

Íslenskur iðnaður

SI Fréttablað Samtaka iðnaðarins

8. tbl. • 11. árg. • Ágúst 2005

Dagar íslensks prentiðnaðar 22. og 23. september 2005



Frá hugmynd til markaðar

Samtök iðnaðarins, prentsmiðjur innan SI, Prenttæknistofnun, Félag bókagerðarmanna, Ljósmyndarafélag Íslands og fleiri hagsmunaaðilar og fagfélög í upplýsinga- og fjölmiðlagreinum efna til „Daga íslensks prentiðnaðar“ 22. og 23. september næstkomandi undir yfirskriftinni „Frá hugmynd til markaðar.“

Haldin verður glæsileg ráðstefna í Salnum í Kópavogi fimmtudaginn 22. september þar sem fram koma virtir fyrirlesarar, innlendir sem erlendir. Föstudaginn 23. september verða haldnar nokkrar sérhæfðar námstefnur og að kvöldi sama dags verður efnt til veglegrar uppskeruhátíðar íslensks prentiðnaðar á Broadway.

Sjá nánar á bls. 4 til 7.



Ráðstefna og námstefnur á heimsmælikvarða

Á ráðstefnunni fjalla virtir fyrirlesarar, innlendir og erlendir, um málefni tengd þemanu „Frá hugmynd til markaðar“ um þau tækifæri sem felast í beinni markaðssókn og nýjungar við miðlun upplýsinga. Ráðstefnan og námstefnurnar eru fyrir fagfólk í upplýsinga- og fjölmiðlagreinum, stjórnendur og markaðsfólk.

Sjá nánar á bls. 4-6



Samkeppni meðal prentsmiðja innan SI og uppskeruhátíð íslensks prentiðnaðar á Broadway

Glæsilegt hátíðarkvöld, ljúffengur matseðill, syngjandi þjónar, fjölbreytt skemmtiatriði, óvæntar uppkomur, grín og glens. Hljómsveitin í svörtum fötum skemmtir gestum fram á nótt.

Sjá nánar á bls. 7

Framtíð fræðslumiðstöðva iðnaðarins

Samtök iðnaðarins hafa frá stofnun lagt áherslu á mikilvægi menntunar starfsfólks. Í fyrstu stefnuýfirlýsingu SI frá 1993 kemur fram nauðsyn þess að stjórnendum og starfsmönnum fyrirtækja standi til boða menntun við hæfi. Eins og oft hefur verið bent á liggur samkeppnisforskot fyrirtækja um þessar mundir síður í áþreifanlegum eignum eins og fasteignum og tækjum heldur en þáttum sem erfitt er að skilgreina og meta til fjár. Þekkingarauður og mannauður eru meðal þeirra þátta.

SI leggja áherslu á simenntun til að efla mannauð fyrirtækja. Menntun og þjálfun eru meðal helstu forsendna þess að rækta þekkingar- og mannauð. Þess vegna eru Samtök iðnaðarins, ásamt sveinafélögum, eignaraðilar að fræðslumiðstöðvum iðnaðarins: Fræðslumiðstöð málmíðnaðarins, Fræðsluráði hótél- og matvælagreina, Menntafélagi byggingariðnaðarins og Prenttæknistofnun. Fyrirtæki í annars konar iðnaði hafa ekki notið þjónustu af þessu tagi, hvorki þjónustuiðnaður, UT-iðnaður, plastiðnaður, líftækni- né heilbrigðistækniiðnaður.

Breyttar áherslur

Upphaflega var lögð áhersla á fagleg námskeið tengd nýjum efnum og vinnubrögðum og þess vegna eðlilegt að fyrrnefnd endurmenntunarfélög væru tengd hefðbundnum iðngreinum. Sú hefð að skipta iðnaðinum upp í flokka eftir því úr hvaða hráefni er unnið er hins vegar á undanhaldi. Forráðamenn fyrirtækja hafa áttað sig á því að þeir eiga mesta samleið með þeim fyrirtækjum sem vinna á sama markaði og þjóna sömu viðskiptamönnum óháð því úr hvaða hráefni er unnið. Á sama tíma eru væntingar fyrirtækjanna um þjónustu á sviði endurmenntunar að breytast. Meiri áhersla er lögð á rekstur, stjórnun og samstarf og verkefnavinna fyrir

menntamálayfirvöld kallar á breytingar á þessum rekstri. Þá er ljóst að aukið framboð og um leið aukin samkeppni á sviði námskeiðahalds og ýmiss konar fræðslustarfsemi þrýsta á breytingar.



Aukin samvinna

Verkefni um aukið samstarf fræðslumiðstöðva iðnaðarins, sem framkvæmdastjórnar menntafélaganna skilgreindu og KPMG skilaði skýrslu um 2004, er algerlega í samræmi við stefnu SI í þessum málaflokki. Samtök iðnaðarins hafa lýst velþóknun sinni á skýrslunni og hyggjast fylgja því eftir af þunga að sú stefna, sem þar er mótuð, nái fram að ganga. SI hafa því lagt áherslu á að fræðslumiðstöðvar iðnaðarins sameini kraftana um allt sem er sameiginlegt og skynsamlegt að vinna saman um.

Þörf fyrir skýra stefnu

Því er ekki að leynd að væntingar SI um aukið sjálfsprottið samstarf menntafélaga iðnaðarins hafa ekki gengið eftir. Þrátt fyrir skýr markmið um aukið samstarf á ýmsum sviðum hefur of hægt miðað í þá átt. Það er óviðunandi að aukið samstarf fræðslumiðstöðvanna skuli ekki þróast eftir fyrirbyggjandi áætlun þrátt fyrir mikla undirbúningsvinnu. Því er ekki um annað að ræða en að SI og verkalyðsfélögin, sem að þessu samstarfi koma, taki af skarið og móti skýra stefnu í þessu samstarfi.

Niðurstaða úr stefnumótun

Á stefnumótunarfundi fræðslumiðstöðva iðnaðarins nú í sumar kom skýrt fram að vilji er til aukins samstarfs eða samruna félaganna. Einnig er mikil samstaða um að auka samstarf við aðrar menntastofnanir og þá einkum

horft til nýja Háskólans í Reykjavík. Þá er ánægjuleg samstaða um að greina þarfir fyrirtækjanna sem langmest greiða til þessarar starfsemi og sniða þjónustu að þörfum þeirra.

Stefna SI

Í samræmi við þessar niðurstöður hefur vinnuhópur innan SI tekið saman tillögur um stefnu SI í málefnum menntafélaganna. Á stjórnarfundi SI 24. ágúst voru þessar tillögur ræddar og samþykktar. Kjarninn í þeim er sá að stefna að sameiningu FM, FHM, MFB og PTS í eina öfluga en um leið deildaskipta fræðslumiðstöð. Það er í senn raunhæfur og fýsilegur kostur bæði fjárhagslega og faglega. Ætlunin er að fjalla um málefni fræðslumiðstöðvanna á fundi stjórnar og ráðgjafaráðs í september næstkomandi. Samtök iðnaðarins vilja að fyrirkomulag þeirra breytist sem fyrst og helst í góðri samvinnu við sveinafélög. SI líta svo á að með sameiningu fræðslumiðstöðva iðnaðarins náist það markmið sem lýst er sem lokaáfangi í tillögunum eins og þær birtast í fyrrnefndri skýrslu KPMG.

Sveinn Hannesson



ÍSLENSKUR IÐNAÐUR
8. tbl. Ágúst 2005
ISSN 1022-7741

För í prentsmiðju: 31.08.2005
Prentvinnsla: Prenttækni hf.
Plastpökkun: Iðjuberg
Ljósmyndir: Odd Stefán, Lárus Karl
Útgefandi: Samtök iðnaðarins,
Borgartúni 35, 105 Reykjavík
Sími: 591 0100, fax: 591 0101
Kennitala 511093-2019
www.si.is, netfang: ritstjorn@si.is
Ábyrgðarmaður: Sveinn Hannesson
Ritstjóri: Haraldur D. Nelson
Efnisstjórn og umbrot: Þóra Ólafsdóttir
Málfarsráðgjöf: Þóra Kristín Jónsdóttir
Fjölmiðum er frjálst að nota ritað efni úr Íslenskum iðnaði í heild sinni eða að hluta. Fjölmiðlameinn eru vinsamlegast beðnir að geta heimildar í slíkum tilvikum.

Áhugaverð námstefna um auglýsingar í prentmiðlum

LEAVING FOOTPRINTS IN THE MIND:

New insights into advertising attention and effectiveness

Hinn heimskunni hollenski fræðimaður Rik Pieters heldur fyrirlestur á Íslandi á námstefnu SAU og Birtingahússins á Hótel Loftleiðum frá kl. 9 til 12 fimmtudaginn 8. september. Námstefnan er sérstaklega ætluð forstjórum, framkvæmdastjórum og æðstu yfirmönnum markaðsmála sem og starfsfólki auglýsingastofa, birtingahúsa, markaðsrannsóknafyrirtækja og prentmiðla.

Rik Pieters er prófessor í markaðsfræðum og deildarforseti markaðsfræðideildar Tilburg háskóla í Hollandi en hefur jafnframt kennt við ýmsa aðra háskóla. Meðal sérsviða hans eru mælingar á áhrifum auglýsinga en hann er í fremstu röð fræðimanna á sviði prentauglýsinga.

Rik Pieters hefur skrifað margar greinar í ritrýnd tímarit á borð við Journal of Consumer Research, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of the Academy of Marketing Science, International Jour-



Rik Pieters

nal of Research in Marketing, Marketing Letters and Marketing Science.

Umfjöllunarefni námstefunnar:

- Flest það, sem við teljum okkur vita um áhrif auglýsinga, er rangt
- Prentauglýsingar eru meðal áhrifa-rikustu auglýsinga sem til eru - ef þær eru rétt gerðar!
- Stærðarhlutföll texta (fyrirsögn og megintexti), mynda og vörumerkis í prentauglýsingum eiga að vera önnur en nú er
- Aðrir þættir en verðtilboð skipta meira máli fyrir árangur vikulegra tilboðsauglýsinga, svo sem auglýs-

ingar matvörukeðja og bygginga-vöruverslana

- Frumlegar (e. original) auglýsingar draga ekki athygli frá skilaboðunum og vörumerkinu sem auglýst er
- Neytendur vilja að prentauglýsingar hafi meira upplýsinga- en skemmtanagildi
- Prentauglýsingar hafa mest áhrif í fyrsta skipti sem lesendur blaða eða tímarita sjá þær en áhrifin minnka smám saman
- Hvernig á að forprófa og eftir á prófa prentauglýsingar?
- Hvað er athugavert við íslenskar blaða- og tímaritauglýsingar?

Þátttökuskráning

Skráning fer fram á sau@sau.is en fjöldi þátttakenda er takmarkaður við 100 vegna forms námstefunnar. Verð fyrir SAU-félaga er 15.900 kr. Verð fyrir aðra er 19.900 kr. Ráðstefnugögn og léttar veitingar innifalín í verði.

Nýr framkvæmdastjóri Prenttæknistofnunar

Björn M. Sigurjónsson hóf störf hjá Prenttæknistofnun í byrjun ágúst. Hann mun starfa með fráfaramandi framkvæmdastjóra, Inga Rafni Ólafssyni, út ágúst en tekur svo alfarið við taumunum í byrjun september.



Björn M. Sigurjónsson

Björn lauk B.Sc. prófi í landfræði frá Háskóla Íslands og Mphil gráðu frá Strathclyde háskóla í Glasgow. Að námi loknu starfaði hann sem sérfræðingur í rannsóknum hjá Ferðamálaráði Íslands á skrifstofu þess á Akureyri en réðst sem sérfræðingur í fræðslumálum til Íslandsbanka í ársbyrjun 2001. Undanfarin fjögur ár hefur Björn gegnt starfi sölustjóra einstaklingsviðskipta á

útibúasviði Íslandsbanka. Meðfram því sinni hann stundakennslu við Háskólann á Akureyri og Háskóla Íslands í markaðsfræðum ferðamála og skipulagi og stefnumótun ferðamála. Þá má nefna að hann tók mikinn þátt í mótun nýrra námsbrauta í þeim greinum og gerði tilraunir með fjarkennslu og vefkennslu.

Þótt Björn hafi ekki reynslu úr prentgeiranum mun reynsla hans nýtast vel í starfi framkvæmdastjóra Prenttæknistofnunar. Björn er ekki golfari en þeim mun áhugasamari um stangveiði og hestamennsku. Hann er í sambúð með Berglinni Hallgrímsdóttur og eiga þau eina dóttur. Samtök iðnaðarins bjóða Björn velkominn til starfa.

Fráfaramandi framkvæmdastjóri Prenttæknistofnunar, Ingi Rafn Ólafsson, hyggur á frekara nám í Skotlandi. Um leið og SI þakka honum fyrir farsælt og vel unnið starf undanfarin ár óska þau honum velfarnaðar á nýjum slóðum.

Ráðstefna á heimsmælikvarða fimmtudaginn 22. september 2005 fyrir fagfólk, stjórnendur og markaðsfólk

Frá hugmynd til markaðar

Ráðstefnan verður haldin í Salnum, Tónlistarhúsi Kópavogs en þar koma fram virtir fyrirlesarar, innlendir og erlendir, sem fjalla um málefni tengd þemanu „Frá hugmynd til markaðar.“

Erlendu fyrirlesararnir verða Donald G. Krause, höfundur metsölubókarinnar *The Art of War for Executives*, og José M. Pons, prófessor við hinn virta IESE-háskóla í Barcelona til 14 ára og stjórnarformaður markaðsráðgjafarfyrirtækisins AXIOMA.

Á ráðstefnunni verður fjallað um þau tækifæri sem felast í beinni markaðssókn og nýjungar við miðlun upplýsinga.



Donald G. Krause er forstjóri KDH Consulting Company og höfundur bókanna *The Art of War for Executives*, *The Book of Five Rings for Executives* og *The Way of The Leader*. Viðskiptaháskólar og ráðgjafar í viðskiptum hafa í mörg ár litið til Sun Tzu, 2.500 ára gamalla kínverskra rita, t.a.m. um forystu, herstjórnarlist/herkænsku, skipulagningu, samkeppni og samvinnu. Í bókinni *The Art of War for Executives* er hulunni svipt af snillið Sun Tzu - og sýnt hvernig hægt er að vinna sigra á orrustuvelli nútímavíðskipta.



Prof. José M. Pons var prófessor í 14 ár við hinn virta IESE-háskóla í Barcelona og er stjórnarformaður AXIOMA-markaðsráðgjafarfyrirtækisins. Hann kennir við Stjórnendaskóla Háskólans í Reykjavík og í MBA-námi HR. Pons er höfundur margra þekktra hagnýtra verkefna úr viðskiptalífni (e. business cases) og hefur jafnframt ritað fjölda greina um notkun þeirrar aðferðafræði sem kennd er við úrlausn hagnýtra verkefna í rekstrar- og stjórnunarnámi. Núverandi ráðgjafarstjóri hans beinast helst að því að laga sölu- og markaðsfyrirtæki að breyttum áherslum. Tilgangurinn er að auka með því samræmi innri aðgerða sem tæki til aukinnar stefnumörkunar og val markaða á alþjóðavísu.

Dagskrá í Salnum, Tónlistarhúsi Kópavogs

12.30 Skráning og afhending fundargagna

Ávarp

Sveinn Hannesson,
framkvæmdastjóri SI



Setning

Valgerður Sverrisdóttir, iðnaðar- og
viðskiptaráðherra



Frá hugmynd til markaðar

Baldur Þorgeirsson, framkvæmdastjóri
framleiðsluviðs Prentsmiðjunnar Odda

Herstjórnarlist í framkvæmd: Að sigra á vígvelli nútímavíðskipta

Practicing the Art of War: How to Win on the
Battlefield of Modern Business

Donald G. Krause, forstjóri KDH Consulting Company
og metsöluhöfundur

Kaffihlé

Undirbúningur beinnar markaðssóknar

Sólveig Hjaltadóttir, deildarstjóri söludeildar hjá
Tryggingamiðstöðinni

Áhrifamáttur beinnar markaðssetningar: Að brúa bilið milli viðskiptavina og framleiðenda og styrkja vörumerki með því að ýta undir sérstöðu þess

The Power of Direct Marketing - Building
Bridges with Consumers; Reinventing Value to
Escape the Commodity Trap

José M. Pons, stjórnarformaður markaðsráðgjafar-
fyrirtækisins AXIOMA.



Saumleysi & samfella

Orri Hauksson, framkvæmdastjóri
þróunarsviðs Símans

Pallborðsumræður

Þekktir stjórnendur fyrirtækja á sviði upplýsinga- og fjölmiðlagreina taka þátt í pallborðsumræðum undir stjórn Svanhildar Hólm

17.00 Fundarlok - Léttar veitingar í boði SI

Fundarstjóri:

Svanhildur Hólm, þáttastjórnandi



Ljósmyndarafélag Íslands verður með
sýningu í anddyri Salarins 22. september:

SAMKEPPNI MEÐAL LJÓSMYNDARA

Í samvinnu við pappirsinnfletjendur efnir Ljósmyndarafélag Íslands til samkeppni meðal félagsmanna um frumlegustu útfærslu á ljósmynd þar sem þemað er pappír í allri sinni mynd. Myndirnar verða til sýnis í anddyri Salarins, Tónlistarhúsi Kópavogs, og úrslit kynnt í lok ráðstefnunnar „Frá hugmynd til markaðar“ 22. september. Vegleg verðlaun verða veitt fyrir þrjár bestu myndirnar. Sjá nánar um samkeppnina á www.si.is.



Baldur Þorgeirsson er framkvæmdastjóri framleiðslusviðs Prentsmiðjunnar Odda. Baldur er viðskiptafræðingur frá Háskóla Íslands og hefur starfað við framleiðslustjórnun í prentsmiðjunni frá 1991.



Sólveig Hjaltadóttir er deildarstjóri söludeildar hjá Tryggingamiðstöðinni og leiðbeinandi hjá Endurmenntunarstofnun Háskóla Íslands. Sólveig er viðskiptafræðingur frá Háskóla Íslands og með alþjóðlega gráðu, "The IDM Diploma in Direct Marketing," frá The Institute of Direct Marketing í Bretlandi. Árin 1994-1999 starfaði hún á markaðssviði Skeljungs hf., 1999-2002 hjá Íslandspósti hf. og þar á eftir hjá Landsbanka Íslands og Alþjóðalíftryggingafélaginu.



Orri Hauksson er framkvæmdastjóri þróunarsviðs Símans. Orri lauk kandidatsprófi í vélaverkfræði frá Háskóla Íslands árið 1995 og MBA-gráðu frá Harvard Business School árið 2002. Hann vann hjá utanlandssviði Eimskipafélagsins 1995-1997, var aðstoðarmaður forsætisráðherra 1997-2000, vann hjá Argnor Wireless Ventures árið 2001, framkvæmdastjóri og svæðissölustjóri í N- og S-Ameríku hjá Maskinu 2002-2003 og framkvæmdastjóri þróunarsviðs Símans síðan 2003.



Ráðstefnugjald:

Almennt verð	kr.	12.500 á mann
Ímark-félagar	kr.	9.500 á mann
Félagsmenn í SI	kr.	6.500 á mann

Athugið! Fyrirtæki sem vilja kaupa 10 miða eða fleiri geta óskað eftir magnþilboði frá markaðssviði SI.

Ráðstefnan er öllum opin en tilkynna þarf þátttöku á tilteknu skráningarformi á vefsetri SI, www.si.is, fyrir 20. september. Einnig er tekið við skráningu á netfanginu skraning@si.is og í síma 591 0100.

Námstefnur föstudaginn 23. september 2005

Námstefna I og II:

Herstjórnarlist í framkvæmd: Að sigra á vígvelli nútímaviðskipta

Practicing the Art of War: How to Win on the Battlefield of Modern Business



Námstefna I:

Námstefna fyrir hámark 30 manns frá kl. 9:00 til 12:00, aðeins ætluð stjórnendum og starfsfólki prentsmiðja og ljósmyndurum innan SI. Námsgögn, kaffi og hádegisverður innifalinn.

Námstefnugjald:

Félagsmenn í SI kr. 15.000 á mann

Athugið: Aðeins 30 sæti í boði!

Námstefna II:

Námstefna fyrir hámark 30 manns frá kl. 13:00 til 16:00, eingöngu ætluð stjórnendum og markaðsfólki fyrirtækja og framleiðenda innan SI. Námsgögn, kaffi og meðlæti innifalinn.

Námstefnugjald:

Félagsmenn í SI kr. 12.000 á mann

Athugið: Aðeins 30 sæti í boði!

Donald G. Krause, forstjóri KDH Consulting Company og höfundur bókanna The Art of War for Executives, The Book of Five Rings for Executives og The Way of The Leader.

Námstefna III:

Áhrifamáttur beinnar markaðssetningar:

Að brúa bilið milli viðskiptavina og framleiðenda og styrkja vörumerki með því að ýta undir sérstöðu þess

The Power of Direct Marketing - Building Bridges with Consumers; Reinventing Value to Escape the Commodity Trap

Námstefna III:

Námstefna fyrir hámark 30 manns frá kl. 9:00 til 12:00, eingöngu ætluð stjórnendum og markaðsfólki fyrirtækja og framleiðenda innan SI. Námsgögn, kaffi og meðlæti innifalið.

Námstefnugjald:

Félagsmenn í SI kr. 12.000 á mann

Athugið: Aðeins 30 sæti í boði!



José M. Pons var prófessor til 14 ára við hinn virta IESE-háskóla í Barcelona og er stjórnarformaður AXIOMA-markaðsráðgjafarfyrirtækisins. Hann er höfundur margra þekktra raundæma úr viðskiptalífinu (e. business cases).

Föstudagskvöldið 23. september:

Uppskeruhátíð íslensks prentiðnaðar á Broadway

Stórhátíð fyrir fagfólk, stjórnendur og starfsfólk prentsmiðja, Ímark-félaga, auglýsingastofur, almannatengslafyrirtæki, ljósmyndara, kvikmyndafyrirtæki, fjölmiðla og aðra úr hinni fjölbreyttu flóru upplýsinga- og fjölmiðlagreina á Íslandi

Dagskrá:

19:30 Móttaka gesta með fordrykk

20:00 Hátíðarkvöldverður
„Le Sing“ eða syngjandi
þjónar framreiða í sal



Forréttur: Humarsúpa
Aðalréttur: Kalkúnn og lamb
Eftirréttur: Þriggja rétta desertskaól

Um kvöldið verða fjölbreytt
skemmtiatriði, óvæntar uppákomur og
mikið grín í boði SI

23:30 Hljómsveitin Í svörtum fötum
skemmtir gestum

23:30 Húsið opnað fyrir ballgesti
og boðsgesti

02:00 Uppskerulok

Samkeppni meðal prentsmiðja í SI

Við efnum til samkeppni meðal prentsmiðja í SI um frumlegustu útfærslu skreytiefnis í veislusal Broadway fyrir uppskeruhátíðina. Þemað eru ávextir sem búið er að ljósmynda og þeir sem taka þátt í keppninni geta fengið myndirnar sendar til sín á geisladiski. Þátttakendur mega merkja skreytiefnið með merki sínu. Sjá nánar um samkeppnina á www.si.is.



Athugið: Fyrirtæki í Samtökum iðnaðarins geta boðið gestum!

Forskráning hefst 1. september á www.si.is

Miðaverð: Almenn t verð kr. 7.900 á mann | Ballgestir frá 23:30 kr. 1.000 á mann
Ráðstefnugestir kr. 6.900 á mann | Boðsgestir fyrirtækja frá 23:30 kr. 1.000 á mann*
* Boðskort fást afgreidd í afgreiðslu SI að Borgartúni 35, 4. hæð.

Uppskeruhátíðin er öllum opin en tilkynna þarf þátttöku á tilteknu skráningarformi á vefsetri SI, www.si.is fyrir 20. september. Einnig er tekið við skráningu á netfangið skraning@si.is og í síma 591 0100.

Umhverfismál prentfyrirtækja til fyrirmyndar

Það vekur athygli að í hópi þeirra fyrirtækja, sem hafa tekið forystu í umhverfismálum, eru allmörg prentfyrirtæki. Þau hafa ekki fetað hvert í annars fótspor heldur finna þá leið sem þeim hentar. Hér er talað við starfsmenn fjögurra fyrirtækja, sem öll hafa hlotið viðurkenningu fyrir umhverfisstarf, en þau eru Ólafur Brynjólfsson, Árvakri, Ólafur Stolzenwald, Hjá Guðjón Ó, Jóhannes Vilhjálmsson, Umslagi og Þóra Hirst og Jón Jósafat Björnsson, Odda.

Starfsumhverfið breyst mjög til batnaðar

Það er athyglisvert hvernig umhverfisstarf hefur fest sig í sessi innan svo margra prentfyrirtækja. Ólafur Brynjólfsson bendir á að löng hefð sé fyrir samstarfi prentfyrirtækja, m.a. innan SI. Á þeim vettvangi vinni þau saman að ýmsum

hagsmunamálum, fræðslu, endurmenntun og tæknimálum. Þar sitji keppinautar í fullri sátt og miðli af reynslu sinni svo að allir hagnist á því. Meðal þess sem oft er rætt á þessum vettvangi, er nýliðun í prentiðnaði og ímynd greinarinnar. „Áður fyrr var starfsumhverfi prentara hávaðasamt og skítugt. Menn gerðu sér grein fyrir því að til að laða að gott og vel menntað fólk þyrfti það að breytast. Umhverfisstarf miðar að því að bæta starfsumhverfi. Fleiri iðngreinar gætu nýtt sér þessa leið.“ Undir þetta tekur nafni hans Ólafur Stolzenwald sem veltir því fyrir sér hvort samkeppni við aðra miðla hafi einnig stuðlað að þessari þróun. Jóhannes og Jón Jósafat benda á að prentfyrirtækin vinni með afurð sem hægt er að endurvinna og í huga almennings hafi umhverfismál snemma snúist um endurvinnslu á pappír.

Árvakur - Ólafur Brynjólfsson, umhverfis- og gæðastjóri

Áhugi á umhverfismálum hefur lengi fylgt fyrirtækinu Árvakri. Frá upphafi hefur mikið verið fjallað um skógrækt, náttúruvernd og umhverfisvernd í Morgunblaðinu. Æðstu stjórnendur hafa ávallt sýnt þessum málum áhuga. Morgunblaðshúsið í Aðalstræti var óhentugt fyrir prentsmiðju en menn lærðu af þeirri reynslu og þegar húsið í Kringlunni var byggt árið 1984 var tekið mið af ströngum umhverfiskröfum og öll hönnun tók tillit til þátta er lutu að þeim málum.

Stjórnendur fyrirtækisins studdu þetta starf, eitt leiddi af öðru og smám saman varð umhverfisstarfið sjálfsagður hluti af góðum rekstri. Ýmsir utan fyrirtækisins þekktu til þessa starfs en ekkert var þó skrifað um umhverfismál fyrirtækisins fyrr en það hlaut fyrstu umhverfisviðurkenningu sína. Þá var farið að halda skrár til að sýna í hverju starfið fælist. Seinna kom svo fram hugmynd um að fara í vottun til að festa umhverfisstarfið í sessi og gera það sýnilegra.



Árið 2002 hlaut Árvakur ISO14001 vottun á allt fyrirtækið. Vottunarferlið var langt og strangt og Ólafur segir að mikil áhersla hafi verið lögð á að allt væri hundrað prósent í lagi strax í upphafi. Hann telur eðlilegra að tíminn fái að vinna með mönnum. Þegar farið er af stað í svona verkefni uppgötva menn ýmislegt og tíminn vinnur með þeim. Ólafur tekur fram að það sé dauðadæmt að fara af stað í svona ferli án stuðnings æðstu stjórnenda.

Umhverfisstarf og gæðastarf haldast í hendur

Mikið aðhald felst í ISO14001 kerfinu í gegnum umhverfisstefnu og framkvæmdaáætlun. Fylgjast þarf vel með landslögum og krafa er um að alltaf þurfi að gera betur. „Mörg umbótaverkefni hafa skilað miklum árangri og sparnaði. Nú er svo komið að erfitt er að finna stór verkefni sem hrifa,“ segir Ólafur. „Bestur árangur næst í fyrstu skrefunum. Dæmi um það er að óflokkaður úrgangur fór úr 182 tonnum

á ári í 66,6 tonn á þremur árum.“ Miklu munaði um hagkvæma lausn á sófnun blaða og pappírs frá skrifstofum Árvakurs. Efnanotkun hefur minnkað gríðarlega og einnig snerting starfsmanna við efni með tilkomu sjálfvirkra þvottavéla. Tækniframfarir hafa verið í rétta átt og filmur og framköllun eru t.d. alveg horfnar og stöðugur straumur viðskiptavina til og frá fyrirtækinu hefur snarminnkað með tilkomu rafræna viðskipta. Áður kostaði talsvert að losna við flokkaðan pappír og afgangsfarva en nú er samkomulag við framleiðendur erlendis um að taka við slíkum úrgangi Ávakri að kostnaðarlausu. Fyrir vikið er fyrirtækið með undanþágu frá úrvinnslugjaldi. Mikill árangur hefur náðst við að draga úr pappírsvæðum í prentsmiðju en það skiptir gríðarlegu máli því að dýrustu blöðin eru pappír sem er keyptur dýru verði en er sendur burt sem rusl. Haldið er utan um tölur um úrgang, efna- og orkunotkun. Ólafur áréttar að það sé hluti af góðum rekstri að þekkja þessar stærðir og þannig sé umhverfisstærði nátengt gæðastarfi.

Öryggi starfsmanna hefur aukist

Prentsmiðja Morgunblaðsins hefur þá sérstöðu að hafa tvær umhverfisstærðir. Nú á vordögum fékk fyrirtækið leyfi til að nota norræna umhverfismerkið Svaninn sem er sérstök vottun á prentverk og gerir mun sértækari kröfur en ISO14001. Þar er kafað dýpra og gegnum Svaninn er hægt að fá mat á stöðunni, upplýsingar um efnin sem notuð eru og samanburð við aðra. Þannig má ganga úr skugga um að efnin, sem notuð eru, séu þau bestu sem völ er á. Starfsmaður sem vinnur í Svansvottuðu fyrirtæki er vel staddur þar sem öryggi hans er mikið.

Velta má fyrir sér hvort allar þessar breytingar hefðu átt sér stað hjá prentsmiðjunni hvort eð er. Eflaust að einhverju leyti en breytingarnar gerast ekki af sjálfu sér og fyrirtækið hefur verið vakandi fyrir nýrri tækni og stutt þróunina. Í vottunarferlinu fólst mikil

vinna en nú fer umhverfisstærði fram um allt fyrirtækið og því fer minnstur tími Ólafs í þau mál svo að hann getur einbeitt sér að öðrum verkefnum.

Hjá Guðjón Ó - Ólafur Stolzenwald, prentsmiðjustjóri

Ólafur rekur upphaf umhverfisstarfsins allt til ársins 1990. Þá fóru starfsmenn að prófa sig áfram með því að nota jurtaoliur á vélarnar. Fyrst var notuð olía frá nágrönnunum hjá Sól en seinna var sett upp tilraunaverkefni með Iðntæknistofnun og erlendum aðilum. Hægt og hljótt var leysiefnum skipt út fyrir vatnsleysanleg efni og síðar komu einnig nýjar vélar með lokuð kerfi. Hvatningin í þessum verkefnum var vilji til að bæta starfsumhverfið en smám saman kom í ljós að þetta vakti áhuga annarra og málin þróuðust.

Hjá Guðjón Ó fékk Svansvottun árið 2000 og er fyrsta umhverfismerktu prentsmiðjan hér á landi. Vottunin gildir fyrir tiltekna vörur sem fullnægja tilteknum kröfum sem taka t.d. til efnanotkunar, nýtingar á pappír og rýrnunar. Áhersla er lögð á að notaður sé Svansmerktur pappír, sem er ein helsta hindrunin, því að framboð af honum er takmarkað hér á landi. Á nokkurra ára fresti eru kröfurnar hertar í takt við framþróun og þá þarf fyrirtækið að laga framleiðsluna að enn strangari skilyrðum en áður.

Minni sóun - lægra verð

Nær allar vörur fyrirtækisins væri hægt að framleiða á þann hátt sem Svanurinn krefst en þarfir viðskiptavina eru mismunandi. Ólafur segir að samvinna við viðskiptavinum hafi breyst með aukinni þekkingu og meðvitund um nýtingu hráefna. „Oft þarf viðskiptavinur að hnika mjög litlu í hönnun og framsetningu til að ná mun betri nýtingu en annars væri og það skilar sér í lægra verði til viðskiptavinar og minni sóun á pappír.“ Þarna sér Ólafur einn stærsta fjárhagslega ávinninginn af starfinu og hann skilar sér bæði til



fyrirtækisins og viðskiptavina þess.

Tengingin við gæðamál er mikil því að gæði felast ekki bara í útliti heldur einnig þjónustu, nýtingu hráefna og almennt góðri stýringu á rekstrinum. Umhverfisstjórnun er lítið gæðakerfi sem skilar sér í betri kjörum til viðskiptavinar. Almenn vitund um betra vinnuumhverfi kemur eðlilega í kjölfarið, s.s. hávaði, birta og tæki sem létta störf.

Á þeim tíma, sem Hjá Guðjón Ó hefur unnið með vottun, hefur margt breyst. Framboð á umhverfismerktum rekstrarvörum hefur aukist og mun auðveldara er að skila flokkuðum úrgangi en áður var. Ólafur segir nauðsynlegt að til sé farvegur fyrir flokkaðan úrgang og að hann sé rétt flokkaður á upprunastað til að hann nýtist sem best í nýja framleiðslu. Þetta er hringrás þar sem allir vinna saman. Vel hafi tekist til með pappír og nú vanti innspýtingu fyrir plastefni, umbúðir og rafeindatæki.

Aukin eftirspurn eftir umhverfismerktum vörum

Spurður um viðbrögð eftirlitsaðila við bættu starfsumhverfi segir Ólafur þau vera lítil. Eðlilegt væri að þeir, sem eru með vottað umhverfiskerfi, hlytu umbun. Fyrirtækið heldur grænt bókhald sem er aðgengilegt eftirlitsaðilum og hefur öll sín mál í lagi en samt hefur heimsóknnum þeirra ekki fækkað. En starfsmenn finna fyrir trausti og til þeirra er leitað í hugmyndavinnu og í vinnuhópa hjá borginni þegar fjallað er um umhverfismál. Þeir eru þakklátir

fyrir það en vilja gjarnan sjá eitthvað koma á möti.

Ólafur segir að talsverð eftirspurn sé eftir Svansmerktu prentverki og hún fari vaxandi. Opinberir aðilar vilja gjarnan hafa Svansmerkið á sínu efni en einnig fyrirtæki sem vilja minnka áhrif starfsemi sinnar á umhverfið. Fyrirtækið Hjá GuðjónÓ situr eitt við borðið eins og er en hann telur að samkeppni yrði af hinu góða, hún myndi auka umræðuna og vekja athygli á þessari vöru.

Prentsmiðjan Oddi - Þóra Hirst, innkaupastjóri og Jón Jósafat Björnsson, framkvæmdastjóri sölu- og markaðssviðs

Prentsmiðjan Oddi hóf nýlega að vinna að vottun samkvæmt umhverfistaðlinum BS8555. Ekki er vitað til að aðrir hafi farið þá leið hér á landi. Þóra segir að Oddi hafi leitað að alþjóðlegum staðli sem tekur til alls fyrirtækisins. Svanurinn hafi komið til greina en hann tekur bara á prentvinnu og er fyrst og fremst þekktur á Norðurlöndum en Oddi vinnur talsvert á öðrum mörkuðum. BS staðallinn, sem kom út árið 2003, gerir kleift að unnið sé að ISO14001 vottun í nokkrum skrefum. Leiðin að lokamarkinu er þó ekki styttri en gerir kleift að vinna verkið í áföngum og fá viðurkenningu strax. Það kom á óvart að starfsemin var nær því að falla að staðlinum en starfsmenn gerðu sér grein fyrir. Segja má að starf undanfarinna ára sé að skila sér en hefur nú verið sett í formlegri farveg en áður var. Valin var sú leið að fella umhverfisstarfið frekar að daglegum störfum millistjórnenda en hafa það á einni hendi. Vottunarferlið hvílir þó mikið á Þóru en áhugi leynist víða meðal starfsmanna og góðar hugmyndir koma úr öllum áttum.

Gott umhverfisstarf styrkir stöðu fyrirtækisins

Ólíkt Svaninum eru ISO og BS vottanir ekki umhverfismerki sem er prentað á vörur. Þau telja að það skipti



litlu máli því að mikilvægast sé að geta sýnt fram á góða frammistöðu í umhverfismálum í samskiptum við verkkaupa og í útboðum. Jón Jósafat segir það nú þegar hafa styrkt þau í stórum útboðum, bæði innanlands og utan og leitt til góðra samninga við verkkaupa sem gera stífar umhverfiskröfur.

Þegar spurt er um upphaf umhverfisstarfsins segir Þóra að þegar Oddi byggði húsnæði sitt á Höfðabakka árið 1981 var farið að huga að flokkun á úrgangi. Engir fjárhagslegir hvatar þrýstu á þá vinnu en stjórnendur höfðu áhuga á umhverfismálum. Í upphafi var flokkun á úrgangi frumstæð enda gat hún ekki verið miklu þróaðri en móttakan. Fyrirtækið fór snemma að flytja út úrgangspappír og gerir enn. Nú er svo komið að innan við 5% af heildarsorpmagni frá fyrirtækinu öllu fara í almennt sorp. Þróunin í tæknimálum hefur verið í átt að umhverfisvænni vélum og tækjum og Oddi hefur lagt sig fram við að vera með nýjustu vélar.

Við innleiðingu á staðlinum hefur verið unnið mat á grunnástandi umhverfismála í fyrirtækinu og mikilvægustu umhverfisþáttum. Nú er verið að þróa mælikvarða á þessa þætti, t.d. um hráefnanotkun, orku og úrgang. Síðar fylgir áætlun um innleiðingu og framkvæmdaáætlun. Átaksverkefni eru hafin

og góður árangur hefur náðst í að minnka notkun á heitu vatni og orku og slíkt skilar hreinum sparnaði. Fylgst er með breytingum á umhverfislöggjöf og nýjum rannsóknum um skaðsemi efna.

Þóra segir litla hvatningu koma frá yfirvöldum um að fyrirtæki taki sig á í umhverfismálum. Þeir sem vinna að vottun njóta engra styrkja eins og víða þekkest erlendis. „Oddi hefur hlotið umhverfisviðurkenningar og þær hvetja okkur til að gera enn betur en umbunin felst fyrst og fremst í jákvæðu andrúmslofti, betra og snyrtilegra vinnuumhverfi og sparnaði. Reksturinn verður betri og eyðsla minni því að hægræn og umhverfisleg rök fara saman.“

Umhverfisstarfið hluti af menningu Odda

Oddi hefur ekki lagt áherslu á að auglýsa umhverfisstarfið sérstaklega heldur tengist það öðrum gildum fyrirtækisins og er hluti af stjórnun og ímynd þess. Það er mikilvægt að fyrirtæki sé heilsteyp, skili góðum verkum á réttum tíma, komi vel fram við starfsfólk og sé á allan hátt ábyrgt. Umhverfisstarfið er þannig hluti af menningunni innan fyrirtækisins. Einnig liggur að baki virðing fyrir náttúrunni og auðlindum hennar. Þóra og Jón

Jósafat heyr því oft fleygt að umhverfisstarf sé erfitt og dýrt. Þessu eru þau ekki sammála því að ekki þurfi mikið til þess að hafa hlutina í góðu lagi.

Umslag - Jóhannes Vilhjálmsson, þjónustustjóri

Allt frá því að Jóhannes kom að fyrirtækinu Umslagi fyrir 16 árum hefur verið hugað að úrgangi. Mikið féll til af gæðapappír og bylgjupappa sem enginn tók við og varð að fleygja. Húsnæðið var lítið og plássíð dýrmætt. Snemma var farið að endurnýta pappambúðir með því að koma upp hringrás milli Umslags og viðskiptavina. Þetta var það lengsta sem hægt var að komast í endurnýtingu á þeim tíma. Þetta er enn gert og margir kassar hafa verið í umferð í 4-5 ár. Þegar kostur gafst á að afhenda flokkað sorp var hægt að fá smávegis umbun. Í kjölfarið var farið að horfa meira á efnið sem notað var, hvaða hráefni væri þar að finna og hvernig mætti losna við þau aftur. Öryggismál og gæðamál komu í kjölfar þeirrar vinnu og síðan leiddi eitt af öðru.

Mikilvægt er að gera sér grein fyrir því hverju er fleygt því að talsverðir fjármunir fara til spillis með ruslinu ef menn eru ekki á verði. Sem dæmi var buntum af ljósritunarpappír áður pakkað í vaxborinn pappír. Með því að fá pappirinn ópakkaðan sparaðist eitt

tonn af rusli af ári. Svona einföld aðgerð getur skilað miklu.

Metnaðarmál að reka snyrtilegt fyrirtæki

Jóhannes segir að það sem hvatti starfsmenn fyrst og fremst áfram var kúltúr fyrirtækisins í heild sinni. Það hefur alltaf verið metnaður þeirra að reka snyrtilegt fyrirtæki. Mikið er lagt upp úr þægilegu umhverfi og listaverk þrýða veggjum um allt fyrirtækið. Margir þekkja, „Litla ljóta galleríið“ eins og myndarlegt listaverkasafnið er kallað. Eitt af því sem var haft að leiðarljósi við innréttingu á nýju húsnæði var að alltaf sæist út, sama hvar staðið væri í fyrirtækinu. Lögð er áhersla á gott aðgengi á vinnustað, bjart yfirbragð, góða lýsingu og hjálpartæki til vinnslu. Allir starfsmenn fara í göngugreiningu og fá innlegg og skó við hæfi.

Spurður um ástæður þess að Umslag hefur ekki fengið vottun á umhverfisstarfið segir Jóhannes að vottun nýttist einkum í markaðsstarfi og geti verið nauðsynleg t.d. fyrir þá sem markaðssetja sig erlendis. „Hjá Umslagi er umhverfisstarfið fyrst og fremst unnið á eigin forsendum, fyrir fyrirtækið sjálft og starfsmennina. Ímyndin á þar hlut að máli en stærsti hlutinn er umhverfismál innanhúss og síðan peningar. Hægt er að stýra betur útgjöldum og skapa meiri framlegð í fyrirtækinu.“

Fyrirtækið er samþykkt sem undir-

verktaki gangvart ISO9001 og BS7799 öryggisstaðli og hefur farið í gegnum úttektir þeirra vegna. Haldið er grænt bókhald og unnið samkvæmt gæðahandbók. Umhverfismerkið Svanurinn er nokkuð takmarkað og svo vill til að stór hluti vöru og þjónustu Umslags fellur ekki þar undir eins og er. Þó hefur reynst gagnlegt að nýta kröfur Svansins til viðmiðunar, t.d. varðandi notkun leysiefna.

Fyrst og fremst verið að bæta eigið umhverfi

Jóhannes telur ekki þörf á að minnka eftirlit með umhverfismálum og aðbúnaði á vinnustað. Eftirliti með öryggisþáttum sé miklu fremur ábótavant því að lítið þurfi til að út af beri. Samstarf Umslags við eftirlitsaðila hefur alltaf verið mjög gott. Hins vegar ætti eftirlitið ekki bara að vera Grýla sem kemur og skrifar upp á eða sektar. Eftirlitið er deildarskipt og þröngt og Jóhannes segist hafa reynslu af því að ganga á veggjum og vera sendur milli embættanna í erindisleysu þegar aðstoð vantar. Betra væri ef eftirlitsaðilar gætu líka hjálpað fyrirtækjum til að rata rétta leið, og leiðbeint um úrbætur.

Jóhannes segir athyglisvert að prentfyrirtækin sýndu frumkvæði í umhverfismálum löngu á undan löggjafanum. Þau hafi almennt gert sér grein fyrir því að með vinnu að umhverfismálum væri fyrst og fremst verið að bæta eigið umhverfi og spara pláss og peninga. Hagur af bættu umhverfi allra kæmi svo í kjölfarið.

Bryndis Skúladóttir



Ráðstefna á Grand Hótel miðvikudaginn 28. september 2005

Hreinn ávinningur



Hvað er að græða á umhverfisstarfi fyrirtækja?

Samtök atvinnulífsins, Alþýðusamband Íslands, Umhverfisfræðsluráð og Samtök iðnaðarins efna til ráðstefnu á Grand Hótel, miðvikudaginn 28. september. Þar verður fjallað um hreinan ávinning fyrirtækja af umhverfisstarfi.

Dagskráin hefst kl. 8:30 en að henni lokinni er gestum boðið í hádegisverð.

Dagskrá:

- 08:30 **Opunarávarp**
Ari Edwald, framkvæmdastjóri SA
- 08:40 **Umhverfisstjórnun**
Kynning á umhverfisstjórnkerfum sem fyrirtæki á Íslandi vinna eftir.
- Stefán Gíslason, Umis
- Ólafur Stolzenwald, Hjá Guðjón Ó
- Guðrún Þóra Magnúsdóttir, Alcan
- Guðrún Bergmann, Ferðaþjónustan Hellnum
- 09:40 Kaffihlé
- 10:00 **Umhverfisstarf í fyrirtækjum**
Þýðing umhverfisstarfs fyrir ímynd fyrirtækja og menningu, almenna starfsmenn og samkeppnishæfni.
- Guðbjörg Erna Guðmundsdóttir, Brim
- Guðmundur Pálsson, Tæknival
- Haukur Harðarson, Mímir-símenntun
- Pétur Helgason, Vífilfell
- 11:00 **Kostnaður og ágóði af umhverfisstarfi**
Fjárhagslegur ávinningur: Lægri vextir? Hærrí tekjur en gjöld?
- Jón Ingimarsson, Íslandsbanki
- Steinn Kárasón, Umhverfisfræðsluráði
- Pálmar Sigurðsson, Hópbílar
- 11:50 **Lokaorð**
Sigríður Anna Þórðardóttir, umhverfisráðherra
- 12:00 Hádegisverður fyrir fundargesti
- Ráðstefnustjóri: Katrín Jakobsdóttir**

Tilkynna þarf þátttöku á netfangið skraning@si.is fyrir 26. september n.k. Vinsamlegast tilgreinið nafn þátttakanda, nafn fyrirtækis/stofnunar og kennitölu greiðanda. Ráðstefnugjald eru kr. 5.000 á mann. Nánari upplýsingar veitir Bryndís Skúladóttir hjá SI í síma 591 0100, netfang bryndis@si.is.