

# Certifierad Grafisk Produktion och standardisering i den grafiska industrin

MALIN JÖNSSON  
och SOMA AZAD



**KTH Datavetenskap  
och kommunikation**

# Certifierad Grafisk Produktion och standardisering i den grafiska industrin

M A L I N J Ö N S S O N  
o c h S O M A A Z A D

Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng  
vid Programmet för medieteknik  
Kungliga Tekniska Högskolan år 2010  
Handledare på CSC var Christer Lie  
Examinator var Johan Stenberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2010/  
jonsson\\_malin\\_OCH\\_azad\\_soma\\_K10022.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2010/jonsson_malin_OCH_azad_soma_K10022.pdf)

Kungliga tekniska högskolan  
*Skolan för datavetenskap och kommunikation*

**KTH** CSC  
100 44 Stockholm

URL: [www.kth.se/csc](http://www.kth.se/csc)

# Certifierad Grafisk Produktion och standardisering i den grafiska industrin

## Sammanfattning

Inom den grafiska industrin finns en mängd olika standarder, både på nationell och internationell nivå, vars syfte är att garantera en jämn och hög kvalitet på trycksaker. Genom att certifiera sin produktion enligt en viss standard visar ett företag att man uppfyller de fastställda kraven, samtidigt som man får anledning att gå igenom sina interna rutiner.

Hösten 2008 introducerade Sveriges Grafiska Medieförening (SGM) ett certifieringsförfarande anpassat för den svenska marknaden, kallat Certifierad Grafisk Produktion (CGP). Syftet med detta arbete är att undersöka attityder till CGP och standardisering bland grafiska företag i Sverige, med utgångspunkt i följande frågeställningar:

- Finns det en allmän kännedom om CGP i den grafiska branschen?
- Hur stort är intresset hos företag för att certifiera sig enligt CGP?
- Vilka för- och nackdelar ser företagen med CGP, och med standardisering i allmänhet?

Metoden för undersökningen består av två delar. Dels har vi intervjuat personer som på olika sätt har en koppling till CGP; dels har vi genomfört en enkätundersökning bland medlemsföretag i SGM. Undersökningen visar på att det finns en relativt hög kännedom om CGP i den grafiska branschen. En stor andel av företagen uttryckte en positiv inställning till CGP, dock råder en viss tvekan kring huruvida en certifiering ger fördelar på marknaden.

# Certified Graphic Production and standardization in the printing industry

## Abstract

In the printing industry, a number of national and international standards are used, in order to guarantee a predictable and high quality of print. By certifying their production according to a certain standard, companies show that they meet the requirements specified by the standard.

In the autumn of 2008, SGM introduced a certifying-procedure adapted for the Swedish market, called Certified Graphic Production (CGP). The purpose of this project has been to examine the attitude towards CGP and standardization among printing companies in Sweden. The following questions have been examined:

- Is there a general knowledge about CGP in the Swedish printing industry?
- How interested are the companies in certifying their production according to CGP?
- What are, according to the companies, the advantages and disadvantages of CGP, and of standardization as a whole?

The approach consists of two parts. Firstly, we have interviewed people who are involved in CGP in some way. Secondly, a survey has been conducted amongst member companies of SGM. The investigation indicated that there is a relatively great knowledge of CGP within the printing industry. A large proportion of the companies expressed positive attitudes towards CGP, yet there are doubts as to whether a certification gives advantages on the market.



# Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Problem .....	1
1.3 Syfte och frågeställningar.....	1
1.4 Målgrupp .....	1
1.5 Avgränsningar .....	1
2 Standardisering i den grafiska industrin.....	2
2.1 Definitioner .....	2
2.2 Historik .....	2
2.3 Standarders roll i den grafiska industrin .....	3
2.4 Tidigare studier .....	3
2.5 ISO-standarder .....	4
2.5.1 ISO i Sverige .....	4
2.5.2 Relevanta standarder .....	4
2.6 Branschstandarder .....	5
2.6.1 Process Standard Offset (PSO) .....	5
2.6.2 GraCoL7.....	5
2.6.3 Certifierad Grafisk Produktion (CGP) .....	5
3 Metod .....	8
3.1 Intervjuer .....	8
3.1.1 Syfte .....	8
3.1.2 Målgrupp .....	8
3.1.3 Tillvägagångssätt.....	8
3.1.4 Styrkor och svagheter.....	8
3.2 Enkätundersökning .....	9
3.2.1 Målgrupp .....	9
3.2.2 Utformning .....	9
3.2.3 Tillvägagångssätt.....	9
3.2.4 Styrkor och svagheter.....	10
4 Resultat .....	11
4.1 Intervjuer .....	11
4.1.1 Paul Lindström .....	11
4.1.2 Intellecta Infolog .....	12
4.1.3 Edita Västra Aros .....	14
4.2 Enkät.....	15
4.2.1 Svansfrekvens .....	15
4.2.2 Företagsinformation .....	15
4.2.3 CGP .....	15
4.2.4 Olika aspekter av certifiering .....	16
4.2.5 Företagens certifieringar .....	19
4.2.6 Certifieringsprocessen .....	22
4.2.7 Ej certifierade företag.....	28

4.2.8 Övriga kommentarer .....	28
5 Diskussion .....	29
5.1 Tolkning av resultatet .....	29
5.2 Kännedom om CGP .....	29
5.3 Intresse för CGP .....	29
5.4 Fördelar och nackdelar .....	30
5.5 Problem och möjligheter .....	31
Litteraturlista .....	32

---

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund

Inom den grafiska industrin är det vanligt att ett flertal aktörer är inblandade i en trycksaksproduktion. Det ställer stora krav på noggrannhet och god kommunikation i alla led, för att garantera en jämn och hög kvalitet på de färdiga trycksakerna. Därför har olika typer av standarder fått allt större spridning inom tryckbranschen. Dessa kan exempelvis fastställa målvärden som ska uppnås eller specificera tillvägagångssätt för olika steg i produktionsprocessen. Företag som uppfyller kraven för en given standard kan i många fall välja att certifiera sin produktion enligt denna, exempelvis genom ett forskningsinstitut eller ett oberoende certifieringsföretag.

## 1.2 Problem

I Sverige har standardisering och certifiering inom tryckbranschen hittills inte fått någon stor genomslagskraft. Sedan hösten 2008 finns dock ett certifieringsförfarande anpassat för den svenska marknaden, kallat Certifierad Grafisk Produktion (CGP). CGP har utvecklats av Sveriges Grafiska Medieförening (SGM), som är en branschförening inom branschorganisationen Grafiska Företagens Förbund (GFF). Hittills har sju företag genomgått en certifiering enligt CGP (maj 2010).

## 1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med det här projektet har varit att undersöka attityder till CGP och standardisering inom den grafiska industrin i Sverige. Undersökningen har utgått från följande frågeställningar:

- Finns det en allmän kännedom om CGP i den grafiska branschen?
- Hur stort är intresset hos företag för att certifiera sig enligt CGP?
- Vilka för- och nackdelar ser företagen med CGP, och med standardisering i allmänhet?

## 1.4 Målgrupp

Den primära målgruppen för undersökningen är de företag CGP har utvecklats för, det vill säga aktörer inom offsettryck (arkoffset och kvalitetsrulloffset/heatset, ej dagstidningstryck), digitaltryck, och prepress. Bland dessa utgör arkoffsettryckerier den dominerande gruppen. Vi har valt att undersöka dels företag som redan är certifierade enligt CGP, dels företag som hittills inte har valt att certifiera sin produktion.

Den sekundära målgruppen för undersökningen är aktörer inom den grafiska industrin vars verksamhet inte omfattas av CGP. I första hand utgörs denna grupp av tryckerier som använder sig av andra trycktekniker än de ovan listade.

## 1.5 Avgränsningar

Undersökningen fokuserar på producenter inom den grafiska industrin, och omfattar således inte trycksaksköpare. Vidare inriktar vi oss på standarder för offsettryckning (se 1.4 ovan), vars syfte är att kvalitetssäkra tryckproduktionen. Andra typer av standarder, exempelvis miljö- och säkerhetsstandarder, kommer således inte att behandlas här.

---

# 2 Standardisering i den grafiska industrin

## 2.1 Definitioner

För definition av begreppet *standard* lutar vi oss i denna uppsats på den förklaring som ges i informationskompendiet *CGP, Certifierad Grafisk Produktion - Teknisk referens*:

”En standard är ett dokument, som beskriver väsentliga delar av en produkt eller en arbetsprocess. Standarden innehåller relevanta specifikationer, exempel på tillvägagångssätt och definierad terminologi.” (Grafiska Företagens Förbund - Sveriges Grafiska Medieförening 2008)

I kompendiet definieras också skillnaden mellan *ackrediterade standarder* (exempelvis ISO-standarder, se nedan), som ”utvecklas genom konsensusprocesser i internationella eller nationella standardiseringsorgan” och så kallade *branschstandarder*, som beskrivs som en ”formaliserad och detaljerad beskrivning av de aktiviteter som ska till för att uppfylla en standard”. CGP är ett exempel på en branschstandard. Syftet med standardisering är att skapa effektiva och kvalitetssäkrade produktionsprocesser, samt förutsättningar för smidigt samarbete företag emellan. (ibid., s. 4)

Med begreppet *certifiering* menar vi i denna uppsats en bekräftelse på att ett företag anpassat sin produktion efter en given standard, utfärdad av exempelvis ett forskningsinstitut eller ett oberoende certifieringsföretag.

Begreppen *kvalitetsstandard* används i denna rapport som ett samlingsnamn för alla standarder vars syfte är att upprätthålla en god tryckkvalitet, och inbegriper således både branschstandarder och ackrediterade standarder. Benämning används främst för att skilja de standarder som rapporten fokuserar på från exempelvis miljöstandarder, som har ett annat syfte. Även begreppet *kvalitetscertifiering* kommer att användas på liknande sätt.

## 2.2 Historik

Innan 1980-talets början fanns inga ackrediterade standarder som var utvecklade specifikt för den grafiska industrin. De standarder som ändå användes av tryckerier lånades in från andra områden, såsom fotografin och pappersindustrin. Behovet av mer specialiserade standardiseringsorgan uppstod i samband med digitaliseringen. När tryckinformation skulle överföras digitalt mellan olika aktörer, såsom beställare och tryckerier, krävdes gemensamma filformat som kunde tolkas av båda parter. År 1989 bildades därför ISO TC130, en ny kommitté inom ISO (International Organization for Standardization, se 2.4) med inriktning mot grafisk teknik. (David Q. McDowell, 2006)

Samtidigt pågick en förändring av förutsättningarna för samarbete inom den grafiska industrin, en utveckling som också var starkt kopplad till digitaliseringen. Tidigare hade starka band mellan olika aktörer i en trycksaksproduktion, såsom innehållsproducenter, prepressföretag och tryckerier, varit en förutsättning för att tryckinformationen skulle kunna tolkas korrekt. Detta band försvagades gradvis, och det blev allt vanligare att trycksaksköpare valde att anlita olika tryckerier för varje produkt, eller att samma produkt trycktes parallellt på flera olika tryckerier. Marknadsutvecklingen ställde ytterligare krav på korrekt informationsöverföring och förutsägbara slutresultat, vilket påskyndade standardiseringsarbetet. (ibid.)

År 1993 bildades International Color Consortium (ICC), ett samarbete mellan olika industriföretag, vars syfte var att skapa ett gemensamt, plattformsoberoende färghanteringssystem för tryck. Arbetet resulterade i de ICC-profiler som idag används för att karaktärisera färginformation som skickas mellan olika enheter. Dessa ingår som en del av flertalet utbredda standarder inom den grafiska industrin, bland annat finns en ISO-standard som specificerar arbete med ICC-profiler. (International Color Consortium 2010)



---

European Color Initiative grundades 1996 och är en sammanslutning av olika aktörer inom den grafiska industrin, både forskningsinstitut och företag. Organisationens syfte är att främja överföring av plattformoberoende färginformation, samt införandet av en effektiv färghantering med ICC-profiler. (ECI, 2010)

Förutom användandet av ICC-profiler har även bruket av PDF-filer för dokumentöverföring blivit allt mer utbrett i den digitaliserade tryckprocessen. Ghent PDF Workgroup (GWG) bildades 2002 av representanter från olika länder i Europa. De ansåg att ett mer koordinerat arbetssätt krävdes, för att ta fram gemensamma riktlinjer för hur PDF-filer skulle skapas och användas. Resultatet blev en internationell organisation med medlemmar från olika delar av den grafiska branschen, däribland flera organisationer som själva arbetar med standardisering på olika sätt (bland annat BVDM och IDEAlliance som nämns i 2.4). (Ghent PDF Workgroup, 2010)

## 2.3 Standarders roll i den grafiska industrin

Idag har standarder en stark ställning i den grafiska industrin. I *Handbook of Print Media*, ett uttömmande referensverk för grafisk produktion, fastställs följande:

“It has been the doctrine for many years that, for input and output processes containing a large number of variable process parameters, certain parameters should be agreed upon in order to standardize the process.” (Kipphan et al., 2001)

Enligt The Association for Suppliers of Printing i USA, eller NPES som organisationen vanligen kallas, finns stora fördelar med standardisering: "Standards for the printing, publishing, and converting industry will enable processes to run faster, more predictably, more efficiently, and be more cost effective" (2005). Standardisering medför även fördelar på den internationella marknaden, enligt NPES:

“As we move toward a global economy, standardization issues continue to grow more complex. They are critical to the survival and prosperity of companies marketing internationally. As more international trade agreements are implemented, domestic manufacturers will face growing competition from international concerns. Standardization provides a way to help shrink barriers to trade”.

David Q. McDowell arbetar bland annat som standardiseringskonsult inom den grafiska industrin och har skrivit mycket om standarder. Han anser att attityden till standardisering genomgått stora förändringar sedan han började intressera sig för området:

“When I gave my first standards talk (TAGA 1982) the prevailing attitude was that standards were the lowest common denominator – and no one printed that way. Today, standards are either 1 or 2 in the priority of almost all associations and groups in the printing and publishing industry. Standards have shown that they enable more cost effective and efficient workflow within the industry.” (2006, s.6)

Som vi har sett finns ett stort antal olika organisationer som arbetar med att definiera standardiserade arbetssätt för den grafiska industrin. Några har redan nämnts och fler kommer att nämnas i detta kapitel. Den stora mångfalden är dock inte nödvändigtvis av ondo, enligt David Q. McDowell. De olika aktörerna har olika inriktning, finns i olika länder och har expertis inom olika områden, men samarbetar på olika sätt och förespråkar i många fall varandras standarder och specifikationer. David Q. McDowell skriver:

“We have, and are continuing to, learn to work with those who have more expertise in some areas than we do and through joint activities make sure that their standards can be used to advance our needs.” (ibid, s. 6)

## 2.4 Tidigare studier

Eftersom CGP är en relativt ny företeelse har få studier gjorts på ämnet. År 2009 gjorde dock Sofie Räms och Ida Granholm en fallstudie om införandet av CGP på ett företag, där de sammanställde förslag på åtgärder som bör genomföras för att uppnå certifieringskraven.

Det tyska standardiseringsinstitutet, DIN, genomförde 2008 en studie om de positiva effekterna av standardisering. En enkät skickades ut till 4000 slumpvis utvalda företag i Tyskland, Österrike och Schweiz, som tillhörde olika industrisektorer. Undersökningen gäller således inte enbart standardisering i den grafiska industrin, utan har ett mer omfattande perspektiv. Delar av den slutgiltiga rapporten, med titeln *The Economic Benefits of*

---

*Standardization*, återges i *Standards Bluebook* från NPES. En slutsats som läggs fram i rapporten är följande:

“...it is significant that standards make a greater contribution to economic growth than patents or licenses, that export-oriented sectors of industry make use of standards as a strategy in opening up new markets, and that standards help technological change.”

## 2.5 ISO-standarder

International Organization for Standards, ISO, grundades 1946 och är ett nätverk av nationella standardinstitut. ISO har utvecklat över 18 000 standarder som används inom olika delar av industrin. Organisationen huvudsekretariat är stationerat i Genève, Schweiz, men nationella utskott finns i 161 länder. (International Organization for Standardization, 2010).

### 2.5.1 ISO i Sverige

Bland ISOs nationella utskott finns Swedish Standards Institute (SIS) som deltog i bildandet av ISO och även deltar mycket aktivt i European Committee for Standardization (CEN). SIS bildades 1922 under namnet Svenska Industrins Standardiseringskommission och har aldrig bedrivits av myndigheterna eller under myndighetsövervakning. År 2001 fusionerades sju organisationer med SIS, bland annat Standardiseringsgruppen (STG). I och med detta blev svenska standardiseringsarbetet bättre på att tillvarata kunskap, och kunde på ett mer effektivt sätt tillfredställa kundernas intressen (Swedish Standards Institute, 2010).

Inom den grafiska branschen i Sverige finns ett flertal organisationer som förespråkar anpassning till ISO-standarder. Branschorganisationen Grafiska Företagens Förbund (GFF), som tillsammans med SGM ligger bakom Certifierad Grafisk Produktion, är en av dessa. (Grafiska Företagens Förbund, 2010). En annan är Tidnings Utgivarna (TU), en branschorganisation för dagstidningar nyhetsbyråer och tidningstryckerier i Sverige. De har gett ut *Handbok i Tidningsproduktion* (2006), som anger riktlinjer för tidningstryck, vilka grundar sig på ISO 12647-3 (Tidnings Utgivarna, 2010).

### 2.5.2 Relevanta ISO-standarder

Nedan följer exempel på ISO-standarder som är relevanta för den grafiska industrin, och i synnerhet för de trycktekniker som CGP inriktar sig på.

#### ISO 12647

Tryckstandarden ISO 12647 utgör en stor del av branschstandarderna CGP, PSO och GRACoL7 (se 2.5). Standarden skapades för att undvika inflation av ICC-profiler för fyrfärgsseparation av RGB-bilder, softproofing och digitalt förprovtryck. På så sätt kan man undvika att få resultat som skiljer sig åt beroende på var man behandlat bilden. Standarden har fördefinierat hur CMYK-separation av RGB-bilder fungerar för fyra olika papperstyper. Dessa är (Homann 2009):

1. Glatt bestruket papper
2. Matt bestruket papper
3. LWC-papper (*Light Weight Coated*, bestruket papper för tryck med höga krav på färgintryck).
4. Obestruket papper
5. Obestruket gulaktigt papper

ISO 12647 består av flera olika delar. Enligt Jan Peter Homann (2009) är de viktigaste delarna de som beskrivs nedan.

**ISO 12647-1:2004** är en övergripande introduktion till hela ISO 12647-serien. Standarden definierar parametrar och mätmetoder för olika delar av den grafiska produktionsprocessen. Tryckerier som vill arbeta mot fördefinierade målvärden kan använda de värden som standarden specificerar. (International Organization for Standardization, 2010)

---

**ISO 12647-2:2006** behandlar processtyrning för offsettryckning (arkoffset och kvalitetstulloffset/heatset). Standarden definierar parametrar och målvärden som tillämpas vid förberedning av fyrfärgsseparation, förprovtryck och upplagetryck. Parametrar och målvärden är valda med hela produktionsprocessen i åtanke, alltifrån prepress till efterbehandling. (ibid.)

**ISO 12647-3:2005** liknar ISO 12647-2 till funktion och innehåll, men de processparametrar som standarden specificerar är anpassade för tidningstryck.

**ISO 12647-7:2007** specificerar krav för de system som används för att producera ett förprovtryck. Förprovtryck simulerar hur ett färdigt tryck kommer att se ut på annan utrustning än den som kommer att användas vid tryckningen. Detta görs med hjälp av en uppsättning karaktäriserad digital data. ISO 12647-7 ger även rekommendationer på lämpliga metoder för att testa förprovtryckssystemen. (ibid.)

### **ISO 9001**

ISO 9001:2008 specificerar krav för kvalitetsledning. För att certifieras enligt standarden ska en organisation för det första visa sin förmåga att konsekvent erbjuda produkter som tillfredsställer kundens behov och följer de statliga lagarna. För det andra ska organisationen ha som mål att höja kundens belåtenhet, genom ett effektivt resursutnyttjande. Standardens behörighetskrav är i hög grad generella, och syftet är att den ska kunna tillämpas av alla olika typer av organisationer oavsett storlek eller bransch. Standarden är med andra ord även tillämpbar utanför den grafiska industrin. Det finns även möjligheter för undantag av vissa behörighetskrav, om de inte går att uppfylla på grund av organisationens verksamhet. (ibid.)

## **2.6 Branschstandarder**

Syftet med branschstandarder är att underlätta det praktiska införandet av exempelvis en ISO-standard på ett tryckeri. Förenklat kan man säga att ISO definierar målet, medan branschstandarderna tillhandahåller en metod för att uppnå det (European Color Initiative, 2009). Här följer en kort beskrivning av branschstandarder för offsettryck som har stor spridning inom den grafiska industrin.

### **2.6.1 Process Standard Offset (PSO)**

Branschstandarderna Process Standard Offset-print följer strikt de specifikationer som ges i den internationella tryckstandarden ISO 12647-2, samt kompletterar med några ytterligare regler. PSO har tagits fram av forskningsinstitutet FOGRA i Tyskland, på uppdrag av den tyska branschorganisationen BVDM. Idag samarbetar två forskningsinstitut kring PSO: FOGRA i Tyskland och UGRA i Schweiz. Båda instituten har auktoritet att certifiera tryckerier, samt arbetar aktivt med att utveckla och förbättra PSO. Standarden används på flera håll i Europa, men det är huvudsakligen tyska och engelska tryckerier som valt att certifiera sig enligt PSO.

### **2.6.2 GraCol7**

Även i USA pågår ett aktivt standardiseringsarbete inom den grafiska industrin. En viktig organisation i sammanhanget är IDEAlliance (International Digital Enterprise Alliance), som koordinerar standardiseringsarbetet inom olika delar av den grafiska industrin. GRACol (General Requirements and Applications for Commercial Offset Lithography) är en arbetsgrupp inom IDEAlliance, vars huvuduppgift är att ta fram riktlinjer och rekommendationer för arkoffsettryckning. Den aktuella versionen av GRACols publikationer är GraCol7, som kom ut i april 2006. GRACol7 bygger, liksom PSO, på ISO 12647-2. Tolkningen av den internationella standarden skiljer sig dock till viss del åt mellan PSO och GRACol7. (IDEAlliance, 2010)

### **2.6.3 Certifierad Grafisk Produktion (CGP)**

CGP är tänkt att vara en svensk motsvarighet till PSO. Liksom den tyska motsvarigheten är CGP egentligen inte en standard i sig, utan en samling ISO-standarder och en modell för att certifiera sig enligt dessa. I denna rapport kommer vi dock att använda oss av benämningarna

---

*branschstandard, kvalitetsstandard* eller kort *standard* för att beteckna CGP, enligt de definitioner som presenterats i 2.1.

Certifierad Grafisk Produktion anger riktlinjer för arbete inom två huvudområden: prepress och tryck. De trycktekniker som CGP inriktar sig på är, som tidigare nämnt, arkoffset-, heatset/kvalitetsrulloffset- och digitaltryck. Initiativet till CGP togs av Sveriges Grafiska Medieförening (SGM), som tillsatte en projektgrupp bestående av kunniga personer inom den grafiska branschen för att ta fram certifieringsförfarande- och material. Informationsmaterialet om CGP består av två kompendier, dels *CGP Certifierad Grafisk Produktion- Översikt*, som är en sammanfattning av hur certifiering enligt CGP går till och vilka krav som ställs på företagen, dels det ovan nämnda *CGP Certifierad Grafisk Produktion - Teknisk referens*, som är en mer omfattande beskrivning av kvalitetsmålen. Man har även översatt alla ISO-standarder som ingår i CGP till svenska. (Grafiska Företagens Förbund - Sveriges Grafiska Medieförening, 2008)

Enligt informationsmaterialet om CGP har standarden två huvudsyften: Att sammanställa gemensamma tekniska anvisningar för tryckerier och trycksaksköpare, samt att effektivisera det interna arbetet på grafiska företag. SGM:s målsättning med CGP är att hjälpa svenska tryckerier att stärka sin konkurrenskraft, både nationellt och internationellt, och att långsiktigt garantera sina kunder hög och jämn tryckkvalitet. (ibid.)

CGP bygger främst på tryckstandarden ISO 12647 (i synnerhet ISO 12647-2), och företag som CGP-certifierar sin produktion får ett certifikat på att de uppfyller kraven för ISO 12647-2. På den punkten liknar CGP den tyska motsvarigheten PSO samt GRACo17 i USA. En viktig skillnad är dock att upplägget för CGP även bygger på centrala tankegångar ur ISO 9001, som är en standard för kvalitetsledning. Både ISO 12647 och ISO 9001 hänvisar till flera ytterligare ISO-standarder, som således också är en del av CGP-paketet. Dessa är:

- ISO 12647-1, Parametrar och mätmetoder
- ISO 12647-2, Processtyrning vid framställning av färgseparationer, provtryck och upplagetryck
- ISO 12647-7, Provtrycksprocessen från digitaldata
- ISO 9000, Ledningssystem för kvalitet
- ISO 15930, Prepressarbete och digital informationsöverföring med PDF
- ISO 12646, Bildskärmar för förprovtryck
- ISO 3664, Betraktningförhållanden för granskning av bilder och trycksaker
- ISO 13655, Spektralmätning och kolorimetrisk beräkning för bilder

Utöver de två informationskompendierna bör de ISO-standarder som listas ovan finnas tillgängliga på de CGP-certifierade företagen. (ibid.)

En central utgångspunkt för CGP är att kunskapen om hur man garanterar en jämn och hög kvalitet ska finnas internt på företagen. Till skillnad från exempelvis PSO kräver certifiering enligt CGP inte att företagen skickar in tryckprover till ett kontrollinstitut. Istället ligger fokus på att företagen ska ha interna kunskaper om hur och varför man mäter och utvärderar kvaliteten. Tanken är att företagen ska kunna garantera ett gott resultat över tid, inte bara vid en enskild tryckning. (ibid.)

För att ett företag ska kunna bli CGP-certifierat måste det kontrolleras av en godkänd revisor från oberoende revisionsföretag Revisionen sker alltid på plats på företaget, och beräknas till två mandagar. Revisorn poängsätter företaget efter hur väl det uppfyller de sju delmoment, som alla ger en viss maxpoäng. Dessa är:

- Betraktningssljus och omgivningsljus (5p)
- Digitalt material (mottagning, kontroll och beredning) (15p)
- Bildskärmar och färgbetraktning (5p)
- Pappersbaserade förprovtryck (10p)
- Tryckformsframställning (10p)
- Tryckprocess (40p)
- Kvalitetsuppföljning (15p)

Det går också att certifiera sig endast för relevanta moment, för företag som saknar något eller några av dessa processteg (detta gäller exempelvis prepressföretag, som inte har någon egen tryckning). I dessa fall fördelas de sammanlagt 100 poängen fördelas på relevanta

---

delmoment. (ibid.)

Totalt måste ett företag komma upp i 80 poäng för att bli godkänt, varav minst 12 poäng inom avsnittet Kvalitetsuppföljning och minst 32 poäng inom Tryckprocessen. Företag som uppnått 60-79 poäng kan bli godkända efter att ha skickat in ett korrigeringsunderlag, där man beskriver vilka förbättringar som gjorts sedan revisionen. Vid mindre än 60 poäng krävs en omcertifiering på plats. En godkänd certifiering är giltig i två år, och under denna tid ska två mindre revisioner planeras in, för att säkerställa att rutinerna följs fortlöpande. Innan certifikatet har gått ut ska en förnyelserevision på en mandag genomföras, varpå certifikatet vid godkänd revision kan förlängas i ytterligare två år. (ibid.)

---

## 3 Metod

Metoden för undersökningen består av två delar. Dels har vi intervjuat personer som på olika sätt har en koppling till CGP, dels har vi genomfört en enkätundersökning bland medlemsföretag i Grafiska Företagens Förbund (GFF). Ingående beskrivningar av de två delmomenten följer nedan.

### 3.1 Intervjuer

Inför enkätundersökningen utfördes intervjuer med ett mindre antal företag som har någon typ av koppling till den grafiska branschen.

#### 3.1.1 Syfte

Intervjuerna hade två huvudsyften. För det första ville vi fördjupa våra kunskaper om CGP och standardisering, samt få en förståelse för hur man arbetar med dessa verktyg i den grafiska branschen idag. För det andra ville vi fånga upp några av de olika uppfattningar om CGP och standarder som finns i branschen. Dessa kunskaper skulle sedan användas i utformningen av de enkäter som utgör undersökningens andra del, så att den på ett så bra sätt som möjligt skulle kunna fånga upp branschens attityder.

#### 3.1.2 Målgrupp

För att få en så bra uppfattning som möjligt om olika sätt att se på CGP och standardisering eftersträvades en varierande deltagarskara som skulle kunna bidra med en mångfald av olika synpunkter. Intentionen var att dels prata med företag som var certifierade enligt CGP, dels med företag som hade andra arbetssätt. Det visade sig dock svårt att få företag utan förförståelse för CGP att ställa upp för intervju, trots upprepade kontaktförsök. Detta i kombination med de relativt snäva tidsramar som satts upp för undersökningen ledde till att endast företag som hade en CGP certifiering intervjuades.

För att öka våra kunskaper om CGP intervjuades även en av de personer som varit med vid utformningen av standarden.

#### 3.1.3 Tillvägagångssätt

De personer som intervjuades valdes dels ut med hjälp av rekommendationer, dels grundat på deras verksamhet och koppling till CGP. Intervjuförfrågan skickades per e-post, sedan bestämdes en tid och plats för intervju med de personer som svarade positivt på förfrågan. Detta resulterade i en intervju med två personer från Intellecta Infolog i Solna: miljö- och kvalitetschef, samt teknikansvarig för prepress. Därefter gjordes separata intervjuer med två personer från Edita Västra Aros i Västerås: projektledare inom miljö och kvalitet, samt teknik- och utvecklingsansvarig. Slutligen genomfördes även en intervju med Paul Lindström, som bland annat är teknisk redaktör inom den grafiska branschen och universitetsadjunkt på Malmö högskola.

Intervjuerna skedde antingen i Stockholm (Intellecta Infolog), via telefon (Edita Västra Aros) eller med hjälp av internet (Paul Lindström). Dokumentationen gjordes framförallt med hjälp av inspelningar, men anteckningar togs också under intervjuernas gång.

Upplägget var semistrukturerade intervjuer. Förberedda frågor fanns, men dessa frångicks i många fall, och de intervjuade uppmuntrades att uttrycka sig fritt inom ämnet. Frågorna anpassades också efter vem som intervjuades och dennes förhållande till CGP.

#### 3.1.4 Styrkor och svagheter

Fördelen med intervjuer som metod är att de möjliggör insamling av djupgående kvalitativa data. Det faktum att de intervjuade kan besvara frågorna muntligt kan i många fall leda till mer

---

uttömmande svar. I och med direktkontakten mellan intervjuaren och den intervjuade skapas också ett naturligt samspel, som förenklar uppkomsten av diskussioner. Om frågor eller svar är oklara kan de klargöras direkt. Dessutom går det att utveckla och styra intervjun och diskussionen efter de frågor som är intressanta eller allteftersom det uppkommer nya aspekter som tidigare inte beaktats.

När det gäller dokumentationen av intervjuerna fanns problem med att hitta pålitliga verktyg som kunde garantera en bra inspelning. I viss mån kan bristande dokumentation på grund av inspelningsproblem avhjälpas med hjälp av anteckningar. Den typen av dokumentation kan dock inte uppnå samma exakthet och omfattning som en ljudinspelning.

## 3.2 Enkätundersökning

Tyngdpunkten i vår studie består i en enkätundersökning som gjorts bland företag inom den grafiska industrin. Branschorganisationen Grafiska Företagens Förbund (GFF) gav oss tillgång till e-post-adresser till 385 företag. Dessa utgör Sveriges Grafiska Medieförening (SGM), som är en delgruppering inom GFF.

### 3.2.1 Målgrupp

Enkäten riktade sig främst till tryckerier och prepressföretag i Sverige, vilka utgör huvuddelen av SGM:s medlemmar. Det var således inte enbart företag som ingår i målgruppen för CGP (digital- och arkooffsettryckerier samt prepressföretag) som fick ta del av utskicket, utan även exempelvis tidningstryckerier. Anledningen till detta var att vi ville undersöka standardisering i Sverige ur ett bredare perspektiv, dock med en tyngdpunkt på CGP.

På den adresslista som GFF lät oss ta del av fanns även ett par företag som varken var tryckerier eller prepressföretag, exempelvis tidningar och etikettföretag. Av den anledningen utformades enkäten på ett sådant sätt att även andra företag än de som är direkt berörda av tryckstandarder skulle ges möjlighet att delta. Vi bedömde att det var av intresse för undersökningen att ta reda på huruvida dessa företag kände till CGP, samt om de hade någon generell uppfattning om dess värde, men använde nyckelfrågor för att snabbare låta dem komma till avslutningen av enkäten än företag med tydligare koppling till enkätens innehåll.

Enkäten riktades till personer på ledande positioner och god insikt i företagets verksamhet. De e-post-adresser som enkäten ursprungligen skickades till gick till VD på företagen, men i vissa fall valde denne att vidarebefordra enkäten till annan anställd på företaget, med större insikt i de frågor som behandlades.

### 3.2.2 Utformning

Enkäten utformades med utgångspunkt i frågeställningar och aspekter som kommit upp under de inledande intervjuerna. För att skapa enkäten använde vi Googles verktyg för enkäter, som finns inbyggt i programmet *Google Dokument*. De inledande frågorna var riktade till samtliga företag, men sedan fick respondenterna svara på olika frågor, beroende på om de ingick i målgruppen för CGP eller ej, samt huruvida de var certifierade enligt CGP eller annan standard. Uppdelningen i olika svarskategorier gjordes med hjälp av ett antal nyckelfrågor. Frågorna var dels av flervalsskaraktär, där respondenten fick välja mellan färdigformulerade svarsalternativ, eller i vissa fall lägga till ett eget alternativ; dels bestod de av fria textfält, där företagen kunde ge mer självständiga svar. Syftet med denna utformning var att få ut både kvantitativa resultat, i form av statistik, och kvalitativa resultat, i form av personliga kommentarer från respondenterna. En utskrift av hela enkäten finns i appendix till denna rapport.

### 3.2.3 Tillvägagångssätt

En första version av enkäten granskades av en referensgrupp bestående av handledaren för detta arbete, teknik- och marknadsbevakaren på Grafiska Företagens Förbund (GFF) samt den ansvarige för CGP-projektet inom GFF. Dessa bidrog med värdefulla synpunkter på enkätens utformning och formuleringen av specifika frågor. Vi genomförde även ett pilottest med tre olika företag, som fick svara på enkäten innan det stora utskicket gjordes, för att eventuella

---

oklarheter skulle upptäckas i tid. Pilottestet ledde till ett fåtal ändringar.

Innan enkäten skickades ut informerades företagen per e-post av GFF om att så skulle ske. Enkäten skickades ut som en länk i ett e-postmeddelande, och svaren samlades som anonyma poster i ett kalkylark. Utskicket sändes till sammanlagt 382 företag, då 3 av de ursprungliga 385 företagen på listan redan deltagit i pilottestet. Företagen fick totalt 8 arbetsdagar på sig att besvara enkäten, och efter 4 dagar skickades en påminnelse ut.

### **3.2.4 Styrkor och svagheter**

En svaghet med enkäten som metod är att vi inte kan påverka vilka företag som väljer att svara, och vilka som bortser från utskicket. En trolig konsekvens av detta är att de företag som hade ett intresse för CGP och standardisering sedan tidigare är överrepresenterade i undersökningen, eftersom dessa lättare bör kunna inse undersökningens relevans. En annan uppenbar svaghet är risken för missförstånd, samt det faktum att följdfrågor omöjliggörs när man använder sig av en enkät. Trots dessa nackdelar valde vi att enkätundersökningen som metod, eftersom den möjliggjorde för oss att nå ut till ett större antal företag inom den relativt snäva tidsramen för det här arbetet.

En annan svaghet med metoden var att den lista på företag som vi fick tillgång till innehöll företag ganska skilda slag. Det beror på att SGM är en bred sammanslutning av företag inom den grafiska branschen, och medlemsföretagen består inte enbart av tryckerier. Enkäten var utformad på ett sådant sätt att även företag som inte ingår i målgruppen för CGP eller kände till standarden sedan tidigare skulle kunna svara, men trots det tror vi att en del företag upplevde att enkäten var av bristande relevans för deras verksamhet, vilket sannolikt påverkade svarsfrekvensen i negativ riktning.



---

# 4 Resultat

## 4.1 Intervjuer

### 4.1.1 Paul Lindström

Paul Lindström har en bakgrund som teknisk redaktör på branschtidningen *AGI* (Aktuell Grafisk Information). År 1998 var Paul Lindström delaktig i utformandet av medieteknikprogrammet på Malmö högskola, och sedan dess arbetar han halvtid som lärare på programmet. År 1999 gick han vidare från arbetet på *AGI* och startade förlaget *Digital Dots* med säte i England, som bland annat ger ut en internationell grafisk facktidsning vid namn *Spindrift*. Utöver detta ägnar sig Paul Lindström i viss mån åt att utföra utbildnings- och konsultuppdrag på företag och organisationer som vill ha hjälp med kvalitetssäkring och effektivisering av sina produktionsflöden. Han har dessutom innehaft rollen som revisor vid ett antal CGP-certifieringar. Intervjun med Paul Lindström genomfördes via IP-telefoni med programmet *Skype*.

Som adjunkt på Malmö högskola undervisar Paul Lindström i kvalitetsledning enligt ISO 9001 samt färgstyrning med ICC-profiler. Det fick honom att fundera över att färgstyrningen borde kunna skötas bättre på svenska tryckerier ”i och med att det finns ISO-standarder för hur tryckningen ska gå till”. Våren 2007 tog han kontakt med GFF för att diskutera frågan. Det visade sig att förbundet planerade att ta fram en ny branschstandard för den svenska tryckindustrin. Paul Lindström blev del av en projektgrupp, vars uppdrag att utarbeta ett konkret upplägg för standarden.

Paul Lindström berättar att den tyska branschstandarden PSO var en viktig förebild för arbetet med CGP. Det som främst skiljer CGP från PSO anser han vara det faktum att en CGP-certifieringen skall genomföras av ett oberoende revisionsföretag, medan PSO-certifiering sker genom forskningsinstitutet FOGRA:

”Vi har tagit steget fullt ut och sagt att det inte ska vara en grafisk forskningsverksamhet, eller ett grafiskt kommersiellt företag, som utför det här, utan det ska vara ett helt objektiva tredje parts förfarande.”

Den största fördelen med att införa CGP på ett företag är enligt Paul Lindström ”att man får en väldigt tydlig processbeskrivning.” Han berättade att under arbetet med CGP visade det sig att det finns en ISO-standard att luta sig emot i varje färgkritiskt delmoment av tryckprocessen. De täcker allt ifrån förberedning av dokument inför tryckproduktion, till vad man ska tänka på om man vill göra färgäkta utskrifter. Allt har genom arbetet med CGP samlats på en och samma plats, och dessutom översatts till svenska: ”Den här tekniska informationen som normalt sett bara finns på engelska, är nu översatt till svenska och kan läsas av en som inte är så familjär med teknisk engelska.”

Paul Lindström påpekar dock att det ofta kan vara svårt att undvika ett svårbegripligt språk när man pratar om ISO-standarder och trycktekniska detaljer. Han anser att materialet om CGP går att förbättra: ”Språket är väldigt tekniskt och tungt, trots att vi hade ambitionen att det inte skulle vara bara för ingenjörer och programmerare och tryckkonsulter.”

Införandet av CGP kan det ta ungefär 6-9 månader, enligt Paul Lindströms erfarenhet, men processen blir lättare att genomföra för företag som redan är certifierade enligt ISO 9001. Han berättar att revisionen normalt utförs i två steg. Vid ett första besök på företaget undersöker revisorn hur företagets verksamhet ser ut. Därefter hålls ett muntligt förhör, där revisorn testar de anställdas kunskaper om hur de ska arbeta efter CGP. De kan exempelvis bli ombudade att göra ett provtryck, och medan de visar ställer revisorn frågor om vad de gör och varför. Detta kan ta en förmiddag. I steg två av revisionsprocessen sker en kontroll som går till på liknande sätt, men denna gång får företaget poäng på hur väl de lever upp till kraven, vilket sedan ligger till grund för om certifieringen godkänns eller ej.

Paul Lindström anser att ett företag inte nödvändigtvis behöver vara stort för att dra nytta av en certifiering enligt CGP. Som exempel nämner han en grupp att en mindre grupp fotografer intresserat sig för att tillsammans certifiera sig enligt tillämpbara delar av standarden.

---

Paul Lindström tillfrågades vilka invändningar mot CGP han möter när han pratar med företag. En av dessa var att kunderna inte frågar efter certifieringar, utan de enbart bryr sig om priset. Paul Lindström anser dock att det finns kvalitetsmedvetna trycksaksköpare: ”Ju större organisationer som gör upphandlingar, desto större är chansen och risken att de faktiskt premierar tryckerier som är ISO-certifierade.”

Han anser att kunderna vinner på att anlita företag som är certifierade enligt CGP: ”Då kan man också förvänta sig en viss hög, jämn nivå, ifall man vänder sig till tryckerier som har blivit kontrollerade att de kan trycka enligt ISO-standard.”

Han påpekar också att CGP ger kunderna större kontroll över sin grafiska profil (om de exempelvis har specificerade färger på logotypen), eftersom de kan lita på att färgåtergivningen blir korrekt. Han anser i synnerhet att större koncerner, med produktion i flera länder kan kräva av tryckerier att de visar att de följer ISO-standarder. Många av dessa koncerner, speciellt om de är tillverkningsföretag, är själva certifierade enligt ISO 9001 och ISO 14001 (en standard för miljöledning). Därför ligger det i linje med koncernernas kvalitetssträvan att kontraktera underleverantörer som också är ISO 9001-certifierade.

En annan vanlig invändning mot CGP är företag som anser att de trycker ”bättre” än CGP och ISO. Paul Lindström menar att de flesta företag som anser dessa ofta har missförstått poängen med certifieringen. Syftet är att framförallt att uppnå en stabil produktionsprocess, för att det ska gå att förutsäga hur resultatet kommer att se ut. Dock tillägger han att ”det finns däremot en möjlighet att de faktiskt har rätt”. Om ett företag kan visa statistik på att de exempelvis har snävare toleranser än vad ISO anger, då kan det stämma att de trycker bättre, enligt Paul Lindström. Ett annat exempel är företag som trycker med *Toyo Kaleido inks*. Denna typ av färg har en ca 20% större färgrymd än standardoffsetfärgen, därför är det även i detta fall möjligt att trycka bättre än ISO. Paul Lindström anser emellertid att de allra flesta företag som säger att de kan trycka bättre än ISO inte kan förklara på vilket sätt de gör det.

#### 4.1.2 Intellecta infolog

*Intellecta Infolog* ingår i en större koncern vid namn *Intellecta*. I koncernen ingår tre tryckerier belägna i Stockholm, Falun och Göteborg, som alla är certifierade enligt CGP. *Intellecta Infolog*, som har sin produktion i Solna, certifierade hela sin grafiska produktion enligt CGP i slutet av 2009, och var därmed det första företaget med en CGP-certifiering. Företaget är sedan tidigare certifierade enligt ISO 9001(kvalitetssystem) och ISO 14001(miljöledningssystem). Vi har genomfört en intervju med två representanter för företaget: Miljö- och kvalitetschefen (MK i det följande) och teknikansvarig för prepress (TP i det följande).

Införandet av CGP på *Intellecta Infolog* tog ett drygt år. Både de intervjuade var involverade i certifieringsprocessen, men det var framförallt TP som ansvarade för det praktiska genomförandet. Utöver att anpassa produktionen på *Intellecta Infolog* gjorde TP regelbundna besök i på de andra tryckerierna i koncernen, under vilka han hjälpte personalen att gradvis anpassa sina rutiner efter den nya standarden. Särskilda *teamedare* i Falun och Göteborg fick utbildning om CGP och gavs ett större ansvar än resten av personalen. Dessa lägger mindre tid på produktionen än tidigare, för att istället ägna sig till att fundera på utveckling och ansvara för att rapportera.

På *Intellecta Infolog* arbetade man sedan tidigare enligt ISO 12647, problemet var att man inte kunde redovisa det. ”CGP ställer väldigt stora krav på att hela tiden redovisa efter vad vi jobbar. (...) Största arbetet var att samla ihop och kunna visa varje steg, och ibland göra vissa justeringar.” (TP). Införandet av CGP underlättades dock av att samma prepress-system används i alla delar av koncernen.

MK berättade att: ”Målet för oss med det här har varit att ha en förutsägbarhet på produktion, vare sig det går (trycks, vår anm.) i Solna eller i Falun eller i Göteborg.” Inom *Intellecta*-koncernen finns fyra arkoffsetpressar, varav tre är belägna i Solna. Enligt MK låg stort fokus under certifieringsprocessen på att få tryckpressarna i Solna och Falun (där den fjärde offsetmaskinen finns) att uppfylla samma målvärden.

”Det som är unikt nu till skillnad från förut är att vi kan trycka upp färgprov här och visa vår kund, och sedan trycka enligt det i Falun, och har en trygghet i att det går att bedöma det färgprovet lika väl som ett utskrivet i Falun. Vi kan förutsäga härifrån hur det kommer se ut någon annan stans och vice versa.” (MK)

---

Ett annat viktigt mål har varit att kalibrera de tre arkoffsetpressarna på *Intellecta Infolog*. Trots att pressarna är av samma modell har det krävts stort arbete för att få dem att ge samma tryckresultat.

MK berättar också att ett viktigt steg vid införandet av CGP var processkalibrering av plåtflödet. "Innan dess hade vi målvärden och en relativt linjär plåtkurva. Nästan helt rak. Framförallt var det lika oavsett vilket papper." Enligt MK ledde processkalibreringen av plåtflödet, i kombination med en förbättring av prepress-rutinerna, till förkortade intagningsstider på tryckeriet, eftersom tryckarna inte behövde göra lika stora justeringar som tidigare för att uppnå ett bra resultat.

De intervjuade anser att det negativa med många standarder inom den grafiska industrin är att de är målstyrda. Tryckerier bedöms endast utifrån ett trycktillfälle under optimala förhållanden, eftersom revisionen sker genom att ett enskilt tryck skickas in för bedömning (PSO fungerar exempelvis så). Även om tryckeriet godkänns säger det inte så mycket om hur produktionen ser ut mellan dessa optimala förhållanden, anser MK.

"Det är en av kärnpunkterna som skiljer CGP från många andra tryckstandarder. Man måste ha ett kvalitetssäkringssystem som fungerar jämt. (...) Det är inte bara en målstandard, utan CGP är mycket bredare. Hela produktionsprocessen inkluderas i CGP." (MK)

Vid certifiering enligt CGP ställs dock krav på att företaget har specificerat målvärden som de trycker efter. "Kravet är att man har ett målvärde, sedan vad det målvärdet är, är lite ospecificerat. Det är klart att det är enklast att välja någon av FOGRA-standarderna och ha som målstandard" (TP). *Intellecta Infolog* har valt att styra sin produktion mot FOGRA39, som i sin tur följer ISO 12647-2. "ISO-standarderna är ganska breda. Två tryckerier som säger att de trycker enligt ISO 12647-2 behöver inte ha liknande resultat. Standarderna är ganska trubbiga, och därför väljer man att ha tydligare målvärden".

MK anser att det är bra att det finns ett översiktskompendie om CGP. Det underlättar för exempelvis en VD eller produktionschef som vill kunna sätta sig in i standarderna snabbt, utan att fördjupa sig i tekniska detaljer. TP påpekade dock att informationsmaterialet delvis är otydligt, samt att det och innehåller stavfel och "dåliga illustrationer". Han tror dock att det främst beror på att man hade bråttom att ta fram det, och att kommande upplagor kommer att bli mycket tydligare.

Enligt MK var mottagandet av CGP hos de anställda förvånansvärt bra. Dock tog det en tid för de anställda att inse, att det som från början uppfattades som en egenövervakning av de fel man gör, faktiskt underlättar arbetet. Enligt TP var en låg den största utmaningen i att motivera de anställda till att arbeta enligt de krav CGP ställer.

"Det som jag tyckte var det största det var ju att lägga upp den pedagogiska biten. Det ställde revisorerna väldigt hårda krav på. Att man ska kunna redovisa hur man har pedagogiskt jobbat med människorna." (TP)

När vi frågade hur mycket tid man lägger på att upprätthålla standarderna på företaget svarade de att de jobbar projektrelaterat, och att de nu hade ett annat projekt på gång.

"Man måste få det att falla tillbaka på personalen själva. Hela konceptet är uppbyggt på så sätt att när man väl satt det, då utbildar man personalen i det. Det är deras uppgift att upprätthålla sin del av arbetet. För det blir inget kvalitetsarbete att sätta en person till att sköta allt. Alla måste ta ansvar för sin bit." (TP)

MK anser att kvaliteten på företagets trycksaker höjts avsevärt efter anpassningen mot CGP. Sedan certifieringen genomförde har de inga avvikelser på grund av fel i färgstyrningen i sin avvikelserapportering. MK berättade även att de har fått många positiva kommentarer från sina etablerade kontakter, som har märkt en stor skillnad på hur produkternas kvalitet.

När *Intellecta Infolog* bestämde sig för att CGP-certifiera sin produktion upplevde de ingen efterfrågan från sina kunder. Nu har de dock varit med om tre stora upphandlingar, där kravet har varit att åtminstone ha påbörjat arbetet med att CGP-certifiera företaget. De anser att det oftast är priset som är den avgörande faktorn för trycksaksköpare. "Men ju mer andra kriterier du har, typ CGP, desto mindre viktig blir prislistan." (MK) Dock är det sällan privata företag som ställer krav på certifieringen. "Den stora drivkraften när det gäller certifikat är offentliga upphandlingar." (MK)

På frågan om de tror att CGP kommer att bli mer utbrett i den grafiska branschen svarade de intervjuade:

"Det blir en viss tröghet i det, men jag tror på standarderna (...) Jag tror att alla tryckerier med självaktning, som vill se sig själva som kvalitetstryckerier, så småningom (...) kommer att inse nyttan med det." (MK)

---

”Äntligen har vi något att inrikta branschen till.” (TP)

### 4.1.3 Edita Västra Aros

*Edita Västra Aros* är ett arkoffsettryckeri med produktion i Västerås och säljavdelning i Stockholm. Företaget har 107 anställda och ingår i *Edita*-koncernen, en koncern med flera företag i Sverige och Finland. *Edita Västra Aros* var det tredje företaget att certifiera sin produktion enligt CGP, vilket skedde under våren 2009. Tryckeriet var sedan tidigare certifierat enligt ISO 9001 (kvalitetsledning) och ISO 14001 (miljöledning).

Vi har genomfört intervjuer med två representanter för *Edita Västra Aros*: dels en projektledare inom miljö och kvalitet (K i det följande), dels teknik- och utvecklingsansvarige på företaget, som var den som ledde det praktiska arbetet med anpassningen mot CGP (T i det följande). Intervjuerna genomfördes som två separata telefonsamtal.

Båda de intervjuade ansåg att certifieringsprocessen egentligen inte medfört några stora förändringar i företagets produktionsflöde, eftersom de redan innan arbetade med ICC-profiler, men då enligt en egen husstandard. I samband med CGP-anpassningen övergick de till att använda ISO-standardiserade profiler, men i övrigt arbetar de ungefär som före certifieringen. Just därför har personalen på företaget varit lite tveksamma till nyttan med CGP:

”I början så var de ju lite fundersamma, de menade på att så här gör ju vi idag. Vi har ju de här kontrollerna. (...) Så här i efterhand är man lite fundersam till varför man gjorde det egentligen när det ändå inte är några kundkrav.” (T)

Vissa förändringar har CGP-anpassningen dock medfört. K nämnde att företaget genomfört en del presskalibreringar i samband med CGP-anpassningen. Dessa ”har varit värdefulla för att få ännu mera kontroll på flödet”, ansåg K. Även T tycker att certifieringen medfört en ökad kontroll av produktionsflödet: ”Slutprodukten är inte bättre än förut (...) Men i och med att man har dokumenterade kontroller (...) har man möjlighet att se dippar i kvalitet snabbare och säkrare.” Enligt T var man redan innan övergången till CGP noga med att mäta och kontrollera kvaliteten under produktionens gång, men nu måste alla data även dokumenteras:

”Våra projektledare måste ange att (...) nu kommer ett jobb som ska tryckas enligt ISO, för då måste vi spara all dokumentation kring det jobbet (...) Vi har ju mätt allting tidigare, men då har vi inte sparat dokumentationen för att sedan kunna bevisa att det är tryckt enligt ISO, men det måste vi göra nu.”

Att trycka enligt CGP är dock ingen garanti för bästa möjliga tryckresultat, enligt de intervjuade. Båda ansåg att det kan finnas en synbar kvalitetsskillnad mellan två tryckerier som trycker enligt CGP, trots att båda håller sig inom de målvärden som anges i standarden.

”I och med att man gör det (trycker, vår anm.) enligt en norm, enligt en standard så är det väldigt lätt att gå tillbaka och säga att det här trycket är bra, för det är tryckt enligt den och den normen. (...) Det som talar emot det är ju att den här normen är ju ganska vidlyftig (...), det finns ju alltid ett utrymme för diskussion.” (T)

”Vad bra tryck är, det är ju väldigt subjektivt. Om man inte tycker att den (profil som finns inom ISO, vår anm.) är riktigt bra utan vill spetsa till den så kan man ju få ett ännu bättre tryck. Det är väl inte det riktigt som ISO är till för, men det kan ju förvirra det för kunderna.” (K)

På frågan om varför *Edita Västra Aros* valde att certifiera sin produktion svarar K:

”Vi tror på att det kommer att bli efterfrågan från kundhåll. (...) Det är ju en utveckling i branschen, så vi vill ju gärna vara med och driva på den.”

Hittills har tryckeriet dock inte upplevt någon stor efterfrågan på CGP från sina kunder. En svårighet är enligt K att få trycksaksköpare att förstå nyttan med CGP: ”Det är ju väldigt svårt att kommunicera CGP med kunder som inte är väldigt (...) kompetenta inom tryck. En normalkund blir det väldigt svårt att diskutera det här med.”

T ansåg att man behöver arbeta mer aktivt för att sprida kunskapen om CGP:

”Det vi lite grann efterlyser nu, det är väl någon form av material som marknadsför det här kommersiellt ut mot våra kunder (...) Det känns som att man har mera gjort det för internt bruk”.

På frågan om vad de tror om framtiden för CGP svarade de båda intervjuade:

”Det är ju en ganska lång startprocess ändå tror jag, för att få ut det till kunder och att få det känt. (...) Det är väl (...) större företag som trycker i olika länder som jag ser kommer ha mest nytta av det. I alla fall till en början, sedan kommer det kanske att bli bättre och starkare med tiden.” (K).

”Det beror lite på hur man lyckas marknadsföra det här, så att de företag som har lagt ner tid, energi och pengar

känner att man får nytta utav det (...) Det är ju lite grann kunderna som avgör, ju större efterfrågan det blir på det, desto större konkurrensmedel har det ju. Vi hoppas ju och tror att man ska uppleva oss som ett väldigt kvalitativt företag som kan producera enligt CGP.” (T).

## 4.2 Enkät

### 4.2.1 Svarsfrekvens

Enkäten skickades till 382 epost-adresser. Av dessa gav 13 adresser felmeddelanden som talade om att e-post-meddelandet inte kommit fram. Av de resterande 369 företag som bör ha mottagit utskicket valde 70 stycken (19%) att besvara enkäten. Tre företag svarade per e-post att de inte ansåg sig ingå i målgruppen för enkäten och därför inte ämnade svara.

I redovisningen nedan har vi valt att inkludera svaren från de företag som pilottestade enkäten. Anledningen till detta är att de förändringar som genomfördes efter pilottestet var av sådan karaktär att de inte bör ha påverkat respondenternas svar nämnvärt.

### 4.2.2 Företagsinformation

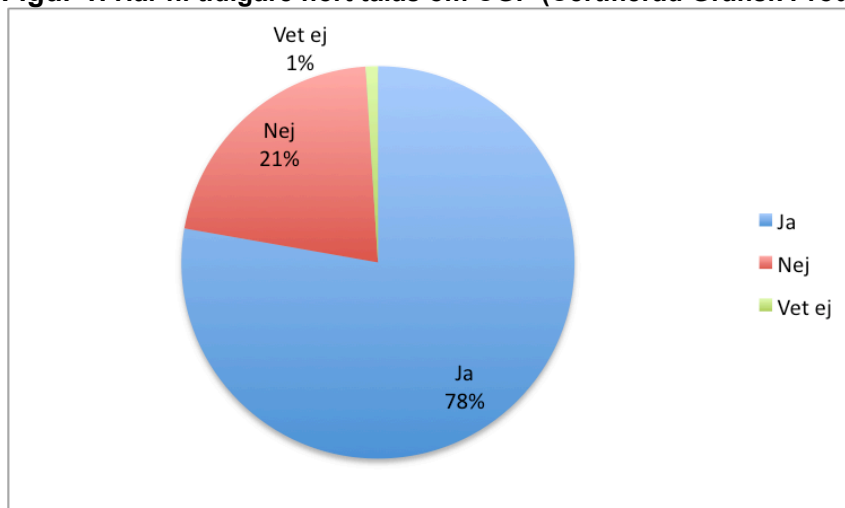
Av de personer som besvarade enkäten uppgav 77% (54 st) att de hade positionen VD på företaget. Övriga uppgav att de var ägare (2 st), platschefer (2st), projektledare (1 st) eller ansvariga inom prepress, teknik, produktion, miljö och/eller säkerhet (10 st/14%). En respondent uppgav titeln ekonomi och kundansvarig.

Av de företag som besvarade enkäten var 33% microföretag (< 10 anställda), 47% småföretag (10-49 anställda) och 18,6% medelstora företag. Endast ett företag (1,4%) hade fler än 250 anställda, vilket brukar räknas som ett stort företag. (Europeiska kommissionen 2003). 94% (62 st) av företagen var tryckerier. Av de resterande fyra företagen var tre stycken Prepressföretag, det sista var en tidning.

### 4.2.3 CGP

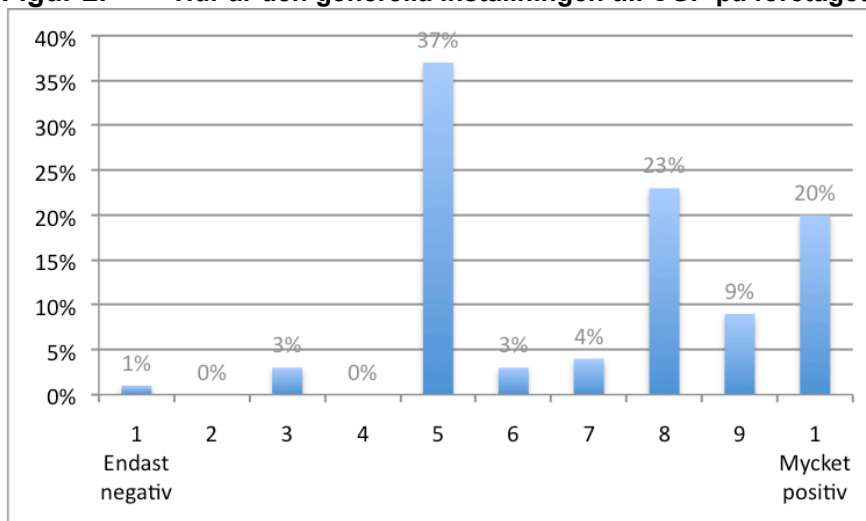
77% av företagen hade tidigare hört talas om CGP, se i Figur 1 nedan. Av dessa hade majoriteten kommit i kontakt med CGP genom Grafiska Företagens Förbund eller någon av dess undergrupperingar. Flera företag uppgav att de har deltagit i seminarier om CGP, läst om det i facktidningar eller pratat med branschfolk om standarden.

**Figur 1. Har ni tidigare hört talas om CGP (Certifierad Grafisk Produktion)?**

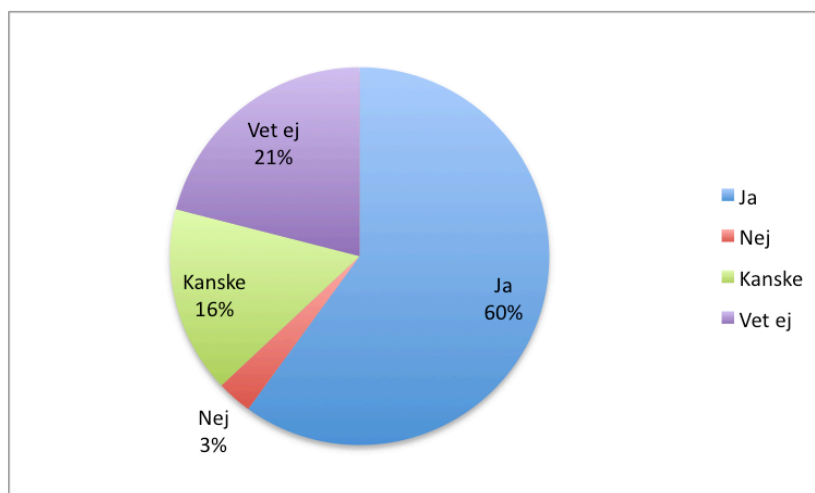


I figurerna 2 och 3 redovisas svaren på ytterligare två frågor om CGP som ställdes till samtliga respondenter. På frågan om företagets inställning till CGP (Figur 2) var medeltalet av svaren 7. Även medianen av svaren var 7.

**Figur 2. Hur är den generella inställningen till CGP på företaget?**



**Figur 3. Tror ni att CGP kommer att bli mer spritt inom den grafiska branschen framöver?**



Företagen gavs även möjlighet att kommentera sitt svar på frågan ovan. Ett företag ansåg att "Det kommer bli ett hygienkrav för alla seriösa aktörer i och med att det kommer vara ett skallkrav i allt fler upphandlingar". Ett annat företag gav följande svar:

Konkurrensen är hård i tryckeribranschen. Att lägga tid och pengar på en certifiering kommer inte i första rum - förrän den dag kunderna efterfrågar det... och det gör de inte i dag...

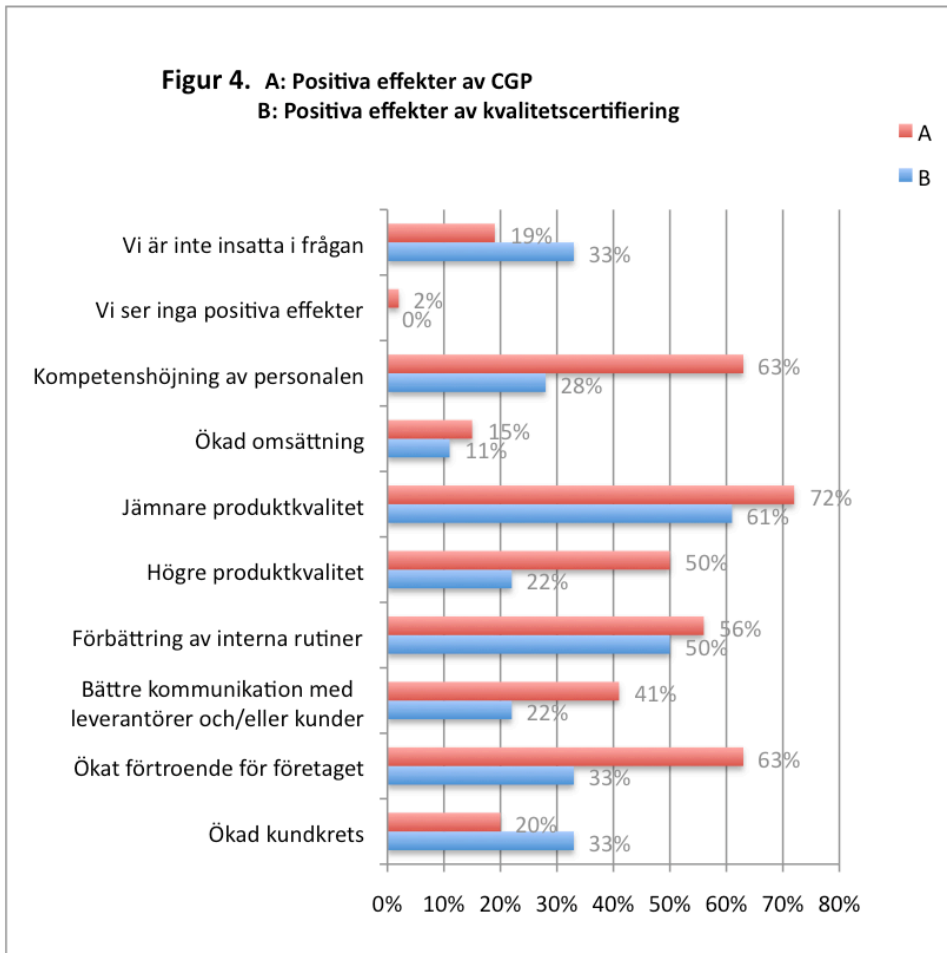
Andra företag uttryckte mer osäkerhet: "Beror på krav ifrån kunderna" var en kommentar.

Av de företag som besvarade enkäten uppgav 74% (52 st) att de ingår i målgruppen för CGP, Resterande 26% (18 st) svarade att de inte ingår i målgruppen. Av dessa hade dock 12 stycken på en tidigare fråga i enkäten svarat att arbetade med någon av de trycktekniker som ingår i målgruppen för CGP. Av de företag som endast arbetar med prepress (3 st) uppgav dock samtliga att de ingick i målgruppen för CGP.

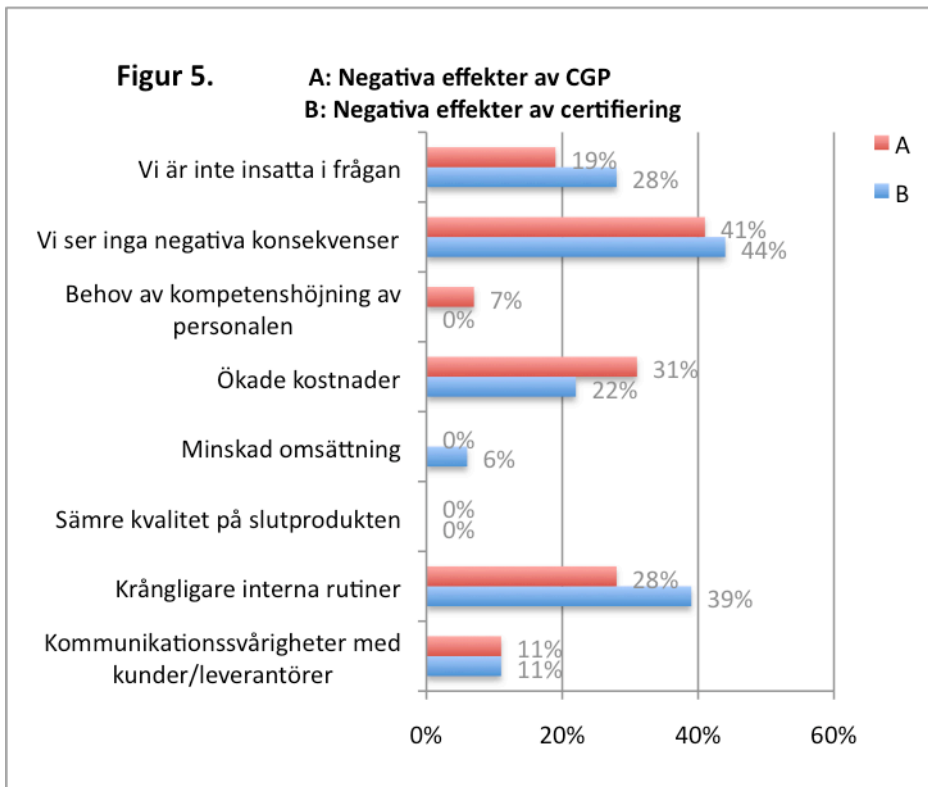
#### 4.2.4 Olika aspekter av certifiering

De företag som uppgav att de ingår i målgruppen för CGP fick svara på ytterligare frågor om hur de uppfattar standarden. Denna grupp kommer i det följande refereras till som grupp A. Övriga företag, som i det följande kallas grupp B, fick snarlika frågor, men dessa rörde standardisering i allmänhet snarare än en specifik standard. På samtliga frågor i detta avsnitt kunde företagen välja att kryssa i ett eller flera färdiga svarsalternativ. De kunde också välja att ange ett eget svar, en möjlighet som i många fall dock inte utnyttjades.

En av frågorna som ställdes till grupp A var *Vilka positiva effekter tror/anser ni att en certifiering enligt CGP kan medföra?* Motsvarande fråga för grupp B var *Vilka positiva effekter tror/anser ni att en kvalitetscertifiering kan medföra?* Företagen fick också svara på vilka negativa effekter de tror/anser att CGP (grupp A) respektive kvalitetscertifiering i allmänhet (grupp B) kan medföra. Svartsfördelningen för dessa frågor redovisas i Figur 4 och 5.



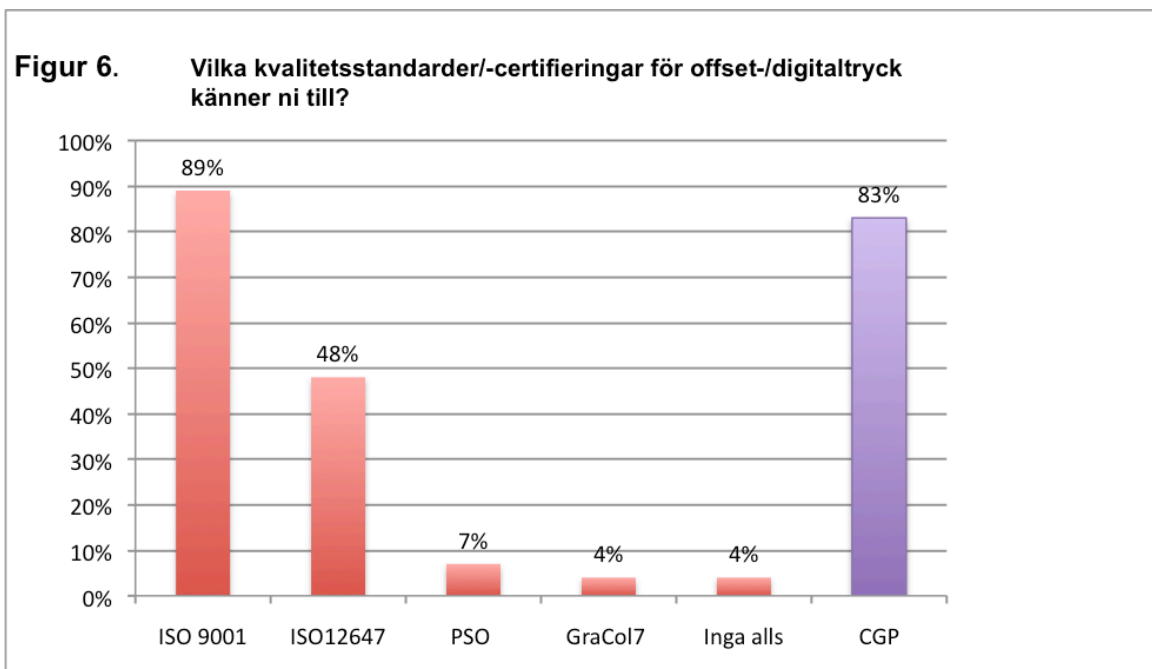
För grupp A var 100% = 54 st. För grupp B var 100% = 18 st.



För grupp A (röd) var 100% = 54 st. För grupp B var 100% = 18 st.

Ett företag i grupp B valde att formulera ett eget svar på frågan om de positiva effekterna av kvalitetscertifiering: "Vet ej då vi har ett nuvarande arbetsätt som fungerar mkt bra".

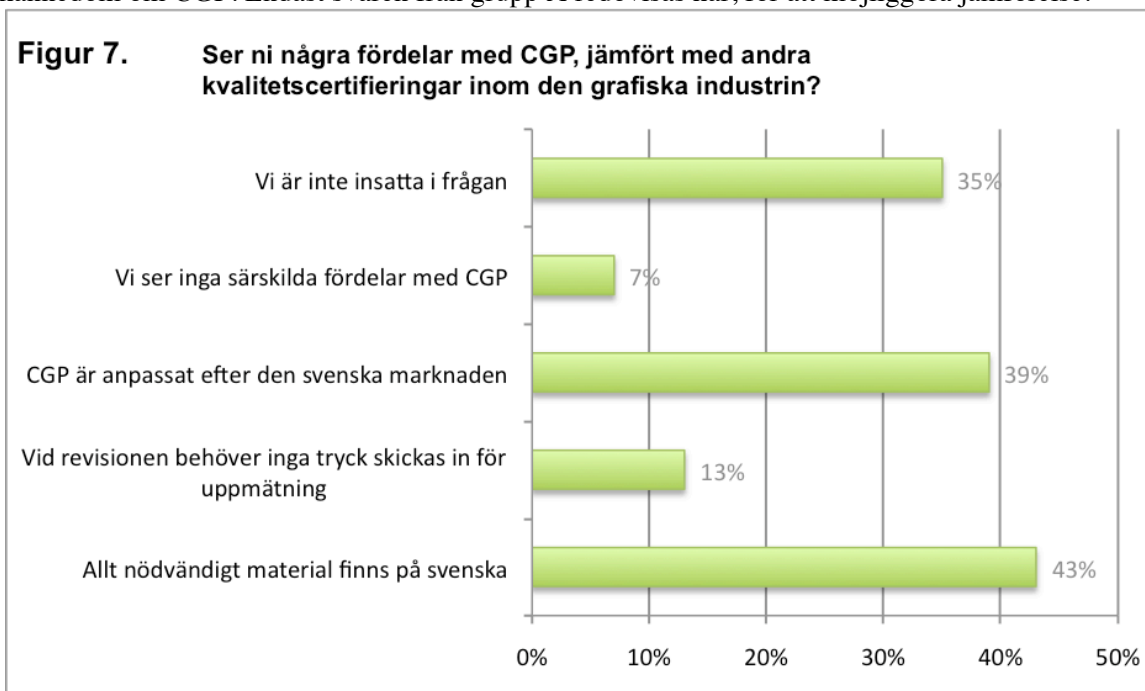
Resterande frågor i detta avsnitt ställdes endast till företag i grupp A (målgruppen för CGP). I Figur 6- 8 gäller därför att 100% = 54 företag.



100% = 54 st

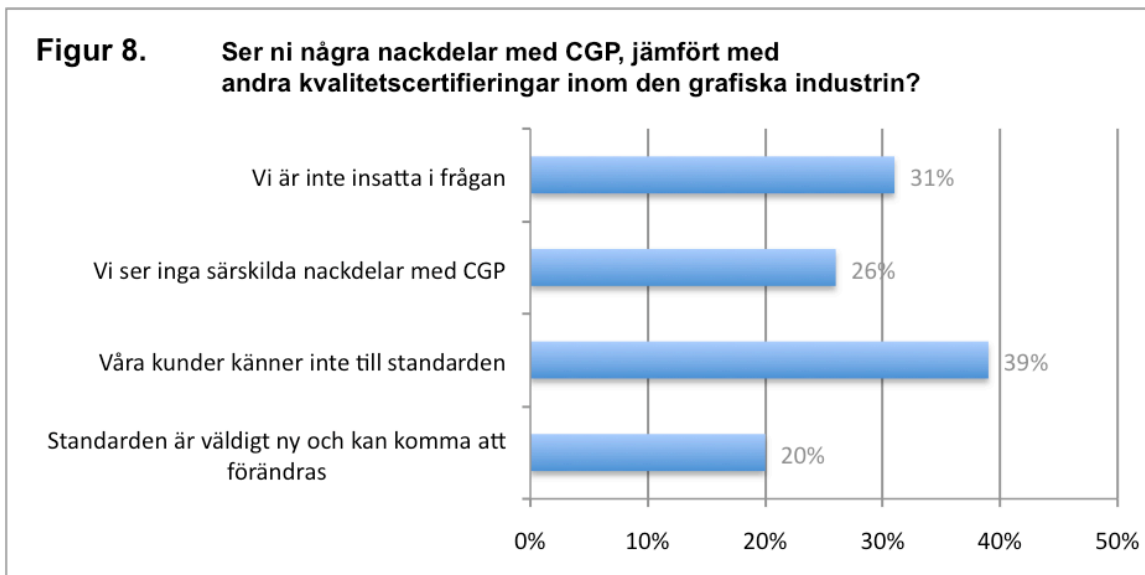


Siffran för CGP i Figur 6 är extraherad från den tidigare redovisade frågan om företagens kännedom om CGP. Endast svaren från grupp A redovisas här, för att möjliggöra jämförelse.



100% = 54 st

Ett företag angav också att ”CGP täcker in hur man arbetar med målstyrning mer än andra standarder”.



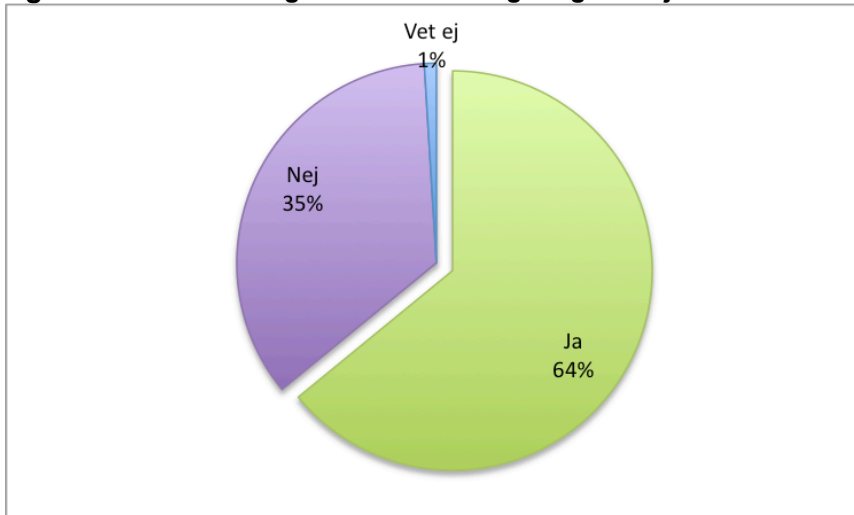
100% = 54 st

Ett företag kompletterade med ett eget svar på denna fråga: ”Det finns ganska få ackrediterade revisorer”.

#### 4.2.5 Företagens certifieringar

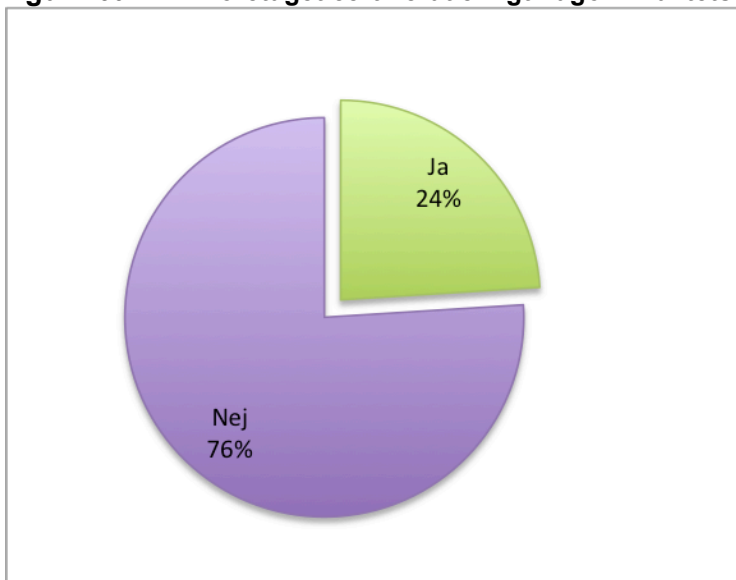
Samtliga företag ombands uppge om de var certifierade enligt någon eller några standarder, och i så fall vilken eller vilka. I första hand rörde frågorna kvalitetsstandarder, men företagen tillfrågades också om de hade någon miljöcertifiering. Svaren redovisas i figuren nedan.

**Figur 9. Är företaget certifierat enligt någon miljöstandard?**



100% = 70 st

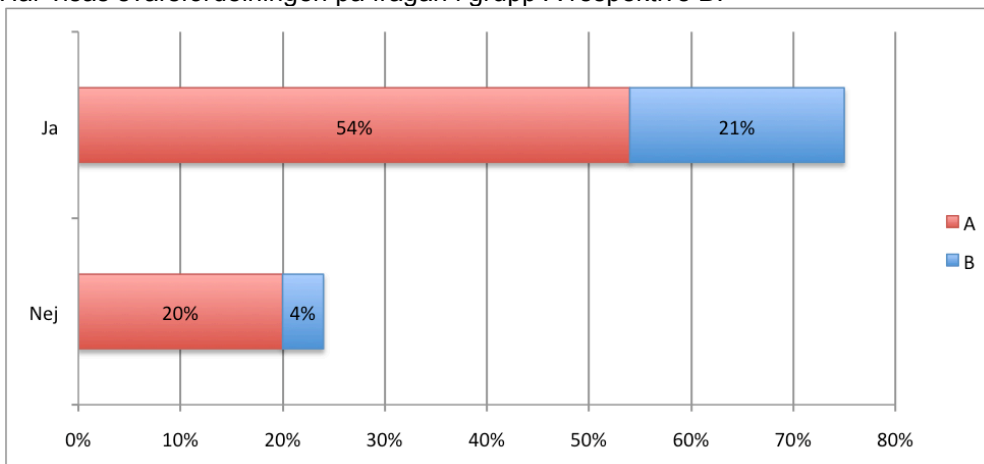
**Figur 10a. Är företaget certifierat enligt någon kvalitetsstandard?**



100% = 70 st

**Figur 10b. Är företaget certifierat enligt någon kvalitetsstandard?**

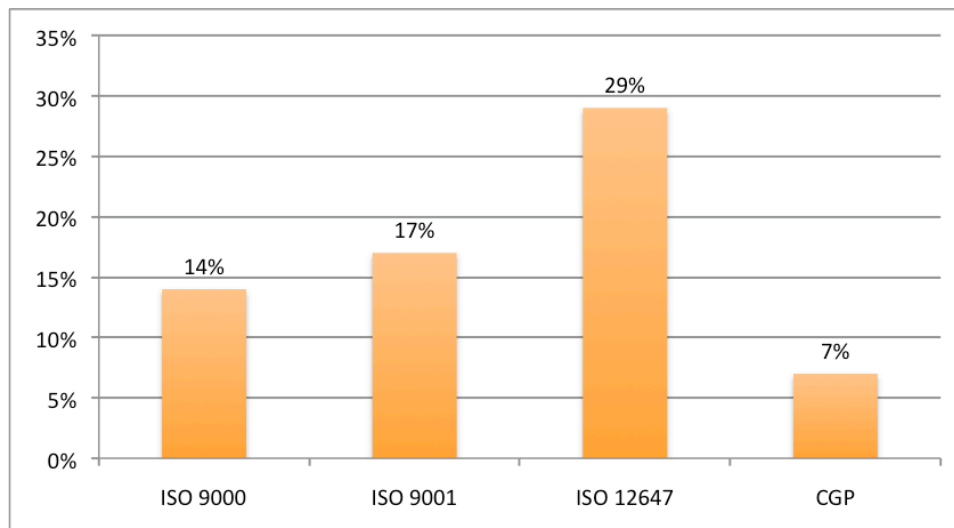
Här visas svarsfördelningen på frågan i grupp A respektive B.



100% = 70 st

I antal var det 14 företag ur grupp A (30% av 54 st) som svarade att de hade en kvalitetscertifiering, övriga 38 företag svarade att de inte var kvalitetscertifierade. Ur grupp B var 3 företag (17% av 18 st) som svarade Ja, resterande 15 respondenter svarade nej.

**Figur 11. Enligt vilken eller vilka standarder har ni certifierat er produktion?**

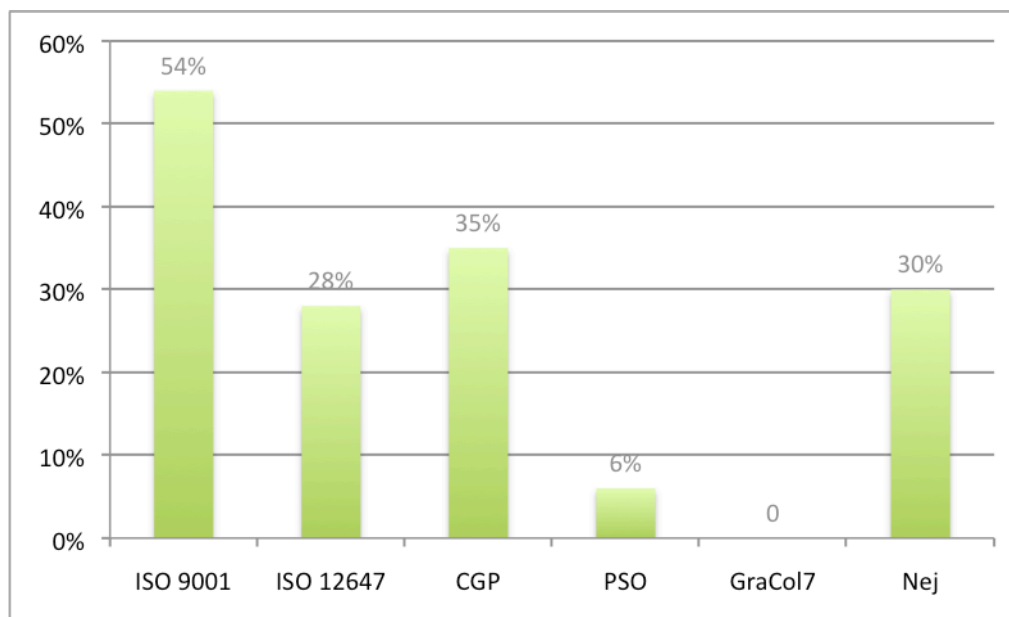


100% = 70st

De flesta av de certifierade företagen uppgav endast en kvalitetscertifiering, i vissa fall förekom dock att samma företag hade flera certifieringar. Eftersom certifiering enligt CPG medför en certifiering enligt ISO 1247-2 var 7% av företagen (5 st) även certifierade enligt denna standard.

Företagen i grupp A (54 st) fick även svara på om de *anpassat* sin produktion enligt någon av kvalitetsstandard, vilket alltså inte nödvändigtvis innebär att de är certifierade. Frågan var en kryssfråga, företagen kunde alltså välja ett eller flera svarsalternativ, och dessutom välja att ange ett eget svar.

**Figur 12. Har ni helt eller delvis anpassat er produktion efter eller några någon kvalitetsstandarder?**



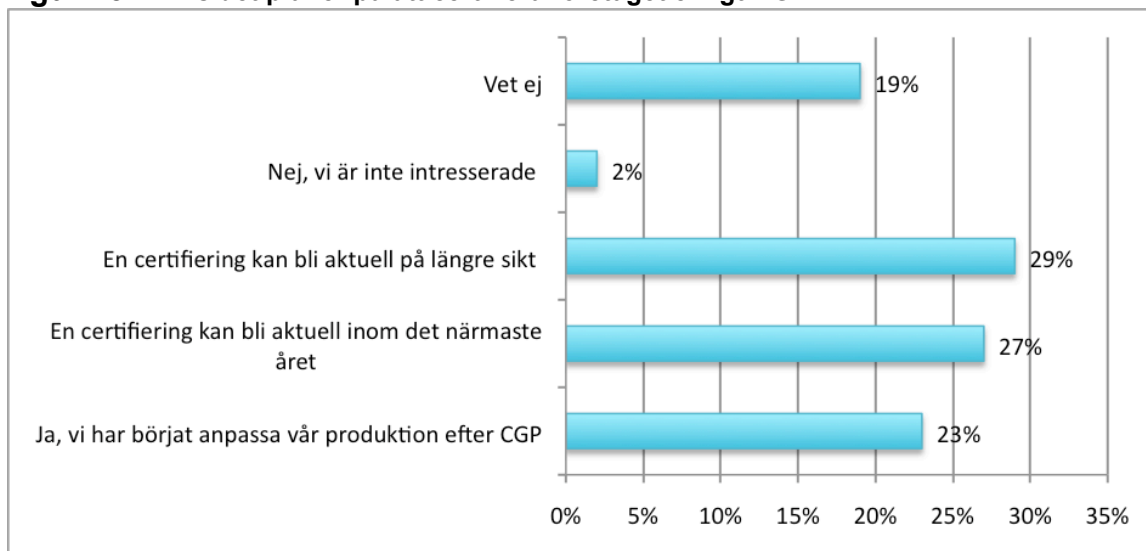
100% = 54 st

Ett fåtal företag uppgav att de arbetar enligt annan standard än de som redovisas ovan. Ett företag svarade att ”Vi jobbar alltid med högsta kvalite utan att blanda in annat”, ett annat att ”Vi levererar så kunden blir nöjd alltid”. Ett företag svarade att de har gjort en förstudie på CGP.

Observera att Figur att de siffror som anges i Figur 12 och 13 inte är direkt jämförbara, eftersom det totala antalet respondenter skiljer sig åt. Om vi räknar om siffrorna kan vi dock konstatera att 9% (5 st) av företagen i grupp A uppgav att de är certifierade enligt CGP. 35% av samma grupp uppgav att de helt eller delvis anpassat sin produktion efter standarden.

Företag i grupp A som uppgav att de inte var CGP-certifierade fick svara på om det fanns några planer på att certifiera företaget framöver. Svarsfördelningen visas i Figur 11 på nästa sida.

**Figur 13. Finns det planer på att certifiera företaget enligt CGP?**



100% = 48 st)

#### 4.2.6 Certifieringsprocessen

Av företagen i grupp A uppgav således 26% (14 st) att de hade någon typ av kvalitetscertifiering. Av dessa var fyra stycken CGP-certifierade, övriga tio företag var certifierade enligt annan standard än CGP. Elva företag i grupp A svarade att de redan hade påbörjat en certifieringsprocess.

Av företagen i grupp B uppgav 17% (3 st) att de var kvalitetscertifierade enligt någon standard, 83% uppgav att de inte de var kvalitetscertifierade.

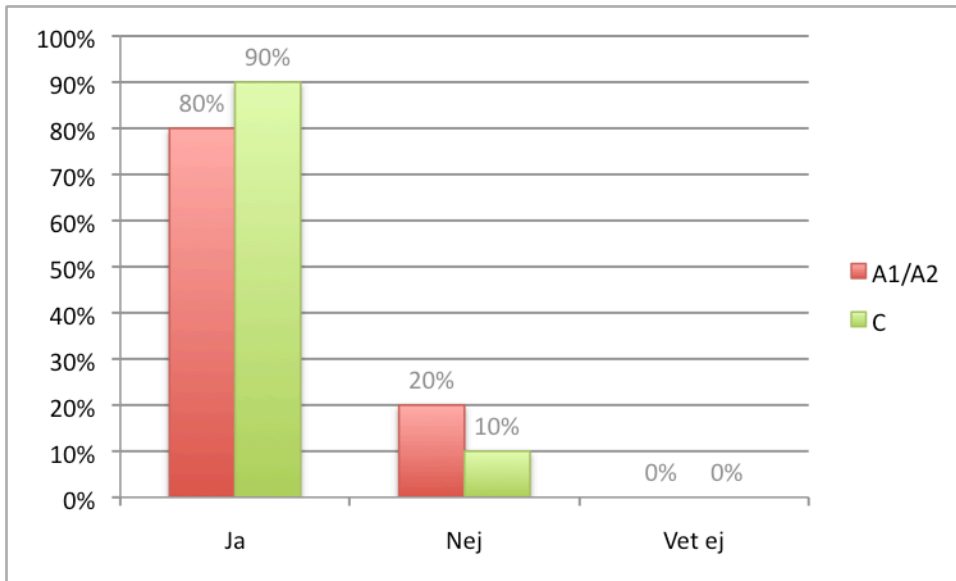
Samtliga företag som svarat att de hade någon typ av kvalitetscertifiering, eller att de höll på att CGP-certifiera sin produktion, fick besvara ett antal frågor om hur de upplevt certifieringsprocessen. Dessa frågor var snarlika för alla företag, men formulerades lite olika beroende på vilken grupp företagen tillhörde. De grupper som refereras till i detta avsnitt är:

- Grupp A1: CGP-certifierade företag (5 st)
- Grupp A2: Företag som höll på att CGP-certifiera sin produktion (11 st).
- Grupp C: Företag som var certifierade enligt annan standard än CGP (10 st). Denna grupp bestod dels av samtliga företag i grupp B som var certifierade (3 st), dels av företag i grupp A som var certifierade, men som inte uppgett att de var CGP-certifierade eller höll på att CGP-certifiera sin produktion (7 st).

Företag i grupp C fick uppge vilken standard de syftade på i sina svar. 90% (9 st) av företagen svarade att de syftade på ISO 9001. 10% (1 st) uppgav att de syftade på ISO 12647.

Samtliga företag som var certifierade enligt CGP uppgav att de även var certifierade enligt någon eller några andra standarder. Frågan om företagets produktion är certifierad eller ska certifieras i sin helhet redovisas i Figur 14.

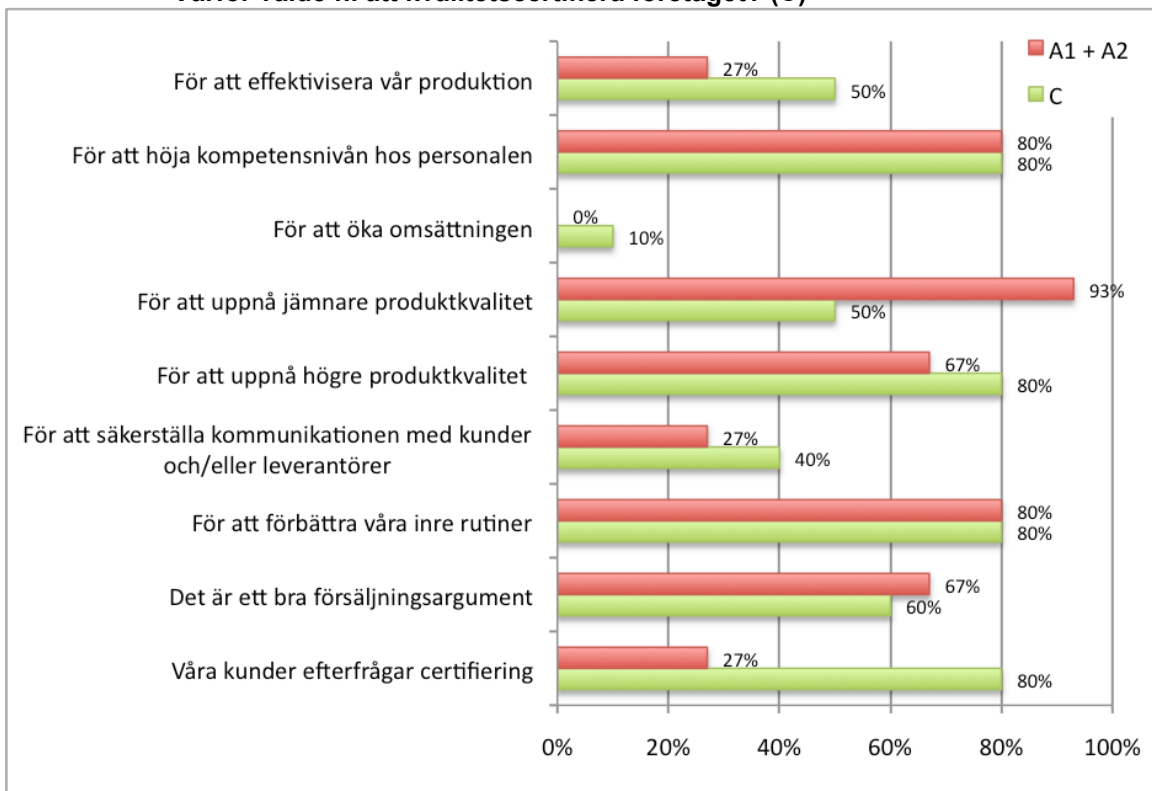
**Figur 14. A1/C: Är samtliga delar av företagets produktion CGP-certifierad /certifierad enligt standarden i fråga?  
A2: Ska samtliga delar av företagets produktion CGP-certifieras?**



För A1/A2 är 100% = 16 st. För grupp C är 100% = 10 st

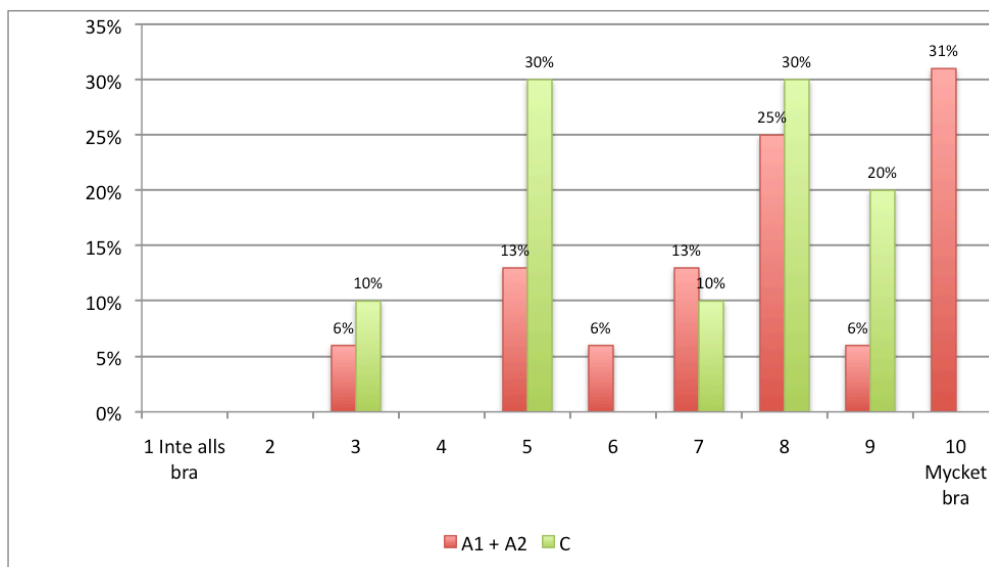
Företagen tillfrågades också varför de valt att certifiera sin produktion, se figurer 15. Figur 16 visar hur företagen uppfattade informationsmaterialet om CGP.

**Figur 15. Varför valde ni att certifiera företaget enligt CGP? (A1, A2)  
Varför valde ni att kvalitetscertifiera företaget? (C)**



A1+A2: 100% = 16 st, C: 100% = 10 st

**Figur 16. Vad tycker ni om det informationsmaterial ni fick tillgång till under certifieringsprocessen?**



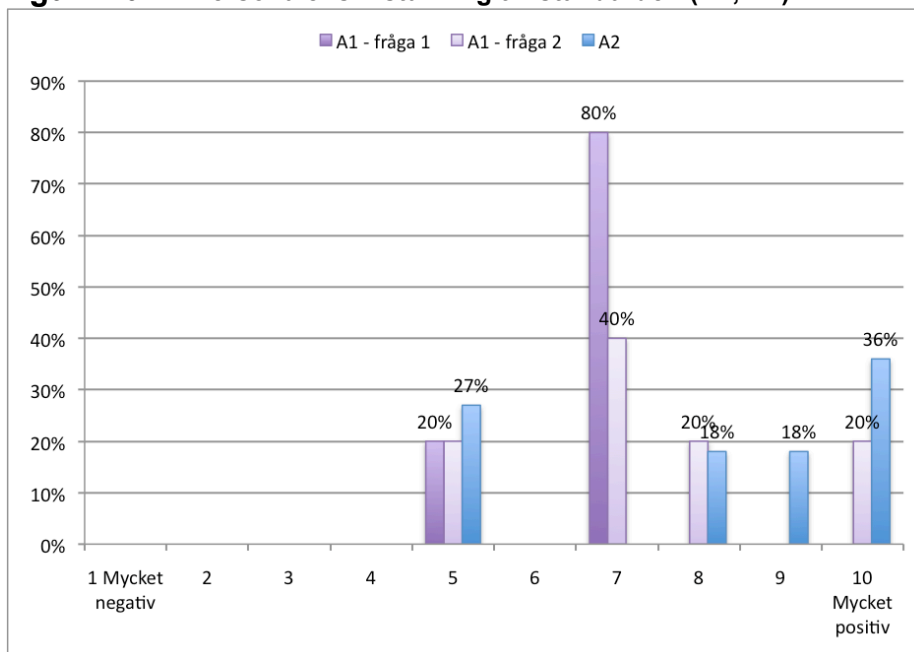
Röd:

Grupp A1 och A2 (100% = 16 st), Grön: grupp C (100% = 10 st. Svaren angavs på en skala mellan 1 och 10, där 1 betydde att materialet inte alls var bra, 10 att materialet var mycket bra,

På frågan som redovisas i Figur 16 ovan uppgav företagen i grupp A1 och A2 i medeltal betyget 7,75. Meridianvärdet för denna grupp var 8. För grupp C var medelvärde och meridianvärde 6,7 respektive 7,5.

En annan fråga rörde personalens inställning till standarden. För grupp A1 och C var frågan uppdelad i två delfrågor, medan grupp A2 endast fick besvara en fråga. Frågelydelser och svar redovisas i Figur 17a-c.

**Figur 17a. Personalens inställning till standarden (A1, A2)**

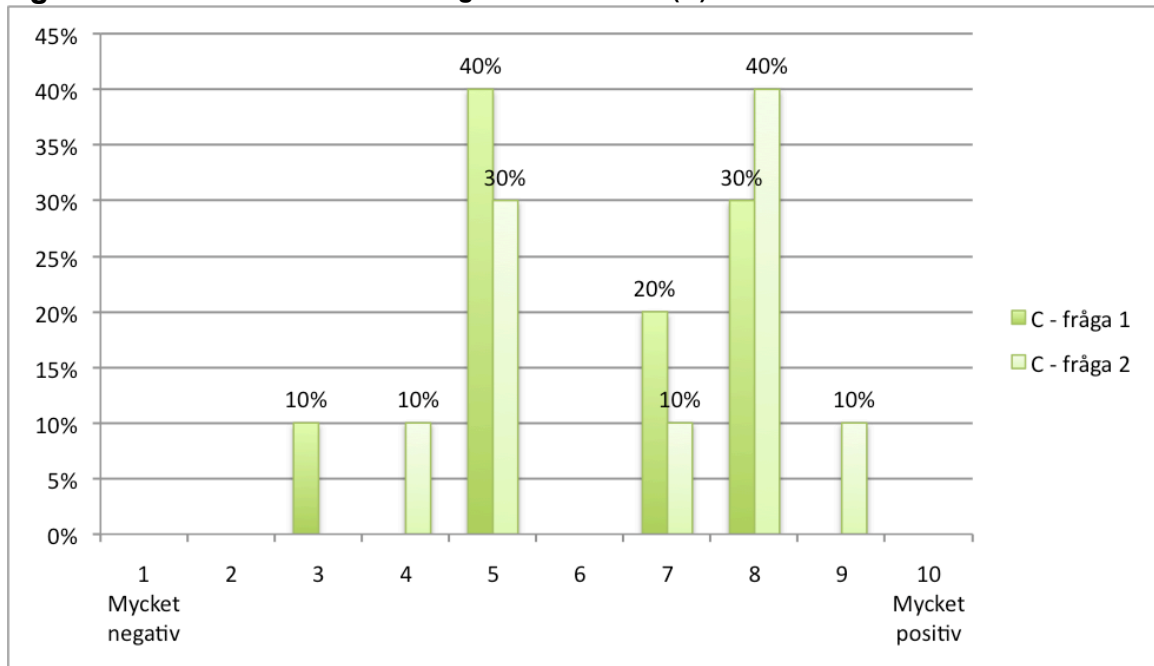


A1: Hur var personalens inställning till eventuella rutinernförändringar... (100% = 5 st)

1. ...när ni började anpassa produktionen efter CGP?
2. ...en tid efter att ni infört CGP?

A2: Hur har personalens inställning till eventuella rutinförändringar varit? (100% = 11 st)

**Figur 17b. Personalens inställning till standarden (C)**

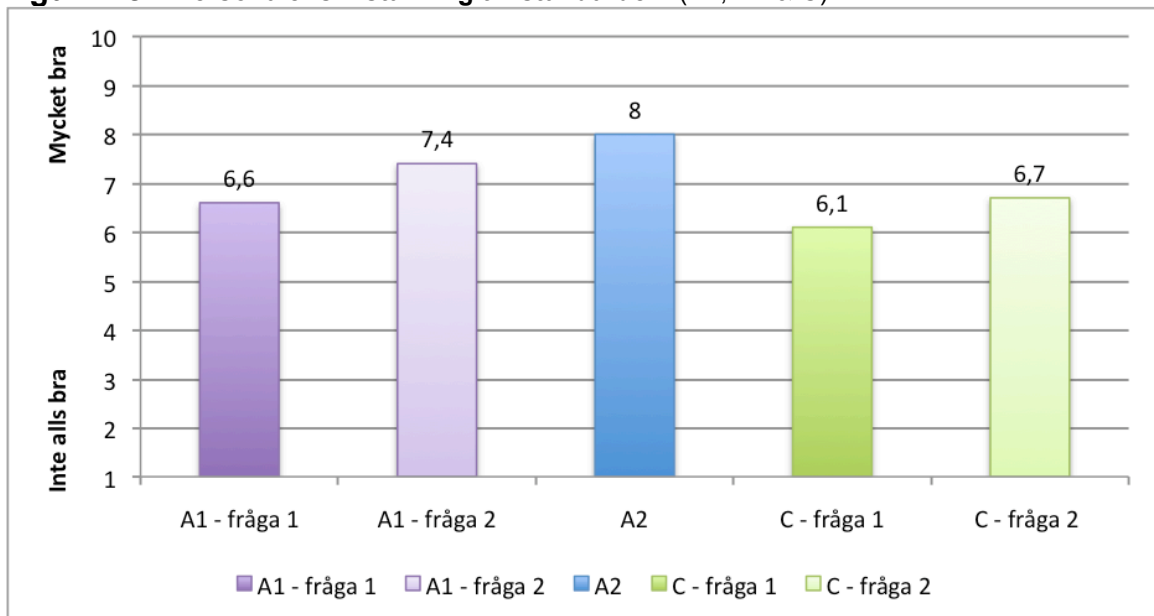


Hur var personalens inställning till eventuella rutinernförändringar... (100% = 10 st)

1. ...när ni började anpassa produktionen?
2. ...en tid efter att standarden införts?

I Figur 17c nedan visas en medeltalet av de svar som gavs på frågorna i Figur 17a och b på föregående sida.

**Figur 17c. Personalens inställning till standarden (A1, A2 & C)**



A1: 100% = 5 st, A2: 100% = 11 st, C: 100% = 10 st

Tre av de CGP-certifierade företagen lämnade kommentarer om personalens reaktion. En av dessa var: ”Svårast var att ändra tryckarnas sätt att styra med densitometrar mot fulltonsdenisteter till att målstyra och få förståelse för spektrala mätningar”. Ett annat företag skrev:

”Då CGP var en del av en generell kvalitetsförbättring var det allmänna mottagandet mycket

---

gott. I många fall gavs direkta svar på frågor där det fanns tvivel om vilket var det rätta tillvägagångssättet”.

Ytterligare ett företag i grupp A1 tyckte att det var ”svårt att införa rutiner på något som inte efterfrågas”. Ett företag som höll på att CGP-certifiera sin produktion (grupp A2) lämnade följande kommentar:

”Finns naturligtvis även ett flertal negativa synpunkter men förvånansvärt många är överlag positiva när arbetet inför certifieringen har kommit en bit på väg”.

I grupp C valde inget av företagen att kommentera personalens inställning.

Företagen fick också svara på vad de upplevt som den största förändringen respektive den största utmaningen i samband med anpassningen till en ny standard. Dessa frågor var av typen fritt fält och icke-obligatoriska. Respondenterna kunde således avstå från att besvara frågorna, vilket en stor del av också gjorde.

I grupp A1 valde fyra företag att svara på vad den största förändringen med CGP var. De uppgav: ”Strikt övergång till spektral mätning i tryckeriet”, ”Dokumentation av mätningar”, ”Att arbeta i styrda strukturerade modeller” respektive ”Processkalibrering av plåtar”. Den största utmaningen var enligt företagen i grupp A ”Att få färgrymden att överensstämja med ISO”, ”Att få alla att anpassa sig till de nya rutinerna” samt ”Information, kompetensutveckling och dokumentation”.

Två företag i grupp A2 (18%) uppgav att anpassningen till CGP inte kräver några stora förändringar från deras sida, men att en del inköp av nytt material måste göras. Båda dessa företag hade redan anpassat sin produktion efter ISO 9001, och en av respondenterna påpekade att de flesta rutiner redan fanns inom den standarden. Ett företag uppgav att CGP-certifieringen skulle kräva ”Anpassning till en lägre standard än den vi upprätthåller nu!”. Övriga tre respondenter som svarade på denna fråga uppgav att den största förändringen låg i den ökade dokumentation och processkontroll som CGP fordrar: ”Man måste ha kontroll på rutinerna”, ”Hitta de administrativa systemen som krävs, t.ex. gällande gällande avvikelserapportering, dokumentering etc.”, ”Ett mer omfattande arbete krävs för att vi själva ska ta fram interna prosesstyrningsnormer samt ytterligare efterkontroll”.

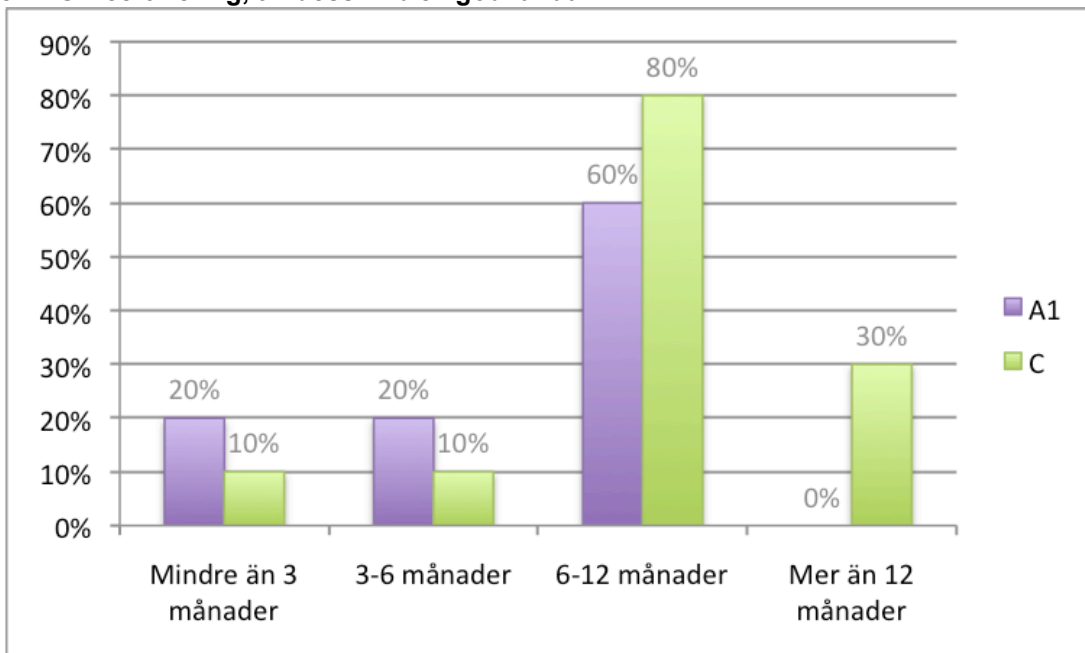
Den största utmaningen med CGP var enligt ett av företagen i grupp A2 ”Hur den ska kommuniceras för att verkligen ge marknadsfördelar”. Ett företag uppgav att det var att anpassa nuvarande checklistor enligt de krav som ställs av CGP. Andra svar var: ”Att hinna med!”, ”Tiden arbetet och kostnaderna” samt ”Att upprätthålla en hög nivå”. Ett företag frågade sig: ”Hur stor är kompetensen hos revisorerna? (Ska vi lära upp dem också?)”.

I grupp C nämndes kravet på avvikelserapporteringar respektive flödesbeskrivningar som den största förändringen. Även i frågan om den största utmaningen nämnde ett företag flödesbeskrivningar, två företag uppgav att det var dokumentationen. Andra svar var ”Få med alla på tåget” samt ”Helt enkelt bryta gamla invanda rutiner mot nya och sätta den i system”.

De certifierade företagen tillfrågades också hur lång tid de lagt ner på sin CGP-certifiering. Svaren redovisas i Figur 18 på nästa sida. Slutligen fick respondenterna svara på hur nöjda de var med sin kvalitetscertifiering, alternativt hur nöjda de var med beslutet att börja arbeta mot en CGP-certifiering. Svaren på dessa frågor redovisas i Figur 19.

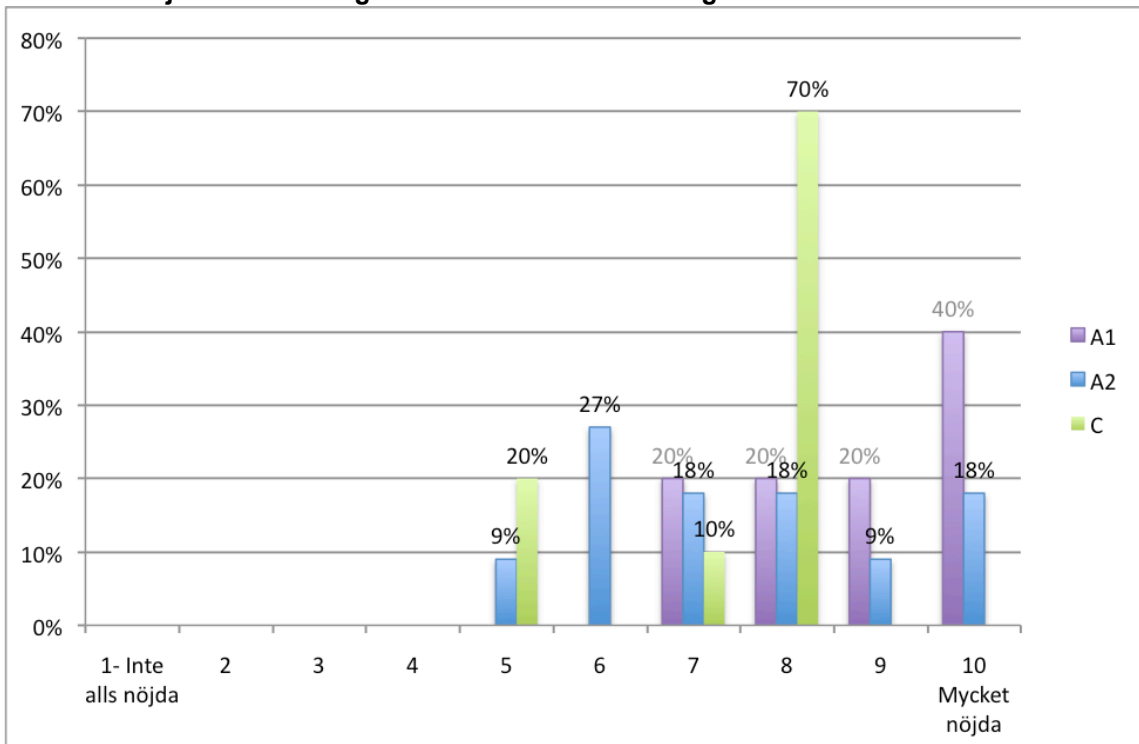


**Figur 18** Hur lång tid tog certifieringsprocessen, från och med att ni bestämde er för en CGP-certifiering, till dess ni blev godkända?



A1: 100% = 5 st, C: 100% = 10 st

**Figur 19** Hur nöjda är ni överlag/hittills med valet att certifiera produktionen enligt CGP? Hur nöjda är ni överlag med er kvalitetscertifiering?

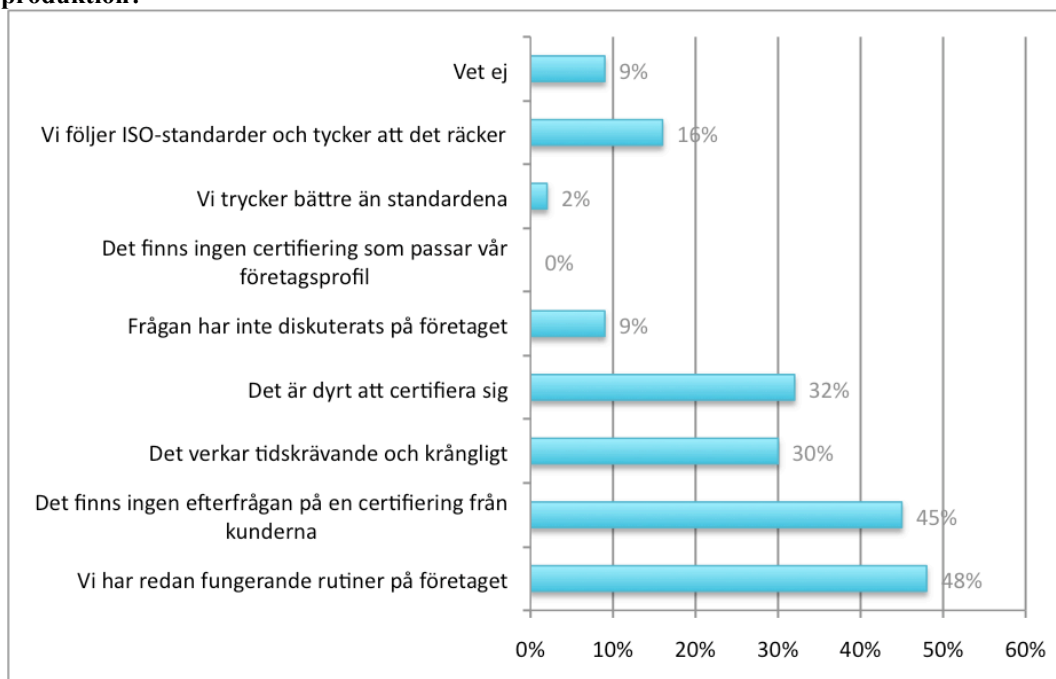


A1: 100% = 5 st, A2: 100% = 11 st, C: 100% = 10 st

## 4.2.7 Ej certifierade företag

Företag som uppgav att de inte har någon certifiering i nuläget, och inte heller håller på att kvalitetscertifiera sin produktion, fick svara på frågan som redovisas nedan. Frågan ställdes dels till icke-certifierade företag som uppgett att de ingår i målgruppen för CGP (grupp A3), vilket var 30 stycken; dels till icke-certifierade företag som uppgett att de inte tillhörde målgruppen (grupp B2), vilket var 14 stycken.

**Figur 20** Av vilken eller vilka anledningar har ni hittills inte valt att kvalitetscertifiera er produktion?



Ett företag bland de som inte var certifierade svarade att det berode på "låg efterfrågan".

Grupp A3 tillfrågades också om vad som skulle krävas för att de ska börja intressera sig för en certifiering enligt CGP. Frågan var av karaktären fritt fält och icke-obligatorisk. En majoritet av respondenterna (86% = 48 st) avstod från att besvara frågan. Av de företag som lämnade ett svar uppgav 4 stycken att de (50%) att det skulle krävas efterfrågan från kund för att väcka deras intresse för CGP. Två företag angav att det skulle krävas resurser i form av tid och pengar samt hjälp utifrån (25%).

## 4.2.8 Övriga kommentarer

I slutet av enkäten gavs företagen möjlighet att lämna en ytterligare kommentar kring de frågor som behandlats. Några av de kommentarer som lämnades delges nedan:

"Jag anser i grunden att det är bra att ha ett gott underlag att utgå ifrån vid eventuella reklamationer. I dagsläget har vi nog böjt oss för kundens eventuella reklamation utan att kunna hänvisa till vilka bör och skallvärden som gäller. CGP utgör en god grund vid bedömningar. Jag menar inte att man ska tillåta "taskig kvalitet" men en grundmall att hänvisa till är alltid bra istället för att det blir olika tycken och smak."

"Jag kan tycka att många certifieringar tangerar varandra och marknadsföringen av dom olika certifieringarna gör att tryckerierna mer eller mindre tvingas att införa flera olika av dessa för att få vara med i upphandlingar."

"Eftersom vi aldrig hört talas om CGP har vi svårt att ge några kommentarer kring det".

"Få kunder efterfrågar CGP. Branschen skulle (...) behöva informera mer (...)".

"Det kommer behövas finslipas på dokumentationen kring CGP".

"Vet för litet om det i dag. Erfarenheter från påbörjad (och avbruten) ISO-certifiering säger att det är dyrt och blir i huvudsak en "paperstiger"."

---

# 5 Diskussion

## 5.1 Tolkning av resultatet

De resultat som framkommit i denna undersökning bör ses som en indikation på hur företag inom den grafiska branschen ser på CGP, och i viss mån även på andra standarder. De kvantitativa data som framläggs i rapporten bör likaledes ses som en indikation på företagets attityder, snarare än en beskrivning av ett faktiskt tillstånd, eftersom det statistiska underlaget är relativt litet och inte nödvändigtvis representativt för målgruppen. Bland dem som svarade på enkäten finns sannolikt även en överrepresentation av företag som sedan tidigare har ett intresse för CGP eller standardisering i allmänhet (se kapitlet *Metod*).

De personer som intervjuats för undersökningen är på intet sätt representativa för den grafiska industrin, då samtliga personer har en stark koppling till CGP. Intervjuerna bör därför ses som ett komplement till enkätundersökningen, vars största värde ligger i att förtydliga vad CGP är och hur det används.

## 5.2 Kännedom om CGP

De resultat som kom fram i enkätundersökningen indikerar att det finns en relativt god kännedom om CGP inom den grafiska branschen. En tydlig majoritet (77%) av företagen uppgav att de tidigare hade hört talas om CGP. Betydligt längre andel av de tillfrågade företagen (grupp A) uppgav att de kände till mer väletablerade standarder, såsom PSO (7%), GraCol7 (4%) och ISO-12647 (48%). Endast ISO 9001 var bekant för en större andel företag än CGP (89%). Dessa siffror pekar på att man hittills lyckats relativt bra med att sprida vetskapen om CGP. Visserligen hade 23% av respondenterna ännu inte hört talas om standarden, men man bör ta i beaktande att ett flertal av dessa företag inte ingick i målgruppen för standarden.

Djupare kunskaper om vad CGP saknas dock hos många företag, även bland dem som uppgav att de ingår i målgruppen för CGP. På de mer specifika frågor om CGP, som endast ställdes till grupp A, svarade många företag att de inte var insatta i frågorna. Exempelvis uppgav 19% av respondenterna detta svar på frågorna *Vilka negativa konsekvenser tror/anser ni att en certifiering enligt CGP medför?* respektive *Vilka positiva konsekvenser tror/anser ni att en certifiering enligt CGP medför?* När samma företag ombads uppge vilka fördelar respektive nackdelar de upplevde med CGP, i jämförelse med andra standarder, svarade så mycket som 31% respektive 35% att de inte var insatta i frågan. Den typen av svar skulle delvis kunna bero på att respondenterna inte tagit sig tid att fundera över frågan. Det kan dock påpekas att dessa frågor var av flervalsskaraktär, så den ytterligare ansträngningen i att kryssa i ett mer genomtänkt svar bör inte ha hindrat någon större andel av företagen. En annan indikation på att många företag saknade djupare kunskaper om CGP var att så mycket som 37% av företagen på frågan *Hur är den generella inställningen till CGP på företaget?* valde 5 på en skala mellan 1 och 10, vilket kan vara ett uttryck för att de helt inte hade någon åsikt i frågan (varken positiv eller negativ).

## 5.3 Intresse för CGP

Av de 54 företag som uppgav att de ingår i målgruppen för CGP (grupp A) hade knappt 30% (16 st) redan tagit ställning för standarden (grupp A1 och A2). Ytterligare 24% av de företag i denna grupp uppgav att en certifiering enligt standarden kan komma att bli aktuell inom det närmaste året. Man kan således utläsa ur resultaten att så mycket som 54% av företagen som enligt egen utsago ingick i målgruppen för CGP skulle kunna ha påbörjat en certifieringsprocess inom ett år, även om denna slutsats endast är hypotetisk. Endast ett av företagen i grupp A (2%) uppgav att de inte alls var intresserade av en certifiering enligt standarden.

---

Vidare kan vi notera att 56% (39 st) av de 70 företag som deltog i undersökningen uppgav siffran 7 eller högre (på en skala mellan 1 och 10) på frågan *Hur är den generella inställningen till CGP på företaget?* Så mycket som 20% (14 st) gav standarden högsta möjliga betyg. Endast tre företag (4%) svarade med en siffra som var lägre än 5 (båda dessa företag gav CGP en 2:a i betyg).

Enligt de siffror som kommit fram i undersökningen finns således ett relativt stort intresse för CGP bland grafiska företag i Sverige, och många av de företag som inte var direkt positiva gav neutrala svar på frågorna, vilket kan ha varit ett uttryck för bristande kunskaper i ämnet. Här bör dock påpekas att det med stor sannolikhet finns en överrepresentation av CGP-positiva företag bland respondenterna, eftersom dessa antagligen är mer benägna att delta i en enkät om ämnet.

## 5.4 Fördelar och nackdelar

En stor del av de företag som deltog i undersökningen var positiva till CGP och standardisering. På frågorna om de positiva respektive negativa aspekterna med CGP och kvalitetscertifiering kryssades de positiva svarsalternativen över lag i av fler företag än de negativa. Detta kan delvis ha påverkats av hur svarsalternativen var formulerade, men ger ändå en indikation på företagens attityder.

Jämnare produktkvalitet var den fördel som flest företag ansåg att CGP och andra kvalitetscertifieringar kan medföra, 72% av företagen i grupp A kryssade i detta svarsalternativ, 61% i grupp B. Många företag i grupp A ansåg också att en kvalitetscertifiering kan leda till ökat förtroende för företaget (63%), kompetenshöjning av personalen (63%) samt högre produktkvalitet (50%). I grupp B var motsvarande siffror inte lika höga (33%, 28% respektive 22%). Endast ett företag (2%) svarade att de inte såg några positiva effekter alls.

På frågan om de negativa konsekvenserna med CGP var *Vi ser inga negativa konsekvenser* det alternativ som valdes av flest företag (A:41%, B: 44%). Därefter kom *Ökade kostnader* (A:31%, B: 22%) samt *Krämligare interna rutiner* (A: 28%, B: 39%). Det var dock betydligt fler som kryssade i svarsalternativet *Förbättring av interna rutiner* på frågan om de positiva effekterna (A: 56%, B: 50%).

De företag som deltog i undersökningen var således mer benägna att ange positiva aspekter på CGP än negativa. Även här bör det dock påpekas att urvalet av företag inte kan antas vara representativt för målgruppen.

På frågan om de såg några särskilda fördelar med CGP jämfört med motsvarade standarder inom den grafiska industrin svarade en relativt stor andel företag (35%) att de inte var insatta i frågan, vilket kan bero på att frågan, förutom kännedom om CGP, även krävde en viss insikt i hur andra standarder på marknaden är upplagda. Svarsalternativet *Allt material finns på svenska* valdes dock av en betydande andel företag (43%). Därefter i ordning kom alternativet *CGP är anpassat efter den svenska marknaden*, vilket 39% ansåg vara en fördel.

Den största nackdelen med CGP jämfört med andra standarder var enligt företagen att kunderna inte känner till standarden. 39% av företagen i grupp A angav detta svarsalternativ. Att standarden är väldigt ny och kan komma att förändras sågs också som en nackdel av 20% av företagen. 26% av respondenterna angav att de inte ser några särskilda nackdelar med CGP, medan 31% uppgav att de inte var insatta i frågan.

Bristen på efterfrågan från kundernas sida var också en av de negativa aspekter som oftast uppkom i de svar som respondenterna själva formulerade. På frågan om vad som skulle krävas för att företagen skulle intressera sig för CGP (besvarades av grupp A3) svarade 4 av 8 respondenter att det skulle krävas en efterfrågan från deras kunder. På frågan om varför de hittills inte valt att certifiera sin produktion svarade 45% av de tillfrågade företagen att de inte finns någon efterfrågan från kunderna. Av de företag som är CGP-certifierade (A1) eller håller på att certifiera sin produktion (A2) uppgav 27% (4 st) att kundefterfrågan var en av anledningarna till att de valt att certifiera sin produktion. Detta måste ses som en ganska liten andel, med tanke på att samtliga respondenter tillhörde företag som tagit ställning för CGP. Siffran kan jämföras med att 80% av företagen i grupp C (som till största del bestod av företag certifierade enligt ISO 9001) angav att kundefterfrågan varit en av drivkrafterna bakom

---

certifieringsbeslutet. Detta kan givetvis till stor del förklaras med att CGP är en relativt ny standard, och många kunder känner ännu inte till den.

Även under intervjuerna togs kundefterfrågan upp, och det framkom att få kunder som ställer krav på CGP i dagsläget, utan att de i första hand bryr sig om priset. De som förespråkar CGP anser dock att det finns kvalitetsmedvetna kunder, men då främst inom större koncerner och offentliga företag. Vid intervjun med *Edita Västra Aros* framkom att det kan vara svårt att få trycksaksköpare att förstå nyttan med CGP, om de inte själva är väldigt insatta i grafisk teknik.

De företag som redan är certifierade enligt CGP är överlag positiva till standarden. På frågan om hur nöjda de är med certifieringen svarade företagen i medeltal 8,8 (på en skala mellan 1 och 10). Även de företag som höll på att certifiera sin produktion uppgav ett högt medelvärde (7,5). Även personalen på företagen var relativt positiva till standarden, att döma av både intervjuerna och enkätundersökningen, även om man upplevt ett visst initialmotstånd mot att förändra sitt sätt att arbeta.

## 5.5 Problem och möjligheter

Undersökningen som här har framställts pekar på att det finns ett utbrett intresse för Certifierad Grafisk Produktion hos tryckerier i Sverige. Många anser att det är ett bra verktyg för se över de interna rutinerna och säkerställa en jämn kvalitet på trycksakerna. Huruvida man uppnår den bästa möjliga kvaliteten med CGP är företagen däremot oense om.

Få företag är övertygade om den ekonomiska vinningen med att anpassa sin produktion efter CGP. Den stora utmaningen för Sveriges Grafiska Medieförening och för de företag som väljer att certifiera sig ligger nu i att sprida kunskapen om standarden till trycksaksköpare, så att de inser vinsten med att anlita CGP-certifierade företag. Då kommer många av de företag som idag är tveksamma till standarden sannolikt att börja intressera sig för en certifiering.

# Litteraturlista

- EUROPEAN COLOR INITIATIVE. 2010. [www.eci.org](http://www.eci.org)
- GRAFISKA FÖRETAGENS FÖRBUND, SVERIGES GRAFISKA MEDIEFÖRENING. 2008. *CGP - Certifierad Grafisk Produktion: Teknisk referens, Version 2.1, 2009*
- KIPPANM, HELMUT. 2001. *Handbook of print media: technologies and production methods*. ISBN 3-540-67326-1.
- HOMANN, JAN-PETER 2009. *Digital Color Management: Principles and Strategies for the Standardized Print Production*. ISBN 1612-1449.
- GHENT PDF WORKGROUP. 2009. [www.gwg.org](http://www.gwg.org)
- MCDOWELL, DAVID Q. 2006. *The Synergistic Relationship between Standards for Data Exchange, Metrology, Process Control, and Color Management*.  
[http://www.color.org/info\\_profiles2.xalter#standards](http://www.color.org/info_profiles2.xalter#standards)
- NPES. 2005. *Standards Bluebook*. [www.npes.org/Standards/bluebook.html](http://www.npes.org/Standards/bluebook.html)
- GRAFISKA FÖRETAGENS FÖRBUND. 2010. [www.grafiska.se](http://www.grafiska.se)
- INTERNATIONAL COLOR CONSORTIUM. 2010. [www.color.org](http://www.color.org)
- INTERNATIONAL COLOR INITIATIVE. 2009. [www.eci.org](http://www.eci.org)
- INTERNATIONAL DIGITAL ENTERPRISE ALLIANCE. 2010. [www.idealliance.org](http://www.idealliance.org)
- INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. 2010. [www.iso.org](http://www.iso.org)
- SWEDISH STANDARDS INSTITUTE. 2010. [www.sis.se](http://www.sis.se)
- TIDNINGSGIVARNA. 2010. [www.tu.se](http://www.tu.se)



