

MEDIA GRAFICA

GMf

Utges av Grafiska Medieförbundet

Nr 4 2006

Så bygger
du relationer

Mer tryck idag
än för några år sedan

God Jul och Gott nytt år!



Ny ombudsman
med grafisk körkort

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 | 0451-850 10

exakta

GMf på nätet



www.gmf.ledarna.se

Stöd livet – bli månadsgivare

www.cancerfonden.se



Cancerfonden



Samtal för oss framåt!

Rolf Johansson har lämnat arbetet som för- eningsansvarig ombudsman och går inom kort i pension. I hans ställe kommer Annica Söderberg, den första kvinnan som för- eningsansvarig ombudsman för GMf. Jag hälsar henne välkommen till oss i GMf, som trots att vi snart (2008) fyller 100 år kan vara ifrågasät- tande och krävande, som vilken tonåring som helst. Men vi kan också med den äldres insikt lyssna och ta till oss nya idéer och intryck. Jag hoppas hon ska trivas med oss även om vår styrelse enbart består av män. En första gemen- sam arbetsuppgift kan därför bli att entusiasmera någon kvinnlig medlem så hon vill ta plats i vår styrelse. Skulle vi dessutom få fler kvinnor engagerade i våra lokalavdelningar är det en extra bonus.

Så till Rolf som inte är någon vän av stora ord i allmänhet och i synnerhet inte om det gäller han själv. Hoppas du förstår att jag inte kan ta allt för stor hän- syn till detta. Jag och styrelsen tackar dig för arbetet du utfört för att utveckla GMf. Jag gör mig också till tolk för alla de medlemmar, som du mött och framför deras tack. Otaliga är de aktiviteter du deltagit i runt om i vårt land. ”Det har ingått i mina arbetsuppgifter”, säger du säkert. Men då svarar jag att arbetsuppgifter och entusiasm inte alltid sammanfaller, som det så påtagligt gjort när det gäller dig.

I tidningen Chef, 11 2006, säger Ledarnas ordförande Annika Elias: ”Vår framgång är helt avhängigt att vi lyssnar tillräckligt noga på våra medlemmar.” Mot det finns inget att invända. Hon pekar även på hur kansliorga- nisationens service och stöd till medlemmarna blivit allt bättre. Samtidigt som den demokra- tiska utvecklingen i organisationen stått stilla. Nu har Ledarnas styrelse kongressens uppdrag att utveckla former för demokratin som gynnar våra medlemmar. Frågan skall diskuteras på bredden i organisationen så jag hoppas att den kommer att tas upp i förbundsrådet. Vi har ett kansli med hög kompetens och servicen gemen- mot våra medlemmar har blivit allt bättre. Nu

är det förtroendeorganisationens tur att finna nya former och utvecklas. Vi ska vara fördoms- fria, modiga och pröva teknikens möjligheter, skriver Annika Elias. Jag ställer mig bakom det hon skriver men vill väcka debatt genom att peka på två saker, som jag anser är viktiga i en diskussion där målet är en bättre organisation för dess medlemmar.

För det första, nya mötesformer eller modern teknik skapar möjligheter men utvecklar i sig inte en organisation. Det gör de männis- kor som finns i den genom att samtala. Självklart kan våra mötesformer förändras för att ge utrymme för och stimulera till samtal och debatt. Dagens teknologiska samhälle tycks ha format oss till att i större utsträckning tala om tekniken inte hur tekniken kan hjälpa oss att utveckla samtalet. Det spännande och stimulerande samtalet som för utvecklingen framåt. Det bör också kunna föra Ledarna framåt.



För det andra jag vill ta upp samspelet mellan kansliorganisationen och förtroendemannaor- ganisationen (medlemmarna), som utgör den bas ur vilken vi hämtar de gemensamma re- surserna. Jag tycker mig ha funnit att det finns ett behov att öka kunskapen om varandra hos båda dessa delar av Ledarna. Det är viktigt att vi utvecklas i samklang och inte var och en på sin kant. Jag anser vidare, att det är oer- hört viktigt att kansliorganisationen får ökad kunskap och förståelse för förtroendemanna- organisationen. Då kan vi tillsammans utveckla Ledarna till den organisation vi alla önskar.

Till slut vill jag önska alla en riktigt god, skön och avkopplande jul samt ett spännande, gott nytt år! Hoppas det blir tid över för samtal om annat än Mp3-spelare, dvd och annan hem- elektronik.

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

MEDIA GRAFICA

GRAFISKA MEDIEFÖRBUNDET

Innehåll

Ledare	3
Annica Söderberg – ny ombudsman för GMf	4
Rolf Johansson, tack för den här tiden	5
A-kasseförändringar genomförs vid årsskiftet	6
GMfs styrelsemöte om förbundsutveckling	7
Världen förändras och trycket med den	8
Vår förmåga att bygga relationer	10
Avdelningsinfo	13
Mediakryptot	15



Redaktör: Kerstin Orsén
kerstin.orsen@ledarna.se
Adress: Sankt Eriksgatan 26
Box 120 69, 102 22 Stockholm
Tel: 08-598 990 97
Fax: 08-598 990 10

Ansvarig utgivare: Kerstin Orsén
I redaktionen: Gerhard Dreilich,
Lars-Erik Karlsson,
Karl-Erik Andersson
Produktion: exakta media, Malmö
Tryckning: exakta tryck, Hässleholm, 2006
Annonser: Monika Fogelberg
Tel: 040-32 65 93
E-mail: monika@exakta.se
ISSN 0017-2979

Annica Söderberg med bakgrund från Heidelberg Druckmaschinen AB tar nu över som ny förenings- och avtalsansvarig ombudsman sedan Rolf Johansson valt att gå i pension under början av nästa år.

Det är en småländska med båda fötterna på jorden som nu tar över efter Rolf Johansson. Annica Söderberg beskriver sig själv som en ganska otålig person som har en positiv inställning till livet och gillar att jobba med utveckling.

I maj 2004 började Annica Söderberg på Ledarna efter det att en tidigare kollega uppmärksammat henne på att Ledarna sökte en ombudsman.

- Jag hade själv aldrig reflekterat över att bli ombudsman men när jag läste beskrivningen tyckte jag att det kunde vara en intressant utmaning så jag sökte och fick jobbet.

Efter två år med förhandlingsarbete jobbar Annica Söderberg sedan i somras som ledarskapskonsult med ansvar för att utveckla tjänster och aktiviteter. Hennes inriktning är mot kommunikation och hon har utvecklingsansvar för våra utbildningsdagar kring coachning, konflikthantering och "ny som chef".

- Det är ofta i vår kommunikation med andra som det brister. Vi är ibland otydliga och ofta lite konflikträdde och har svårt att tag i saker som därigenom tillåts bli surdeg. Förutom våra utbild-



GMfs nya ombudsman har "grafiskt körkort"

ningsaktiviteter arbetar jag ganska brett och har en generell kompetens inom personal- och ledarskapsområdet.

Pre Ledarna

Vägen till Ledarna gick via en egen firma för konsulttjänster inom personalområdet som främst arbetade med att analysera hur företag arbetar med personal- och ledarskapsfrågor. Innan dess var Annica Söderberg nordisk personalchef på Heidelberg Druckmaschinen AB och arbetade med utvecklingsfrågor.

- Vi stod inför ett stort förändringsarbete och vissa människor hade inte hängt med i utvecklingen. Vi jobbade mycket med attitydförändringar, organisationsförändringar och utbildningsinsatser. Alla medarbetare genomförde till exempel en utbildning i grafisk produktion, så alla fick ett grafiskt körkort. Vi skulle lära oss att sälja helhetslösningar. Det var ett stort arbete att förändra Heidelberg från en produktionsorienterad till en marknadsorienterad organisation. Tidigare bestämde fabriken att det skulle tillverkas

hundra tryckpressar och sedan bestämde man var de skulle säljas. Nu svängde vi om så att vi började jobba efterfrågestyrt, berättar Annica Söderberg.

- Jobbet på Heidelberg var jättekul men det tog slut i lågkonjunkturen som började 2000. Vi hade den första nedskärningen 2001. 2003 slutade jag, men jag har fortfarande lite kontakt fortfarande med mina tidigare kolleger.

Under tio år dessförinnan jobbade Annica Söderberg på Fritidsresor.

Jag började arbeta på personalavdelningen med visstidsanställda reseledare 1988, blev personalchef 1995 först för hela Sverige och sedan för hela koncernen. Den tiden var också full med förändringsarbete.

Skapa rätt förutsättningar

Ledarutveckling är förstas med Annica Söderbergs bakgrund något som ligger henne varmt om hjärtat. Hon brinner för att stödja chefer så att de får rätt förutsättningar för att klara av sina chefsupdrag.

- Nästan alltid befordras en duktig person utan att arbetsgivaren funderat igenom vilka mandat och förutsättningar personen får och om specialistuppgifterna ska finnas kvar. Ofta finns väldigt lite tid över till att utöva själva ledarskapet, det vill säga relationen till medarbetarna.

Medlemmarna viktigast

I ombudsmannarollen är medlemmarna och deras behov viktigast för Annica Söderberg.

- I allt vi gör måste vi ställa oss frågan 'varför gör vi det här - vilken medlemsnytta finns det i detta?'. Jag tror på att ha en ödmjuk inställning till medlemmarna. Sedan vill jag vara ett bra stöd för föreningsstyrelsen. Det är viktigt att titta på medlemsnytta, bevaka branschen och följa branschfrågor. Jag ser min roll som stöd och en länk in till Ledarnas organisation.

Annica Söderberg kommer också att vara avtalsansvarig.

- De avtalsansvariga ombudsmännen

har tillsammans försökt att sätta fingret på frågor som kan vara viktiga i avtalsrörelsen. Ledaravtalet behöver få renässans – vi har ju haft det sedan 1993 men nu är det inte så unikt längre. Jag kommer att arbeta vidare med frågan i GMFs förhandlingsdelegation.

Annika Söderberg vill också fortsätta arbetet med att få igång tillämpningen av Ledaravtalet ute i företagen.

– Ja, det finns några nyckelpunkter som krävs för att det ska fungera: en ordentlig process, uppföljning och utvärdering varje år. Jag har också märkt att många sneglar mycket på andra tjänsteförbunds sifferavtal – då kan individuella eller ett helt annat revisionsdatum för Ledarnas medlemmar vara en del av lösningen. Sedan har företagen kommit olika långt i sin tillämpning av avtalet. Jag tror att det gäller att möta företagen på den nivå de befinner sig för att kunna åstadkomma en utveckling.

Vilken tror du är GMfs viktigaste uppgift om 10 år?

Vi måste säkerställa återväxten i styrelsen och föreningen som helhet. Jag tror inte heller att det är fel att titta på hur vi kan jobba för en jämnare fördelning mellan könen ute på arbetsplatserna. När det gäller branschen i sin helhet tror jag att det fortfarande kommer att hända mycket rent tekniskt. Den tekniska utvecklingen har inte planat ut än. Det kommer fortfarande att vara viktigt att matcha kompetens med kraven.

– Den grafiska branschen ligger mig mycket varmt om hjärtat. Det är en rolig och intressant bransch och jag är glad för att jag på detta sätt kan återuppta kontakten igen!

Kerstin Orsén
kerstin.orsen@ledarna.se

Faktaruta:

Namn: Annika Söderberg

Aktuell: Ny förenings- och avtalsansvarig ombudsman för GMf

Motto: Man kan om man vill och Lev som du lär.

Läser: Isprinsessan av Camilla Läckberg

Surfar till: oftast Google för att söka information.

Sportar: Styrketränar, skidor, helst utför;

Fritid: sommarhus i Roslagen, gillar teater och konserter.

Många oförglömliga stunder! Tack, Grafiska Medieförbundet

Efter många intressanta, stimulerande och givande år med er har jag nu lämnat över föreningsansvaret till min kollega Annika Söderberg.

Anledningen är att jag i början av nästa år lämnar Ledarna och går i pension. Fram till dess jobbar jag med andra frågor inom förbundet.

Jag vill tacka er för de många oförglömliga stunder jag upplevt i våra mötes- kurs- och konferenssammanhang på såväl Coldinutrappan, Cinderella som på våra Sassnitzresor, med mera.

Tack alla, medlemmar, förtroendevalda företrädare, styrelsen och au för vårt fina samarbete under alla dessa år. Förutom att vi utvecklat Ledaravtalet till att omfatta inte bara din lön utan även hela din arbets- och anställningssituation har vi också tillsammans medverkat till Medieledarnas tillblivelse. Dessa två ”konkreta” insatser vi gjort kommer att ha stor betydelse för Ledarnas utveckling till det bästa alternativet för Sveriges chefer.

Jag vill även berömma er för de 25-tal professionella seminarier om chefs ansvar och chefs betydelse för en frisk organisation som vi tillsammans med bland andra Teknik & Motor genomfört i Sverige. Utan den samarbetsförmåga, idékraft och eko-

nomiska stöttning som föreningarna här visade skulle seminarierna aldrig ha genomförts.

Jag vill också ge en eloge till avdelningarna vars aktiviteter på många håll utvecklats till spännande upplevelser där ni ofta på ett bra sätt knyter ihop nytta med nöje.

De klubbföreträdare jag varit i kontakt med är för mig idealister som tappert kämpar för ledaravtalet och den enskilde medlemmens bästa.

Ett särskilt tack till våra ”medparter” GFF, MIA och TU. Vi har genom åren haft ett mycket bra förhandlingsklimat och alltid skilt på sak och person. Ledaravtalets utvecklade version är ni ensam om att ha tecknat i Sverige. Jag ser er/oss som föregångare för framtidens avtal och då tänker jag globalt.

Till sist vill jag önska er alla lycka till och en God Jul och ett Gott Nytt 2007.

Ha det bra.

Rolf Johansson, branschombudsman GMf
Mobil: 070-575 48 60
rolf.johansson@ledarna.se





Fotograf: Magnus Pehrsson

Förändringar i a-kassan genomförs vid nyår

Vid denna tidnings pressläggning har regeringen presenterat sitt förslag som läggs fram till riksdagen den 20 december. Regeringen föreslår förändringar beträffande avdragsrätten för medlemsavgiften till fackliga organisationer och förändringar av ersättningen från a-kassan samt ändrad finansiering av a-kassan.

Ledarnas förbundsstyrelse följer utvecklingen och har bland annat beslutat om en extraordinär investering för medlemsdialog och marknadsföring.

Det här innebär förslagen

De åtgärder som regeringen föreslår i budgetpropositionen för 2007 berör i korthet medlemmar på följande sätt:

1. A-kasseersättningen sänks från 80 till 70 procent efter 200 ersättningsdagar och förändras till att baseras på de senaste 12 månadernas inkomster i stället för de 6 senaste. Ersättningen sänks till maximalt 680 kronor per dag. Som mest kan ersättningen utgå under 300 dagar (14 månader). Arbetslösa med barn kan dock få ersättning under 450 dagar. Efter 300 dagar infaller ”jobbgaranti” med 65 procents ersättningsnivå. Dessa förändringar gäller från den 1 januari 2007.

2. Egenfinansieringen ökar i arbetslöshetsförsäkringen. I genomsnitt höjs avgiften till a-kassan med 220 kronor i månaden. Dessutom ska avdragsrätten slopas. Idag finansieras 10 procent av den utbetalda a-kasseersättningen av egenavgifter medan 90 procent betalas av staten. Regeringen sänker den statliga subventionen till 64 procent. Varje a-kassa ska från årsskiftet själv finansiera resterande del. Det innebär att en a-kassa med hög arbetslöshet måste höja avgiften kraftigt från 1 januari 2007.

3. Skattereduktionen slopas både på medlemsavgiften till fackförbund och på a-kasseavgiften.

4. A-kassan kan bli obligatorisk – detta ska utredas skyndsamt enligt regeringen. För närvarande finns ingen information om vad detta kommer att innebära.

Inkomstförsäkringen mildrar

Inkomstförsäkringen ingår i medlemskapet för medlemmar som har en inkomst över 20 075 kr per månad. Den täcker upp till 80 procent av bruttolönen under de första hundra dagarna. Om taket i a-kassan sänks kommer även de som har en inkomst mellan 18 700 och 20 075 kr att omfattas av inkomstförsäkringen. Medlemmarna drabbas därför inte av de föreslagna förändringarna i a-kassan under de första hundra dagarna av arbetslöshet.

Det kommer också att bli möjligt för medlemmar att välja vilken a-kassa man vill tillhöra.

Ledarnas stöd

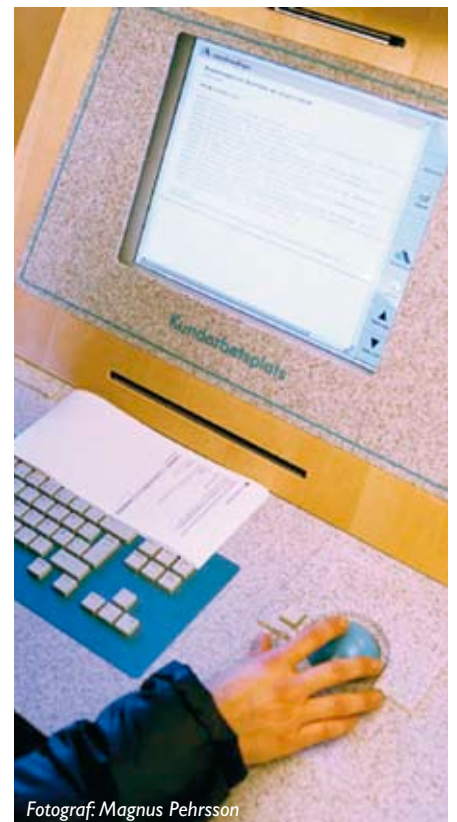
Det främsta stödet för medlemmar är den förhandlingshjälp du som riskerar att drabbas av arbetslöshet kan få från din företrädare samt Ledarnas ombudsmän och jurister. Vid arbetslöshet hjälper Ledarna med stöd och rådgivning. Den som är arbetslös efter 6 – 8 veckor får ett personligt telefonsamtal. Ledarna kan ge karriärrådgivning, vägledning för vad man ska tänka på när man ska söka jobb samt ge tips om hur man skriver en platsansökan och en meritförteckning. Det anordnas regelbundet ”Söka jobb-dagar”.

Konsekvenser för medlemmar

Ledarnas a-kassa bedömer att den totala avgiften för en arbetande medlem i

a-kassan blir cirka 326 kronor per månad. Beslutet om avgiftshöjning sker på a-kassans styrelsemöte den 13 december 2006. Mycket talar även för att a-kassan måste kalla till en extra föreningsstämma för att formellt besluta om den nya avgiften.

Aktuell information läggs ut på webben i samband med riksdagens beslut.



Fotograf: Magnus Pehrsson



Med sikte på framtiden

Grafiska Medieförbundets förbundsstyrelse, fs, i december fokuserade på förbundsutveckling. Under två dagar träffades de för att diskutera förbundets framtid.

Hans-Erik Forssten, PA Bäcklund och Lars-Erik Karlsson som representerar organisationskommittén rapporterade om det arbete som gruppen bedrivit så här långt. Gruppen har träffats tre gånger och det är först vid RS under våren 2007 som gruppen slutrapporterar.

En av punkterna handlade om hur den lokala avdelningsorganisationen kan utvecklas. För att få tillräckliga resurser att kunna bedriva en medlemsinriktad verksamhet i avdelningarna anser organisationskommittén att antalet avdelningen bör minskas. På mötet kunde också konstateras att allt fler avdelningar söker fusion eller sammangång med närliggande avdelning. Det senaste exemplet är Helsingborgsavdelningen och Malmöavdelningen som har planer på att tillsammans bilda en Skåneavdelning (se även separat artikel på sidan 13).

En annan punkt var avdelningsstadgarna, vilka kommittén anser borde harmoniseras så att de i stort sett överensstämmer runt hela landet.

Få kvinnor

Organisationskommittén hade också tagit fram en medlemsstatistik som mötet med stort intresse gick igenom. Av förbundets 1664 aktiva (dvs yrkesverksamma) medlemmar är endast 15 kvinnor. Över hälften av medlemmarna har varit

medlemmar i GMf under elva år eller längre. Vanligaste åldersgruppen är 60 år eller äldre. Cirka hälften av medlemmarna är över 50 år.

Allra mest överraskande var dock att hela en tredjedel saknar tillgång till internet och e-post. Förbundsstyrelsen uttryckte stor förvåning över att medlemmar som arbetar i den grafiska branschen inte har tillgång till e-post.

Fler chefer

Andelen medlemmar som arbetar i en specialistfunktion ser ut att minska. I dagsläget är knappt en fjärdedel av medlemmarna specialister. Däremot ökar antalet chefer. Den största gruppen chefer återfinns i första linjen såsom arbetsledare eller gruppchefer. Här finns ungefär 43 procent av medlemmarna. Mellancheferna är numera betydligt fler än specialisterna. Cirka 27 procent av medlemmarna återfinns på mellanchefernivå. Fyra procent av medlemmarna är högre chefer, två procent tillhör företagsledningen och endast en procent bedriver egen verksamhet.

Media Grafica återkommer av utrymmesskäl i nästa nummer med fler intressanta fakta ur medlemsstatistiken.

Kerstin Orsén
kerstin.orsen@ledarna.se



Grupparbete om ITP under dag två.

Avtalskryss på Ålandshav

Grafiska Medieförbundets förhandlingsdelegation har träffats på Birka Paradise för genomgång av gällande avtal inför de kommande avtalsförhandlingarna. En rad förslag till förbättringar i de olika avtalen framfördes. Bland dem kan nämnas jämställdhets- och kompetensfrågor.



Världen förändras och trycket med den

Tryckets position som kommunikationsmedel har minskat ordentligt de senaste åren i takt med att Internet blivit ett annorlunda, enklare och billigare alternativ. Men i framtiden handlar det inte om antingen eller utan både och, hävdar den amerikanske printgurun Frank Romano.



Frank Romano är 65 år och har jobbat som företagare, förläggare, redaktör, professor och konsult i den grafiska branschen i över 40 år. Efter tolv år som lärare på Rochester Institute of Technology (RIT) i New York State så blev han 2003 professor emeritus men tillbringar fortfarande omkring 180 dagar om året på resande fot i USA. Han har skrivit 44 böcker om tryck och den grafiska branschen varav den senaste, Print Media Business, är på 800 sidor och nyligen blivit översatt till ryska.

I USA minskar antalet tryckerier i takt med att mer och mer trycks utanför landets gränser och Frank ser samma trender i Västeuropa.

– Eftersom kvaliteten nu är tillräckligt hög på i stort sett alla platser så har Östeuropa och Baltikum blivit attraktiva platser att trycka på eftersom arbetskraften är så billig där. Här i USA skickas en allt större del till Asien och framför allt Kina, berättar Frank.

1995 fanns det 62.000 tryckerier i USA men sedan dess har siffran minskat kontinuerligt och var förra året mindre än 40.000.

– Det försvinner mer än 800 tryckerier i USA varje år. De läggs ner, köps upp eller går ihop med andra, fortsätter Frank och nämner att också distributionskostnaderna ökat de senaste åren.

På samma sätt har antalet anställda minskat från 1,2 miljoner för sex år sedan till mindre än 1,1 miljoner 2005.

– En av anledningarna är effektivisering i form av bland annat CTP – computer-to-plate – och att tryckerierna skaffar snabbare och större offsetpressar. Detta märktes på Graph Expo i Chicago i oktober.

Tryck och Internet

Som informationskanal så saknade trycket konkurrens i 500 år. Men när Internet steg in på marknaden 1995 så förändrades mycket.

– Idag skickar vi papper till folk för att informera om att de ska gå till en webbplats där de kan beställa din produkt.

Papper behövs för att den digitala informationen på Internet ska hitta sin mottagare.

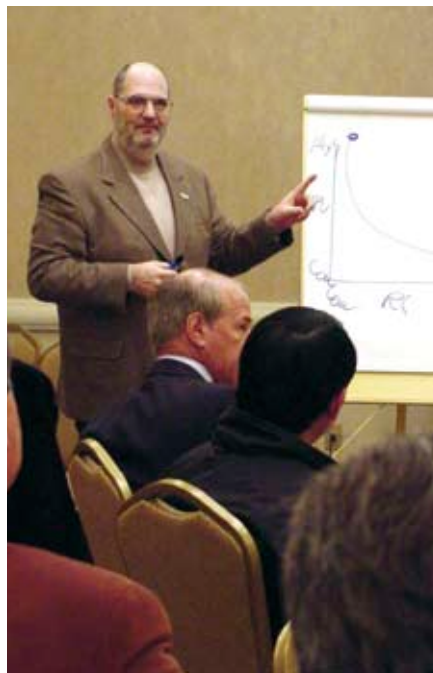
Frank menar att trycket måste arbeta tillsammans med Internet, annars dör tryck som kommunikationskanal ut på sikt. Tryck och Internet i symbios är framtidens melodi.

– Jag brukar säga till mina studenter att om de blir specialister på

Photoshop, layoutprogrammet InDesign och pdf-hanteringsprogrammet Acrobat så kommer de alltid att ha jobb. Oavsett om informationen ska publiceras i tryck eller på Internet så behövs prepresskunskaper, eller premediakunskaper som är ett bättre ord, förklarar Frank.

Han betonar också vikten av att lära sig hantera databaser och menar också att marknadsföring är väldigt viktigt för att kunna driva ett tryckeri framgångsrikt.

– Tryck är idag en del av helheten. Tid spelar roll men kanske inte geografiska avstånd.



Trycket kommer att leva vidare

Frank är övertygad om att tryck som kommunikationsform kommer att leva vidare parallellt med den digitala informationen. I USA trycks det idag till exempel mer böcker och fler titlar än för några år sedan. Digitaltrycket är huvudanledningen till det.

– I USA har vi 18.000 vecko/månadstidningar varav 2000 är nya varje år. Störst är brölloppstidningar.

Trots den enorma utvecklingen när det gäller digitala läsenheter som handdatorer, iPods med mera så tror Frank att papperstidningens format och användarvänlighet kommer härska i åtskilliga år till.

– Papperstidningar kan vi enkelt ta med oss och sedan kasta bort. De digitala läsarna är ännu så länge för dyra, för ömtåliga och för små.

Frank nämner också lulu.com – en relativt ny tjänst på Internet där vem som helst kan producera sin egen bok, CD-



ROM eller DVD. Ladda upp informationen, layouta den i färdiga mallar på Internet och få upplagan tryckt och levererad till hemadressen. Antalet exemplar kan variera från ett och uppåt och digitaltrycks på en ort nära beställarens bostad.

Jorden runt på 100 dagar

Frank Romano reser mycket men han flyger aldrig. Det slutade han med 1972 eftersom han ville ha kontroll över sitt liv. Vart fjärde år åker han båt till Europa och den grafiska mässan Drupa och det var i samband med det han föreläste i Sverige våren 2004.

På väg till nästa Drupa-mässa 2008 kommer han att åka Jorden runt likt Phileas Fogg gjorde 138 år tidigare. Till skillnad från den brittiske gentlemanen så kommer han dock att hålla på i hela 100 dagar. Men medan Fogg använde sig av oceanångare, tåg, hästdroskor och elefanter så nöjer sig Romano med båt.

– Jag lämnar Amerika i mitten av januari och anländer sedan till Storbritannien 3,5 månader senare.

The New Queen Victoria gör dagslånga stopp i flera städer och i bland annat Dubai och Melbourne planerar Frank att föreläsa.

– Jag skriver bland annat för tidningen "Middle East Print" i Förenade Arabemiraten och en tidning i Australien så med de kontakterna ska jag försöka göra några föredrag.

Efter 2008 kommer han att dra ner på resandet. En av anledningarna är hans barnbarn Lucy Bee Romano som fyller ett år nu i januari.

– Drupa 2008 blir mitt nionde besök i Düsseldorf. Eftersom nästan alla tillverkare utvecklar inkjettskrivare med hög hastighet och kvalitet så tror jag att det kommer att bli ihågkommet som "inkjet-Drupa", avslutar Frank.

Jonas Hedman



Den mänskliga faktorn

– om vår förmåga att bygga relationer

Vägen till framgång ser ut så här: Värdskap skapar meningsfulla möten. Meningsfulla möten bygger starka relationer. Starka relationer leder till framgång. Men vad har smarthet med allt detta att göra?

Impera och Värdskapet är två företag som gärna vill styra upp andra företag på framgångsvägen, och för att sprida budskapet arrangerar man, tillsammans med Perspective Communication, seminarier runt om i landet, nu senast i Göteborg.

Mer än 100 personer har samlats i seminarieralen på Svenska Mässan för att under fyra timmar en måndageftermiddag strax före advent kostnadsfritt bli drillade i värdskap och kommunikation. Så nog finns det ett sug bland företagen att få ta del av de här föregivet mjuka värdena. Det handlar ju trots allt om att bli smartare, att tjäna mer pengar. Att få del av kunskapen om hur man kan "bygga långsiktiga, lönsamma relationer med hjälp av digitala lösningar och smarta kommunikationstips".

Relationsbyggare sökes

Märit Torkelson från Värdskapet är ett vältränat föreläsningsproffs. Hon talar livfullt och engagerat, och när hon besvarar frågor från auditoriet tar hon ett steg fram mot frågeställaren och blir kvar i den positionen när hon besvarar frågan, gärna också med ena armen utsträckt. Hon går sin gäst till mötes.

Hennes framträdande handlar – självklart – mycket om värdskap. Det står klart för henne själv, och det står klart för oss.

Hon ger oss exempel på bra värdskap: Bilprovningen. De har en fantastisk service, både via Internet (snabb sökning på generösa tids- och platsvariabler och påminnelseerbjudande via e-post eller SMS) och i det personliga mötet. Men hur når man dit? Jo, innan vi kan lägga på mervärden som service och värdskap i vårt möte med våra betalande gäster, så måste vi behärska våra arbeten rent formellt, som duktiga yrkesmän och – kvinnor.

Hon berättar vidare att begreppet Den mänskliga faktorn alltför länge burit med sig en negativ konnotation, men

att det under de senaste åren synts en förändring i användandet av uttrycket; den mänskliga faktorn har gradvis fått en positiv innebörd.

Vi ska känna oss välkomna, väntade, viktiga och värdefulla

Värdskap är allt det vi gör för att få människan att känna sig välkommen. Jag känner mig välkommen när jag blir mött av någon som gillar det hon håller på med och som är stolt över det, framhåller Märit Torkelsen, och blir sedan semantisk: Vad menar vi med ord och uttryck? Vad är innebörden i "Välkommen till..."? Jo, vi hälsar er välkomna för vi tjänar pengar på er.

Kunder, klienter, patienter, elever, brukare; alla är de välkomna gäster. Enligt Märit är gästbegreppet superkommersiellt.

Konkurrens ska tvinga oss bli bättre och bättre i kundrelationerna, och vi håller förstås med om denna truism. Men samtidigt ställer nästan frågan sig själv: Varför är det då de få kvarvarande icke-konkurrensutsatta bolagen som är bäst? Bilprovningen är redan nämnd, och sam-

ma dag som seminariet hålls, så visar en stor kundundersökning som gjorts av konsortiet Svenskt Kvalitetsindex (SKI) att svenskarna är mest nöjda med Apoteket och Systembolaget när det gäller detaljhandeln. Sedan tidigare vet vi ju att ett par av de mest avreglerade sektorerna, el och telekom, väcker en ursinnig vrede hos svenskarna på grund av dessa företags ignorans och arrogans i kundkontakterna och prissättningen.

Hjärtat i kundrelationen är kunddatabasen

Peter Persson från Impera visade oss hur viktigt det är med en optimal avvägning mellan innehåll, form och funktion när man jobbar med digitala kontaktytor och åskådliggjorde detta genom att visa upp en handfull kommuners webbplatser som han placerade i olika kategorier.

Våra åsikter, attityder och beteenden påverkas av dem som vi känner och som vi har förtroende för. Gemensamt är att vi låter oss påverkas av dem som vi har en positiv relation till.

Och oavsett om målet med påverkan är att öka försäljningen eller minska sjukfrånvaron genom ett ökat engagemang i den egna organisationen, används kommunikation som ett av flera verktyg för att nå önskat resultat. Men för att lyckas krävs alltså fungerande relationer.

När det gäller webbplatser så finns där ofta såväl medvetna som omedvetna hinder för kommunikation. Det är mycket viktigt att sänka kontaktröskeln – vissa företag har på sina hemsidor sett till att det är omöjligt att hitta e-postadresser till de anställda eller till de olika avdelningarna.

Andra företag – kanske de allra flesta



– är vettskrämda för att låta kunderna diskutera med varandra. Så vad gör man med missnöjda kunder? Jo, man överlåter dialogen till varukommentar- och recensionsmöjligheterna på sajter som Pricerunner. Istället för att erbjuda ett forum på den egna webbplatsen.

Men om man vill bygga relationer via en hemsida är läsvärdt innehåll viktigare än allt annat, hävdade Peter Persson och

lämnade därmed osökt över seminarie-stafettspinnen till Lars Sjögrell, Perspective Communication:

All kommunikation ska ha till syfte att sälja

Sjögrell är ex-journalist och leder PR- och kommunikationsbyrån Perspective Communication AB och därmed särdeles skickad att knyta ihop den här delikata väven av treenighet.

Han vill att vi ställer oss frågorna: Vem producerar den elektroniska informationen? Och vem kvalitetsgranskar nyhetsbrev och hemsidor? Och levererar också det beska svaret: Att tekniken är tillgänglig för alla betyder inte att den är till för alla. Vi som till vardags jobbar med människor, hemsidor och värdeladdade ord står oss slätt om vi inte kan hantera tekniken för detta.

Och han exemplifierade föregående föredragshållares tes om vikten av interaktivitet genom att visa på hur Resias enkät om bästa Fars dag-presenten fick stor medieexponering (far vill ha en resa, helst till New York, ingen slips eller prydnadsföremål).

Mänsklig värdighet blir kommersiell

Det fanns inga sprickor i seminariets treenighet: värdskap, teknik och kommunikation kan och ska användas för att göra oss bättre på att bemöta kunderna med det övergripande syftet att tjäna mer pengar. Det är väl det som är smartheten. Men det kan inte hjälpas att man undrar över hur de här egentligen grundläggande mänskliga etikbegreppen som nästan alla börjar på V – värdskap, välkomnande, vänlighet, värdighet etc – reagerar när de används i kommersiellt syfte: kommer de att devalveras och sjunka i värde? Eller kommer vi i framtiden att sätta ett pris även på vårt privata värdskap?

Naturligtvis tjänar vi alla på att umgängestonen i det kommersiella mötet blir vänligare och värdigare. Men hur hanterar vi vårt värdskap när välkomnandet blir unilateralt? Med en grov liknelse: Somliga gäster kräks i paraplystället och försöker ta värdinnan på bröstet. Hur hanterar man sådana gäster? Hur handlar man

när den personliga och samhällliga moralkodexen kommer i konflikt med det ekonomiska incitamentet att genomföra mötet, och därmed affären?

Att få lära sig denna svåra konst är ett givet ämne för nästa seminarium. Jag ser fram mot det.

Ingemar Härd



Lars Sjögrell, Märit Torkelson och Peter Persson höll i varsin del av seminariet.

Värdskapet är ett "inspirationsföretag som talar om konsten att få människor att känna sig välkomna". Det erbjuder ledare och medarbetare inspiration och kunskap om värdskap i syfte att utveckla välkomnande verksamheter och platser. Företaget har sitt ursprung i initiativet "Det Svenska Värdskapet" startades av Sveriges Rese- och Turistråd, Sveriges Hotell- & Restaurangföretagare samt Svensk Handel men drivs sedan 2003 i bolagsform, Värdskapet Utveckling AB. www.vardskapet.se

Impera är ett företag som verkar för att förenkla och förbättra relationer med hjälp av kommunikation och IT, vilka förenas i varumärket Smarta Relationer®. Impera startades -98, och har sedan dess växt till idag 14 personer. Bolaget har Sverige som arbetsfält, med verksamhet i Örebro (huvudkontor), Stockholm, Västervik och Göteborg. Smarta Relationer® är företagets verktyg för elektronisk kommunikation. Här finns färdiga tekniska lösningar för elektroniska nyhetsbrev, utskick via e-post och sms, intranät, marknadsundersökningar, CRM-system, kunddatabaser, bokning och försäljning via internet samt elektroniska betalningstjänster. www.impera.se

Perspective Communication AB

är en konsultbyrå i Göteborg som arbetar med kommunikation och PR som verktyg för att hjälpa företag och organisationer att uppnå sina mål. Tillsammans med Impera levererar det kompletta kommunikationslösningar avsedda att fördjupa relationen mellan uppdragsgivare och deras intressenter. www.perspective.se

Prisregn över Arne Heines bok



Arne Heines bok om typografi har tilldelats Svenska Publishingpriset 2006 i klassen läromedel och Stiftelsen Grafiska Yrkenas Främjandes, GYFs, branschpris. Boken har också fått Svenska tecknars hederspris och är utvald i Svensk Bokkonst.

– Typografi håller på att falla i glömska och drunkna i annan design, säger Arne Heine. Det är ett grafiskt brus i dag, och det är en överanvändning av de tekniska möjligheterna. Många har inte det tålamod som krävs för att göra något riktigt bra. Typografi görs inte av datorprogram, utan av människor, säger en mycket glatt överraskad Arne Heine till Capdesign efter utdelningen av grafiska branschens pris.

GYF-juryns motivering är:

”Arne Heine grundade i början av 1960-talet Typografen AB. Företaget förändrade och förnyade den grafiska industrin, främst inom sättningsområdet, på ett sätt som var helt nytt i Sverige. Företaget som så småningom hade verksamhet i fyra nordiska länder utvecklades till Nordens kanske främsta sätter. Under 1990-talet ägde och drev Arne Heine Björkmans Tryckeri på Söder och han blev då Kunglig Hovboktryckare. Idag är han ensam i landet om att bära den yrkestiteln.

Arne Heine har genom åren betytt mycket för typografi och grafisk formgivning. För honom är typografin och det typografiska seendet viktigast. En text kan vara välskriven, korrekt, rätt stavad och i ett intressant ämne, men ändå avskräcka läsaren genom formen den presenteras i. Det handlar om att klä en text i en typografisk kostym.

Arne Heine har krönt sin karriär med sin nytv-givna 320-sidiga bok som heter ’Arne Heines bok om typografi’ och den är kort sagt en typografisk bibel och ett riktigt praktverk till läromedel.”

Slutklämmen är inte så olik motiveringen från juryn som utser pristagare i Svenska Publishingpriset.

Arne Heines bok om typografi utges av Bild och Kultur BK AB. Läs mer på: www.typografiboken.se.

Tryckt dekor bakom årets tv-kalender

Sveriges Television använde 1 300 kvadratmeter dekor tryckt hos Big Image för att bygga upp miljöerna till årets julkalender. Bland annat tegelväggar, järndörrar och en mumie på guldtyg skapades till LasseMajas detektivbyrå med hjälp av Big Image-dekor.



Den printade dekoren skapar intrycket att det verkligen är exempelvis en tegelvägg man står framför.

Årets kalender, LasseMajas detektivbyrå, spelades in i våras i Sveriges Televisions lokaler i Stockholm. De 24 avsnitten bygger på flera av Martin Widmarks böcker om Lasse och Maja som hjälper polismästaren i Valleby att lösa mysterier. Totalt producerade Big Image 1 300 kvadratmeter dekor i många olika material till inspelningen.

En stor del av dekoren printades på så kallat Image Paper som tapetserades på de träväggar som användes i studion när

bland annat detektivbyrån och ett café byggdes upp.

– Det här är en revolutionerande teknik, säger Eva Norén, scenograf på Sveriges Television. Att ha färdiga bilder att klistra upp i stället för att måla direkt på väggarna spar mycket tid och pengar för oss när vi ska spela in en serie som Julkalendern.

För Big Image är olika typer av dekor till tv-studior, enligt vd:n Werner Schäfer, en intressant och växande marknad.

Viktigt skydda företagets information

På 90-talet pluggade stora företag igen diskettstationen för att de anställda inte skulle stjäla/kopiera dyra program som Quark Xpress och Illustrator. Idag är programmen näst intill idiotsäkert kopieringsskyddade, men nu är det känslig företagsinformation som ibland behöver skyddas.

Diskettstationerna är borta sedan länge och klumpiga cd-skivor inte användbara media för informationsstöd. Nej, usb-minnen och mp3-spelare ska det vara. Det förekommer alltså att företag limmar igen usb-portarna för sina anställda. Minnesstorleken på usb-pinnarna har i princip fördubblats varje år de senaste åren. Det finns nu enheter som klarar 64 GB.

Och hugade företagsspioner får förstås hjälp på Internet. Det finns till exempel ett litet program som ano-

nymiserar internetsurfandet (och, får man förmoda, även intranetsurfandet), som heter Torpark. Total och ospårbar anonymitet utlovas.

IT-cheferna går till motangrepp med hjälp av motverkande, nya program, som till exempel Centennial Softwares Devicewall, ett program med funktioner för att spåra, övervaka och administrera olika typer av usb-minnen, externa hårddiskar och minneskort som kopplas till företagets nätverk.

Tanken är att säkerhetsmedvetna företag inte ska behöva spärra för all anslutning av externa enheter utan i stället kunna kontrollera hur de används.

Med detta program kan administratörer inte bara se vad som kopplas in i usb-uttagen utan även följa alla data som kopieras till portabla enheter.

Studenttävling i design

Adobe Design Achievement Awards är studenttävlingen som belönar de främsta inom design, film och media. Tävligen som äger rum för sjunde gången i rad växer kraftigt och 2007 kan studenter från 31 länder delta.

Tävlingen är öppen för elever som studerar till kreativa yrken som grafisk designer, fotograf, illustratör, animatör, digitalfilmare och konstnär.

– Adobe Design Achievement Awards uppmärksammar våra kreativa begåvningar och understryker Adobes engagemang inom utbildningsvärlden. Det här är andra gången som svenska elever och skolor har möjlighet att delta och jag är övertygad om att svensk utbildning inom design, reklam och media klarar sig väl i en internationell jämförelse. Nu hoppas vi att ännu fler av våra svenska skolor och deras elever tar chansen och antar utmaningen, säger Peter Andersson, som är nordisk marknadschef på Adobe.

Sista dagen att lämna in bidrag är 27 april. Alla detaljer om Adobe Design Achievement Awards finns på företagets webbplats för utbildningssektorn:



Ett av de vinnande bidragen 2006 skapades av Stephan Powilat, Mathias Vogel och Stephe Ambiel från Fachhochschule i Mainz. Bildsviten är beskuren.

www.adobe.se/education/adaa/main.html eller anmäl dig direkt på www.adaa-entry.com

Juryen kommer att bedöma tävlingsbidragen utifrån kriterier som originalitet och hur effektivt de kommunicerar sina mål. Vinnarna presenteras vid en prisceremoni i San Francisco den 2 augusti 2007. Dit är alla finalister inbjudna, och där får de möjlighet att presentera sina arbeten, delta i studiebesök och träffa ledande branschföreträdare. De vinnande bidragen belönas med vardera 5 000 US Dollar och programvaruprodukter från Adobe.

Jag vill sitta i ditt minne, på en liten, liten pinne!



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 rymmer en gigabyte och kostar i USA mindre än 250 kronor. Naturligtvis är det kompatibelt med Windows, MacOSX och Linux.

Mät ordfrekvensen

Vilken texteditor eller ordbehandlare du än använder, så går den bet på detta: att visa hur många gånger ett ord förekommer i det aktuella dokumentet.

Men nöden har en lag; webben. Om du styr kosan till nedanstående sajt, klistrar in din text i formuläret och klickar på [Submit]-knappen, så får du besked. Alla ord i texten presenteras i en lista sorterat så att det ord som är mest vanligt förekommande kommer först – självklart listas också antalet förekomster av varje ord. www.hermetic.ch/wfc/wfc.htm

Sammangående i Skåne diskuteras

GMf Helsingborg och GMf Malmös respektive styrelser har planer på att gå samman till en avdelning som skulle omfatta hela Skåne.

I slutet av oktober träffades representanter från de båda avdelningarna för att diskutera ett sammangående. Initiativet togs av Helsingborgsavdelningen efter det att de diskuterat framtiden för de i dagsläget 124 aktiva och 37 passiva medlemmarna.

Helsingborgsavdelningen brukar som tradition årligen anordna en fisketräff för medlemmarna. De brukar även arrangera studiebesök i samband med deras avdelningsmöten. Dock är årsmötet inte så välbesökt, vilket avdelningssty-

relsen tolkar som att medlemmarna inte vill bli invalda i styrelsen. Om ett par år kommer dock den nuvarande styrelsen att avgå av ålderskäl. De vill därför låta Helsingborgsavdelningen gå samman med Malmöavdelningen. Ett förslag är då att låta avdelningarna istället heta GMf Skåne. Malmös styrelse ställde sig mycket positiva till förslaget.

Efter årsskiftet fortsätter diskussionerna och om de båda styrelserna kommer överens ska frågan om en sammanslagning tas upp på respektive årsmöte för att få medlemmarnas syn på frågan.

Göran Zaar

Snart årsmöte i ny klubb på DNEX-tryckeriet



Interimstyrelsen består av ordförande Lars Hellberg till vänster och Jan Åskag. Tony Gibbemark som också ingår i styrelsen är inte med på bilden.

Medlemmarna på DNEX-tryckeriet i Akalla, norr om Stockholm har bildat en ny klubb. Klubben växer och har i dagsläget 36 medlemmar. En interimstyrelse har tillsatts och arbetar bland annat för att kalla till årsmöte och välja en klubbstyrelse.

– Tidigare tillhörde vi klubben som var på Dagens Nyheter men den lades ner för flera år sedan eftersom det blev för få arbetsledare. Nu har vi bildat en klubb så att det blir lite klarare linjer gentemot företaget, säger Lars Hellberg.

Det fanns också pengar kvar i kassan, efter den tidigare klubben, som blir ett litet startkapital.

Under interimstyrelsetiden har DNEX-tryckeriet minskat antalet produktionsledare och ledare på kundtjänst.

– Det lyckades vi lösa med naturlig avgång, avgångsvederlag och någon omplacering. Det är den allvarligaste situation vi har haft. Men inget tyder på att något nytt är på gång nu, säger Lars Hellberg.

Snarare tvärtom. Lars Hellberg säger att det ser ekonomiskt sett bättre ut för företaget idag än det gjort på många år.

– Det är en positiv anda i företaget. Alla drar åt samma håll och så lyckades vi få in Dagens Industri efter nyår.

DNEX-tryckeriet med 400 anställda producerar normalt ungefär en miljon tidningar per dygn.





Höstmöte i slottsmiljö

Till plats för 2006 års höstmöte med GMf Östergötland hade styrelsen valt Yxtaholms slott utanför Flen i Sörmlands hjärta. Tyvärr blev det en regnig dag. Vackra varma mötesrum samt en god lunch i den stora matsalen samt en visning av slottet gjorde dock att hösträffen blev lyckad för de 14 deltagarna.

Sedvanliga höstmötesförhandlingar med kontaktmännens rapporter hölls och en valberedning bestående av Leif Lindell, Norrköping (sammankallande) Tommy Andersson, Norrköping samt en ny ledamot Leif Jonsson, Katrineholm valdes av närvarande medlemmar. Då samma dag de nya a-kassereglerna hade

blivit kända kom dessa upp på mötet och diskuterades. Mötet reagerade mot de höga avgifterna som skulle drabba medlemmar i vissa små a-kassor. De då kända beloppen har dock sedan korrigerats.

Efter höstmötet åkte alla deltagare till Flen för en visning av ett lokalt ostmejeri.

Mejeriets ägare Kerstin och Claes Jürss hälsade välkommen och sedan tog en mycket kunnig och intressant visning vid. Efteråt blev det en provsmakning av olika mögelostar, hårdostar och getost av mycket hög kvalitet. Sedan återstod endast återresan hem och många hade med sig ett fint minne och en bit ost.

Nu är det snart jul och jag vill tillsammans med styrelsen önska Alla medlemmar en God Jul och ett Gott Nytt År.

PS. Tillsammans med höstmötesinbjudan fick alla medlemmar i GMf Östergötland ett öppet brev med några frågor att ta ställning till. Jag fick i ett litet antal svar men långt ifrån tillräckligt många för att kunna fatta ett bra beslut. Ni som har kvar brevet vill jag därför uppmana att skicka in ett svar. DS

Gerhard Dreilich

Sammanlagning av Göteborgsavdelningen och Västergötland firades i Falköping

Den 25:e oktober hölls det första gemensamma avdelningsmötet sedan sammanläggningen. Ett antal göteborgare åkte upp till Falköping för att möta kollegor ifrån Västergötland "på hemmaplan".

Mötet började med ett studiebesök på Elanders Gummesson där vi blev förevisade

lemmar. En diskussion följde där bland annat önskemål om större möten, typ faktorträffar, framfördes. Möten där kollegor från ett större geografiskt område kunde träffas och utbyta erfarenheter, lyssna på föredrag med mera.

Styrelsen för avdelning 503 har för avsikt att ha fyra möten per år, årsmöte, vårmöte, höstmöte samt julmöte där minst ett av mötena bör hållas utanför Göteborg. Styrelsen framförde önskemål att styrelsen även borde representeras av någon utanför Göteborg, vilket valberedningen och medlemmarna utanför Göteborg borde fundera på till årsmötet. Ombudsman Rolf Johansson meddelade att han snart kommer att sluta på grund av pensionering och passade då även på att berättade lite om sin efterträdare, Annica Söderberg. Rolf informerade om den positiva utvecklingen inom Medieledarna och vad som



GMf:arna inledde mötet med ett studiebesök på Elanders Gummesson där de fick en guidning i företaget.

sade företaget och dess produktionsutrustning. Efter rundvandringen samlades gruppen i konferensrummet där vi avhandlade dagordningen. P-A Bäcklund berättade en del om Organisationskommitténs arbete som bland annat funderar över just behovet av att slå samman ett antal avdelningar, utveckla mötesverksamheten och aktivera fler av våra med-

lemmar sedan de startade sin egen förening. Vidare informerade Rolf om konsekvenserna av förändringar i a-kassan och att de som har inkomstförsäkring ej blir drabbade de första 100 dagarna. Han förklarade vad man ska göra när man blir uppsagd, huruvida man ska ta ut pension när man är utförsäkrad och vad man ska tänka på om man vill fortsätta

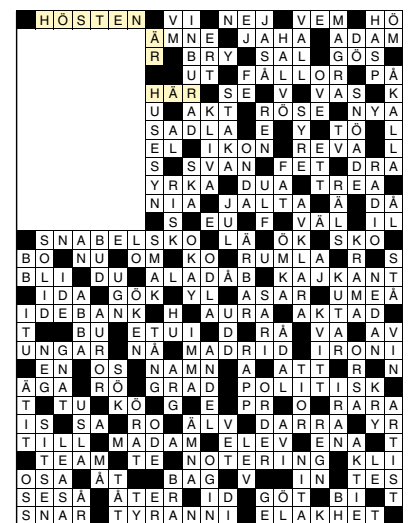
arbeta efter man fyllt 65 år. Nya regler träder i kraft efter nyår men det är svårt att förutse alla konsekvenser då informationen ifrån regeringskansliet har varit bristfällig.

Ordförande Paavo Rampa avslutade mötet och passade på att bjuda in till julmötet som hålls i Finska föreningen Souvarits lokaler i Göteborg, fredagen den 8:e december kl. 18.

Efter mötet intogs en trevlig tacomiddag där det fanns tillfälle till mycket eftersnack och möjligheter att lära känna varandra bättre.

P-AB

Lösning nr 3-06



Tack för alla svar till kryptot. Vinnaren i dragningen är Karl-Erik Ljung från Helsingborg.

Julkrypto nr 4 -06

	1	2	3	4		5	6	7	5	8	9	3	2		10	11	12	3		13
14	8	3	5	3		13	15	3		1	16	15	3	2		8	2		17	2
18		19	5	2	18		20	6	4	8	2		2	3	19	7	3	19	19	3
2	17	5		12	4	16	3		17	4	1			19	12	6	21	8	15	4
	1	8	5	6	19	5		14	14		14	15	10		10	4		2	3	11
8	4	2	17	19	12	3		8	14	14	3		2	6	19		3	21		8
	3				3		9	4		10	11	10	6	5	19	16	12	8	2	
12	2	6	3	5		19	13						4	13		4	17		18	19
4		12	15	22		8	4		23	16	2	15	10	1			5	6	21	3
3	24	8	15	4												20		7	3	25
1	2	13	2													17		16	2	
1			3	20												15	13	5	8	5
8	19	5		3												3	2	5		3
	24	3	17	19												9	3	15	19	12
21	13		11	22												5	2	10	7	
3		8	11													6		1	10	21
12	6	15	10	12												4			4	10
	14		1	22																
19	15	18		15																
5	8	4	6	2		5	6	7	5	8	23	17	19			8	15	6	1	8
6	12		2	6		10	19			7	6		22	12		11	16	21	8	4
	5	2	6	5	5	6	3	2		7		11	2	6	1				4	
6		6			21				19	13	2	8		15		14	3	19	10	19
9	2	3	7	24	22		19	8	5		10	15		15	13	3		23	3	
5	10	11		19	3	4	5		2	8	4		14	6	2	2		6	15	3
3	5	8	4			22	2	1	22	4	1	3	2			4	22	2		1
19	3		10	5	17		18		15	8			17	21		8	15	5	22	1
5		22	5		5	6	7	5	8	4	10	19	19	8		5	3	19	19	



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 2007.
Vi vill gärna ha nomineringarna
så snart som möjligt eller senast
den 28 februari 2007.

Skicka nomineringen direkt till:
kerstin.orsen@ledarna.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.