



Det kom ett ilsket e-brev till AGI en dag i mars. Det är bara gubbar på bilderna i tidningen och det stämmer inte med verkligheten, sa skribenten som undrade om vi inte hängde med. »

# *Branschens* **nya ansikte**

text & foto | Anna-Mi Wendel |  
anna-mi.wendel@agi.se

## Inas brev till redaktionen

Seriöst: nu måste jag skriva och klaga! Vi har två tidningar till vårt jobb och den ena är så klart AGI eftersom vi arbetar på ett tryckeri. Vi läser er tidning med stor inlevelse eftersom vi vill hänga med i branschens utveckling. Dock känner jag att nu får det vara nog! Jag fattar såklart att tryckeribranschen är en mansdominerad bransch, men det finns faktiskt tjejer också.

I nummer efter nummer får jag se gubbe efter gubbe på framsidan. Det gör att den där känslan av att tycka att det är kul att få eran tidning har försvunnit. Om man bläddrar igenom till exempel senaste numret av AGI så är det i stort sett bara gubbar och det känns som ett tema för era tidningar.

Jag arbetar inom Just Nu-kedjan som har ett flertal kvinnliga anställda. I Stockholms-området är vi exempelvis fyra tjejer och sex killar.

Det jag vill komma fram till är att vore det inte kul om ni kunde göra reportage om tjejer i branschen? Och kanske någon gång ha en kvinna på framsidan? Jag tycker inte att gubbarna symboliserar branschen längre. Så är det så att ni håller på att bli föräldrade gubbar tillsammans med eran tidning?

Med vänlig hälsning **Ina Bråsäter**



**V**i hukade på redaktionen, men kunde bara ge Ina Bråsäter rätt: visst, det är slagsida på män i AGI. De intervjuas och fotograferas sida upp och sida ner. Det krävdes av oss, insåg vi, att fatta mod och träffa Ina Bråsäter för att höra mer om hur AGI inte speglar verkligheten och vad vi kan göra åt det. Sagt och gjort.

I ett byggnadshektiskt Kista Centrum, där den nya mässan verkar att snarast sprängas fram ur omgivningarna och infrastrukturen förtätas under intensivt buller och damm, huserar en av Just Nu-kedjans butiker i bottenplanet av skyskrapan Kista Science Tower. Här arbetar Ina Bråsäter tillsammans med Martin Ghaoui, platschef.

**” Jag kan inte heller identifiera mig med alla gamla gubbar (...) och då känns det som om tidningen inte är för mig. MARTIN GHAOUI, PLATSCHEF**

Jag känner omedelbart igen henne efter att ha sett hennes porträtt på vår tids naturliga mötesplats: Facebook. Redan där är det lätt att inse att det finns skilda världar för den grafiska branschens utövare. Och Ina Bråsäter ser inte heller ut som dem som i majoritet kommer till tals i AGI, det medges: Ina är kvinna och ung.

– Alltså, senaste numret av AGI var too much med ytterligare en man på omslaget, och när jag då började bläddra och enbart möttes av bilder på män

i vartenda företagsbesök så kunde jag ju tycka att om det nu inte fanns några kvinnor anställda, vilket jag starkt betvivlar, så behöver väl inte varenda gubbe redovisas för den sakens skull. Nu ska jag skriva, tänkte jag, säger Ina Bråsäter och skrattar.

Åt mig antagligen, som inte vet hur arg hon är.

– Ta det lugnt, jag var lite ironisk också. Men jag kan inte känna igen mig i den bild av branschen som AGI presenterar, den stämmer inte längre. Det har skett ett generationsskifte, det är väldigt mycket tjejer ute nu, säger Ina Bråsäter.

– Jag kan inte heller identifiera mig med alla gamla gubbar i tidningen, säger Martin Ghaoui, jämnårig med Ina Bråsäter, 31 år, och då känns det som om tidningen inte är för mig.



### Drar till sig flera tjejer

Suck, det här börjar ju inte riktigt bra. Så jag ber Ina berätta för mig hur hennes bild av grafiska branschen se ut.

– Vår kedja har mer av butikstänk än tryckeri och vi har nog därför fler tjejer än ett offsettryckeri, säger Ina Bråsäter och så skrattar vi båda två. Det låter som om någon har ramlat ner i sin egen fördomsgrop. Skulle tjejer inte gilla offsettryckerier?

– Det handlar nog mer om att en modern miljö med stor kontaktyta utåt drar till sig annan personal än ett äldre inarbetat tryckeri där allt går till som det alltid gjort. Där finns det nog inte lika stort utrymme för unga nyutbildade som vill arbeta på nya sätt, tror jag, säger Ina Bråsäter.

## ” Jag vill definitivt uppmana fler tjejer att börja jobba i branschen!



**Företrädare.** Martin Ghaoui och Ina Bråsäter är två unga välutbildade företrädare för den grafiska branschen. De vill känna igen sig i mediebevakningen.

Själv trivs hon på Just Nu.

– Här är ett ungt tänk och ett integrerat sådant också. Vi jobbar mer utåtriktat i en fräsch miljö och är verksamma med både form och tryck och det tror jag attraherar unga mer. Och kanske speciellt kvinnor.

Den del av kedjan som går under namnet Just Nu Försäljning har 17 tjejer och 24 killar anställda på olika enheter i Sverige. När det gäller franschisedelen är andelen kvinnor en tredjedel.

– Den grafiska branschen håller på att dra till sig allt fler tjejer. Och det tror jag delvis beror på att det finns fler tryckutbildningar nu. Unga kan nog i högre grad de grafiska programmen eftersom de har vuxit upp med datorn på samma sätt som förra generationen växte upp med TV:n, säger Ina Bråsäter, som menar att dagens unga tryckerianställda därför har en bredare kompetens än de äldre i branschen.

– Tryckeri- och reklambyråvärlden möts mer integrerat nu och det tror jag attraherar ännu fler kvinnor och yngre att börja arbeta i den.

### Båda är projektledare

Både Ina Bråsäter och Martin Ghaoui är exempel på unga välutbildade grafiker. De har studerat vid

### SKRIV TILL AGI

Känner du igen dig i Ina Bråsäter's beskrivning av att den grafiska branschen nu genomgår ett generationsskifte där unga välutbildade tar plats och vill jobba på nya sätt? Hur funkar det i praktiken? Skriv till AGI! Berätta om en bransch i förändring, hur är det att jobba i den idag jämfört med förr, är den verkligen jämlik, släpps de unga fram tillräckligt, och går det att arbeta integrerat i projekt eller finns det ett motstånd mot förändringar?

E-posta Anna-Mi Wendel på adress [anna-mi.wendel@agi.se](mailto:anna-mi.wendel@agi.se) eller skriv ett brev till AGI, Anna-Mi Wendel, Jörgen Kocksgatan 9, 211 20 Malmö.

Grafiska Institutet vid Stockholms universitet, där de genomgått en tvåårig universitetsutbildning som projektledare för grafisk bransch.

– Det här är en gammal utbildning som förr var mer inriktad mot ren tryckutbildning. Men idag är den bredare och det är också fler kvinnor än män bland studenterna, fast de är inte alltid inriktade på tryck. I min klass är det nog bara jag som fortsatt på ett tryckeri, säger Ina Bråsäter. De andra kvinnorna tror jag mer sökte sig till kontor.

– Man ska nog vara praktiskt lagd också för att vilja jobba på ett tryckeri.

Hon har alltid varit fascinerad av foto och papper och tycker att utbildningen var väldigt bra för att förbereda henne för yrkeslivet.

– Vi jobbar mer i projektform här så utbildningen passade perfekt. Och den gav en djup genomgång av tryckteknik samtidigt som bredden stämmer med vad den grafiska branschen har utvecklats till idag.

Ina Bråsäter är nöjd och ser ljusst på framtiden.

– Det här är en rolig bransch med mycket mera möjligheter idag. Och det behövs att man själv är något mer än en sur gammal tryckare för att kunna möta de nya kraven. Jag vill definitivt uppmana fler tjejer att börja jobba i branschen! ●