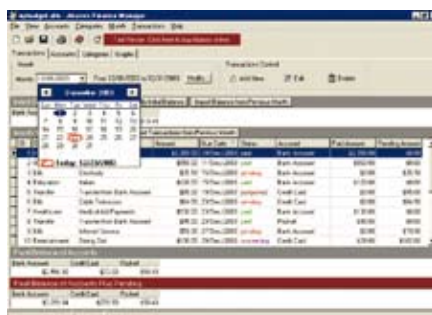
VDn, får den billigaste presenten, en digital äggklocka. Det är företaget Fosoft som skänker bort denna lilla nyttighet, med vars hjälp vd:n kan detaljstyra tidsåtgången.

Med Compact Timer får han eller hon inte mer tid över, men kan kanske använda den tillgängliga på ett bättre sätt. [www.fosoft.net/compact-timer/](http://www.fosoft.net/compact-timer/)

Controllern är rackarns duktig på att kolla företagets tillflöden och frånflöden av kapital. Men hur är det med privatekonomin? Ingen av de stora affärssystemen har någon modul för denna viktiga sektor.

Naturligtvis måste kontrollern kunna kolla sina kulor. Abassis Finance Manager 1.3 kanske kan hjälpa henne att se vilka de stora utgiftsposterna är. Med programmet kan man skapa flera olika konton och budgetera pengar till dem (mat, kläder, sjukvård, bilen etc). Rapporter, statistik och diagram kan sedan lätt genereras av programmet. Kostar: Ingenting.

[www.abassis.com/download.html](http://www.abassis.com/download.html)



## Personalchefen

har ju ett stort ansvar för att hålla ordning på manskapet – hur många är det som gör något överhuvudtaget? Och var håller de hus någonstans? Använd bluetooth för att skapa en säkerhetszon runt din personal! Du ställer in storleken på zonen och placerar larmbrickor på de anställda du vill ha under uppsikt. Om någon försvinner ur zonen går ett larm och ägaren, alltså personalchefen, meddelas direkt via sin mobiltelefon.

En variant med gps aktiveras när en skyddad person kommer utanför skyddszonen och skickar positionsdata till ägaren om var han eller hon befinner sig.

I USA har bolaget erhållit patent på att skydda bland annat plånböcker med denna teknik. Priset är ännu inte bestämt.

<http://www.attendblue.se/indexs.html>



## Originalaren

har ett minne som en fiskmås. Ja, alltså på sin dator. Denna minneskrävande person ska naturligtvis få en gigantisk så kallad flashdisk, liten utanpå, stor inuti. Förutom att de är små, så innehåller dessa diskar inte några rörliga delar, och håller sålunda betydligt längre än vanliga hårddiskar. De är också snabbare och förbrukar mindre ström.

Flashdiskar har tidigare använts främst av militären, rymdforskning- och telekomindustrier, vilka krävde höga prestanda och dito tillförlitlighet.

Priset är förstås högre än för motsvarande hårddiskar, räkna med 3000-4000 kronor.

[www.sandisk.com/](http://www.sandisk.com/)



## Nätverksadministratören

har ju ett ständigt bekymmer med uppkopplingarna till de anställdas datorer, särskilt utesäljarna som vill köra trådlöst och dricka latte samtidigt. Han får naturligtvis denna prydliga trådlösa T-tröja, till överdärlig nytta. Trådlös t-tröja låter lite grand som nätverkskejsarens nya kläder, och det är precis vad det är, men inte en t-shirt vävd utan trådar utan en tröja med wi-fi detector på bröstet. Krångligt? Inte alls. På bröstet sitter en dekal som lyser och blinkar när den är i närheten av ett trådlöst nätverk. Tröjan heter följderiktigt Wi-Fi Detector Shirt och kostar cirka 200 kronor.

[www.thinkgeek.com/tshirts/generic/991e/](http://www.thinkgeek.com/tshirts/generic/991e/)



**Receptionisten** är ju det grafiska medieföretagets egentliga nav, den som allt snurrar kring. Även flygfån som följer med när kunderna och de anställda strömmar in genom porten. Hon (I dessa tider av jämställdhet är det fortfarande en hon) behöver ett riktigt verksamt, och ändå djurvänligt verktyg för att få ut de önskade besökarna. Ett företag i

Norrland har nyss sökt patent på ett genomsiktigt munstycke som man sätter på dammsugarröret och med vars hjälp det går att fånga getingar, flugor, spindlar eller andra kryp. Metoden sägs vara hygienisk och human mot insekterna. Om man vill kan man nämligen släppa ut fångsten i det fria igen.  
<http://www.htpab.se>



**Miljöchefen** som har det största ansvaret av alla tillägnas en bok med vidhängande julklappsrim:

Midvinterslatten av färg är hård,  
 Sättarna fnissa och glamma  
 Är det ingen som bryr sig om Al Gore  
 Tycker faktorn det gör detsamma?  
 Månen lyser på sällsam mix  
 Av framkallningsvätska och av fix  
 snön lyser vit på vårt fyrfärgstryck  
 snön ligger grå på taken.  
 Endast Miljöchefen är vaken.

God jul, miljöchefen! Du får 100 sätt att rädda världen, av Johan Tell.

**Ad:n** vill ju alltid vara lite chic, det ligger i uppdragets natur, och vill inte bära omkring sina projekt i vilket fult usb-minne som helst. Roadsters minne sitter på en handledsrem, och tur är det, annars hade man väl knappt sett det när man rensat fickorna.

USB-minnet ifråga rymmer en gigabyte men är inte större än ett mynt.

Roadster kostar i USA mindre än 250 kronor. Naturligtvis är det kompatibelt med Windows, MacOSX och Linux.  
[www.ocztechnology.com/products](http://www.ocztechnology.com/products)

**Projektledaren** ville ju egentligen bli landskapsarkitekt. Hjälp honom eller henne att förverkliga sin dröm med programmet Garden Planner, med vars hjälp man alltså kan planera sin trädgård. Det förefaller en trädgårdsanalfabet väldigt enkelt att använda. Det är bara att släpa omkring träd och buskar med musen i översikt bilden.

Stenlagda gångar, murar och staket fixar man i ett nafs. En demoversion finns för nerladdning, annars kostar fullt program cirka 20 dollar.

[www.smallblueprinter.com/garden](http://www.smallblueprinter.com/garden)



**Tryckaren** har en – inte alls hemlig – passion: Han älskar att dansa, ja, just det: Tryckare. Och vem kan leverera bättre än Christer Sjögren?

Tryckaren får en fantastisk dvd-samling med världens svenskaste svensktoppsband, där alla de gamla goa låtarna är med: Leende guldbruna ögon, Du gav bara löften, Till mitt eget blue Hawaii och många, många fler för ett par hundralappar!

[www.frituna.se](http://www.frituna.se)



# EU-rapport

## Läget tufft för grafisk industri i Europa

Konkurrensen tvingar företagen att pressa priserna, vilket till slut riskerar att slå undan benen för stora delar av den europeiska tryckeriindustrin.

I Sverige har antalet grafiska företag minskat med 20 procent på bara några år. Även om en del företag slås samman och bildar större enheter har också systerföretagen och antalet anställda minskat. Samtidigt ökar kapaciteten i de cirka 1600 företag som finns kvar. Svenska företagsledare pekade redan vid förra årets Grafex på en betydligt hårdare konkurrens både inom landet och gentemot den grafiska industrin i bland annat Kina och de östra delarna av Europa.

På liknande sätt ser utvecklingen ut över hela Europa. Totalt finns cirka 123.000 tryckerier som har 820.000 anställda. Av företagen har 85 procent färre än 20 anställda, många är familjeägda. I en nyligen publicerad EU-rapport "Competitiveness of the European Graphic Industry" granskar Ernst & Young den grafiska branschens förutsättningar att klara sin strukturella och teknologiska utmaning.

Läsningen är tidvis väldigt nedslående. Frågan är vilken slags framtid som väntar de grafiska företagen? Särskilt de mindre företagen väntas stå inför ännu fler neddragningar. Även om rapporten slår fast att den grafiska industrin redan börjat omstruktureras (genom att antalet företag minskar) så är det inte tillräckligt för att skapa balans på marknaden.

### Bygg tätare kundrelationer

Många företag kommer att tvingas omdefiniera sin marknadsposition genom

att erbjuda nya tjänster och bygga en tätare kundrelation. De intervjuade företagsledarna i studien möter utvecklingen genom att knyta kunden närmare på olika sätt:

- Utveckla nya lösningar som sensoriska funktioner (känsl, lukt etc), effektiva återvinning eller bättre miljöfördelar.
- Vara proaktiv genom att erbjuda kreativitet, design, kommunikationsexpertis etc.
- Utnyttja internet och nya medier för att skapa behov av print-on-demand.
- Erbjud tjänster som professionell marknadsföring, kommunikation och relevant säljstöd.

Också när det gäller den tekniska utvecklingen diskuteras möjligheten att integrera kundservice som till exempel att skapa informationssystem, säkra tillgång till kommunikationsnätverk, erbjuda databaslagring. Väldigt få företag investerar i forskning och utveckling. .

Rapporten genomlyser den grafiska industrin på ett mycket genomgripande sätt och förtjänar att läsas av alla som är intresserade av hur det ska gå för tryckerierna i framtiden.

Den drygt 150-sidiga rapporten finns på engelska. Du kan hitta rapporten på [www.intergraf.eu](http://www.intergraf.eu).

Kerstin Orsén  
[kerstin.o@euromail.se](mailto:kerstin.o@euromail.se)

## Handlingsplan

EU-rapporten samlar i sex punkter de viktigaste uppgifterna industrin står inför för att möta konkurrensen:

- 1. Styr produktionskostnaderna**  
Benchmarka och dra nytta av goda exempel (företagsledning och produktion).
- 2. Hitta nya tillväxtområden**  
Utveckla mervärdetjänster åt kunder.
- 3. Stöd europeiska tryckare och utveckla tryckindustrin**  
Intensifiera arbetet med att harmonisera regleringen inom EU.
- 4. Investera i HR för framtiden**  
Investera i HR och utveckla ny kompetens.  
Säkra samarbetet inom industrin.
- 5. Gör tryckindustrin till en referensbransch**  
Förbättra och utveckla arbetet med hälsa, säkerhet och miljö.
- 6. Öka tryckeriernas status**  
Definiera en europeisk kvalitetsnivå för tryckta produkter.  
Upplys beslutsfattare om hur deras val påverkar den grafiska industrin.

De sex punkterna utvecklas på sidorna 38–45 i rapporten.

# Förhandlingarna nöjda med GFF-avtalet

Förhandlingsdelegationen träffades i mitten av november för att diskutera utfallet av årets förhandlingar med GFF och utvärdera avtalet.

– Utifrån de punkter som förhandlingsdelegationen la som förslag före avtalsförhandlingen är det mesta med, sa ordförande i GMf, Hans-Erik Forssten som var nöjd med att avtalet tydligare ger möjlighet till kompetensutveckling i arbetet.

Det kan vara särskilt angeläget i samband med längre tids frånvaro till exempel på grund av sjukdom eller föräldradröghet.

Ett av förhandlingsdelegationens krav vid årets avtalsförhandlingar med GFF var att tydligare beskriva ledaravtalet och hur det kan tillämpas i företagen.

– Ledaravtalet har fått en bra skrivning med mer moderniserat språk som vi kan vara stolta över. Det är ju inte förhandlingsproffsen utan företagen och klubbarna som ska förstå texten, säger Claes Blomgren, avtalsansvarig ombudsman.

Företagen bör till exempel definiera vilka personer som ansvarar för lönebildningen så att lönesättande chefer



Utvärdering av årets löneförhandlingar på GFF-området. Kjell-Arne Isulf och Leif Lindholm i förhandlingsdelegationen samt Ledarnas ombudsmän Annica Söderberg, föreningsansvarig och Claes Blomgren, avtalsansvarig.

verkligen har mandat och befogenhet som krävs för att kunna löneförhandla. Den som är chef ska också lönesättas uti-

från sin förmåga att skapa resultat genom ett gott ledarskap. Avtalet finns i sin helhet på [www.ledarna.se](http://www.ledarna.se).

## GMf Östergötlands sista höstmöte

Lördagen den 10 november 2007 höll GMf Östergötland avd 506 sitt troligen sista höstmöte. Mötet ägde rum på restaurang Bacchus vid Gamla torget i Norrköping.

20 medlemmar med sina respektive hade mött upp i det lite kalla vädret som bjöd både snö och sol, dagen till ära. För att få upp lite värme intogs kaffe och ostfralla. Därefter var de medföljande redo för en närmare titt på Norrköping och höstmötet kunde inledas.

Sju styrelseledamöter, fyra aktiva medlemmar samt nio pensionärer kunde nu ta itu med höstmötets dagordning. Snart var vi framme vid § 7 "Föreningens framtid".

En redogörelse om intresseläget för föreningens verksamhet fick inleda den punkten. Den förklarade, att när höstmötets inbjudan var utsänd, tog styrelsen kontakt med alla 108 aktiva medlemmar som finns i avdelningen. Detta för att höra om inbjudan hade kommit fram samt om de ville komma till vårt höstmöte för att ge sin synpunkt på huruvida de ville att avdelningen skulle fortleva eller uppgå i en annan form av sammanslutning. Resultatet blev att man inte ville ha kvar föreningen och man var heller inte villig att ta någon post som förtroendevald. Vidare redogjordes för antalet deltagare vid våra höst- och årsmöten genom åren. De äldre och pensionerade medlemmarna är



Östergötland samlas på Bacchus.

där i majoritet och endast några få yngre deltagare, förutom styrelsen.

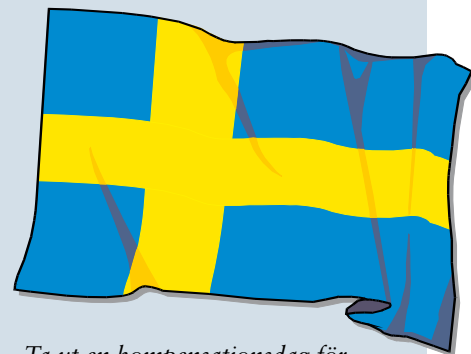
Efter diskussionen som följde kom höstmötet fram till att följa samma beslut som årsmötet tidigare i år, nämligen att låta avd 506 uppgå i en annan avdelning men att man vill behålla avd 506 som beteckning, för de medlemmar som tillhör vår förening. Avslutningsvis kommer föreningen att hålla sitt sista årsmöte, det 91:a, i mars månad 2008 i Norrköping. Kallelse till detta kommer i god tid att sändas ut. Om någon känner sig kallad att hedra detta möte med några ord kan man ta kontakt med styrelsen.

Mötet avslutades sedan i god och avspänd ton till en kött- respektive fiskbit serverad på plankan. Med dessa rader vill jag och styrelsen tacka alla deltagare och önska en God Jul och ett Gott Nytt År.

Gerhard Dreilich  
Ordförande GMf avd 506 Östergötland

## Missa inte att ta ut nationaldagen

De år då den 6 juni infaller på en lördag eller söndag får tjänstemän ta ut en ledig dag med bibehållen lön (deltidsanställda i proportion till arbetstiden). Men om ledigheten inte tas ut under det kalenderår den "tjänats in" så fryser ledigheten inne. År 2009 är första gången nationaldagen infaller på en lördag.



Ta ut en kompensationsdag för nationaldagen under 2009.

# MEDIA GRAFICA

## Kalendarium

Under den här vinjetten presenterar vi ett urval av de aktiviteter som arrangeras runt om i landet.

### Januari

- 29 Konfliktantering, Örebro
- 31 Sätta lön, Luleå
- 16 GMf AU-möte, Stockholm

### Februari

- 5 Sätta lön, Gävle
- 6 Utvecklingssamtalet-frukostseminarium, Malmö
- 7 Konfliktantering, Malmö
- 7 Utvecklingssamtalet-frukostseminarium, Göteborg
- 14 Söka Jobb, Stockholm
- 15 Utvecklingssamtalet-frukostseminarium, Stockholm
- 21 GMf AU-möte, telefon

### Mars

- 4 Ny som chef, Borlänge
- 6 Konfliktantering, Växjö
- 11 Sätta lön, Halmstad
- 12 Ta fram kraften-frukostseminarium, Malmö
- 13 Konfliktantering, Östersund
- 13 Ta fram kraften-frukostseminarium, Göteborg
- 14 Ta fram kraften-frukostseminarium, Stockholm

### April

- 1 Sätta lön, Karlstad
- 3 Ny som chef, Stockholm
- 8 Arbetsmiljö, Umeå
- 9 Interkulturell kommunikation-frukostseminarium, Malmö
- 10 Interkulturell kommunikation-frukostseminarium, Göteborg
- 10 Söka Jobb, Göteborg
- 26 GMf RS och 100-årsjubileum, Stockholm

Mer information om seminarier finns under [www.ledarna.se](http://www.ledarna.se) och via telefon: 0200-87 11 11 (Knappval: Kurs & Konferens). Information om GMfs aktiviteter finns på [www.gmf.ledarna.se](http://www.gmf.ledarna.se) under fliken Verksamhetsplan. Välkommen!

## Höstmöte i Göteborg med fokus på miljö och hälsa

Årets höstmöte handlade i huvudsak om miljö- och hälsoprojektet "Goda Grafiska Företag".

P-A Bäcklund, som sitter med i projektets referensgrupp, informerade om projektets syfte, mål och innehåll. Projektet, som är ett pilotprojekt, startades upp för något år sedan för att komma till rätta med de höga arbetsskadesiffror som den grafiska branschen dras med. Grafiska Miljörådet, GMR, som är huvudman

kursutbud som är stort och intressant. Med dagens slimmade företag är det många gånger svårt för chefer och arbetsledare att komma iväg på kurser. En bra lösning på detta är de kostnadsfria frukostseminarier som erbjuds under fliken "Kurser" på Ledarnas hemsida.

I projektet Goda Grafiska Företag kommer det att hållas frukostseminarier ungefär var sjätte vecka med teman som "Verksam rehabilitering", "Att coacha medarbetare", "Utvecklingssamtal/medarbetarsamtal", "Att förebygga skador och olyckor", "Skiftarbete & hälsa", "Systematiskt arbetsmiljöarbete", "Hälsa, stress och stresshantering". Förhoppningen är att många tar sig tid och deltar på de seminarier som känns intressanta.

### Attraktiva, lönsamma och framgångsrika grafiska företag i Västsverige – en förutsättning för branschens överlevnad

för projektet, har av försäkringsbolaget Afa erhållit en rund summa pengar som skall användas för att öka medvetandet om skaderiskerna ute på de grafiska företagen samt att hjälpa företagen med verktyg för att förebygga och förhindra skadeutvecklingen. Genom tydliga och företagsanpassade mål och väl planerade insatser ska det skapas attraktiva, lönsamma och framgångsrika grafiska företag i Västsverige – en förutsättning för branschens överlevnad.

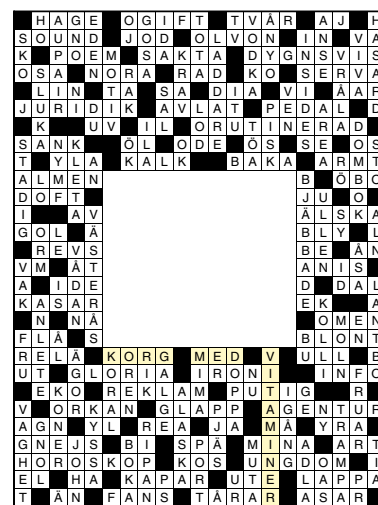
Chefer och arbetsledare är nyckelpersoner i detta omfattande arbete och det är av oerhörd vikt att alla blir informerade och involverade i förändringsarbetet! Om detta projekt faller väl ut är det meningen att det ska spridas till övriga delar av landet.

Utöver hälsoprojektet informerade ordförande Paavo Rampa och P-A Bäcklund om det förestående mötet där representanter för samtliga avdelningar inbjudits för att diskutera med förbundsstyrelsen om framtida förändringar av avdelningarnas storlek och geografiska spridning. Ett resultat av arbetet är påbörjandet av en förändring av GMf:s hemsida där det framöver ska finnas en lokal sida för varje avdelning. På denna sida presenteras respektive styrelse, kontaktuppgifter och allmän information till exempel om möten. GMf Väst kommer att vara först ut och förhoppningsvis blir sidan klar under december månad.

Slutligen informerades om Ledarnas

P-A

## Lösning nr 3 -07



Årets sista kryptovinnare som skickat in den rätta lösningen av krypto nr 3-07 var Gösta Nilsson i Löddeköpinge. Vi gratulerar och önskar god tur vid skrapningen.

# Julmediakrypto nr 4 -07

1	2	3	4	4	5	6	7	5	8	8	1	9	8	10	11		
8	11	12	2	5	13	14	4	14	8	14	15						
7	16	16	15	5	17	4	5	6	17	4							
18	17	15	6	5	4	6	7	2	8	9							
8	14	15	5	19	12	14	20	7	19	21							
14	2	5	1	6	22	2	6	14	4	14	2						
2	5	8	8	5	15	9	23	12	5								
15	1	4	12	8	14	19	7	6	20								
24	16	5	18	2	7	15	7	8	15	14							
5	1	5	15	21	5	13	19	15	5	7							
21	7	4	18	17	4	14	8	11	18	9							
20	24	5	16	7	1	1	14	6									
23	15	12	21	21	13	5	15	7	24	19	18	1	6	7			
13	12	1	7	15	8	12	14	24	9	1	12	21	8	13	1		
5	4	4	20	11	4	20	5	2	1	21	4	14	1	5	15	14	
6	7	1	16	11	4	5	13	1	14	21	5	8	15	7	2		
15	9	6	19	11	16	16	19	5	8	14	2	1	19	5	21	5	8
17	9	4	7	10	7	24	24	1	5	12	4	20	12				
5	6	8	13	14	5	1	5	20	14	1	14	15	14	20			
4	7	14	15	14	2	24	11	4	6	4	5	19	19	5			
13	17	8	2	12	7	15	14	2	8	24	5	8	8	15	12	21	
3	7	1	6	9	5	22	14	11	17	17	6	14	8				
8	13	17	1	4	14	8	5	21	1	14	21	14	4	2	17		
1	3	2	21	1	14	18	4	5	17	18	17	4	6	5	19	5	15
6	4	5	1	1	2	11	16	9	15	7	15	20	2	5	7	2	8
5	19	7	6	5	1	6	15	22	15	3	8	5					
20	14	19	17	17	4	5	15	5	24	9	18	8	16	2	2		
14	4	5	6	6	3	2	21	11	15	11	18	7	8	1	3	21	5

En utmaning för alla kryptoälskare!  
 Den först öppnade rätta lösningen  
 belönas med trisslotter.  
 Skicka lösningen till:  
 Media Grafica, Box 120 69,  
 102 22 Stockholm.  
 Glöm ej att ange namn och adress.

Namn .....

Adress .....

Postadress .....

**POSTTIDNING B**

**Media Grafica  
Box 120 69  
102 22 Stockholm**



En jury kommer att utse  
Årets GMf:are under våren 2008.  
Vi vill gärna ha nomineringarna  
så snart som möjligt eller senast  
den 29 februari 2008.

Skicka nomineringen direkt till:  
[kerstin.o@euromail.se](mailto:kerstin.o@euromail.se) eller post:  
Media Grafica, Box 120 69,  
102 22 Stockholm.



## Vem blir årets GMF:are?

Vid Grafiska Medieförbundets kongress beslöts att utlysa en tävling för att utse Årets GMf:are.  
Har du en kollega som är väl värd lite extra uppmärksamhet?  
Nominera i så fall personen ifråga direkt till redaktionen.