

ARBETSGIVARE

Grafiska Företagens
fordonsförsäkring

FRÅGOR & SVAR

Protokoll vid
MBL-förhandlingar

NY LAGSTIFTNING

Om nystartsjobb
och arbetsgivaravgifter

”Språket är inte
ett avgörande
hinder”

MARTIN ENOCSON, VD
FRONTPAC



Print & packaging

GRAFISKA FÖRETAGENS MEDLEMTIDNING
#3 | SEPTEMBER 2019

ROGER KRISTIANSSON,
LÄRARE PÅ UNIVERSITET-
HOLMENS GYMNASIUM.

**SPANINGEN**

GrafX ger skjuts
åt framtidens
kompetensförsörjning

KRÖNIKAN

Dags att slå håll
på myterna

NY UTBILDNING

Brev till kommunen
avgjorde

VEM GÖR JOBBET IMORGON?

TEMA / SID 8:

SÅ LÖSER VI KOMPETENSFÖRSÖRJNINGSPRÅGAN



Nyhetstjänsten för företagsamma

www.fplus.se



Professorn:

Oron för klimatet är exceptionell

METEOROLOGIPROFESSOR LENNART BENGTSSON är skarpt kritisk mot undergångs-tonerna i den svenska klimatdebatten. "Ingen kan med säkerhet säga hur klimatet blir i framtiden", säger han samtidigt som han betonar allvaret i situationen. Han har flera konkreta förslag på hur svenska politiker borde agera.

Läs mer i fPlus

Larmet: 135 skattemiljarder slösas bort - "Nedslående"

Accentures vd: Sverige tappar stort i teknikracet

Polischef: Sverige inte världsbäst på att integrera människor

Misstagen du inte får göra om du vill behålla besparingarna i kristider

Läs mer i fPlus

Det här är fPlus

GRATIS

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

KOM IGÅNG IDAG: om.fplus.se



Foto: Vegard Grøtt / NTB Scanpix / TT

Miljöskatterna sågas: Förstör för företagen och hjälper inte miljön

Miljöskatterna kritiserar för att de skadar svenska företag och inte hjälper miljön. Nu bedömer experter som fPlus har pratat med att det blir ännu värre när nya miljöskatter införs. *Läs mer i fPlus*

- ✦ **Tusentals nyhetskällor i ett svep**
- ✦ **Våra journalister hårdbevakar näringsliv och politik**
- ✦ **Skräddarsy ditt nyhetsflöde**

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

Så försöker staten lura lantbrukare på miljoner

Lantbruksföretagare kan gå miste om miljontals kronor när staten löser in deras mark långt under marknadsvärdet. "De får stå för kostnaden", erkänner en projektledare på Trafikverket. *Läs mer i fPlus*

Läs mer i fPlus

KREATIVA LÖSNINGAR ÖPPNAR DÖRRAR TILL BRANSCHEN

8-16 **KOMPETENSFÖRSÖRJNING.** Det finns lösningar på kompetensförsörjningsproblematiken. Men det gäller att skicka rätt budskap till målgruppen. Och att erbjuda möjligheten att lära sig det man behöver kunna.

- 4 SPANINGEN** Kampanjen GrafX jagar framtida kollegor i den grafiska industrin med stor framgång.
- 6 KORTFATTAT** Delta i vår fototävling / Sista chansen att digitalisera i Kickstart / Nytt HR-nätverk: hantera olika personlighetstyper
- 7 PROFILN** Exaktas koncernchef Håkan Larsson om att ta det egna ansvaret för kompetensen i företaget.
- 17 KRÖNIKAN** Magnus Thorkildsen och David Nordin, Two Sides om myterna med miljöpåverkan.
- 18 ARBETSGIVARE** Inbjudan Avtalskonferens 2020 / Grafiska Företagens fordonsförsäkring / Ny lagstiftning om nystartsjobb och arbetsgivaravgifter
- 19 FRÅGOR & SVAR** Om protokoll vid MBL-förhandlingar.
- 22 MEDARBETAREN** Rickard Lindberg, arbetsmiljöexpert på Grafiska Företagen gör gärna företagsbesök.
- 24 KURSER** Se höstens kursutbud från Grafiska Företagen.



Magnus Thorkildsen:
– 60 procent av de europeiska konsumenterna lever i tron att skogen krymper.



Rickard Lindberg:
– Mindre företag blir mer trygga i sitt arbetsmiljöarbete med årshjulet.

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 Åhsberg, Peter Johansson, Roland Wirstedt, Per Torberger och Sören Håkanlind

Formgivning Irons Design

Tryck Linköpings tryckeri AB

Papper MultiArt Matt, inlaga 130g, omslag 170g

Omslagsfoto Sören Håkanlind

REDAKTÖREN

Det finns mycket vi kan göra

Alla pratar om kompetensförsörjning och hur svårt det är att hitta rätt personer att anställa. Problemet har funnits länge, vuxit sig större och nu finns det nog ingen bransch som inte oroar sig för framtidens rekrytering. Ordet kompetensförsörjning andas tungt, omöjligt och svårt. Finns det egentligen någon lösning?

Mitt svar är ja och vi kan göra flera saker som bidrar till lösningen. Både vi som branschorganisation men även du som enskilt företag kan påverka din egen kompetensförsörjning. Det vill vi gärna inspirera dig till när du läser den här tidningen.

Genom att beskriva hur unga tänker om arbetsliv kanske vi kan förenkla bilden av hur man är en attraktiv arbetsgivare för unga människor. Och hur man får dem att stanna på arbetsplatsen. Enligt Ungdomsbarometern värdesätter unga fast anställning högre idag jämfört med för 10-15 år sedan.

En utmaning kan vara att hitta dem, nå dem och marknadsföra sig som arbetsgivare på rätt ställen. Med hjälp av GrafX-kampanjen har Grafiska Företagen nått och visat upp den grafiska branschen för hundratusentals ungdomar. Nu vidgar vi målgruppen till unga vuxna som är redo att börja jobba direkt eller söka till yrkeshögskola.

Vår erfarenhet säger att de företag som samverkar med skolor som har grafiska utbildningar i högre grad hittar den kompetens de söker. På så sätt säkrar företagen den tekniska kompetens de själva söker. De tar också emot praktikanter för att tidigt knyta duktiga elever till sig inför framtida rekryteringar.

Ett fantastiskt bra initiativ togs av Olle Andersson, vd för CA Andersson i Malmö för en tid sedan då den grafiska utbildningen på Universitetsholmens gymnasium skulle läggas ner. Tack vare Olle Anderssons brev till kommunen, och engagemang från 20 lokala medlemsföretag kommer en vuxenutbildning starta våren 2020. Ett lysande exempel på hur det enskilda företaget kan påverka den grafiska branschen i sin kommun.

Ett annat sätt är att arbeta med validering av kompetens på sitt företag. Ni är många som har bidragit till att ta fram verktyget Grafisk Grund.

Det finns som sagt mycket vi tillsammans kan göra för framtidens kompetensförsörjning i den grafiska branschen.



Ravindra Parasnis, VD
ravindra.parasnis@grafiska.se

GrafX är ett gemensamt krafttag mellan flera aktörer i branschen med målet att ge skjuts åt framtidens kompetensförsörjning. Under två år har satsningen framgångsrikt ökat medvetenheten om grafiska industrin. Hittills har siktet varit inställt på unga som står inför valet av utbildning. Nu ska satsningen nå ännu fler.

TEXT PETER JOHANSSON | FOTO PRONTO

GrafX banar väg för **framtidens** arbetskraft

Med stöd från Grafiska Yrkenas Främjande, GYF, har Grafiska företagen och GS-facket gjort gemensam sak av att skapa bästa möjliga förutsättningar för grafiska industrin att tillgodose sitt framtida kompetensbehov.

– Vi vill underlätta för branschen och för företag som idag upplever det svårt att rekrytera, säger Maria Wikström, kommunikationschef på Grafiska Företagen.

GrafX beskrivs bäst som en kommunikationskampanj. Syftet är att öka intresset för branschen hos ungdomar i åldern 14–19 år. Kampanjen utgår från webbsajten grafx.se där målgruppen kan lära sig mer om vad industrin egentligen gör samt vilka vägar som finns för den som vill jobba i branschen.

För att nå ut har kampanjen framförallt använt Instagram och tagit hjälp av Youtube-komikern Simon Lussetti, som har över 200 000 följare. I en serie filmer har han bland annat tryckt upp över 100 000 bilder på sig

själv för att ge till sin syster. Han har printat sig själv i 3D och utforskat huruvida det går att skapa en stol av kartong.

När kampanjen stämdes av i maj i år var resultatet över förväntan. Räckvidden på Instagram var dittills närmare en halv miljon vilket är dubbelt upp mot slutmålet. Filmerna på Youtube hade totalt över 120 000 visningar och antalet besök till sajten var halvvägs i mål.

– Det var ett väldigt bra resultat redan då och det här är ju siffror som kommer att fortsätta öka allteftersom vi fortsätter posta och annonsera i kanalerna, säger Maria Wikström.

Tuffa förutsättningar

Få i branschen har undkommit de utmaningar som gett upphov till satsningen. I en kompetens- och rekryteringsundersökning från 2018 kunde Grafiska Företagen konstatera att branschen behöver rekrytera 250 personer per år de kommande fem åren. Bakom behovet ligger stora kommande pensionsavgångar,

men det finns även en ökad efterfrågan av nya kompetenser, främst inom IT. Samtidigt vittnade över en majoritet av Grafiska Företagensmedlemsföretag om svårigheter i deras rekrytering. En dryg tredjedel sade att deras rekryteringar till och med misslyckades.

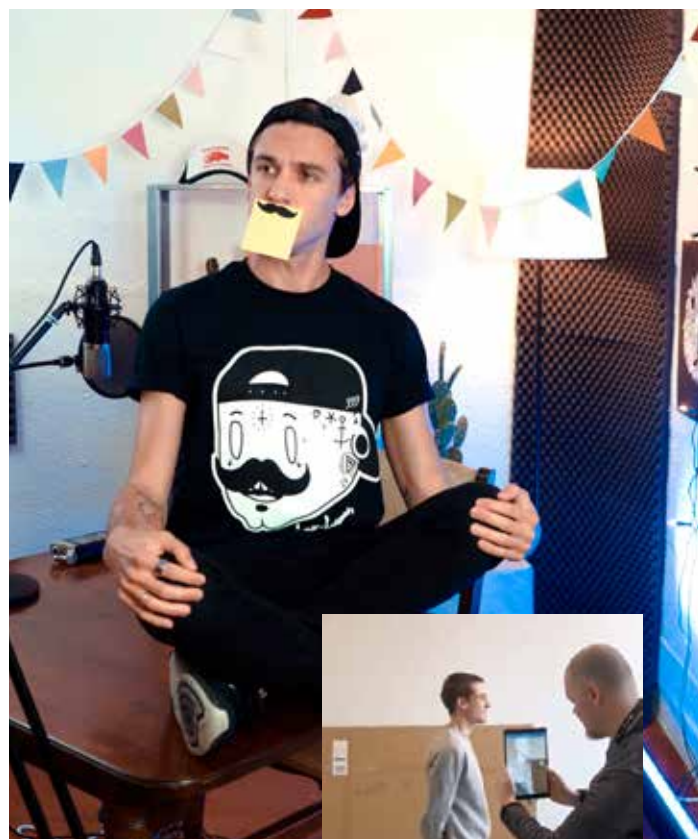
»Kompetensen finns inte därute.«

Maria Wikström, kommunikationschef på Grafiska Företagen.



– Kompetensen finns helt enkelt inte där ute. Till stor del på grund av en brist på nischade utbildningar. Det finns få gymnasieutbildningar med direkt utgång mot den grafiska sektorn idag. Även inom de tekniska grenarna finns ytterst få utbildningar som nischer sig mot den grafiska branschen, säger Maria Wikström.

Simon Lussetti hos Broby Grafiska. Hans medverkan i GrafX har hjälpt sprida kampanjen till hans drygt 200 000 följare.



Räckvidd. Förutom Youtube har GrafX även varit aktivt på Instagram och sajten grafx.se. Räckvidden har överträffat förväntan.



Här förbereder Simon Lussetti en 3D-print av sig själv hos Arkitektkopia.

Idag genomgår omkring 30 personer per år en grafisk yrkesutbildning. Cirka 20 personer går yrkeshögskoleutbildningar inriktad mot grafiska industrin. Många av dessa utbildningar har dessutom svårt att rekrytera.

– Det räcker tyvärr inte för att täcka behovet.

Att sprida kunskapen om branschen genom GrafX, är därför en väg för Grafiska Företagen och GS-facket att nå de långsiktiga målen: att till år 2022 öka antalet elever i yrkesutbildningarna till över 60, samt att öka antalet studerande på icke designinriktade grafiska yrkeshögskoleutbildningar från 10 till 50.

– Det huvudsakliga målet är att andelen företag som har svårt att rekrytera har minskat från 65 till högst 55 procent år 2022. Andelen misslyckade rekryteringar ska inte vara fler än 30 procent.

Från unga till unga vuxna

Satsningen inkluderar också ett lokalt påverkansarbete och dessutom säkerställs att landets studievägledare har kunskap om bran-

schan och vilka vägar som leder in i den, bland annat genom annonsering på utbildningsportaler, nyhetsbrev och studiematerial. Trots det är antalet utbildningar fortfarande för lågt för att satsningen ska nå hela vägen fram.

– Utan en utstakad väg att leda in ungdomarna på – en call to action för att använda marknadsföringslingo – är det svårt att uppnå den långsiktiga effekt vi vill se, säger Maria Wikström och fortsätter:

– Men kanske den traditionella vägen inte nödvändigtvis är den bästa. Vi behöver titta på andra möjligheter och kreativa lösningar för att skapa spår in i branschen.

För att nå de långsiktiga målen kommer därför GrafX att fortsättningsvis fokusera mer på unga vuxna som redan är redo att börja jobba eller söka till yrkeshögskola. De etablerade kanalerna kommer också att vidareutvecklas.

– Vi kommer att prata mer om att ”jobba i” istället för att ”plugga till”, säger Maria Wikström. ◉

Kortfattat...

Grafiska industrin har behov av att anställa 250 personer per år de kommande åren. Ett behov dagens utbildningar inte klarar av att täcka.

GrafX är en gemensam satsning mellan Grafiska företagen, GS-facket och GYF för att stärka branschens framtida kompetensförsörjning. Målet är att andelen företag som har svårt att rekrytera ska minska från 65 procent till 55 procent.

GrafX har hittills riktat sig mot ungdomar i åldern 14–19 år. Bland annat genom satsningar på en ny sajt och sociala medier.

I maj i år togs beslutet att utveckla kampanjen mot att även rikta sig mot unga vuxna.

– Vi kommer att prata mer om att jobba i istället för plugga till, säger Grafiska Företagens Maria Wikström.

Youtubekomikern Simon Lussetti har över 200 000 följare. Hans filmer för GrafX har totalt genererat över 120 000 visningar.



Delta i vår fototävling!

► Skicka in dina bästa bilder till Grafiska Företagens fototävling 2019 så är du med och tävlar om vem som tar hem äran för årets bästa bild i grafiska branschen.

Grafiska Företagens bildbank innehåller mängder av vackra foton av högsta kvalitet som visar den grafiska industrin. Vi använder bilderna i ett flertal sammanhang, som exempelvis nyhetsbrev, webbplats, sociala medier och trycksaker.

Nu vill vi uppdatera vår bildbank med bilder tagna av våra medlemsföretag! Vi vet att det finns en enorm fotoentusiasm och skicklighet bland våra medlemmar. Vi ser fram emot att få ta del av era bilder som visar människorna, produkterna och verksamheterna i branschen, som vi är så stolta över.

Bilderna ska helst vara i JPG-format och vara tagna med så hög upplösning som möjligt.

Det är av yttersta vikt att du äger rättigheterna till bilderna du skickar in, dvs att det är du själv som har tagit dem. Ange fotografens namn samt ditt företagsnamn.

I samband med att du skickar in bilderna ger du Grafiska Företagen fulla rättigheter till dem. Grafiska Företagen kan komma att använda dem i ett flertal sammanhang, som exempelvis nyhetsbrev, webbplats, sociala medier och trycksaker. Grafiska Företagen kommer aldrig använda bilderna i sammanhang som inte har en tydlig koppling till Grafiska Företagen.

Den vinnande bilden belönas med åtta Trisslotter.

Skicka dina bidrag till: joel.eriksson@grafiska.se senast den 8 november.

Kickstart

► **Digitalisera ditt företag.** Konceptet Kickstart Digitalisering har tagits fram för att erbjuda företag konkret skjutts att påbörja digitaliseringsprojekt. Sedan starten 2016 har Kickstart Digitalisering varit väldigt populär och över 400 industriföretag har redan deltagit. I höst blir sista säsongen

och därmed sista chansen att delta. Anmäl ditt företag till någon av de 12 Kickstarts workshop som kommer att hållas på olika orter runt om i Sverige nu under hösten.

Hitta din närmaste Kickstart på kickstartdigi.se/events.



ATT HANTERA OLIKA PERSONLIGHETSTYPER

► **HR-nätverk.** Under dagen kommer vi informera om nyheter inom arbetsrätten och diskutera olika aspekter på träffens tema, t.ex. "Måste en arbetsgivare tåla hur mycket som helst, går det att avsluta anställningar p.g.a. besvärliga personligheter?"

Som vanligt kommer det finnas gott om tid att nätverka. Har du frågor eller funderingar – kontakta oss gärna.

Anmäl dig på grona.se senast den 9 oktober 2019.

75%

► ...av värdet i grafiska branschen kommer från offsettryck.



► **Öka intresset** för grafisk industri med hjälp av studiebesök, prao och praktik. Ladda ner vår broschyr på grafiska.se.



»Vi samarbetar med flera grundskolor i regionen så att ungdomarna ska få se hur en modern industri ser ut på insidan.«

Mikael Sandberg, vd för June Emballage om studiebesök, prao och praktik för framtidens kompetensförsörjning.

EXAKTAS HÅKAN LARSSON:

»Vi behöver ta större eget ansvar för kompetensutvecklingen«

Det senaste decenniet har varit minst sagt omvälvande i grafiska branschen, när företagen allt oftare ersätter trycksaker med digitala kanaler. Ovanpå det dessutom digitaliseringen. Några som lyckats navigera de oroliga vattnen är Exakta.

De senaste åren har vi fått vänja oss vid att möta Exakta i artiklar med rubriker som "Exakta köper..." och "Exakta förvärvar..."

- Vi har jobbat förvärvsdrivet de senaste åren. Det är en tuff bransch med minskande volymer - då måste man bli stor för att överleva, säger Håkan Larsson, tidigare vd, idag koncernchef för Exakta. Han fortsätter:

- Det handlar om stordriftsfördelar. Du behöver nå en kritisk massa i volym för att kunna driva verksamheten på ett rationellt sätt. I vår bransch är det väldigt tunga investeringar, då gäller det att också maximera användningen av maskinerna när investeringen väl är gjord.

Nu har dock fokus flyttat från tillväxt. Exakta har nått en kritisk massa och tillräcklig volym. Nu lägger företaget om rodet och siktar in sig på nya mål.

- Nu tittar vi mycket på vårt erbjudande - kundernas behov skiftar ständigt, och det gäller att ligga rätt i tiden, säger Håkan Larsson.

Något företaget jobbar med, men borde jobba mer med, är automatisering, säger han. Redan idag producerar Exakta "en väldig massa" produkter via ett helt automatiserat, digitalt flöde, men det skulle kunna vara mer.

- Men automatisering är en trång sektion för oss, vi har svårt att hinna med.

När Exakta köpt företag har de fått ny personal på köpet. Men företaget har också lyckats bra med att rekrytera kompetens.

- Vi har bra nätverk, bland annat via skolor, som bidrar till att vi lyckas så bra med detta. Men många företag i branschen har lagt ner eller dragit ner på personal, vilket har friställt väldigt många duktiga människor: vi har lyckats bra med att rekrytera många av dem, säger Håkan Larsson.

Han tror emellertid att det blir tuffare framöver.

- Vi kommer att få ett större ansvar att själva utbilda personal internt. Men fortfarande hittar vi de personer som har de erfarenheter som

»Förändringen är ständig, och sättet att bemöta den är att vara ett anpassningsbart företag«

behövs när vi anställer dem. Vi har också många extraanställda som kommer in och jobbar då och då - där har vi en väldigt bra chans att hitta guldgruvorna med lägre risk, säger Håkan Larsson.

Digitaliseringen tar han med ro. Visst, det kommer att bli annorlunda jämfört med förr, men det är inte första gången det händer i den här branschen. Förändringen är ständig, och sättet att bemöta den är att vara ett anpassningsbart företag, tror Håkan Larsson, som började på Exakta 1998.

- Det är en fantastisk resa jag fått vara med om på Exakta under 21 år. Det känns som att jag har bytt jobb flera gånger under tiden, säger Håkan Larsson. ●



HÅKAN LARSSON

Ålder: 49 år

Familj: Gift med Anna, två barn, Elise och Neo

Bor: Lomma

Jobb: Koncernchef Exakta

Motto: "Den som har roligast vinner och vinnare har såklart roligare"

Hemsida: exakta.se

TEXT PETER JOHANSSON | FOTO EXAKTA





KOMPETENSFÖRSÖRJNING

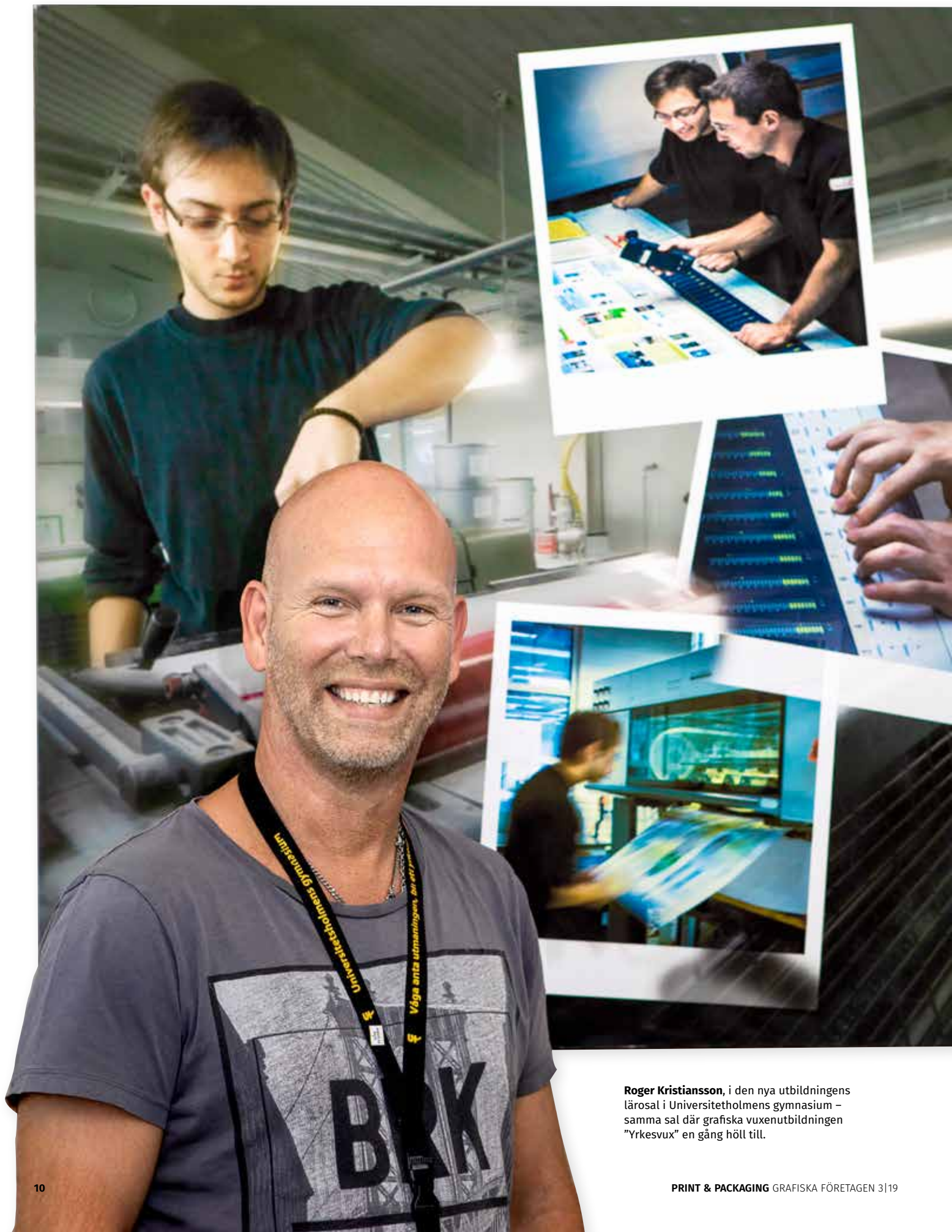
KREATIVA LÖSNINGAR ÖKAR BRANSCHENS KOMPETENS

Att locka unga till grafiska branschen borde egentligen inte vara så svårt: här finns sysslor för både teoretiker och praktiker, skönanदार and skruvmejslare. Men det gäller att skicka rätt budskap till målgruppen. Och att erbjuda möjligheten att lära sig det man behöver kunna.

INNEHÅLL:

- 10 Grafiskt jobbspår i Malmö
- 13 Språket inget hinder för Frontpac
- 14 Alla vill inte bli influencers
- 16 Vässa varumärket – locka arbetskraften





Roger Kristiansson, i den nya utbildningens lärosal i Universitetholmens gymnasium – samma sal där grafiska vuxenutbildningen "Yrkesvux" en gång höll till.

GRAFISKT JOBBSPÅR I MALMÖ

Den 7 januari startar en ny grafisk utbildning i Malmö. Den har kommit till som ett samarbete mellan Malmö stad, arbetsförmedlingen och ett tiotal grafiska företag i regionen.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO SÖREN HÅKANLIND

Men det mesta är sig likt när vi kommer upp på andra våningen på Universitetsholmens gymnasium i Västra hamnen. Det är samma lokaler som när den grafiska vuxenutbildningen – ”yrkesvux” – var i gång och vid det långa bordet sitter läraren Roger Kristiansson, som även var lärare för den tidigare utbildningen.

Yrkesvux lades ner därför att Malmö stad tyckte att det var för få som sökte sig till utbildningen och att den därför blev alltför kostsam.

Men att vara helt utan en grafisk utbildning i södra Sverige gillade inte branschen som tog kontakt med Malmö stad och tryckte på för få till stånd en ny utbildning. Och det hjälpte.

Det var Jonas Svensson, som är utbildningschef för vuxenutbildningen i Malmö, som såg

möjligheten att öppna upp ett så kallat jobbspår tillsammans med arbetsförmedlingen och kommunens arbetsmarknadsavdelning.

De grafiska företagens engagemang och den stora gruppen utrikesfödda i staden blev en perfekt matchning för att skapa ett lokalt jobbspår, som sker inom ramen för Dua, ”Delegationen för unga och nyanlända till arbete”.

Dua har sedan december 2014 regeringens uppdrag att främja samverkan mellan Arbetsförmedlingen och Sveriges kommuner för att få fler unga och nyanlända i arbete.

Kostnaderna står kommunen och arbetsförmedlingen för. Företagens insats är att se till att det finns en praktikantplats och avsätter tid för handledning.

Det är första gången som ett lokalt jobbspår sker i den grafiska branschen, men det har drivits i andra branscher med framgång.

– Här i Malmö har det fungerat väldigt



»Här i Malmö har det fungerat väldigt bra. Uppåt 75 procent har fått arbete efter genomgången kurs.«

Jan-Erik Persson, samordnare för arbetsgivarkontakter hos Malmö stad.



bra. Uppåt 75 procent har fått arbete efter genomgången kurs, säger Jan-Erik Persson, som arbetar för Malmö stad som samordnare för arbetsgivarkontakter.

Enligt Dua:s hemsida, som redovisar siffror för hela landet, så har 60 procent av kursdeltagarna i de kurser som varit kopplade till en bransch och ett specifikt företag fått jobb och 13 procent har gått vidare till andra studier, 16 procent har återfallit i arbetslöshet. Totalt är det drygt 6 000 som deltar, eller har deltagit, i olika jobbspår.

Under våren och sommaren har företagen varit med och specificerat kraven för att en kursdeltagare ska bli anställningsbar.

Under hösten sköter arbetsförmedlingen och Malmö stad rekryteringsarbetet där runt hundra personer ska plockas ut. För att komma in fråga måste man vara inskriven hos antingen den lokala arbetsförmedlingen eller kommunens arbetsmarknadsavdelning och vara född utomlands.

Företagen får sedan möjlighet att intervjua de tänkbara kursdeltagarna och gallra ut de 20 som ska få gå kursen till att bli grafisk operatör.

- Det är till syvende och sist företagen som bestämmer, säger Jan-Erik Persson.

Ett särskilt uttryckt krav för att bli utvald är man har ett godkänt betyg i SFI D.

»Ett krav är godkänt i svenska.«

Själva utbildningen kan beskrivas som en lärlingsutbildning där den huvudsakliga utbildningstiden är förlagd till företagen. Tre eller fyra dagar är man på företaget beroende på vilka förkunskaper man har.

Roger Kristiansson får vid sin sida ha en arbetsmarknadscoach som ska hjälpa eleverna med olika vardagsproblem.

- Ofta är kursdeltagarna i en ålder då det händer väldigt mycket i deras liv. Då får man vara så mycket mer än bara lärare. Coachen ska hjälpa mig så att jag kan fokusera på mitt jobb. ◦



Roger Kristiansson, i den nya utbildningens lärosal i Universitetsholmens gymnasium – samma sal där grafiska vuxenutbildningen "Yrkesvux" en gång höll till.

Ett brev i rättan tid

Det var **Olle Sterner**, vd för CA Andersson, som skrev till Malmö stad och uttryckte sin frustration över att den yrkesinriktade vuxenutbildningen till grafiker lades ned.



Vilka konsekvenser hade det fått för branschen om utbildningsplatserna hade försvunnit helt?

- Vi står inför stora utmaningar både när det gäller förändringarna i köpbeteendet hos våra kunder och hur vi måste hantera utvecklingen av våra företag. Den är inte ny men den påverkar mycket mer och snabbare nu, än tidigare. Det innebär att vi måste utveckla vår befintliga personal liksom utbilda nya intresserade ungdomar till branschen. Förutom dessa förändringar så har vi en hög genomsnittsålder vilket innebär att vi måste få in nya förmågor.

Vilken respons fick du av kommunen på det brev du skrev till dem?

- Vi beskrev den frustration som vi känner över att bli åsidosatta framför andra. Vi har hög teknisk nivå i våra företag med mycket goda utvecklingsmöjligheter. Vår bransch kommer definitivt inte att försvinna utan istället utvecklas och anpassa sig efter de möjligheter som faktiskt finns.

Hur kom ni fram till beslutet om att starta en vuxenutbildning med 20 platser?

- Vi har alltid velat ha en utbildningsgrupp som är anpassade efter hur många arbetstillfällen vi har kunnat erbjuda. Inte att fylla upp med maxantal och därmed utbilda till arbetslöshet.

Vad har företag att vinna på att engagera sig i programråd?

- Hur ska vi annars kunna framföra våra önskemål och vilken typ av kompetens vi behöver? Och Tomas Bratt och hans kollegor på vuxenutbildningen har varit fantastiska på att hörsamma våra behov under många många år!

Kan du se framför dig att andra företag i andra kommuner skulle kunna jobba på liknande sätt?

- Dumt att inte lyssna på andra som har haft framgång. Och vi vill också gärna lära oss av andra. Inte bara i vår bransch.

Kan det enskilda medlemsföretaget göra skillnad för framtidens kompetensförsörjning inom grafisk industri?

- Absolut, genom engagemang, så som vi har haft det under decennier i vår region.



Martin Enocson, vd
på förpacknings-
producenten FrontPac.

”Språket är för oss inte ett avgörande hinder”

På FrontPac i Burlöv får de medarbetare som inte talar svenska en chans att lära sig språket på arbetet. ”Språket är inget avgörande hinder, i första hand söker vi rätt personlighet och kompetens”, säger vd Martin Enocson.

TEXT SALLY GRAHN | FOTO FRONTPAC

Skandinavien ledande förpackningsproducent FrontPac har sitt säte i Burlöv med 150 anställda från 18 olika nationaliteter. Företaget värderar rätt person och behörighet snarare än de språk de talar. Hur de kommunicerar med medarbetarna måste nödvändigtvis inte enbart ske via det svenska språket menar Enocson.

– Språket är för oss inte ett avgörande hinder, i första hand söker vi rätt personlighet och kompetens. Råkar det vara så att de inte talar svenska så får de lära sig arbetsprocesser via bilder i manualer. När de väl sen börjar jobba lär de sig ofta svenska i fikarummet eller på industrigolvet väldigt snabbt, säger Martin Enocson.

Företagets kunder rör sig mellan allt från Volvo till Lego och Carlsberg. Martin Enocson menar att om det är svårt att hitta rätt medarbetare och kompetens kan det vara värt att vidga vyerna och våga anställa även om svenskan inte är perfekt.

– Jag tror felet många företag gör är att de redan från början bestämmer att alla medarbetare måste kunna svenska, på så vis exkluderar de en stor del av de arbetsökande. Det är väldigt synd när många kompetenta människor inte får en chans att arbeta bara

för att de inte behärskar svenskan från dag ett, säger Martin Enocson.

Han menar vidare att det för FrontPacs räkning inte har medfört några komplikationer på arbetsplatsen. Han säger att det för honom även handlar om att ta ett samhällsansvar, och om de arbetsmöjligheter som de erbjuder kan hjälpa människor att integreras samtidigt som de lär sig språket, är det jättebra.

– För oss på Svenskt Näringsliv är integration en viktig fråga och vi ser väldigt hoppfullt på när våra medlemsföretag ger medarbetarna möjligheter att lära sig språket på jobbet. Att arbeta och lära sig svenska är viktigt för integrationen. En ökad integration bidrar till en ökad tillväxt vilket ger bättre förutsättningar för en ökad välfärd, säger Ellen Dahl projektledare på Svenskt Näringsliv Skåne. ●

ALLA VILL INTE BLI

influencers

– SÅ VÄLJER UNGA JOBB

Hur tänker unga när de ska bestämma sig för ett yrke idag? Vilka värderingar har de och vad är viktigt för dem hos en arbetsgivare? Ungdomsbarometern har hjälpt näringsliv och myndigheter att hålla takt med ungdomars förändrade vanor och beteenden sedan 90-talet. Print & Packaging har pratat med dem.

TEXT PETER JOHANSSON | FOTO JENS ERIKSSON

Arbetsmarknaden är i ständig förändring och konkurrensen om framtidens arbetskraft är stark. Därför gäller det för arbetsgivare att ha koll på sin målgrupp. Vad som var lockande med en arbetsplats igår är det inte nödvändigtvis idag. Det betyder emellertid inte att allt förändras. Till skillnad mot en vanlig föreställning, attraheras unga idag av tryggheten i en fast anställning. Inte heller vill alla bli influencers, klassiska akademikeryrken som jurist och ekonom är fortfarande eftertraktade.

– Det som inte stämmer längre är däremot den klassiska ungdomsstereotypen att alla vill jobba med media. Det är inte lika många som vill bli journalister

»Fler unga värdesätter fast anställning högre idag, jämfört med för 10–15 år sedan. Samtidigt vill man inte jobba 40 timmar i veckan med ett fast schema heller. Det är en paradox många arbetsgivare har svårt att veta hur de ska hantera.«



Ulrik Hoffman, vd på Ungdomsbarometern och expert på utbildning och kompetensförsörjning.

eller programledare längre. Däremot finns det såklart grupper som drömmer om att bli influencers, men man ska inte överskatta storleken på den gruppen, säger Ulrik Hoffman, vd på Ungdomsbarometern.

Han berättar att de flesta ungdomar inte har någon längre erfarenhet från en arbetsplats och deras förväntningar på hur det är kan vara överraskande för deras nya chefer.

– Hemifrån är man van att få vara med och bestämma och få sitt sagt om vad man ska äta eller vart familjen ska åka på semester. I skolan är det elevdemokrati som gäller. Det förhållningssättet tar man med sig in i arbetslivet också, säger Ulrik Hoffman.

Faktum är att unga ställer väldigt höga krav på ledarskapet. En chef ska vara tydlig och ge feedback, hen ska

7/10

hemmaboende unga är med och bestämmer vilken mat som ska köpas hem till hushållet.

66%

av Sveriges 15-24-åringar har det senaste året förändrat sina föräldrars konsumtionsvanor.



motivera och förklara syftet bakom olika arbetsuppgifter. Samtidigt ska chefen vara, om inte en kompis så åtminstone någon man kan ha en trevlig relation med.

– Ungdomar letar främst efter ett bra och trevligt ställe att vara på. Man vill inte bara gå till jobbet, bli tillsagd vad man ska göra och sedan gå därifrån. Man vill ha lite kul under tiden också. Därför är den sociala kontexten viktig, säger Ulrik Hoffman.

Det finns även ett tydligt politiskt engagemang hos ungdomar. Att på ett eller annat sätt få vara med och påverka samhället i positiv riktning är många gånger lika viktigt som pengar.

I regel värdesätter de en grundtrygghet högt.

– Fler unga värdesätter fast anställning högre idag jämfört med för 10-15 år sedan. Samtidigt vill man inte

jobba 40 timmar i veckan med ett fast schema heller. Det är en paradox många arbetsgivare har svårt att veta hur de ska hantera.

Hur kan arbetsgivare i den grafiska industrin attrahera unga?

– Det är inte tydligt vilka utbildningar som leder till jobb där och det är såklart en svårighet. Då krävs det att man marknadsför sin bransch i större utsträckning. Det kanske handlar om att attrahera ungdomarna som ännu inte har bestämt sig för vad de ska göra. Och då handlar det många gånger om att erbjuda ett attraktivt arbetsgivarerbjudande, säger Ulrik Hoffman.

– Man visar naturligtvis upp en bra bild av sig själv, men också en sann bild. Många unga är jätteduktiga på att söka information och det går inte att lura dem. ●

Den sociala kontexten är viktig när unga väljer arbetsplats idag. Många vill ha en rolig plats att gå till där de kan bidra och känna sig inkluderade.

64%

av gymnasieeleverna svarar att de inte kan tänka sig arbeta som bloggare (12% kan tänka sig det som ett permanent yrke).

38%

av gymnasieelever på yrkesprogram kan tänka sig arbeta permanent eller under begränsad tid som designer/formgivare.

27%

av elever på yrkesprogram kan tänka sig arbeta som skogs-mästare/jägmästare under tidsbegränsad eller permanent basis.

35%

av elever på yrkesprogram kan tänka sig arbeta som bonde/lantbrukare under tidsbegränsad eller permanent basis.

Anna Dyhre är konsult, föreläsare och författare inom employer branding.



Vässa varumärket – locka arbetskraften

Att marknadsföra sig som arbetsgivare har alltid varit en framgångsfaktor för företag. Men då konkurrensen om arbetskraften aldrig varit hårdare, är employer branding idag närmast en nödvändighet.

TEXT PETER JOHANSON | FOTO KRISTOFER HEDLUND

När Randstad, ett av världens ledande rekryterings- och konsultbolag, listar Sveriges attraktivaste arbetsgivare

2019 ligger det blotta tre år unga hygien- och hälsoföretaget Essity i topp – före traditionella toppkandidater som Volvo Cars och ICA. Enligt Randstad ligger Essitys attraktionskraft i deras starka värdegrund samt en engagerande och motiverande företagskultur.

– Det bästa sättet att få veta vad som motiverar dina anställda att gå till jobbet är att fråga dem. Sannolikheten är stor att du blir förvånad över vad de svarar, säger Anna Dyhre konsult, föreläsare och författare inom employer branding.

– Jag brukar tipsa mindre företag om att en gång i månaden bjuda deras anställda på frukost och under fem-tio minuter berätta hur det går för företaget och vilka ambitioner man har. Det är också ett tillfälle att vara lyhörd och lyssna på vilka produkter eller tjänster medarbetarna tycker företaget är bäst på, eller vad de hör att kunderna säger om företaget, fortsätter hon.

Stolta medarbetare ger tillbaka

För den som vill skapa en attraktiv arbetsplats finns nämligen ett antal grundbultar att förankra. För det första krävs en tillit till de anställda, både till att de har kompetensen som krävs för deras roll och att de tar ansvar för deras uppgifter. Ingen vill ha någon som hänger över axeln, menar Anna Dyhre.

Det behövs även en kontinuerlig kompetensutveckling.

– Alla har en drift i oss att vi vill ta oss till nästa nivå. Då är det bra att ta det gradvis, låta medarbetarna utvecklas ett litet steg i taget.

Slutligen behöver arbetsgivaren skapa en intern stolthet över företaget.

– Personer som kan företagets historia, vart företaget är på väg och vilka kunderna är tenderar att känna högre stolthet. Och stolta människor tenderar att vilja ge tillbaka mer till företaget de jobbar för.

Det är ett tidkrävande arbete, men också en god investering. Idag sker sju av tio nyanställningar via kontakter. Då skadar det inte att ha medarbetare som kan intyga ditt företag är en bra arbetsplats.

Var ute i god tid

Anna Dyhre har hjälpt arbetsgivare att stärka sitt varumärke på arbetsmarknaden i över tjugo år. Det är dock först på senare år svenska företag insett vinsterna med att marknadsföra sig som arbetsgivare, berättar hon.

– Ofta påbörjar man rekryteringen när det redan är för sent, alltså när behovet av ny kompetens dyker upp. Då är det lätt att allt går för fort och man plockar desperat in fel person, säger hon.

Därför är det viktigt att lägga resurser på så kallad strategisk kompetensförsörjning. Kortfattat handlar det om ett kontinuerligt arbete med att täcka upp för företagets framtida rekryteringsbehov. Precis som vid traditionell marknadsföring är det viktigt att göra sin läxa.

– Du behöver börja med att göra ett urval och definiera vilka kriterier de du söker bör ha. Det kan vara en kompetens eller ett visst intresse. Kanske är det en fördel om de bor på samma ort, eller kanske det behöver företaget fler tjejer, säger Anna Dyhre och fortsätter:

– Fundera sedan på var din målgrupp finns och se till att synas där. Arbetsgivare som är på tårna och profilerar sig ute i skolor är ofta de som personerna först söker sig till efter studierna.

Våga fråga

Det är många som begränsas av en stolthet eller en rädsla över att erkänna att detta är svårt, berättar Anna. Även om det ofta är självklart, så är det långt ifrån självklart hur det ska genomföras, menar Anna.

– Våga titta på hur andra i din närhet gör. Om du vet ett företag som är duktiga på detta, tveka inte att fråga. Ett hett tips är också att besöka en arbetsmarknadsdag som många skolor arrangerar. Du kommer bli förbluffad över hur proffsiga många är. Det kan också vara ett uppvaknande att se vilket jobb ens konkurrenter lägger ned på att synas, säger Anna Dyhre. ●

Så lyckas du:

- ✓ **Gör din läxa.** En grundlig målgruppsanalys som svarar på vilka du ska vända dig till, vad du bör säga och vart är lika viktigt som vid traditionell marknadsföring.
- ✓ **Lyssna till dina anställda.** Det kan hjälpa dig att få insikt om vad du kan förbättra, stärka lojaliteten och få dem att rekommendera dig som arbetsgivare.
- ✓ **Tänk långsiktigt.** Börja bearbeta din framtida arbetskraft innan rekryteringsbehovet uppstår.
- ✓ **Benchmarka.** Se hur andra nära dig når framgång. Ett besök till en arbetsmarknadsdag kan ge både lärdomar och inspiration.

Dags att slå hål på myterna

ngen kommer undan politiken sjöng Marie Bergman 1977 – detsamma kan idag sägas om miljödebatten och den grafiska branschen är således inget undantag. Den goda nyheten är att branschens miljöpåverkan är förhållandevis låg i relation till många andra industrier. Den dåliga nyheten är att det förmodligen inte finns någon bransch som har ett större gap mellan uppfattad miljöpåverkan och faktisk miljöpåverkan.

Plast och fossila bränslen har stått i skottgluggen länge och nu har sanningen hunnit ifatt även kläd- och jordbruksindustrin. Men den grafiska branschen då? Med dess eviga fundament, papper. Exakt vilka orsaker som står bakom alla de missuppfattningar som cirkulerar kring pappersindustrin är svårt att sia om. Men det hjälper inte att tusentals företag världen över klankar ner på pappersbaserade fakturor för att framställa sig själva och sitt digitala alternativ som miljövänligt. Den giriga och helt onödiga skövlingen av regnskogen hjälper inte heller. Kanske är det därför som 60 procent av de europeiska konsumenterna lever i tron att skogen krymper. Faktum är att europeiska skogar växer så det knakar, med 44.000 kvadratkilometer de senaste tio åren för att vara exakt.

Europeisk skog används till produkter som är helt avgörande för ett fungerade samhälle och leverne, såsom kommunikation, hus och värme. Kommunikation på papper som medium excellerar på flera punkter. Inte minst beträffande inlärningsförmåga och återvinningsbarhet. Över 72 procent av allt papper i Europa

återvinns, ändå är det bara en femtedel av européerna som tror att återvinningsgraden ligger på över 60 procent. Många människor uppskattar pappret som medium, men drar sig ibland för att använda det, eftersom de tror att digitala alternativ är mer miljövänliga. I själva verket så har skogsindustrin och infor-

”60 procent av de europeiska konsumenterna lever i tron att skogen krymper.”

mations- och kommunikationsteknologin (ICT) i dagsläget ungefär samma påverkan på miljön. Vidare så väntas ICT-sektorn att öka till hela 14 procent av de totala globala utsläppen år 2040, medan pappersindustrin konstant arbetar med att sänka sina utsläpp.

Two Sides arbetar dagligen med att slå hål på myterna som omringar pappersindustrin, med att få stora företag att sluta klanka ner på papper med ogrundade påståenden och med att förklara för Europas och världens medborgare att pappret är och förblir ett fantastiskt kommunikationsmedium. Vi för kampen med knappa medel och i rejäl motvind – den digitala revolutionen lämnar lite utrymme för röster som inte stämmer in i kören.

Men vi gör det ändå, för att så få som möjligt ska välja bort det tryckta mediet på grund av fel anledningar.

(Alla tal och påståenden i krönikan är hämtade från Two Sides senaste konsumentundersökning som du kan läsa på vår hemsida.)



David Nordin,
Project Leader Two Sides



Magnus Thorkildsen,
Country Manager, Two Sides

Vill du veta mer om vårt uppdrag, hitta argument och marknadsföringsmaterial som förstärker din produkt och stötta oss i den här kampen? Då kan du besöka vår webbplats, nordics.twosides.info eller kontakta oss på david@grafkom.se eller magnus@grafkom.se

AVTALSKONFERENS 2019

Gör din röst hörd

► **För att informera** om förutsättningarna inför de kommande avtalsförhandlingarna och samtidigt få lyssna till företagets synpunkter bjuder vi in till regionala konferenser runt om i landet.

Vid dessa möten ser vi gärna att företagets vd, produktionschef, personalchef eller

annan medarbetare i personalledande ställning deltar.

Välkommen klockan 10:00-13:00 (inkl. lunch) till Näringslivets Hus, Storgatan 19 i Stockholm.

Anmäl ditt deltagande till Carina Gisler, carina.gisler@grafiska.se eller 08-762 68 24.



FOTO SHUTTERSTOCK

SBI:S SENSOMMARMÖTE

Välfyllt program med studiebesök

► **Svenska Bokbinderiföreningen** träffades på sensommarmöte i Helsingborg sista helgen i augusti. Deltagarna hade ett välfyllt program med studiebesök på Mediagården, Bergstens Tryckeri och Grafiska Museet.

Konferensprogrammet innehöll förutom information om den kommande avtalsrörelsen

och branschstatistik även en punkt om kompetensvalidering. Deltagarna fick även en presentation om Grafisk Grund – ett webbaserat verktyg som är framtaget för att på ett enkelt och användarvänligt sätt validera ett företags kompetens för att hitta eventuella kompetensluckor.



FOTO SHUTTERSTOCK

Varför ska jag teckna Grafiska Företagens fordonsförsäkring?

1. Du sänker dina kostnader**Varför betala mer än man behöver?**

Ju fler fordon du har desto större besparing gör du. Man ska inte stirra sig blind på priset, oavsett vilken produkt eller tjänst man talar om, men i det här fallet handlar det om samma försäkring som du redan har, men till ett lägre pris.

2. Du behöver inte hålla koll på dina försäkringar. Vi gör det åt dig!

Många uppfattar försäkringar som krångligt eller till och med tråkigt, men vi älskar försäkringar så vi tar gärna hand om den biten, så kan du ägna dig åt det du är bra på istället. Det är alltid positivt att vara med i en gruppörsäkring. Det är mycket lättare för oss som kommer med ett helt gäng med företag att förhandla fram bra villkor och premier än att förhandla om sin egna lilla försäkring.

Vad ingår i fordonsförsäkringen?

Alla moment som du har i din nuvarande fordonsförsäkring ingår i Grafiska Företagens fordonsförsäkring. När det kommer till självrisker och ersättningsbelopp så är även dessa exakt samma som i din nuvarande fordonsförsäkring. Men inte nog med att du får samma försäkring till ett lägre pris. Du får dessutom fria mil så att du aldrig behöver fundera på hur mycket du kör eller kommer att köra. Det kan vara svårt att uppskatta hur många mil man kommer att köra. Risken att man uppskattar fel eller att man glömmar att kontakta försäkringsbolaget för att höja miltalet om man kör mer än beräknat är stor. I en vanlig traditionell fordonsförsäkring minskar din ersättning vid en skada om du kört

fler mil än som finns registrerat. Fria mil gör att du eliminerar risken att vara underförsäkrad. Det är bara att tuta och köra.

Vad kostar det?

Genom att byta till Grafiska Företagens fordonsförsäkring sänker vi din årspremie med 10%. Alla får med andra ord en sänkning, oavsett var i landet man håller till. När vi upphandlade denna gruppörsäkring var det viktigt för oss att hitta ett försäkringsbolag som kunde erbjuda samtliga medlemmar en förmånlig försäkring. Vi märkte snabbt att vissa försäkringsbolag var starka ute i landet medan andra var starka i storstäderna. Upphandlingen resulterade i en försäkring där alla sänker sin nuvarande årspremie med 10%. Detta förutsatt att man inte haft många och/eller dyra skador.

Förbinder jag mig om jag tecknar fordonsförsäkringen?

Fordonsförsäkringar tecknas normalt sett för ett år i taget, oavsett vilket försäkringsbolag du har. När den tiden löper ut kan du alltid byta försäkringsbolag. Där är det ingen skillnad om du tecknar försäkringen som ett enskilt företag eller om du tecknar en gruppörsäkring.

Förutsättningar!

För att kunna ta del av Grafiska Företagens förmånliga fordonsförsäkring krävs det att ditt företag uppfyller riskklass 3 hos UC, som lägst. Avtalet gäller lätta fordon som är företagsägda (ej privatägda). Den totala årspremien får inte överstiga 200 Tkr. Har du haft många och/eller dyra skador kan detta också påverka premien.

”Vad gäller för protokoll vid MBL-förhandlingar?”



Måste man skriva protokoll vid alla MBL-förhandlingar?



En MBL-förhandling mellan arbetsgivaren och facket kan påkallas av båda parter. Om endera parten begär ska protokoll föras och justeras av båda parterna.

Ofta är det arbetsgivaren som påkallar förhandling t ex när man planerar att genomföra en viktigare förändring av sin verksamhet eller en viktigare förändring för någon anställd. Det kan i ett senare skede vara betydelsefullt för arbetsgivaren att kunna visa att man har genomfört förhandlingen och vid vilken tidpunkt samt vad man kom fram till i själva förhandlingen. Parterna har ingen skyldighet att komma överens vid förhandlingen.

Det finns tidpunkter att förhålla sig till, t ex om någon part önskar påkalla central förhandling. Om central förhandling begärs måste arbetsgivaren avvakta den centrala förhandlingen innan beslut fattas i frågan. Detta regleras i utvecklingsavtalet och innebär att central förhandling ska begäras senast inom sju dagar från att den lokala förhandlingen avslutades. Det är då viktigt att hålla koll på när förhandlingen faktiskt avslutades.

Vi rekommenderar att ett protokoll alltid skrivs av arbetsgivaren och det ska justeras av båda parter. Protokollet ska visa vilka som var med vid förhandlingen och vad som avhandlades vid förhandlingen. Om parterna inte kommit överens om annat anses förhandlingen vara avslutad när part som fullgjort sin förhandlingskyldighet gett motparten skriftligt besked om att han frånträder förhandlingen. Det är därför viktigt att arbetsgivaren i slutet av förhandlingen konstaterar att

förhandlingen är avslutad och också skriver in det i protokollet. Exempelvis uppsägningar får inte verkställas förrän förhandlingen är avslutad och gäller det en s.k. avtalsturlista är det väldigt viktigt att den är justerad av båda parterna innan verkställighet sker.

Har du som arbetsgivare frågor eller funderingar som berör dina anställda? Ring vår arbetsgivarjour 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.



Bengt Johansson svarar på dina frågor.



Får en arbetsgivare åberopa privata foton i en telefon som grund för uppsägning?

Arbetstagares skydd för sitt privatliv och sin korrespondens enligt artikel 8 i Europakonventionen har återigen varit en fråga för Europadomstolen.

Bakgrund

En man blev i oktober 2007 anställd som klinikchef på National Health Service Trust. Mannen inledde en kärleksrelation med en kvinna på arbetsplatsen. När relationen avslutats började anonyma mejl skickas ut till kvinnan och andra medarbetare med illvilligt skvaller om kvinnan. Kvinnan klagade till arbetsgivaren. Arbetsgivaren misstänkte mannen och påpekade därför för honom att agerandet var olämpligt. Trots detta upphörde inte de anonyma mailen. Kvinnan polisanmälde senare mannen för trakasserier och "stalkning" och polisen inledde en polisutredning. Polisen informerade arbetsgivaren om att bevis hade hittats i mannens

telefon, fotografier, olika anonyma e-mail samt WhatsApp-meddelanden. Arbetsgivaren ansåg att mannen gjort sig skyldig till grov missköttsamhet och sade upp honom.

Arbetstagaren väckte talan för att få uppsägningen ogiltigförklarad, men den godkändes av domstol i två instanser. Han klagade då till Europadomstolen och argumenterade att hans skydd för privatlivet kränkts när arbetsgivaren använt sig av och åberopat hans privata bilder och korrespondens för att kunna säga upp honom.

Europadomstolen

Europadomstolen slog fast att bevisen i telefonen (foton, mejl) i och för sig omfattades av artikel 8. Därefter anknöt domstolen till sin praxis i målet Barbulescu mot Rumänien, där en arbetsgivare utan arbetstagarens vetskap hade tagit del av privata meddelanden som denne skickat via arbetsgivarens chattlinje. I det målet fälldes Rumänien för kränkning av arbetstaga-

rens rätt till privatliv eftersom denne inte hade känt till omfattningen av arbetsgivarens övervakning och därför hade en rimlig förväntan på skydd för sitt privatliv.

I det nu aktuella målet kom domstolen tvärtom fram till att arbetstagaren inte rimligen kunde ha någon förväntan på skydd för sitt privatliv.

Kommentar

Beslutet ska enligt förbundets uppfattning tolkas som att arbetsgivaren får använda sig av och åberopa även privata meddelanden i arbetsredskap såsom telefon eller dator, om detta har anknytning till en befogad misstanke om missköttsamhet i anställningen (t.ex. trakasserier eller stalking). Det är dock viktigt att understryka att arbetsgivaren inte i hemlighet eller utan godtagbara skäl får övervaka eller i efterhand kontrollera anställdas privata meddelanden i e-mail eller telefoner.

NY LAGSTIFTNING

Lättare få stöd för nystartsjobb

► **Nystartsjobb** är ett ekonomiskt stöd som en arbetsgivare kan få om den anställer en person som har varit utan arbete en längre tid eller är ny i Sverige. Som villkor för att bevilja stödet kräver Arbetsförmedlingen bl.a. att den anställde ska erbjudas viss lön och vissa anställningsförmåner. Har arbetsgivaren kollektivavtal ska den anställde erhålla lön och andra anställningsförmåner enligt det kollektivavtalet. Har arbetsgivaren inte kollektivavtal ska den anställde ändå erhålla lön och förmåner som är i väsentliga delar lika med kollektivavtal som är tillämpligt i branschen.

Regeringen har nu beslutat om en ändring i förordningen. Ändringen innebär att kravet på att andra anställningsförmåner än lön ska följa av kollektivavtal eller i väsentliga delar vara likvärdiga med förmåner enligt kollektivavtal inom branschen, tas bort för nystartsjobb. Däremot kvarstår kravet på att lön ska följa av kollektivavtal eller vara likvärdig med lön enligt kollektivavtal inom branschen.

Lagändringen trädde i kraft 1/8 2019.

Föräldrapenning för fler familjekonstellationer

► **Den 21 november 2018** beslutade Riksdagen om vissa ändringar i Socialförsäkringsbalken och föräldraledighetslagen innebärande att föräldrapenning kan beviljas för fler familjekonstellationer.

Förändringarna innebär följande:

- En förälders sambo ska likställas med en förälder vid tillämpningen av bestämmelserna om föräldrapenning också i de fall föräldern och sambon inte har varit gifta med varandra eller inte har eller har haft barn tillsammans.
- Dessutom ska en förälders sambo ha rätt till ledighet från arbetet enligt föräldraledighetslagen också i de fall föräldern och sambon inte har varit gifta med varandra eller har eller har haft barn tillsammans.
- Dessutom ska föräldrapenning på grundnivå ingå i den tid för vilken en förälder inte kan lämna över sin rätt till föräldrapenning till den andra föräldern (den s.k. reserverade tiden).

Lagändringen trädde i kraft 1/7 2019.



Nedsättning av arbetsgivaravgifter för unga

► **Den 17 mars 2019** beslutade Riksdagen om bl.a. nedsättning av arbetsgivaravgifter för unga.

Varken allmän löneavgift eller några andra arbetsgivaravgifter än ålderspensionsavgift om 10,21 procent ska betalas för lön och annan ersättning till anställda som vid årets ingång har fyllt 15 men inte 18 år. Detta gäller inte den del av ersättningen som för en månad överstiger 25 000 kronor.

Ändringen trädde i kraft 1/8 2019.

Utökad fredsplikt på arbetsplatser där det finns kollektivavtal och vid rättstvister

► **Riksdagen har den 18 juni 2019** beslutat om ändringar i medbestämmandelagen som innebär att fredsplikten utökas på arbetsplatser där det finns kollektivavtal. För att en arbetstagare ska få delta i en stridsåtgärd mot en arbetsgivare som är bunden av kollektivavtal uppställs följande villkor.

- Att stridsåtgärden har beslutats i behörig ordning av arbetstagarens organisation.
- Att stridsåtgärden syftar till att uppnå kollektivavtalsbundenhet i förhållande till arbetsgivaren.
- Att parterna först har förhandlat om de krav som ställs.

- Att inte krav ställs som innebär att det kollektivavtal som arbetstagarorganisationen vill uppnå tränger undan arbetsgivarens befintliga kollektivavtal.

Ändringarna medför också att det inte kommer att vara tillåtet för en arbetsgivare eller en arbetstagare att vidta eller delta i en stridsåtgärd för att utöva påtryckning i en rättstvist.

Förslaget medför inte någon utökad fredsplikt i förhållande till en arbetsgivare som saknar kollektivavtal för det aktuella arbetet.

Lagändringen träder i kraft 1/8 2019.

Avskaffad särskild löneskatt för äldre

► **Sedan 2016 har det** bl.a. tagits ut en särskild löneskatt på 6,15 procent på lön, arvoden, förmåner och andra ersättningar som betalas ut till personer som har fyllt 65 vid årets början.

Riksdagen har den 15 maj 2019 beslutat att avskaffa den särskilda löneskatten för äldre.

Lagändringarna trädde i kraft den 1 juli 2019. Detta innebär att arbetsgivaren efter den 1 juli 2019 inte behöver betala den särskilda löneskatten utan endast ålderspensionsavgift på 10,21 procent för anställda födda mellan 1939-1953.

Det kanske bästa med att vara arbetsmiljöexpert hos Grafiska Företagen är att få lämna Storgatan i Stockholm och göra företagsbesök.

– Jag nappar på alla förfrågningar. Det är kul att komma ut och extra roligt med all uppskattning som jag får, säger **Rickard Lindberg**.

TEXT ROLAND WIRSTEDT | FOTO SÖREN ANDERSSON

Företagsbesöken ger guldkant åt jobbet

Just nu är han i färd att dra igång ett koncept som han har döpt till "Säker lunch". Något som innebär att Rickard Lindberg får kontakt med ännu fler medlemsföretag.

– Min tanke är att bjuda in till lunch på stan. De företag som finns i närheten och är intresserade kan komma dit. Sedan har vi ett kortare seminarium när det gäller någon aktuell arbetsmiljöfråga, säger han.

Han har arbetat tre år hos Grafiska Företagen. Dit kom han från en annan arbetsgivareorganisation, Installatörsföretagen, som organiserar el- och VVS-företagare. Där var Rickard Lindberg i åtta år.

– Där handlade det mycket om arbetsmiljöfrågor på olika byggen. Men det blev i längden lite tråkigt eftersom ett bygge är det andra likt. Det är samma problem som upprepar sig och när de är lösta är det dags för ett nytt bygge. Man kom inte vidare, säger Rickard Lindberg.

Då tycker han det är bättre att jobba mot industrin. Där kan man jobba mer strukturerat, få återkoppling och komma vidare i processen.

Ett begrepp som han försöker introducera hos företagen är "Årshjulet". En idé som innebär att arbetsmiljöarbete på ett naturligt sätt blir mer systematiskt. Genom att följa årets gång och lägga in olika arbetsmiljöfrågor i hjulets månader skapar företagen en överskådlig struktur och en kontinuerlig process i sitt arbetsmiljöarbete.

"Mindre företag blir mer trygga i sitt arbete med hjälp av årshjulet."

– Framför allt de mindre företagen, som kanske inte är miljöcertifierade enligt ISO, blir mer trygga i sitt arbete med hjälp av årshjulet, säger Rickard Lindberg.

Överlag tycker han det ser ganska bra ut hos medlemsföretagen när det gäller arbetsmiljön. Ett genomgående problem är dock att man har en förmåga att ta bort eller sätta skyddsanordningar ur spel för att vinna tid. •



Rickard Lindberg

Arbetsmiljöexpert

☎ 08-762 72 45

✉ rickard.lindberg@grafiska.se

12 SNABBA FRÅGOR:

Från: Salem, i södra delen av Storstockholm.

Bor: Eskilstuna

Familj: Jag är gift med Jeanette. Vi har vardera två vuxna barn från tidigare förhållanden.

Drömjobb som barn: Tänkte bli elektriker, men blev driftingenjör.

Första jobbet: Arbetade i restaurangkök. Ett praoojobb i grundskolan som övergick till att bli kvälls-, helg- och sommarjobb, medan jag studerade på gymnasiet och högskolan.

Din favorittrycksak: En coffee table book som heter "Världens snabbaste motorcyklar". Fylld med bilder av häftiga motorcyklar.

Gör jag helst på fritiden: Åker på min Harley Davidson Breakout, står mycket i köket och lagar mat. Sedan fotograferar jag, kameran är nästan alltid med.

Gör mig glad: Behövs inte mycket för att göra mig glad. Har en positiv grundhållning.

Gör mig arg: SJ har lyckats göra mig sur ett antal gånger det senaste året. Resan mellan jobbet och Eskilstuna tar i normalfallet en och en halv timme. Men det har hänt att det istället har tagit fyra timmar.

Viktigast 2020: Arbetsmiljöverkets regeländringar ska träda i kraft nästa år. Det är ett helt nytt koncept som kräver ett annat sätt för företagen att arbeta på. Det blir mindre detaljstyrt men kräver att företagen arbetar mer strategiskt och strukturerat.

Så tar jag mig till jobbet: Tåg.

Favoriträtt: Husmanskost, skomakarläda är gott. Jag tycker att soppor är under-skattade. Det lagar jag gärna.

Jobba mindre! Fakturerera mer!

Digitala lösningar förenklar små och medelstora
industriföretags administration och frigör tid.

Lär dig mer om bland annat enkla, molnbaserade order- och
affärssystem, digitala tvillingar, AI med mera.

Sista chansen i höst! Gör som 400 andra
industriföretag och anmäl dig till vår kostnadsfria
seminarieserie för att ta ditt företag in i framtiden.

I OKTOBER BESÖKER VI 8 ORTER!

Se vart och anmäl dig på kickstartdigi.se/events

Teknikföretagen

I samarbete med Tillväxtverket

GÖR DIN
KURSANMÄLAN
PÅ GRAFISKA.SE

Vårt kursutbud höst 2019

LUNCHFÖRELÄSNING

FÖRTROENDEMANNALAGEN

Välkommen till lunchföreläsning! Allt du skulle vilja veta om förtroendemannalagen men aldrig vågat fråga.

Vi erbjuder tillfälle att nätverka, en hälsosam måltid och ökad kunskap. Vi som arbetar med rådgivning till våra medlemsföretag får ofta frågor om

vilka rättigheter och skyldigheter du som arbetsgivare har när det gäller fackliga förtroendemän.

Plats: Jönköping
Svenskt Näringsliv, Skolgatan 4
Pris: 395 kr exkl. moms
Datum: 9 okt 2019, kl 11.30–13.30

UGL

UTVECKLING AV GRUPP OCH LEDARE

Utveckling av grupp och ledare (UGL) är troligen en av landets största och mest effektiva ledarskapsutbildningar. Utbildningen är en personlig utmaning genom att deltagarna tränas i

att tänka i nya banor med hjälp av upplevelsebaserad inlärning. Målgruppen är chefer som vill tillägna sig en fördjupad syn på sitt ledarskap samt uppnå en personlig utveckling.

Plats: Göteborg
Gullmarstrand
Pris: 24 200 kr exkl. moms (inkl. kost och logi)
Startar: 14 okt 2019, kl 10.00
Slutar: 18 okt 2019, kl 15.00

Plats: Göteborg
Gullmarstrand
Pris: 24 200 kr exkl. moms (inkl. kost och logi)
Startar: 4 nov 2019, kl 10.00
Slutar: 8 nov 2019, kl 15.00

Plats: Stockholm
Rönneberga
Pris: 24 200 kr exkl. moms (inkl. kost och logi)
Startar: 21 okt 2019, kl 10.00
Slutar: 25 okt 2019, kl 15.00

Plats: Stockholm
Blå Blom
Pris: 24 200 kr exkl. moms (inkl. kost och logi)
Startar: 2 dec 2019, kl 10.00
Slutar: 6 dec 2019, kl 15.00

LUNCHFÖRELÄSNING

FÖRHANDLINGSSKYLDIGHETEN I MEDBESTÄMMANDELAGEN

Vi erbjuder tillfälle att nätverka, en hälsosam måltid och ökad kunskap. Vi som arbetar med rådgivning till våra medlemsföretag får ofta frågor som rör förhandlingsskyldigheten i MBL.

Plats: Malmö
Svenskt Näringsliv, Navigationsgatan 1 A
Pris: 395 kr exkl. moms, inkl. kursmaterial, kaffe samt lunch
Datum: 19 nov 2019, kl 11.30–13.30

KONFLIKTHANTERING

CHEFEN I HETLUFTEN

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

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

ARBETSMILJÖ

SKYDDSNÄTET

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

Plats: Stockholm
Näringslivets Hus,
Storgatan 19
Datum: 13 nov 2019,
kl 10.00–13.00

ARBETSMILJÖ, ARBETSRÄTT OCH KOLLEKTIVAVTAL

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

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

HR-NÄTVERK

HANTERA OLIKA PERSONLIGHETSTYPER

Nyheter inom arbetsrätten och diskussion kring aspekter på träffens tema, t.ex. "Måste en arbetsgivare tåla hur mycket som helst, går det att avsluta anställningar p.g.a. besvärlig personlighet?" För dig med HR-chefsfunktion, ansvarig HR-handläggarfunktion eller är ägare.

Plats: Arlanda
Clarion Hotel Arlanda Airport,
Tornvägen 2
Datum: 12 nov 2019,
kl 10.00–15.30