

# GFT

1 december 2007

## Små blev stora. Många blev få.

Om ägarkoncentrationen  
och den granskade  
journalistiken i Sverige





FOTO: OSKAR ARVIDSSON

## Vem granskar granskaren?

**N**yligen publicerades en undersökning från Institutionen för Journalistik och Masskommunikation på Göteborgs universitet, där allmänheten tillfrågades om vilka samhällsinstitutioner som hade störst makt över dagordningen. Sedan 1989 har medierna klättrat förbi både de politiska partierna och regeringen, och hamnat i ohotad topposition. Media är inte längre de som granskar makten, media är makten. Och när media då är alldeles upptagna med att vara makten, vem ska då granska media?

**En handfull mediebolag äger** i dagsläget så gott som all media i Sverige.

I radiobranschen har två aktörer kontrollen över samtliga kanaler. Ett bolag äger landets enda privata publicservicekanal. På tidningsmarknaden svarar tre företag för två tredjedelar av alla tryckta tidningar. På biografmarknaden råder numera monopol. I dagligvaruhandelns tidskriftssortiment finner vi ett sextiotal titlar, om allt från pornografi till bilsport och Sudoku, men inte en enda samhällstidning.

Detta är en utveckling som är lite svår att greppa. Och för många kanske inte ens känd. Effekterna av det hela är dessutom omdiskuterade. För medan kritiker-na hävdar att ägarkoncentrationen håller på att förpassa den granskande journalistiken till hyllan för historiskt pittoreska fenomen så menar de stora aktörerna själva det rakt motsatta. Stora pengar möjliggör stora granskningar.

För att människors möjlighet till diversifierad och kritisk information inte ska minska har enskilda journalisters integritet tillsammans med konsumenternas valfrihet varit garanten för mångfald. Men mediekonsumenterna har fått allt mindre inflytande över medieägarna, då det aktiva valet av tidningsprenumeration i många fall inte längre är avgörande för företagets lönsamhet. På tidningsmarknaden kommer över sextio procent av intäkterna från annonser. På den reklamfinansierade radio och tv-marknaden och bland gratistidningarna svarar annonsintäkter för hela omsättningen. Där läsarna annars skulle svika en tidning, får de den nu istället gratis.

Från att ha haft en flora av olika tidningar, tryckerier, distributörer, bokförlag, biografier och kanaler har det svenska mediefältet nu närmast förvandlats till ett fält av cash crops. Antalet kanaler och tidningar har ökat men antalet ägare har minskat dramatiskt.

**Vi har vant oss vid skräckuppgifter** om censur och monopol i vissa icke-västerländska länder. Vi förfasar oss över kontrollen över det fria ordet och över mediemoguler som driver sina egna kanaler som forum för propaganda. Men detta gäller ju bara icke-demokratier. Eller?

Strax efter Storbritanniens premiärminister Tony Blairs avgång kunde den brittiska dagstidningen The Guardian avslöja att alla viktiga politiska beslut från premiärministerns sida hade föregåtts av ett telefonsamtal till mediemogulen Rupert Murdoch. Avslöjandet redovisade vad telefonsamtalen hade gett för resultat: Murdoch fick rätt att utvidga sitt medieimperium i Storbritannien och i gengäld skulle hans samtliga kanaler och tidningar helhjärtat stödja premiärministerns beslut.

Göteborgs Fria Tidning och samhällsmagasinet Tromb har gjort ett temanummer där vi kikar in bakom mediekulisserna för att se vad som pågår. Vi har förvisso grävt lite, men egentligen bara på ytan. Vi är små och det finns mycket att gräva i. Vi får ödmjukt be att få återkomma med mer.

**Madelene Axelsson, GFT**  
**Johannes Wahlström, Tromb**  
**Emma Backman, Tromb**

## Innehållsförteckning

**3** Stampen går om Bonnier  
– hur liten blev störst

**6** Presstödet  
– en kassako för stora aktörer

**7** Med lagen i företagens händer  
– med ickebeslut kringås lagen

**10** Så här ägs svensk media  
– en karta att riva ur och spara

**12** Här dominerar de stora aktörerna  
– en geografisk översikt

**13** Folket i bild  
– från samhällsgranskning till porr

**14** Mediamakt handlar om makten att nå ut  
– SJF kritiserar ägarkoncentration

**15** Tre krönikor  
– om spel, arbetarrörelsen och egoistiska journalister

**16** Fast i produktionsfabriken  
– produktionsbolagen – från insidan

**18** När ett monopol blir till ett annat  
– hur radion gick från betong till trams

## GÖTEBORGSFRIA

TIDNING

**Redaktör GFT:** Madelene Axelsson. [madelene@fria.nu](mailto:madelene@fria.nu)

**Redaktörer Tromb:** Johannes Wahlström, [johannes@tromb.net](mailto:johannes@tromb.net)  
och Emma Backman, [emma@tromb.net](mailto:emma@tromb.net)

**Utgivare:** Madelene Axelsson

**Framsidesfoto:** Paul sakuma/AP/Scanpix

**Layout och redigering:** Maria Lagergréen. [maria.lagergreen@fria.nu](mailto:maria.lagergreen@fria.nu)

**Bildredigering:** Maria Lagergréen, Thobias Fäldt, Oskar Arvidsson

**Adress:** Såggatan 46, 414 67 Göteborg, Tel: 031-7048080

**E-post:** [info@goteborgsfria.nu](mailto:info@goteborgsfria.nu)

**Webb:** [www.goteborgsfria.nu](http://www.goteborgsfria.nu)

**ISSN:** 1652-2184

**Tryckeri:** VF Tryck AB Karlstad

Tidningen trycks på miljövänligt papper



FOTO: OSKAR ARVIDSSON

# Stampen går om Bonnier

För ett sekel sedan slogs inte mindre än sju prenumerade nyhetstidningar om göteborgarnas uppmärksamhet. Av de gamla finns i dag bara en kvar, ensam på tronen – Göteborgs-Posten. Familjeföretaget som så sent som i mitten på 1990-talet bara ägde en tidning, har i dag över 50 tidningar i sin sfär och har gått om Bonnier på dagspressidan.

**N**är Harry Hjärne tog över Göteborgs-Posten 1926 tog han över en relativt svag andratidning efter Göteborg Handels- och Sjöfartstidning med Torgny Segerstedt vid rodret.

Men genom bland annat ett lågt prenumerationspris fördubblade han upplagan på bara några år och snart nådde GP hela 90 procent av hushållen i Göteborgsområdet. Framgångssagan spred sig men Harry Hjärne var inte intresserad av att köpa fler tidningar. Han ska ha sagt att hans röst skulle höras genom en enda tidning och att allt krut således skulle satsas på GP. De tidningar runt om i Sverige som då var till salu gick i stället till familjerna Hamrin, Bengtsson, Pers, Ander och andra som sedermera kom att bli Stampens konkurrenter i kampen om lokalpressen. GP kunde alltså redan på trettioalet ha börjat sin resa mot mediamakten men valde att avstå.

Att avstå är däremot inte något som Harrys sonson Peter Hjärne gjort sig känd för. Det är under hans befäl som GP/Stampen blivit det medieimperium det nu är. Stampen blev bolaget i sin nuvarande form först 2005. I denna

text används dock Stampen som bolagsnamn även innan dess för tydlighet och att inte blandas ihop med tidningen Göteborgs-Posten.

**Från att bara äga** Göteborgs-Posten och Göteborgs-Tidningen när Peter Hjärne tog över från sin far Lars Hjärne 1988 har man nu erövat hela Västsverige och stora delar av mellan- och norra Sverige. Bara en tidning är i dagsläget helägd av Stampen, nämligen Göteborgs-Posten. Resten är ägda genom en intrikat system av dotterbolag och andra samarbeten och nätverk (se karta över ägarsituationen i Sverige på sidan 10–11).

– Vi äger 27 tidningar, varav fyra där vi bara är delägare men där ett avtal gör att vi går mot ett större ägande på sikt. Genom olika allianser har vi sedan totalt cirka 50 tidningar i vårt nätverk, berättar Tomas Brunegård, vd och koncernchef för Stampen-gruppen med säte vid just Stampen i centrala Göteborg. I koncernen ingår i dag cirka 100 bolag.

Men det är inte bara tidningar man äger. Utöver dagspressen har man också lagt

internetsajter, tryckerier, distribution, radio, webb-tv och en rad andra affärsområden till sin lista. Att äga så stora delar av produktionskedjan som möjligt är lönsamt och detta har Stampen tagit fasta på i sitt val av samarbetspartners och bolag att köpa. Med en omsättning på över 3 miljarder kronor 2006 (nästan en fördubbling från 2005), en tillväxt på 70 procent och en vinst för 2006 på 280 miljoner kronor är nu Stampen i allra högsta grad en maktfaktor i Mediasverige.

– Vi omsätter nu ungefär 5,3 miljarder och vårt mål på fem år är en fördubbling av det. Alltså runt 10 miljarder kronor, fast då inte bara i Sverige. Angående vinsten så uttalar jag mig inte om årsresultat eller halvårsresultat, men på den här nivån vi ligger nu bör vi ha ett resultat på uppåt en halv miljard, menar Brunegård.

**Redan när publicisten** Peter Hjärne tog makten över GP och Stampen hade han planer som vida översteg hans farfar Harry Hjärnes. Han köpte aktier i Sydsvenskan och hamnade i dess styrelse. Koncernerna var jämnstora och tanken var enligt utsago att Sydsvenskans Kvällsposten och Hjärnes GT som båda hade lönsamhetsproblem, skulle samarbeta. Men trots goda intentioner var inte Hjärnes ekonomiska muskler tillräckliga för att kunna stå emot när Bonnier 1994 lade ett bud på Sydsvenskan. Tre år senare sålde Hjärne GT till samma köpare. Företaget behövde pengar, lokalpressmarknaden lockade och GT passade inte längre in i företagets planer.

Det var 1996 som Peter Hjärne startade den resa som lett fram till att Stampen i dag är ett av Sveriges största mediahus. Han valde att kliva av vd-tronen och lämna ifrån sig ordförandeklubban. Nye vd:n Tomas Brunegård anställdes – en ekonom med bakgrund som konsult inom ekonomistyrning och tidigare vice vd på Burger King i Sverige, och Stampen blev därmed ett direktörsstyrt företag.

Samma år, 1996, inleddes även ett samarbete med familjen Lennart Hörning som äger Nya Lidköpings-Tidningen. Samarbetet gällde då prenumeranter och tryck, men resulterade året efter i att Stampen kunde ta över Bohuslänningen där också Strömstads Tidning ingick. Detta var den första affären i Stampens nya inriktning.

**År 2000 köpte Stampen** ett antal aktieposter i koncernen Västmanlands Läns Tidnings AB, VLT AB, som var, och är, en stor aktör i på lokaltidningsmarknaden i Mellansverige. Man köpte småposter av Gefle Dagblad, Nerikes Allehanda och några småaktörer till vilket genererade dryga 19 procent av aktierna och cirka 8 procent av rösterna. Tillräckligt för att Tomas Brunegård skulle komma in i styrelsen ett par år senare.

– Då inleddes ett resonemang där tankar började spira kring hur vi genom ett samarbete skulle kunna växa allihop. Alla gjorde ju ungefär samma omvärldsanalys och var medvetna om vikten att hitta samordningsvinster, berättar Brunegård.



FOTO: CLAUDIO BRESCIANI / SCANPIX

## ”Det gäller att sitta på ångvälden – inte ligga under den”

– Tomas Brunegård, vd/koncernchef Stampen-gruppen

Detta var ett första steg till den storaffär som det skulle ta Stampen flera år att hitta samarbetspartners och vägar till och som avslutades våren 2007. VLT AB var en viktig aktör på marknaden som tillsammans med Nerikes Allehanda totalt kontrollerade en stor region med många välmående tidningar. Drömaffären för Stampen var att slå ihop och få kontroll över de båda.

Men även om alla gjorde ungefär samma omvärldsanalys så gjorde alla inte samma analys i vad som var bäst för VLT AB på lång sikt. Familjerna Pers, som startade VLT och hade majoritet i företaget, och familjen Hjörne har en historia (som många av lokaltidningsfamiljerna i Sverige) som går långt tillbaka och familjen Pers var splittrade i visionen om, och planerna för, företagets framtid. Ena halvan värnade självbestämmandet och ville utveckla företaget i Mälardalen och inte Närke, och den andra stod på Stampens sida. Styrelse och ägare var oeniga om vilken väg företaget skulle ta.

Pers var till exempel med och bjöd på Bohuslänningen som köptes av Stampen tre år tidigare och familjen var enligt utsago redan då irriterade på Göteborgsfamiljen som under en längre tid försökt sälja in GP i Vänersborg och Trollhättan där Pers ägde Trollhättans tidning och Elfsborgs läns allehanda (TTELA som Stampen nu äger). Men att historien skulle sluta med en stämning flera år senare var det ingen som anade. Mer om detta strax.

År 2003 startade Stampen och Lennart Hörling Morgonpress Invest, vilket enligt kritiska röster bara var en skattelösning som innefattade ägande i börsnoterade företag (VLT AB låg på börsen). Lagen ändrades så att om man ägde mer än 10 procent av aktierna var man tvungen att betala skatt på hela sin

utdelning – inte bara utdelningen från det noterade företaget. Stampens skattefria utdelning låg därmed i riskzonen och problemet löstes med att att sälja 9,5 procent av VLT AB-aktierna till det egna nystartade bolaget.

– Lagen var ouppdaterad vilket lade grunden till situationen och visst gjorde vi det dels av skattemässiga skäl, men det främsta var att göra affärer tillsammans med familjen Hörling, förklarar Brunegård.

**Genom det nystartade** intressebolaget Mediaintressenter AB som startades av Morgonpress Invest, Länsförsäkringar i Bergslagen (VLT AB:s tredje största ägare) och den majoritet av familjen Pers som stod på Stampens sida, lades så ett bud på VLT AB i september år 2004.

– Jag minns faktiskt inte riktigt men budet bör ha legat runt några hundra miljoner kronor eftersom bolagets värde då låg runt 700 miljoner, säger Tomas Brunegård och fortsätter: Vi lade ett bud på börsen som gav oss aktiemajoritet, 51 procent av rösterna och 58 procent av kapitalet. Vi kunde därmed byta ut delar av styrelsen.

Händelsen fick inte någon stor medial uppmärksamhet men Brunegård menar att det är den viktigaste i Stampens historia – utan den hade ingen av de följande strukturaffärerna blivit av.

Men affären fick hård kritik internt. En av minoritetsägarna, Herencokoncernens Stig Fredriksson rasade mot Stampens försök att avnotera VLT:s aktie.

– En ytterst liten majoritet kör över en stor minoritet. De nya ägarna har med stalinistisk intensitet arbetat för en avnotering av aktien, sade han till Veckans affärer.

Anders H Pers, som drivit VLT AB sedan

1977, anmälde tillsammans med släktingen Jonas Pers det hela till Aktiemarknadsnämnden och menade förenklat att prospektet på affären inte innehöll all information som Stampen hade fått av VLT AB. Utslaget från nämnden blev att prospektet var okej, men kritiserade samtidigt Stampen för hur budgivningen hade gått till.

**Ett halvår efter den** första uppgörelsen blev så Centertidningar AB till salu. Stampen kontrollerade nu VLT AB och genom att lyfta på luren till Mittmedia skapades en allians dessa tre bolagen emellan – konsortiet Liberala Tidningar. De var de som köpte Centertidningar 2005. Affären gick loss på 1,8 miljarder kronor och de tidningar som ingick i Centertidningar delade företagen upp mellan sig. Stampen och VLT AB tog tillsammans över Södermanlands Nyheter medan Stampen och det egna bolaget Morgonpress Invest fick Hallands Nyheter samt Centertidningars ägarandel i Ortstidningar i Väst.

Nu hade liten aktör blivit stor och diskussionerna tog fart inom den nya alliansen om hur drömaffären skulle kunna bli verklighet – att få kontroll över och slå ihop Nerikes Allehanda och VLT AB. Läget såg betydligt bättre ut än tre år tidigare. Stampen kunde nu lugnt lägga pusslet, något som varit omöjligt med den gamla styrelsen. Efter en extra bolagsstämma i samband med budet 2004 fick Anders H Pers och Jonas Pers lämna styrelsen – något som Tomas Brunegård beskriver som ”avgörande för affären” tre år senare.

– Det var ju inte precis nå hemlighet att det rådde delade meningar mellan mig och delar av styrelsen gällande VLT AB:s framtid, säger han.

Minoritetsägarna ansåg att att ägarstruktura-

ren som hade skapats i och med övertagandet av VLT AB våren 2007 resulterade i en orättvis behandling av av minoriteten kontra majoriteten i VLT AB, och det är detta som har lett till en stämning till tingsrätten i Västerås. Minoritetsägarna i VLT AB försöker få en domstol att ogiltigförklara beslutet om affären, och därmed även ogiltigförklara själva affären. I skrivande stund har ingen dom fallit.

– Trots att det är tråkigt med juridiska processer så var vi tvungna att reagera mot ett affärsförslag som behandlade aktieägarna radikalt olika, menar Erik Pers, Anders H Pers systerson som också är minoritetsägare i bolaget.

Tomas Brunegård tar dock både kritiken och stämningen med ro.

– Anklagelserna saknar grund och vi har gjort allt enligt regelboken, menar han.

När en företagskoncentration ska göras och det förvärvande företaget plus ett av objekten har en omsättning på över 4 miljarder kronor föregående räkenskapsår måste man enligt konkurrenslagen anmäla detta till Konkurrensverket, KKV. Detta gjordes av Stampen, och KKV beslutade att lämna koncentrationerna utan åtgärd, det vill säga man såg inga problem med den. Utöver det anmäldes affären även till KKV av Journalistförbundet för att en koncentration försämrar ersättningsvillkoren för journalister och fotografer när material ska gå i flera tidningar. Men KKV såg ingen relation till konkurrenslagen och ärendet lämnades utan åtgärd.

**Vad det slutliga priset** blev för den stora uppgörelsen i våras vill Brunegård inte svara på. Han menar att situationen är komplicerad eftersom uppgörelsen innefattade så många som tolv affärer. Bland annat sålde man Sörmlands Nyheter till Eskilstuna-Kuriren, köpte loss Hallandsposten, Stampens tryckeri V-TAB köpte loss Nerikes Allehandas tryckeri NA-tryck och Dalarnarnas Tidning och Västerbottenskuriren löstes ut ur hela ägargemenskapen.

– Vad vi ville med hela affären är att få en gemensam plattform där vi kan ha kontroll över bolagen för att säkerställa att de går åt samma håll, menar han.

Nu är Dalarnas Tidningar, med ett stall på fem lokaltidningar i Dalarna, uppe för försäljning och Tomas Brunegård berättar att man tittar på möjligheterna att köpa men att det inte har gått längre än så. Han menar att framtiden kommer kräva att man ligger långt fram även när det gäller andra medier och att även dessa kräver stora kapital ganska snart.

I diskussionerna kring bolagsuppköp blir det lätt stort fokus på lokaltidningarna, och även om tidningarna går bra i Sverige just nu så ska man inte underskatta tryckerisidans del av inkomsten. Hos Stampen står tryckeriverksamheten för närmare 40 procent av hela koncernens omsättning. Efter strukturaffären slog Mediaintressenter ihop Stampens, VLT AB:s och Centertidningars tryckerier till V-TAB. Man har nu elva tryckerier och är störst i norra Europa på tidningsliknande produkter, det vill säga allt från tidningar till direktreklam.

– Tryckerisidan går oerhört bra just nu, gratistidningskriget gynnar faktiskt oss, menar Brunegård.

En anledning till att tryckeribranschen är stabil kan vara att de inte är med i annonskriget. Här är situationen osäkrare för tidningarna. Många menar att internet kommer att bli, och i viss mån redan är, den stora annonstjuven som kan komma att sätta dagpressen i gungning. Konkurrensen från tidningen nästgårds har i mångt och mycket ersatts av konkurrens från internet och gratistidningar.



FOTO: OSKAR ARVIDSSON

Peter Hjärne uttryckte i en intervju i Dagens Industri för några månader sedan att han ser Yahoo, Google och gratistidningarna som de största konkurrenterna på en överhettad annonsmarknad. Detta tvingar även ut lokal-tidningsjätten Stampen på ny mark.

– **Nästa område för oss** kommer att bli digitala medier som internet och media i mobilen. Vi äger redan familjeliv.se, brollopstorget.se och odla.nu och har fler på gång. Men här kommer en stor del av utvecklingen ske utanför Sveriges gränser, förklarar Tomas Brunegård. GP tappar något både i antalet läsare och upplaga, men den förlusten kompeseras av motsvarande ökning för gp.se och webb-tv:n.

Ändå tror Brunegård att GP kommer att stå fortsatt stark.

– GP har mycket större möjlighet att klara sig helskinnad genom gratistidningskriget just eftersom vi har en så stark ställning lokalt. Den ställningen har vare sig Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet, varför jag tror att de ligger värre till än vad vi gör.

Om vi backar ett antal år så fanns det oftast en nyhetstidning i varje stad som ägdes av en familj eller en stiftelse, och som hade en stor majoritet av invånarna som läsare. Ungefär som GP under Harry Hjärne. Några sådana exempel finns fortfarande kvar, men de blir färre och färre för varje år. Dock har landsortspressen fortfarande en väldigt stor och lojal läsekrets. Täckning på upp till 80 procent av hushållen i det område man täcker är inte ovanligt och det borgar för trogna prenumeranter och i vissa fall statlig presstödd. Gratistidningarna slåss fortfarande om utrymmet i storstäderna och informationsintaget via internet är något lägre på landsorten än i storstadsområdena.

Kort sagt – landsortspressen är en guldgruva, för lokalnyheter vill de allra flesta ha. Effekten har blivit att många vill köpa men få vill sälja.

– Peter Hjärne sitter på den bästa biten. De flesta är överens om att lönsamheten i branschen finns på den lokala marknaden och att framtiden för lokalpressen ser betydligt ljusa-

re ut än för rikstidningarna, menar medieprofessor Karl Erik Gustavsson i en artikel i Dagens Industri i somras.

Så om vi ska tro expertisen är Stampen helt rätt ute i sitt erövringståg över Sverige.

– Det viktigaste kanske är att vi som lokal-tidningar inte kommer på efterkälken när det gäller utvecklingsfrågor för att vi inte är vana vid att söka samordningsvinster, säger Brunegård. Hela den nationella och internationella mediemarknaden går ju åt ett håll där man behöver ett större sammanhang för att överleva, och där lokaltidningarna har blivit helt överkörda eftersom man inte är van vid att tänka på det sättet.

**Tror du att alla lokaltidningar kommer tvingas in i större företag eller allianser för att överleva?**

– Ja, det menar jag. Jag vet att alla inte håller med, men jag tror att det är en oundviklig utveckling.

De kritiska rösterna kring ägarkoncentrationen inom media och dess effekter debatteras livligt på många ställen (bland annat i en artikel längre fram i detta nummer). För även om också många små aktörer söker samarbetsformer för att kunna göra samordningsvinster inom annons eller redaktionellt material, så menar många kritiker att man gör det för att överleva, inte för att skapa miljonvinster till sina aktieägare. Och att det är där skillnaden ligger – det är de stora bolagens frammarsch som är det stora hotet mot konkurrenssituationen och därmed den granskande journalistiken.

Men Brunegård tycker att de förändringar Stampen gör ger lika många journalistiska fördelar som ekonomiska och strategiska. Han menar att man med ett starkt bolag i ryggen kan öka möjligheten att vara duktiga lokalt.

– Den granskande journalistiken kommer stå sig stark genom detta. Jag tror dessutom att delar av journalistiken håller på att omformuleras med en trend åt mer användargenererande journalistik och det tror jag är en större fråga än koncernbildningar.

**”Det gäller att sitta på ångvälden** – inte ligga under den”, sa Tomas Brunegård i ett anförande på branschdagarna i Örebro den 26–27 september i år. Och liknelsen är inte helt avlägsen verkligheten. Mediahusen inom dagspress med Bonnier, Stampen, Schibsted och Mittmedia i spetsen, har snabbt och övertygande köpt upp medierna i Sverige och man får anstränga sig för att hitta en lokaltidning som inte i något led är ägd, delägd eller ingår i något av dess nätverk. Och oavsett vad man tycker om det så har många ägare blivit få, och fler och fler söker samarbetspartners för att säkra sin plats på marknaden och maximera sina vinster. I Stampens, och flera av de andra husens fall innebär det miljonvinster och mer eller mindre totalt monopol i en stad eller en region. För andra innebär det i bästa fall överlevnad. En orolig fråga är då om och hur den granskande journalistiken får plats i en mediavärld full av ångvältar.

**Madelene Axelsson**

## VLT-AFFÄREN VÅREN 2007

- **Stampen tog majoritetsägandet** i VLT-affären 2007, medan alliansen består av huvudägarna i företagen bakom Bohuslänningen, Eskilstunakuriren, Hallands Nyheter, Hallandsposten Mitt Media, Nerikes Allehanda, VLT AB och TTELA.
- **Det nya Liberala tidningar** är nu alltså ägare till VLT AB, Nerikes Allehanda med flera. Eskilstunakuriren och Mittmedia är med som minoritetsdelägare. Beräknad omsättning är cirka 1,3 miljarder kronor.
- **Bohuslänningen, TTELA, Halland Nyheter och Hallandsposten** bildar Mediabolaget Västkusten och ägs till 70 procent av Stampen och 30 procent av Lidköpingspress. Beräknad omsättning är cirka 650 miljoner kronor. Båda blir dotterbolag till Stampengruppen.



”Arbetarrörelsens tidningar hade uppförsbacke redan från början, eftersom de borgerliga tidningarna hade kontroll över annonsmarknaden i storstäderna.”

– Marita Ulvskog, fd kulturminister (s)

# Presstödet

– en kassako för stora medieaktörer

Två miljarder kronor i pressstöd och reducerad moms är skattebetalarnas nota för att garantera mångfald inom tidningsbranschen. Men presstödet, som syftar till att stärka små och svaga tidningsröster, har istället förvandlats till en kassakista åt landets största medieaktörer.

**D**et statliga tidningsstödet infördes efter sextiotalets tidningsdöd, då ett antal tidningar gick i graven på grund av en kärv annonsmarknad. För att säkerställa att enskilda politiska intressen inte blev fördomanta infördes presstödet. Dess uttalande syfte var att ”värna mångfalden på dagstidningsmarknaden för att främja en allsidig nyhetsförmedling och opinionsbildning”.

– Arbetarrörelsens tidningar hade en uppförsbacke redan från början, eftersom de borgerliga tidningarna hade kontroll över annonsmarknaden i storstäderna, säger förra kulturministern Marita Ulvskog.

Tanken med presstödet var att stärka balansen mellan de socialdemokratiska och borgerliga tidningarna och att varje ort i Sverige skulle ha konkurrerande tidningar med olika politisk färg. Den mindre tidningen, den så kallade andratidningen, skulle stödjas med statliga bidrag.

**I själva verket visar** det sig att presstödet, som totalt uppgår till ca 500 miljoner kronor per år, nu främst går till landets rikaste och största dagstidningar. De enskilt största mottagarna av presstöd är i dagsläget Svenska Dagbladet (Schibsted) och Skånska Dagbladet med 65 miljoner kronor vardera. Resten av stödet fördelas på ett sjuttio-tal mindre landsortstidningar.

En grundligare undersökning av landsortstidningarna visar också att de vinstdrivande koncernerna Mittmedia, Stampen och Gota delar på ytterligare 55 miljoner av presstödet genom uppköp av mindre konkurrenter. Av det totala antal tidningar som får presstöd är över hälften uppköpta av förstetidningen på respektive ort.

På så vis tillfaller det statliga mångfaldsstödet istället de resursstarkaste aktörerna. Presstödet blir enligt kritiker dessutom ett incitament för de större tidningarna att köpa upp sina konkurrenter.

**Det nuvarande presstödet** har under många år varit en nagel i ögat på de medieföretag som inte tar del av det. Bonnier har länge kämpat för att deras tidningars konkurrenter Svenska Dagbladet och Skånska Dagbladet ska fräntas premien.

– Vi tycker att presstödet ska avskaffas, säger Bonniers informationsdirektör Erik Månsson, det måste verkligen finnas starka skäl att frångå den fria konkurrensen.

De flesta aktörer i branschen är eniga om att presstödet i sin nuvarande form är långt ifrån välfungerande. Regeringen förbereder en förändring av systemet som väntas vara färdigt under 2008. Men de största tidningssubventionerna förblir i den utredningen ohotade. Utav den sänkta tidningsmomsen på en och en halv miljard, beräknas en halv miljard tillfalla just Bonnier. Dessutom sänks reklamskatten från och med årsskiftet 2008, även detta kommer främst tillfalla de största aktörerna.

Johannes Wahlström

## UPPKÖPTA ANDRATIDNINGAR

- ▶ **Sydöstran** uppköpt av Blekinge Läns Tidning, ingår i koncernen Gota Media. Utdelning 15 miljoner kronor per år.
- ▶ **Arbetsbladet** och Dagbladet Nya Samhället uppköpta av Sundsvalls Tidning, ingår i koncernen Mittmedia. Utdelning 30 miljoner kronor per år.



”Ja... jag har väl hälsat på honom någon gång.”

– Erik Månsson om Odd Eiken

”Jag har träffat honom i alla möjliga sammanhang.”

– Odd Eiken om Erik Månsson



Bengt Braun, vd Bonnier.



Ingrid Eiken, statssekreterare (m).



Erik Månsson, informationschef, Bonnier.



Lena Adelsohn Liljeroth, kulturminister (m).



Marita Ulvskog, fd kulturminister (s).

Så genom bedömningar som inte var beslut, och icke-beslut om att inte lägga över frågan till Radio- och tv-verket kunde köpet av TV4 gå igenom. Bonnier fick ensam kontroll över landets största tv-kanal, trots att det stred mot grundprincipen i sändningstillståndet. Men varför utredde regeringen inte överträdelsen?

Carl Johan Swanson förnekar att det överhuvudtaget förekommit kontakter med kanalens företrädare. Han menar att beslutet, eller snarare icke-beslutet, fattades helt på eget bevåg.

**I regeringskansliets arkiv** finner vi däremot en annan historia.

Bland hemligstämplade dokument som fått sekretessen hävd, finns upprepade kontakter mellan Bonniersfären och kulturdepartementet. Diskussionerna har framförallt rört frågor om hur företaget ska få konkurrensfördelar gentemot sina konkurrenter.

I ett dokument beskriver Bonniers företrädare hur de vill att lagstiftningen ska förändras till företagets fördel. Det rör TV4:s möjlighet att sända 50 procent mer annonser än tidigare. Stycken i lagtexten är strukna, ändringarna är i fetstil.

Några månader senare kommer regeringens proposition 2007/08:4. I propositionen föreslås att annonser i radio och tv ska få sändas under högst tolv minuter under en timme mellan hela klockslag. Vidare föreslås att annonser i en tv-sändning får sändas under högst 15 procent av sändningstiden per dygn. Begränsningen för sändningar av annonser i tv-sändningar som inte omfattar en timme mellan hela klockslag föreslås avskaffas.

Ändringarna i lagtexten är ordagranna med Bonniers önskemål.

I arkivet ges ytterligare en fingervisning om vad som skett på kulturdepartementet. Bonniers informationschef Erik Månsson lämnar in en begäran om att träffa statssekreterare Ingrid Eiken. Mötet äger rum den 19 mars och handlar om hur presstödet ska ändras så att Bonniers konkurrenter inte ska få ta del av det statliga presstödet.

– Regeringen skulle ha en utredning om presstödet och vi fann att den var behäftad med grundläggande fel, säger Bonniers informationschef Erik Månsson. Så jag

kontaktade departementet för att förklara vår syn på systemet. Det var inte just Eiken jag hade begärt att få träffa, tillägger han.

**Men enligt en av** departementets medarbetare som medverkade på mötet hade Erik Månsson begärt att få träffa just Ingrid Eiken. Med på mötet var även departementets mediepolitiska sakkunnige Carl Johan Swanson som förnekat att kontakterna ägt rum.

– Jag vill inte gå in på hur mötet förlöpte, säger Erik Månsson.

En antydning till hur mötet förlöpte får vi dock genom personen som Bonniers informationschef begärde att få träffa, Ingrid Eiken.

Utsedd till statssekreterare åt kulturministern, har Ingrid Eiken inga meriter inom kultur- eller mediebranschen. Ett märkligt val av person att träffa, ett ännu märkligare val av statssekreterare, kan tyckas. Men det Eiken saknar i meriter kompenseras genom kontakter. Eller snarare hennes makes kontakter.

Odd Eiken, före detta statssekreterare åt Ulf Adelsohn, och enligt uppgift personlig vän till familjen Adelsohn, har en betydande position inom mediebranschen. Fram till för två år sedan var han informationschef åt Bonniers vd Bengt Braun när denne var ordförande på Skandia. Eiken sitter även med i Svenska Dagbladets styrelse, och fram till 2007 även i Sveriges Televisions styrelse.

**Har du träffat Odd Eiken någon gång?**

– Jaa, säger Bonniers informationschef och tar en paus för att väga sina ord.

– Jag har väl hälsat på honom någon gång när Bengt Braun har haft presskonferens.

Odd Eiken själv är inte lika blygsam om sina kontakter med Månsson.

– Erik Månsson, ja han var ju chefredaktör på Expressen. Jag har träffat honom i alla möjliga sammanhang, säger Odd Eiken.

Statssekreteraren Ingrid Eiken har under flera veckors tid sökts för kommentar. När vi når henne på mobiltelefon för att tala om hennes möte med Bonniers informationschef lägger hon på luren. Via sin pressekreterare låter hon hälsa att hon inte vill kommentera något.

Under samma period som Bonnier tog kontroll över landets enda reklamfinansierade publicservicekanal, fick de även monopolställning på biografmarknaden.

**SF får monopol.** Redan 1973 när Dagens Nyheter-koncernen köpte Svensk Filmindustri startades en infekterad diskussion om Bonniers mediedominans. Utredningar tillsattes och lagstiftningar bereddes. Men det resulterade aldrig i något ingripande. Under senare hälften av 1990-talet, i samband med ett antal större tidningsförvärv, blev tongångarna mot Bonnier allt hårdare, framförallt under dåvarande kulturminister Marita Ulvskogs styre. Men inte heller då skedde något direkt ingripande.

– Det är klart att det spelar roll vem som äger medierna, de formar värderingar och åsiktsbildning, förklarar Marita Ulvskog. Vi fick inte tillräckligt med stöd i riksdagen för att driva igenom en lagstiftning mot ägarkoncentration, men på biografmarknaden råder faktiskt konkurrenslagen.

Under den förra regeringsperioden stoppades SF:s utvidgning av Konkurrensverket.

– Vi lämnade in en stämmningsansökan när Bonnier försökte köpa Sandrews 2005, säger Erik Westerström, på Konkurrensverket.

Köpet gick inte igenom och istället fick Astoria ta över driften av biograferna. Efter att ha förvägrats stora filmkontrakt började dock Astoria förblöda och hälften av biograferna såldes till SF. Inom två år köptes resten av biograferna upp, och SF blev tillsammans med sitt dotterbolag Svenska Bio, ensamägare av landets biografer.

– Vi fick inte in någon anmälan den här gången, säger Erik Westerström. Köpen översteg inte omsättningströsklarna för anmälningsplikt.

**I och med att köpet** delades upp i två delar, uppnåddes inte gränserna för vad konkurrensverket tar upp för bedömning. Däremot har Konkurrensverket undantagsregler som möjliggör att de själva kan göra en anmälan och ta upp ett ärende om det skulle behövas.

– Vi tittade på undantagsregeln och övervägde att göra en anmälan, men sen la vi ned det, förklarar Erik Westerström.

Utredningen, underlaget och vem som fattade beslutet finns dock inte tillgängliga.

– Det var inget beslut, det var ett icke-beslut att inte ta upp ärendet, därför finns det inga offentliga handlingar.

Återigen lyckades Bonnier flytta fram sina

positioner genom icke-beslut. På biografmarknaden fick de monopol.

Eva Bergquist är politiskt sakkunnig, och kulturministerns närmaste medarbetare inom filmbranschen.

– Det är naturligtvis beklagligt med det rådande monopolet på biografmarknaden, men staten kan ju inte gå in och reglera det som uppstått på marknaden, säger hon.

Istället för att bekämpa monopolpositionen kommer kulturdepartementet, enligt Eva Bergquist att genomföra en översyn av filmstödet och de bidrag som staten kan dela ut för att stimulera kvalitetsfilm.

Några månader senare gav kulturminister Lena Adelsohn Liljeroth sin bild av hur hon ville stödja kvalitetsfilm.

I en reklamfilm som visades på SF:s biografer framträdde hon och stödde den enda kvarvarande biografaktören:

”Kära filmvänner! Det gläder mig att SF Bio nu gör denna satsning, Smultronstället – ett passande namn, väcker positiva associationer både till filmen och till det som vi tycker är viktigt att hitta – ett alldeles eget Smultronställe”

Filmen anmäldes till konstitutionsutskottet för otillbörligt gynnande av en enskild marknadsaktör.

Eva Bergquist fick förfrågan från SF om reklamfilmen, enligt henne handlade det helt enkelt om en inövning av en filmsatsning.

– Hon gjorde ett uttalande för kvalitetsfilmen, för att man i Sverige ska ha en mångfald i filmutbudet under rådande omständigheter, förklarar hon. Men det är naturligtvis aldrig roligt med en KU-anmälan.

**Kulturministern själv** ser inga större problem med den ägarkoncentration som ägt rum på biografmarknaden.

– Film finns ju inte bara på bio, det finns även dvd och så laddas det ner en del från internet. Så det har ju hänt mycket inom branschen, säger Lena Adelsohn Liljeroth

När det kommer till frågan monopol är hon däremot mycket bestämd.

– Monopol är ju aldrig av godo, men det finns branscher som är svåra att ha stor mångfald i, media är i viss mån en sådan, säger hon och tillägger:

– Fast ändå inte. Du har ju hela blogg-världen.





Med tanke på att ägarkoncentrationen inte är något problem behövs heller ingen lagstiftning i nuläget.

– Det finns ingen anledning att ta till lagstiftning i nuläget. Det har kommit ett antal starka aktörer och det kommer nog att behövas, men kan se det som ett problem men man kan även se det som en nödvändighet för det krävs mycket kapital för att driva koncerner.

**Att Bonnier velat utöka** sina markandsandelar är egentligen inte märkligt, inte heller det faktum att de drivit en intensiv lobbykampanj för att stärka sina positioner. Frågan är dock hur det kommer sig att regeringen tillåtit en medieaktör att bryta mot lagstiftningen.

– När DN skulle köpa Svenska Dagbladet 1998 kontaktade Bengt Braun (vd för Bonnier red. anm.) mig och försökte få frikort för att genomföra köpet, berättar Marita Ulvskog. Men jag gick ut och sa att det var ett allvarligt avsteg från ägarspridningen, så affären blev aldrig av.

Under kontakterna mellan Bonnier och den nuvarande regeringen som vi tagit del av, till-

godoses däremot så gott som alla av företagets önskemål. Att Bonnier stärkt sin ställning är enligt kulturministern bara en tillfällighet.

– Vi ansåg helt enkelt inte att köpet av TV4 stred mot sändningstillståndet förklarar Lena Adelson Liljeroth, och tillägger att de ändrade reklamreglerna som kanalen krävde var rimliga.

Men önskemålen har tillgodosetts även då de bryter mot lagen. Så frågan kvarstår, vad förväntar sig regeringen i gengäld? Finns det någon anledning att tro att enskilda medieaktörer gör överenskommelser med politiska företrädare om att stödja varandra, som i Storbritannien när Rupert Murdoch stödde Tony Blair i utbyte mot ökad mediemakt?

– Vi har inte den typen av medieägare i Sverige så liknelsen med England är lite haltande. Däremot agerar de självklart efter sina ekonomiska intressen. Så sammanfattas det svenska medieägandet av medieprofessor Kent Asp, som efter valet publicerade en studie om hur Dagens Nyheter gynnat Alliansen på nyhetsplats.

Att Dagens Nyheter hjälpt den nuvaran-

de regeringen till makten förklarar Asp som ett redaktionellt beslut snarare än ett ägarinflytande.

– Det skulle vara för farligt för Bonnier om de hade sådana överenskommelser. DN:s egna medarbetare skulle vara först med att larma om det, tillägger han.

**Asp menar dessutom** att Bonnier i egenskap av ekonomisk aktör inte kan ha en för tydlig politisk agenda då deras läsare och tittare i så fall skulle svika företagets medier.

Men när Bonnier förvärvade TV4 i strid mot sändningstillståndet var det ovanligt tyst på Dagens Nyheters redaktion. I samband med uppköpet publicerades en artikel där Marita Ulvskogs kritik sammanfattas med ”kvalificerat nonsens” i artikelns första citat.

Bonniers informationschef Erik Månsson tror sig däremot veta varför det inte blev någon offentlig debatt kring förvärvet.

– Jag tror det beror på att mediasituationen är så väldigt annorlunda i dag, den typ av ägarbegränsningar som för några var relevant när man skrev avtalet, är inte lika

relevanta längre, förklarar Månsson, och understryker att mediasituationen faktiskt har förändrats dramatiskt.

Och visst har mediasituationen förändrats dramatiskt under senare år, inte minst genom att Bonnier själv blivit ensam ägare av en betydande del av den offentliga debatten.

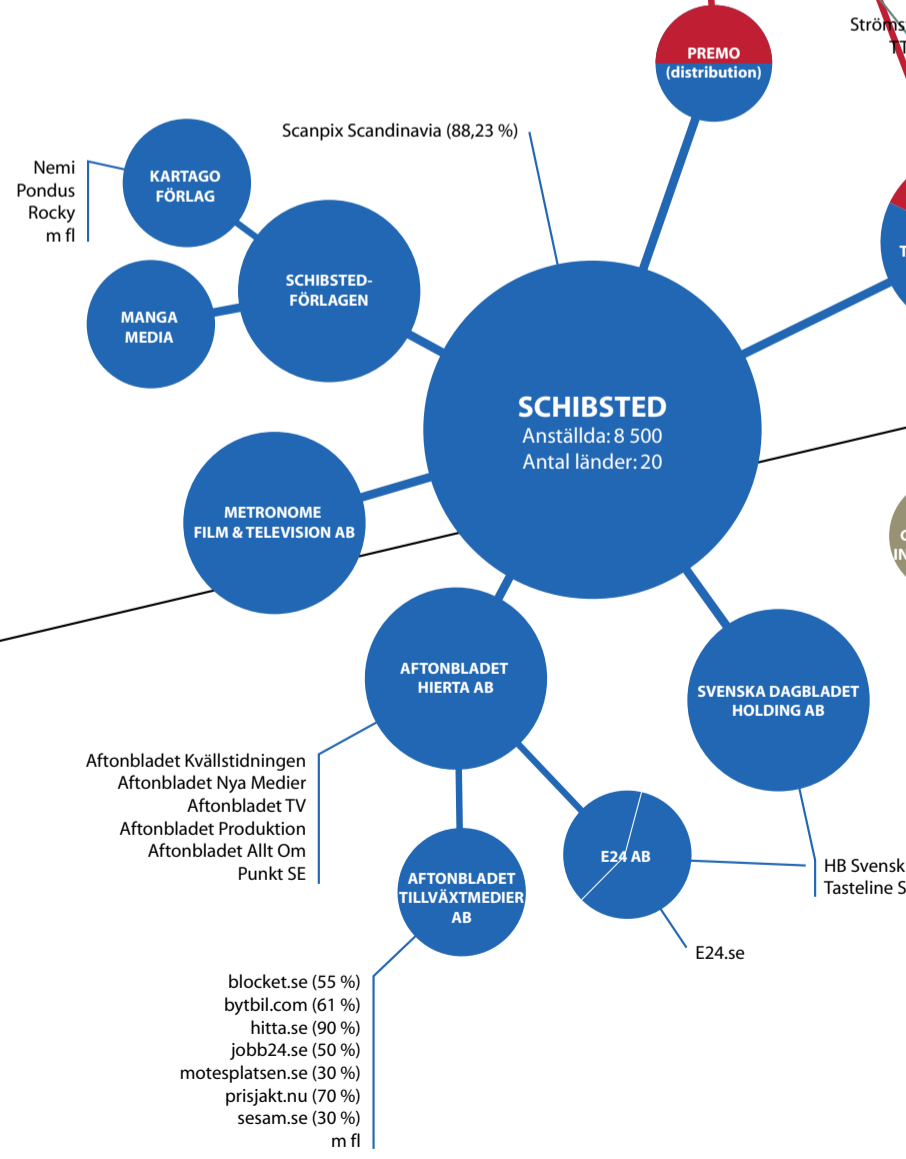
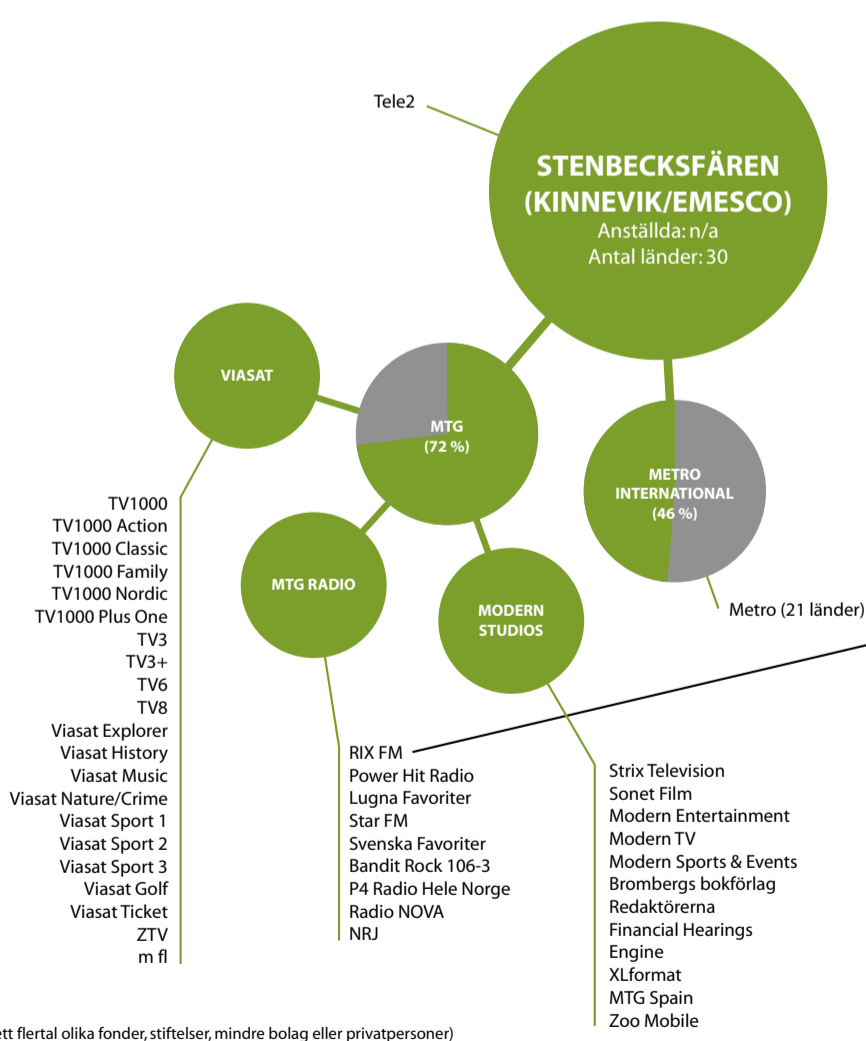
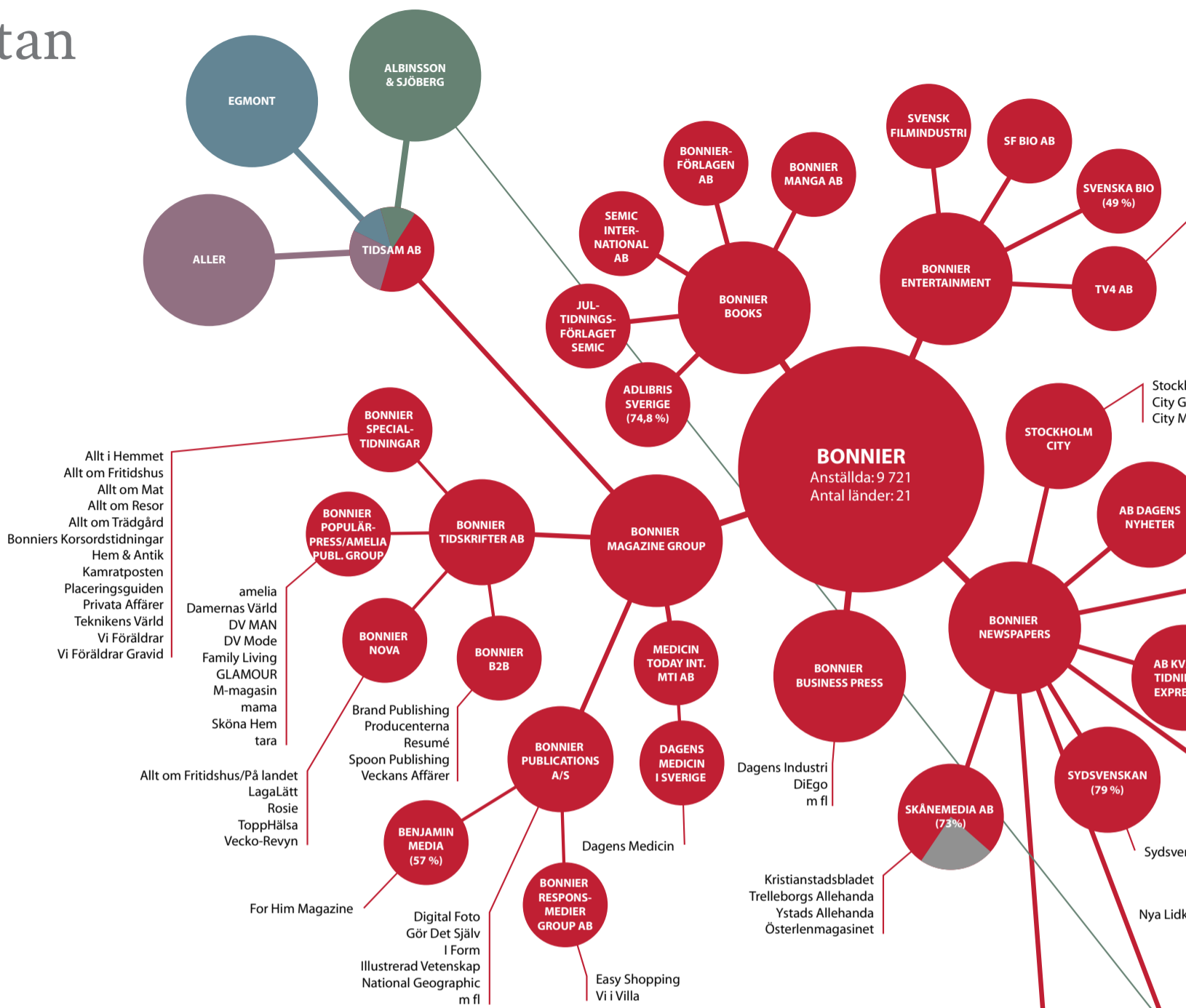
Här finns en uppsjö frågor för Dagens Nyheters medarbetare att gräva i.

Om nu regeringen väljer att gynna en viss medieaktör i sina politiska beslut, vad förväntar de sig i gengäld? Och vad innebär det för Bonniers oberoende om regeringen i vilket ögonblick som helst kan lämna in en ansökan till Radio och tv-verket och därmed dra in TV4:s sändningstillstånd?

Om nu Bonnier resonerar som en ekonomisk aktör, vad väger då tyngst: att riskera ett antal tusen prenumeranter genom att ha en tydlig politisk agenda eller att med regeringens goda vilja vinna potentiella affärer i mångmiljardklass?

Johannes Wahlström  
Illustration: Jacob Stålhammar

Mediekartan



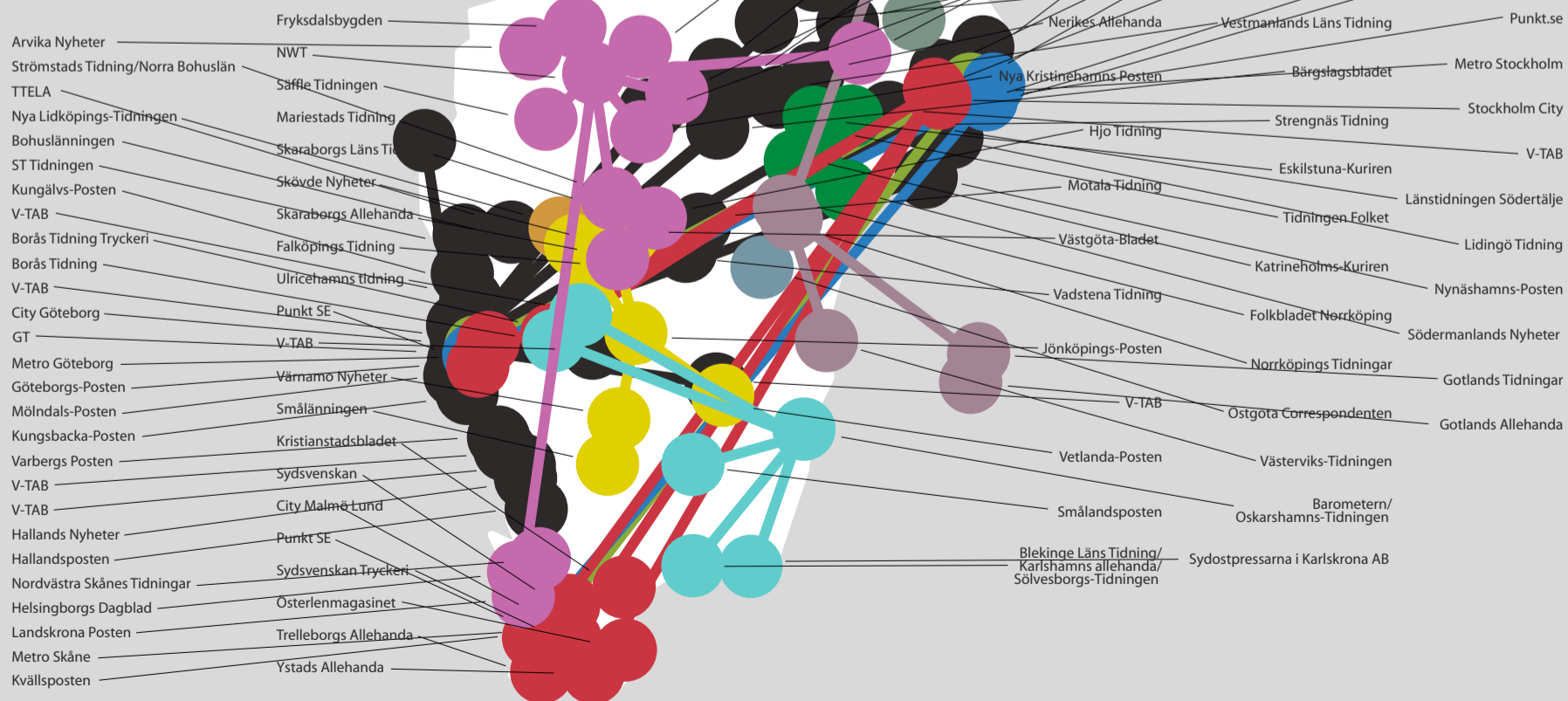
Övriga ägare (ofta ett flertal olika fonder, stiftelser, mindre bolag eller privatpersoner)

Översikten baseras på uppgifter från Bolagsverket per december 2006 samt respektive företags egna uppgifter. Vissa bolag med primär verksamhet utanför Sverige är ej medräknade. Färgen på prickarna är slumpartad och storleken inte konsistent med bolagets eller affärsområdets storlek. Ett stort tack till Staffan Sundin på Nordicom för vägledning och goda råd. Research: Madelene Axelsson & Anton Andreasson. Grafik: Anton Andreasson





- HERENCO
- BONNIER
- MITTMEDIA
- ESKILSTUNAKURIREN AB
- LIDKÖPINGSPRESS
- STAMPEN
- STENBECKSFÄREN
- UPSALA NYA TIDNING
- ÖSTGÖTA CORRESPONDENTEN
- SCHIBSTED
- NYA WERMLANDSTIDNINGENS AB
- GOTA MEDIA
- NORRKÖPINGS TIDNINGAR



Grafik: Anton Andreasson

Trötta på den kändisfixerade veckopressen och törstande efter samhällsgranskning startade ett antal entusiaster tidningen Folket i Bild år 1934. Det blev succé. Tidningen som ställde sig på den lilla människans sida nådde snart en upplaga på en kvarts miljon. Men framgången blev kortlivad, nageln i makthavarnas ögon köptes snart upp av Bonnierkoncernen och förvandlades till en porrtidning.

# FIB - från politik till porr

Vem som helst kan utsättas för ett brott, men det är få svenskar som har inblick i den undre världen. Samma sak gäller porren. Vem som helst med en internetuppkoppling, ett TV-1000 abonnemang eller ”mod” nog att gå ner till ICA och köpa en Lektyr, Private eller FIB-Aktuellt kan konsumera porr. Men att ha tillträde till det som sker bakom kame-rorna är något helt annat. Porrens vardag, liksom den undre världens, är indränkt i mysticism och tabun. Så Bengt Lénberg, chefredaktör på FIB-Aktuellt har rätt när han säger att de som besöker ett porrtidningsför-lag bär med sig vissa förväntningar.

Bengt Lénberg, 54, är en lång välbyggd man med vitt snaggat hår och vänlig röst. Han är klädd i ett par svartgrårutiga byxor, en mörk stickad tröja, ur vars v-ringning en något ostruken skjortkrage sticker upp. Han sätter sig bak-om sitt skrivbord. Kontorets väggar är täckta med porrtidningar från golv till tak. Bengt Lénberg har arbetat på FIB-Aktuellt i över 30 år, de senaste 20 åren som chefredaktör.

– Ett bra nummer av FIB-Aktuellt ska innehålla samma grejer som den alltid gör: spännande läsning, krim, äventyr, sport och självklart nakna tjejer, och numera även pornografiskt material, säger han från andra sidan skrivbordet där han sitter tillbakalutad med händerna knäppta bakom huvudet.

När Bengt Lénberg började på FIB-Aktuellt 1974 var tidningen fortfarande ett samhälls-magasin som skrev om allt från avslöjanden om amerikanska spionanläggningar i Sverige, till reportage om människosmuggling och amerikanska krigsförbrytelser i Viet-nam, signerade John Pilger.

Det som fick ta stryk, i och med att man började publicera nakna tjejer, var det arv man lovat att förvalta: arvet från den tidning som ägarna Bonnier köpte 1962 – Folket i Bild.

Sammanslagningen skedde då Bonnier, genom sitt tidskriftsförlag Åhlén & Åker-lund, köpte Folket i Bild av Sveriges Litogra-fiska Tryckerier, SLT och Tidens förlag. SLT ägde majoriteten av tidningens aktier. Tidens förlag var knutet till det socialdemokratiska arbetarpartiet.

Affären var kontroversiell och en debatt om pressfrihet och Bonniers dominerande ställning på mediemarknaden utbröt då det blev känt för allmänheten att Folket i Bild bytt ägare. Men Lukas Bonnier, som vid den tidpunkt höll i tyglarna på familjeföretaget, försökte lugna upprörda röster med att ägarbytet inte skulle påverka innehållet i Folket i Bild: ”tidningen skall behålla sin radikala och kulturella tradition”, gick det att läsa i Stockholmstidningen, som offentliggjorde affären, den 29 september 1962.

Den första utvecklingsmodellen i FIB-Aktuellt publicerades redan 1965 och hette Carola Funke. Efter att nittonåriga fröken Funke visat sina bröst i fyrfärgstryck ökade upplagan dramatiskt. Andra tidningar, som den då konkurrerande herrtidningen Lektyr var snabba att hänga på utvecklingen. Konkurrensen gjorde att bilderna blev allt mer vågade. Upplagesiffrorna fick ägarna att jubla – FIB-Aktuellt gick från misslyckad samhälls-



tidning till Bonnierkoncernens flaggskepp. I mitten av 1970-talet sålde FIB-Aktuellt 280 000 tidningar i veckan. Antalet läsare låg runt 900 000.

I dag har FIB-Aktuellt omkring 15 000 läsare, och för varje nummer som när tidskriftskioskerna blir läsarna allt färre. Enligt Bengt Lénberg består dagens läsare av äldre män som hängt med under tidningens förvandling sedan mitten av 60-talet.

– Tidningens upplaga minskar. Vi får inga nya läsare. Våra läsare är gamla och på väg att dö, och i takt med att de gör det dör även vi, säger han, med ett skratt som övergår i ett förskräckligt hostanfäll.

Folket i Bild grundades 1934 av kommunisten och senare socialdemokratiska riksdagsmannen Karl Kilbom. Folket i Bild var, innan Bonnier köpte tidningen, en veckotidning fri från kändisar, skvaller och kungligheter. Istället var det den arbetande människans vardag som skulle skildras. Tidningen kunde stoltsera med skribenter som Vilhelm Moberg, Moa Martinsson, Per Anders Fogelström och Jan Fridegård. Folket i Bild spreds på arbetsplatser via ombud, så kallade ”fibbare”. 1952 nådde tidningen sin försäljnings-pik med en upplaga på 260 000 exemplar i veckan. Men i slutet av 1950-talet började upplagan sjunka. Tidens förlag saknade de resurser som krävdes för att få tidningen på fötter igen. SLT gick då in och köpte majoriteten av aktierna i tidningen. Men Folket i Bild fortsatte att gå dåligt och dess ägare beslutade att sälja den.

När Bonnier tog över Folket i Bild infördes en paragraf i överlåtelsehandlingarna där de nya ägarna förband sig att föra vidare de traditioner och värderingar som Folket i Bild stod för.

1971 blev det känt att journalisten och författaren Jan Myrdal skulle starta tidningen Folket i Bild-Kulturfront. Att tidningen fått laglig rätt att använda ”Folket i Bild” i sitt namn retade Bonnier. Deras jurister gjorde sitt bästa för att hävda sin äganderätt till namnet ”Folket i Bild”, dock utan framgång.

Gamla Folket i Bilds chefredaktör Ivar Öhman, som lämnade tidningen i samband med uppköpet för att bli kulturattaché i Norge, skrev den 29 september 1971 ett öppet brev till Lukas Bonnier på Dagens Nyheter debattsida – en arg reaktion på att Bonnier ansåg sig ha rätten till namnet ”Folket i Bild”.

Ivar Öhman, som valt att inte yttra sig då affären med Bonnier ägde rum cirka tio år tidigare, lät nu sin ilska skölja över mediemagnaten: ”det finns andra människor som har andra meningar om vad Folket i Bild ’står för’ än ni. En av dem är jag. Er tes är alltså att den innebörd som en gång fanns i namnet Folket i Bild genom något slags transsubstantiation skulle ha överförts till det som i dag är FIB-Aktuellt. Jag anser det vara ett groteskt påstående.”

I sitt brev påminde även Ivar Öhman Lukas Bonnier om vad han lovat under ett möte med tidningsfolket på Åhlén & Åkerlund: ”Nya Folket i Bild skulle, enligt era egna ord,

’bli en ny tidning i vilken vi vill omsätta den kvalitetstradition som ligger i begreppet FIB’.”

Lukas Bonnier svarade dagen efter att man under en tid försökt att ”återuppväcka intresset för det material som under Folket i Bilds framgångsepok på 40-talet karakteriserat denna tidning... detta förslag misslyckades och beslut träffades om att renodla det manliga materialet i tidningen”.

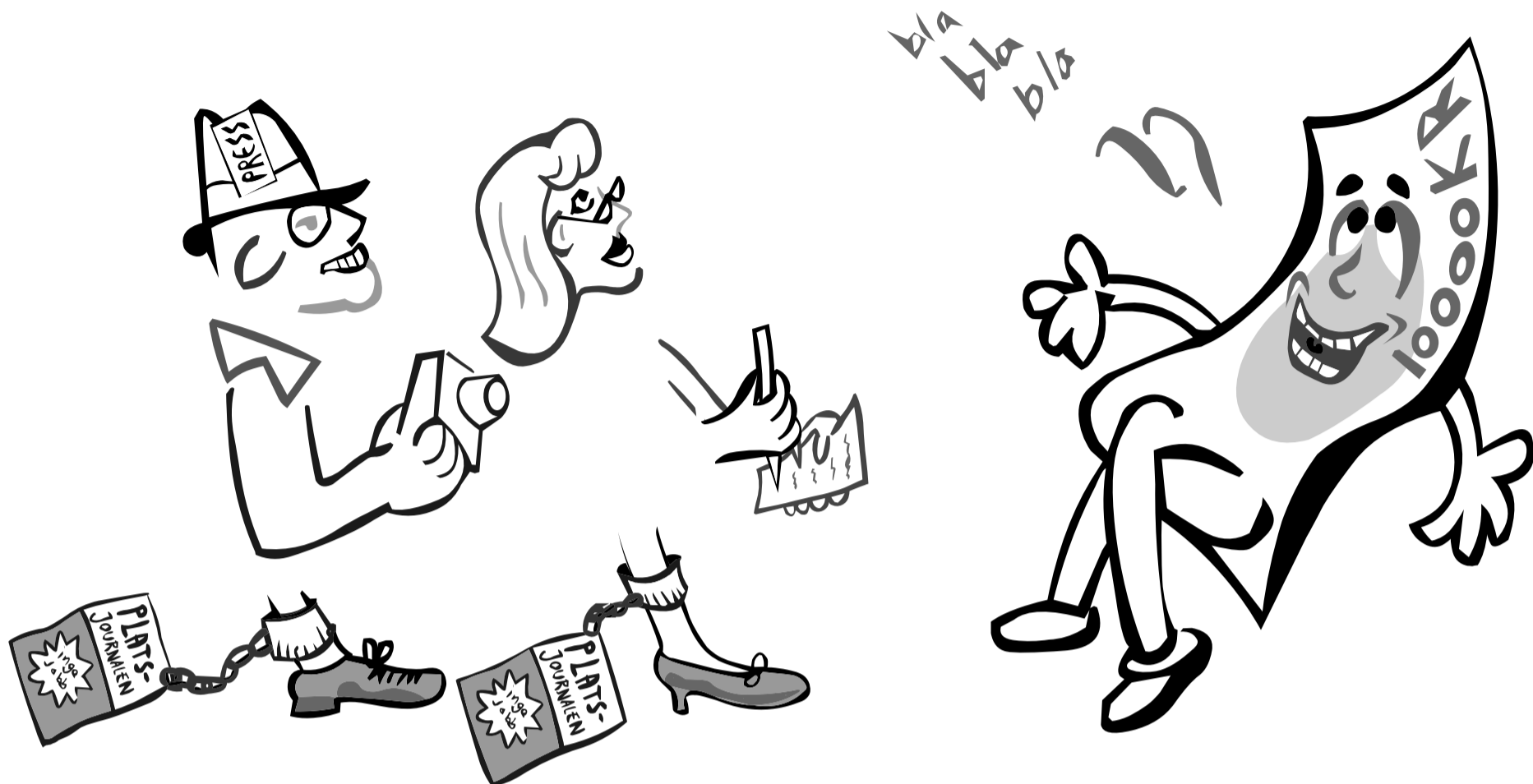
Jan Myrdal förklarar gamla Folket i Bilds undergång med att tidningen bedrogs av sina socialdemokratiska ägare.

– Den såldes för pengar. Att tidningen kom att förvandlas till just FIB-Aktuellt berodde på att Bonnier hakade på den porrvåg som för tillfället var lönsam. Det hela är mycket enkelt, det var marknaden som styrde och socialdemokraterna ansåg tidningen vara olönsam, säger Jan Myrdal.

Bengt Lénberg ger intrycket av att ha gett upp hoppet om FIB-Aktuellts framtid. Han menar att produktionen numera går på tomgång. Det är framförallt tjejerna som drar läsare. Han säger sig inte ställa några större krav på texterna, det är bilderna som räknas.

Vad är det då som driver dig att fortsätta med FIB-Aktuellt?

– Att göra en så bra tidning som möjligt, säger han, en som säljer, så att vi har våra arbeten kvar.



Under samma tid som en handfull familjer spelat monopol med hela svenska medielandskapet har Journalistförbundet konsekvent vägrat acceptera ett ingripande. Men med de senaste årens uppköp har förbundet gjort helt om.

# ”Mediemakt handlar om makten att nå ut”

**O**m inte ägarförhållandena förändras kommer den fria journalistiken dö ut, säger Journalistförbundets ordförande Agneta Lindblom Hulthén, när hon tar emot oss på förbundets lokaler på Vasagatan i Stockholm.

Hon har just avslutat en konflikt med Media- och Informationsarbetsgivarna, en förhandling som tagit Agneta Lindblom Hulthén all hennes vakna tid de senaste veckorna. Hon ser sliten ut, men blicken är allt annat än trött. En kort tid dessförinnan var det Tidningsutgivarna som stod i skottluggen.

– Journalisters arbetsvillkor handlar om hur de kan utföra sina jobb, det är i grund och botten en fråga om demokrati.

**I samband med att** ägarkoncentrationen ökat inom mediebranschen har andelen otrygga arbetsförhållanden ökat, förklarar Agneta Lindblom Hulthén. Lagen om anställningsskydd, LAS, som var tänkt att trygga journalisters oberoende från sina arbetsgivare, har istället använts till att göra dem än mer otrygga.

Systemet som i folkmun kallas *ut-lasning*, har inneburit att många journalister endast fått arbeta på korta vikariat för att sedan

slängas ut efter tolv månader. Medieägarna har skyllt på ekonomin. Men enligt Agneta Lindblom Hulthén finns det inga ekonomiska argument.

– Vi har gjort beräkningar som visar att de administrativa processerna kostar mer än vad som kan sparas på överbemannning. Däremot får man en grupp människor som är lätta att styra och som är beroende av att hålla sig väl med sina arbetsgivare. De tjuatar inte emot och ifrågasätter inte vinklarna utan anpassar verkligheten efter de vinklar som redaktörerna bestämmer. I dag är arbetstryggheten bland journalister i högsta grad en maktfråga, tillägger hon.

**Journalistförbundets** ordförande gör ett avbrott i intervjun för att svara i telefon, det är tv som vill intervjua henne om det nya avtalet.

– Mediemakten har blivit så stor att möjligheten att använda den hänsynslöst har blivit allt större, tillägger hon när hon avslarat telefonsamtalet.

Men när det kommer till frågan om ägarkoncentration har journalistförbundet konsek-



Agneta Lindblom Hulthén.

kvant sagt nej till lagstiftning.

– Ja, förbundet har vacklat i den frågan.

Agneta Lindblom Hulthén funderar, rättar sig och fortsätter.

– Vi har tidigare haft svårt att förhålla oss till frågan på grund av etableringsfriheten. Men nu har etableringsfriheten blivit en frihet för de redan etablerade. Så vi har fått klartecken från kongressen om att stödja en lagstiftning mot ägarkoncentration.

Hon förklarar att de inte driver frågan ännu, men att de snart kommer att kräva det.

**Problemet är att det** inte finns några politiska krafter som ställer sig bakom frågan. Det rör sig enligt Agneta Lindblom Hulthén dels om att de som äger medierna ofta är vänner med dem som bevakas, men även om en ovilja att ta i ett känsligt ämne.

– Det finns en rädsla för medierna bland politiker. De är angelägna att hålla sig väl med medierna för att inte bli utsatta för tryck.

Frågan om ägarkoncentration är inte en okomplicerad fråga. Bland dem som motsät-

ter sig en lagstiftning brukar det hävdas att det journalistiska innehållet inte påverkas av ägandet. Det resonemanget köper inte Journalistförbundets ordförande.

– Den ideologi som ägarna företräder genomsyrar hela redaktionen. Den sitter i kulturen på redaktionerna. Man måste vara ohyggligt stark för att motstå den.

Hon tar en klunk på sitt avsvalnade kaffe och förklarar varför det är så viktigt att granska just medieägandet.

– Mediemakt handlar om makten att nå ut till medborgarna, att bestämma vad de ska veta och inte veta. Titta bara på Berlusconi som använder sin mediemakt till att tillskansa sig politisk makt, för att sedan driva igenom lagstiftningar som ytterligare stärker hans mediemakt, berättar hon och tillägger att det i nuläget inte finns något som förhindrar att Sverige går samma väg tillmötes.

Ändå finns det så gått som ingen granskning av mediemakten i Sverige. Agneta Lindblom Hulthén är oroad över det, och menar att det i hög grad rör sig om självcensur.

– Medieägarna vill inte bli granskade, förklarar hon. För varje granskning är ju en inskränkning av makt.

Johannes Wahlström

Illustration: Jacob Stålhammar

## Verkligen inte vad Sverige behöver just nu

### KRÖNIKA

Fördjupa och förstärka

Mediernas huvuduppgift är att förstärka och fördjupa den svenska demokratin. Så står det i regeringens pressutredning från 1972. Den formuleringen har fått stå sedan dess, och grundprincipen i pressetiketen är på sätt och vis kvar. Journalister slåss fortfarande för den lilla människan. Men det handlar inte längre om någon som behandlats illa av övermakten. Den där lilla människan är journalisten själv.

Det ligger i journalistkårens natur att bestå av en massa egenkära personer med stort bekräftelsebehov. Men tidigare har ändå idealet varit att bekräftelsen ska komma genom det stora avslöjandet. Det är borta nu. Den nya generationen har tagit över och den som får flest kommentarer i bloggen vinner.

**Dagens unga journalister** är medelklassbarnen som fått uppskattande applåder av föräldrarna när de läst högt som fyra-åringar. Sedan har de börjat skolan och fått en kalldusch när det visat sig att det är skrik och trots som gör att man blir populär, inte duktiga svar.

Efter tolv förskräckta år släpps de ut och börjar på journalisthögskolan. Plötsligt är det okej att vara duktig. Alla i rummet är mammans lilla läshuvud. Å du sköna nya värld. Självförtroendet vaknar. Egot byggs upp. Nu ska de jävlarna få se!

Snart sitter de i hundratals och dricker öl med varandra. Tillsammans skapar de en gemenskap där alla är övertygade om sin egen viktighet. Till slut behöver journalisterna inte bry sig om den skrikiga, trotsiga omvärlden längre. De börjar skriva om och för varandra istället.

Det där "journalistiska uppdraget" som lärarna ur 68-generationen pratade om suddas slutligen helt ur minnet. Den nya medieöverklassen är född.

**Jag är själv ett läshuvud** med revanschlusta. När jag gick på journalisthögskolan gav jag inte mycket för lärarnas mossiga syn på journalistik. Men nu har jag börjat förstå deras hopplösa situation. De är satta att lära ut det journalistiska uppdraget, fastslaget 1972, till klass efter klass av nyväckta egon. Ett omöjligt uppdrag.

När de sedan försökte kvotera in lite människor som faktiskt upplevt orättvisor och kunde tänkas ha lite patos tog det stopp direkt. Tio procent av studenterna skulle ha utländsk bakgrund, löd förslaget som JMG (Institutionen för Journalistik och Masskommunikation vid Göteborgs universitet) lade fram 2003.

Men massor av små och stora läshuvuden protesterade och gnällde om omvänd diskriminering. Så intagningsproven som bygger på duktiga svenskakunskaper fick vara kvar. Och snart går en ny kull egocentrerade ex-töntar med mindervärdeskomplex ut i arbetslivet. De kommer att skriva om höstmode, läsa resumé och författa krönikor om döda popstjärnor.

De kommer att bli precis som jag. Det är verkligen inte vad Sverige behöver just nu.

Joel Sjöo



## Budskapet är tydligt: Gapa och svälj

### KRÖNIKA

Guider och recensioner

När spelföretaget Sony skickade ut en guide till recensenter med tips och råd om hur man ska recensera deras spel fick de en hel journalistkår att glömma var de lagt sin integritet.

Bjudresor, publicitetslöften, pressgåvor och annat som i alla andra mediasammanhang är hårt förknippade med skandaler och mutbrott är i tv-spelsjournalistiken norm. Vi talar om ett medielandskap där pressetik är fridlyst och där skribenterna grott fast i gråzonen mellan journalistik och marknadsföring. En press så beroende av företagen de är satta att bevaka, att det ofta är svårt att skilja på vad som är annons och vad som är artikel.

**Men någonstans finns det** gränser. Gränser som säger stopp när pr-byråer överskattar tilliten och trampar på den tillstymmelse av ryggrad som yrkeskåren lyckats uppåda.

Uppbackad av en aggressiv marknadsföringskampanj skulle tv-spelet Lair bli den systemsäljande kassako som Sonys skandal-

omsusade spelkonsol Playstation 3 var i så desperat behov av.

När kritikerna hade gjort flis av hypen och spetsat summeringarna med sina syrligaste sarkasmer valde Sony att bemöta deras omdömen med ett utsträckt långfinger och en 21 sidor lång recensionsguide. En guide med intentionen att lära recensenterna hur Lair ska spelas och upplevas, med framförallt hur spelskribenternas jobb ska utföras. Budskapet var tydligt. Gapa och svälj, och våga inte tänka tanken att bita den hand som föder dig.

**Recensionsguiden var** inte bara en till i raden av Sonys jordskred av pr-grodor utan även en väckarklocka för spelpressen i sin helhet. Det signalerade att medieklimate var så tandlöst att en förläggare kunde publicera en uppfostrande recensionsguide utan egentligt mothugg. På den mer kreddiga sidan av kulturmuren skulle en bifogad recensionsguide för hur Bruce Springsteens skivan bäst ska upplevas och lyssnas på inte gått lika obemärkt förbi.

Den frågan spelpressen borde ställa sig är vilka det är som egentligen bör skämmas – Sony eller de själva.

Jimmy Håkansson

## Varför skiter arbetarrörelsen i media?

### KRÖNIKA

Politisk opinionsbildning

Det är hög tid att den svenska arbetarrörelsen tar politisk opinionsbildning via nyhetsmedier på allvar. Om inte annat så för sin egen överlevnad.

Makten över samhällsdebatten avgörs inte i riksdagen utan av dem som lyckas formulera både problem och lösningar i det offentliga rummet. LO och de större fackförbunden är de enda vänsterorganisationerna med ekonomiska resurser för större mediesatsningar. Organisationen har tiotals miljarder i strejkfonder och pensionsfonder men vägrar göra en offensiv investering

i nyhetsmedia. Istället har LO haft en defensiv mediestrategi och valt att värna om de egna förbundstidningarna, ett starkt public service och att agera genom de borgerliga massmedierna. Och organisationen verkar varken ha för avsikt att engagera sig i de kvarvarande socialdemokratiska tidningarna eller att bygga upp något eget.

**Problemet med de existerande** radikala medierna är att de varken har spridning eller direkt genomslag i opinionsbildningen hos bredare läsargrupper. De har inte ens ett indirekt genomslag i de stora dagstidningarna och public service. De radikala medierna är med andra ord alternativa i dubbel bemärkelse – de kompletterar de etablerade, men är

inte med om den dagliga agendasättningen. Det räcker inte heller med att vissa redaktörer på de liberala tidningarna tar sitt publicistiska ansvar och låter oliktankande komma till tals. Radikala frågor får inte reduceras till alibin i de etablerade medierna. Krönikor, kolumner, tv-soffor och recensioner kan inte jämföras med möjligheten att sätta agendan, precis som näringslivet och politiska makthavare. En agenda vars relevans och demokratiska legitimitet sällan ifrågasätts i någon större omfattning i samma medier.

**Varför inte anpassa presstödet** till andra medieformer än dagspress – framförallt Internet? Och varför inte höja reklamskatten på alla medier för en kraftig expansion av

presstödet? Medieindustrin skulle då bli mindre attraktiv för dem som främst drivs av vinstintresse i annonsmarknaden och mer attraktiv för dem som drivs av publicistiska. De sistnämnda skulle dessutom slippa gå omvägen via annonsörerna. Varför inte starta en daglig rikstäckande LO-tidning med ideologiskt svängrum för journalisterna utöver den egna politiken? Varför investerar inte LO ordentligt i projekt som EfterArbetet i Malmö med en tydlig lokal profil och annonsmarknad i en storstadsregion? Och varför satsar inte LO mer på att utveckla tankesmedjan Agoras verksamhet för att på allvar ta upp konkurrensen med Svenskt Näringslivs Timbro?

Fredrik Holmquist



Sedan ett antal år har Sveriges Television och Sveriges Radio beslutat att lägga över en stor del av sitt journalistiska samhällsansvar på just produktionsbolag. Enligt argumentet är det tänkt att effektivisera och stärka den oberoende journalistiken. Men i den undersökning som Anna Sahlström gjort, framträder en mediebransch av odemokratiska organisationer med osunda lojalitetsförhållanden. En bransch där maktmissbruk och sexuella trakasserier är en del av vardagen. Där låga löner och bristande kompetens leder till en snedvriden verklighetsbeskrivning.

# Fast i produktionsfabriken



FOTO: KLARA KÄLLSTRÖM

Jag träffar Cissi, som egentligen heter något annat på ett fik på Söder i Stockholm. Vi möts på Renstiernas gata och går till ett närliggande kafé. När vi kommer in, ser hon stressad ut och ser sig omkring innan vi sätter oss.

– Jag känner mig lite paranoid, jag vill ju inte att någon skall se att vi sitter här tillsammans, om du ursäktar. Det bor ju mycket mediefolk i krokarna, säger hon och ler lite snett mot mig.

Jag tycker det är okej och säger att jag förstår. Cissi sitter tyst en stund och hämtar andan, sedan berättar hon om hur det var när hon började.

– Jag började på Strix Television (ett produktionsbolag i Stenbeckkoncernen där bland annat tidningen Metro och tv3 ingår, reds anm.) när jag var 22 år, då hade jag gått en folkhögskoleutbildning som är ganska väl ansedd på produktionsbolagen. Det är många som gått samma som jag men den är faktiskt jättekass. Man får inte lära sig något på djupet och man får inte lära sig om hur alla bitarna hänger ihop. Det är synd, för det bidrar till att det blir så väldigt fragmentariskt och det är ju något som kännetecknar produktionsbolagsbranschen.

**Cissi blir tyst en stund** och rättar till sitt uppklippta hår, så lägger hon på lite läppglans, sedan frågar hon mig om mascaran har runnit ut under ögonen. Det har den inte, jag försäkrar henne om att allt är bra, hon ser bra ut.

– Ja, fragmentariskt och dåligt blir det. Hur fan kan någon tro att det kan bli bra när man jobbar jättemycket men bara ytligt, säger Cissi och blir tyst igen. Hon tar några klunkar på sin kaffe latte och fortsätter. Jag är alltid trött, och jag undrar alltid hur det skall bli när mitt projekt har tagit slut. Ibland har jag tänkt att jag ska utbilda mig och lämna tv-branschen. Jag tycker inte att något är roligt längre, nu har jag jobbat så länge att jag inte har någon energi kvar. Det känns kusligt, jag är ju fortfarande ung, eller?

Jag inväntar en fortsättning och undrar om hon tror att produktionsbolagen tycker att hon är gammal. Cissi svarar att när hon sist var på någon slags intervju så ville de att hon skulle bli redaktör för ett program.

– Det är inte klokt, nu anses man vara gammal och erfaren fast jag fortfarande har



”Det svider i ögonen och alla sinnen är bedövade men jag vet att jag inte kan komma undan. Om jag skulle ringa och sjukammäla mig eller säga att jag inte orkade så kommer snacket gå nästa dag om att jag är en smitare och kanske skulle jag inte få mitt kontrakt förlängt.”

– Cissi, 28 produktionsbolagsarbetare

länge man tycker likadant som dem. Om man går emot dem är det däremot svårt att jobba kvar. Ledarskapet beskrivs i flera fall vara av narcissisk karaktär. Ett sådant ledarskap kräver i sin tur en personal som är lojal mot dem och inte ifrågasätter. Det innebär i sin tur att det inte finns utrymme för fritt tänkande och möjlighet för företagen att utvecklas.

Under de senaste åren har jag samtalat med över hundra personer för att ta reda på vad som sker bakom kulisserna i tv-branschen. Många av dem jag har talat med under årens lopp har ångrat att de haft kontakt med mig av rädsla för att mista jobbet.

Detta är en oroväckande demokratisk fråga. Att de osunda arbetsförhållandena leder till att journalister inte vågar kritisera sina arbetsplatser och att journalistiken blir skev.

**Men det är inte bara** arbetsförhållandena som är oroväckande för samhällsjournalistiken. Här påverkar även lönsamhetstänkandet och ”underhållningsfaktorn” den verklighetsbild vi som mediekonsumenter får ta del av. Dessa verklighetsbilder som vi i samhället får presenterade för oss är ett resultat av arbetsförhållandena i mediebranschen och mediernas syn på journalistik.

Politiker, affärsmän, skolpersonal, sjukvården, rättsväsendet etcetera arbetar, agerar och fattar beslut efter en verklighetsbild som styrs av bland annat usla arbetsförhållanden och tankar om underhållningsvärde. Detta med ett tillägg av hård prispressning där alla som är involverade i produktionen ska få sig en del av kakan. Och ju fler led av chefer, producenter, ägare och annonsörer som är inblandade, desto mindre resurser blir det kvar åt att verkligen producera journalistik.

Genom denna prispressning har produktionsbolagen varit tvungna att skaffa sig människor som är beredda att arbeta för en väldigt liten lön eller helt gratis. När det gäller gratisarbete är det praktikanter som ”anställs”. Att alltid arbeta med en viss andel praktikanter på en redaktion leder till en instabilitet och osäkerhet för både dem som arbetar men också för praktikanterna själva. Detta påverkar givetvis resultatet av skildringen, rapporteringen, granskningen och bevakningen av verkligheten och de bilder av verkligheten som kablas ut i tv.

När Sveriges Radio och Sveriges Television lägger ut mer och mer av sin verksamhet på produktionsbolag är det omöjligt för kanalerna att ha insyn i verksamheten. Men inte desto mindre blir journalistiken lidande.

**Allt detta sammantaget;** svåra arbetsförhållanden, prispressning och brist på seriös samhällsbevakning leder till att de svenska medierna producerar smala och billiga verklighetsbeskrivningar. Utan en bred rapportering av de politiska processerna och en genuin skildring av samhällets alla områden är det svårt att hitta kraft och vilja hos medborgarna att engagera sig.

Problematiken inom mediebranschen återfinns i samhället i stort, vilket egentligen inte är vare sig märkvärdigt eller nytt. Men det är media som är samhällets spegel. Frågan är då hur vi på ett sunt sätt ska kunna spegla samhället ur ett demokratiskt perspektiv när mediebranschen är minst lika illa organiserad som de som granskas, skildras och bevakas.

**Anna Sahlström**

**Fotnot:** Materialet som ligger till grund för denna artikel har Anna Sahlström samlat under sju år för en bok om svenska mediebranschen och journalisters arbetsförhållanden. Boken väntas komma ut under vintern.

*jämföra med. Många i tv-branschen tror jag inte har haft så många andra jobb, de vet inte så mycket om livet där utanför.*

...

*Jag har provat på som du vet, Strix, Meter (Reds. anm: Meter Film & Television, ett produktionsbolag i Schibstedkoncernen, där bland annat Svenska Dagbladet och Aftonbladet ingår.) och ett litet bolag som jag inte vill säga namnet på för då kommer folk veta vem jag är.*

*Men jag vill nog inte bara lägga skulden på produktionsbolagen utan även på kanalerna. Det är deras översittarfasoner som beställare som gör att det blir uselt längre ned i leden. Det är ingen som fattar att vi som jobbar på golvet är pressade från flera håll. Vi jobbar som fan på taskiga löner medan beställarna tjänar hur mycket som helst.*

*Jag ska avrunda nu men hoppas att du har fått svar på dina frågor. Jag har haft dom här framför mig när jag har skrivit men jag kan ha missat något. Hör av dig i så fall, och glöm inte vad du lovat.*

*Släng det här brevet!*

*XXX Cissi.*

Cissi, jobbade ytterligare tre månader efter det att hon skrev brevet. Nu har hon flyttat till Göteborg och bytt bransch.

**Det som beskrivs i brevet** är inte bara en lokal arbetsplatsfråga utan i högsta grad en demokratisk fråga. Cissis erfarenheter är dessutom långt ifrån unika. Jag har under åren samtalat med ett hundratal anställda och många chefer inom tv-branschen. Bilden som framträder är av en mediebransch bestående av odemokratiska och ineffektiva organisationer. En bransch där maktmissbruk, sexuella trakasserier, är en del av vardagen. Och där dålig omvärldskänedom, låg social och samhällsjournalistisk kompetens samt osunda lojalitetsförhållanden i maktleden, leder till en snedvriden verklighetsbeskrivning.

Det har visat sig att människor mår dåligt på produktionsbolag, de mår i överlag sämre än de som jobbar på kanalerna. Det är vanligt att kvinnor känner att de blir sexuellt trakasserade av manliga kollegor/ chefer och flera beskriver en ”discostämning” där det är fritt fram att ragga öppet på arbetsplatsen. Anställda på produktionsbolag tjänar i allmänhet mindre än de som anställs på kanaler, trots att de jobbar långt mer. Det är vanligt att man arbetar tio till femton timmar per dag.

I kravet på att man alltid måste kunna prestera och leverera berättar nästan alla som arbetar på produktionsbolag att de känner stor stress. Många berättar att de alltid har magknip och huvudvärk. De som arbetar på produktionsbolag har inte råd att spara pengar/pensionsspara eller att ens gå till tandläkaren. De måste prioritera att använda pengarna till annat. Många uppger också att de dricker mycket alkohol för att kunna sova och slappna av.

Få anser att de kan göra ett bra jobb och de flesta mår dåligt över att deras tidsbegränsade kontrakt alltid är på väg att ta slut. Man har alltid två heltidsjobb; det ena är att man ska sköta det pågående, det andra där man ska söka sig ett nytt. Känslan att hänga löst utlöser stresssymptom som magkatarr och illamående. Man känner överlag också att man inte kan påverka sin arbetssituation. Allt detta får givetvis en inverkan på slutprodukten.

Chefers ledarstil inom produktionsbolagen beskrivs som kamratliga och skojiga så

en bit kvar till trettio, säger Cissi och tar ytterligare några klunkar på sitt kaffe. Jag vill inte vara erfaren, jag har ju inte någonting, det är pinsamt. Det finns jättekompenta människor överallt, som är utbildade och kunniga men som inte skulle kunna arbeta i den här branschen för de skulle aldrig acceptera villkoren.

Cissi är trött och har nära till gråten. Vi har bara suttit ner i tio minuter när hon säger att hon inte orkar fortsätta med intervjun. Dagen innan hade Cissi arbetat fjorton timmar med ett inslag sedan ytterligare fem timmar med redigering. Vi bestämde att vi skulle avbryta intervjun och höras senare. Vi gick tillsammans nedför Renstiernas gata och när vi skildes åt lovade Cissi att höra av sig efter att hon sovit ut.

Några dagar senare skickade Cissi ett sms där hon skrev att hon inte längre kände för att ställa upp på en intervju. Istället skickade hon ett brev som jag fick löfte att publicera om jag kunde garantera hennes anonymitet.

**Hej Anna,**

*Nu har jag sovit ordentligt i två hela nätter och jag mår lite bättre. Jag får be om ursäkt för det avklippa slutet på vår intervju men jag var verkligen helt utbränd. Jag har tappat lust till allting och på jobbet känner jag mig bara sur och grinig. Jag är nog ingen trevlig typ just nu, jag är med och behåller det dåliga ryktet om branschen.*

*På måndag börjar jag ett nytt kontrakt och nu har jag bestämt att det blir mitt sista, sedan tänker jag söka mig ett helt annat jobb. För det kan inte vara så här det är tänkt att man ska leva sitt liv. Tjugoåtta år och helt utbränd. Jag vet inte vart jag ska börja, men kanske från början, eller där vi slutade när vi sågs.*

*När jag började på Strix Television var allt rörigt och oorganiserat, man kastades in i produktionen utan vettig handledning och utan vettig introduktion. Jag var ju ganska ung då och fick försöka fixa allt eftersom allt kom, jag misslyckades rätt ofta och då blev det också mycket skitsnack. Då gick jag hem och tjöt. Det var så hemskt, nu så här i efterhand undrar jag varför jag håller mig kvar. Kanske är det för att man får vara med där det händer något, det är drag, det är fart och fläkt. Jag tror att det är det som är det positiva. Den ena dagen är aldrig den andra lik.*

*Men det är också som att gå på minerad mark, de dåliga arbetsförhållandena gör att många är lynniga, irriterade och det gör att man lätt snäser och fräser åt varandra. Man får liksom gå mellan minorna men ibland lyckas man inte och då smäller det.*

...

*Tv-branschen är en mycket liten Stockholmfixerad ankdam, här finns också små människor som fått alldeles för stora utrymmen. Det leder till ett dåligt tv-utbud.*

*Förstår du vad jag skriver, är det vimsigt?*

*Jag kände plötsligt att jag har massor att skriva men att allt kommer på en gång. De dåliga arbetsförhållandena leder till dålig kvalitet, det kan ingen säga emot. Den dåliga planeringen från kanalerna leder också till dålig kvalitet.*

*Det är inte klokt för samtidigt delar man ut priser till sig själva och varandra där man dunkar varandra i ryggen på kanalerna och produktionsbolagen. Här skriver man om den fantastiska kvaliteten, som skulle kunna vara ännu bättre men de kan inte se att de måste förändra sitt arbetssätt.*

*Troligen för att de inte har något annat att*



# När ett monopol blir ett annat

Från glädjerop om mångfald i etern till en radiomarknad som helt domineras av två mediekonglomerat. Detta är historien om hur ett monopol avlöste ett annat, hur betong kunde bli trams.

**S** kvalradio, reklamradio, tramsradio. Om man rattar bort ett par steg från den statliga public serviceradiation hamnar man i något som kan liknas vid en total medieskugga. Där är den bästa insäljningsraden "gamla-goat-hits-nonstop" och det enda program som kvalificerar sig till Radiogalan är Rix Morgonzoo med Gert Fylking. Elaka tungor vill inte ens jämföra den med den statliga public serviceradiation, utan att dess främsta konkurrent är en playlist på shuffle.

Ändå har den privata lokalradion, som den kommersiella annonsfinansierade radiation formellt heter, ända sedan den infördes stått i centrum för en het politisk strid. Hur kan det komma sig? Vem bryr sig om tramsradio?

Om vi backar tillbaka ett par steg hittar vi förklaringen.

**Den 22 september 1993.** Dagen som alla ivrare av fri media hade väntat på. Betongradion skulle konkurrensutsättas efter decennier av statligt monopol. Det var dags för andra röster att höras. Äntligen mångfald i etern.

Det beskrevs i tidningarna som ett mediaslagfält, den där dagen på auktionsverket i Stockholm. Över hundra radiointressenter slogs om de sextio frekvenser som stod till förfogande. Störst tryck var det på tillstånden som skulle säljas i storstadsregionerna. De tio frekvenserna i Stockholm, de fem i Göteborg och tre i Malmö räckte inte till och riksdagen beslutade därför att låta en auktion avgöra vilka som skulle få dem.

Auktionen hade föregåtts av en intensiv debatt, både i riksdagen och i medierna. Framdrivare av lagförslaget var den dåvarande borgerliga regeringen med kulturminister Birgit Friggebo i spetsen. På den andra sidan en opposition som försökte stoppa förslaget

med uttalande som att "man auktionerade bort yttrandefriheten".

I mitten fanns också Ny Demokrati som motsatte sig helt andra saker än just auktionsförfarandet, utan de begränsningar som förhandlats fram. Som regleringen av hur mycket lokalt producerat material kanalerna förband sig att producera och hur stor ägarandel tidningar fick ha i kanalerna. Ny Demokrati ville ha hundra procent fri media om det nu skulle vara fritt, och folkpartiets Lars Leijonborg fick sy ihop en överenskommelse med Ian och Bert i sista stund.

Den slutliga lagen om privat lokalradio blev därför en kompromisslösning mellan tre olika motstridiga sidor. Tidningar tilläts bara äga halva sändningstillstånd. Kanalerna förband sig att sända en viss andel lokalt producerat material och tillstånden skulle fördelas genom auktion om det fanns mer än en intressent.

Det pris man ropade in sändningstillstånden för, blev också det pris man årligen förband sig att betala, en sk koncessionsavgift. Större delen av de tillstånd som såldes gick för mellan 1 och 3,5 miljoner kronor. Men förväntningarna på radion som annonsmedium var högt ställda. Det skulle nog ordna sig med avgifterna, bara man hade en väl uttänkt marknadsplan.

60 tillstånd gick under klubban. Radion var fri!

**En av de radiokanaler** som ofta togs upp som ett gott exempel på den nya kommersiella radiation var Radio Q. En station som vände sig främst till kvinnor och som beskrev sig själva som en veckotidning å la Amelia, fast i etern. Eva Kaijser var med och startade upp Radio Q, som sände i nästan två år innan de kände sig tvingades att sälja sin frekvens.

– Det var inte ekonomiskt möjligt för

radio-stationer som oss att finnas. Jag tycker det var hycklande av politikerna att dra upp Radio Q som det goda exemplet, men sen inte göra något för att underlätta för den typen av stationer som vi var.

Eva Kaijser menar att det var auktionerna, och de medföljande höga avgifterna, som gjorde att Radio Q inte hade råd att driva vidare kanalen.

– I andra länder där man infört privat lokalradio har man använt andra system när man fördelat sändningstillstånden. I England bestäms till exempel att man vill ha en kanal som sänder klassisk musik, och sedan får de aktörer som vill sända jazz tävla om rättigheterna till den frekvensen. Men i Sverige gick politikerna på den rent kommersiella linjen, vilket gör att vi idag har en genomkommerialiserad lokalradio som bara spelar musik, förklarar Eva Kaijser.

**Vid en första rundratning** bland den kommersiella lokalradion kan det tyckas att det finns en uppsjö av olika aktörer som sänder musik för många olika åldrar och preferenser. Det finns ju kanaler både för gamla rockbjörnar och balladvurmare.

Men tittar man närmare finns det egentligen bara två aktörer som äger alla de 89 sändningstillstånd som finns i Sverige. Den ena är Stenbecksfärens MTG Radio, som genom en rad uppköp nu äger Rix FM, NRJ, Lugna Favoriter, Svenska Favoriter och Bandit Rock.

Den andra är riskkapitalbolagägda SBS Radio som huserar över Mix Megapol, The Voice, Rockklassiker, Vinyl och Radio City.

SBS Radio har, precis som sin konkurrent, funnits med bland lokalradioaktörerna ända sedan starten 1993. Och genom att etappvis köpa upp sändningstillstånden har man långsamt men säkert etablerat sig som en av två herrar på täppan. Det senaste uppköpet de gjorde var av 13 kanaler som del- eller helägdes av stiftelsen Fria Media för drygt ett år sedan. Fria Medias kanaler bestod bland annat av Helsingborgsstationen Radio Stella, som ägdes gemensamt med Helsingborgs Dagblad.

– Jag träffade precis chefredaktören för

Helsingborgs Dagblad. Han ångrar att vi sålde Radio Stella till SBS. Helsingborgsborna är så ledsnå över att deras lokala radiostation inte finns kvar, säger Jarl Mared som är ordförande för stiftelsen Fria Media.

Jarl Mared tycker att det är tråkigt att det inte finns något radioföretag kvar i dag som jobbar på det sättet som det var tänkt när lagen kom till.

– Avsikten var att man skulle producera lokal radio, men man konstruerade lagen så att det blev precis tvärtom. Om man får betala flermiljonsavgifter i årliga sändningstillstånd, tas de pengarna från kvalitén i sändningarna. Det är ett direkt samband. Och resultatet ser vi nu, det blev bara muskradio av allt till slut. Producerad i Stockholm i stora nätverk, väldigt billigt och med väldigt låg kvalitet.

**Fria Media har hela tiden** varit aktiva i att försöka få en ändring av lokalradiolagen, de var inte bara missnöjda med avgifterna utan även de regleringar som fanns runt annonstider.

– Vi försökte, men det var som att tala med en vägg efter att socialdemokraterna tog över regeringsställningen.

Redan ett år efter att den privata lokalradion infördes, hördes starka röster om att systemet behövde ses över eftersom det fanns tendenser till både ägarkoncentration och nätverksbildningar. Den nyutträdde kulturministern Margot Wallström höll inte direkt tyst om att hon tyckte att auktionerna aldrig skulle ha blivit av.

Med hjälp av konstitutionsutskottets initiativ försökte regeringen därför stoppa en auktion av 23 nya sändningstillstånd, genom en så kallad stopplag. Att använda initiativrätten och stoppa en redan beslutad lag och auktion, motsattes av den dåvarande oppositionen. Moderaterna tillsammans med folkpartiet och kristdemokraterna lyckades skjuta upp stopplagen så att den inte infördes förrän ett år senare.

Auktionen blev därmed av, och de nya tillstånden såldes den 24 november 1994.

En kommitté tillsattes sedan för att se över den privata lokalradion.

# ”Vi får nog leva med radion som den blivit.”

– Eva Kaijser, Radio Q

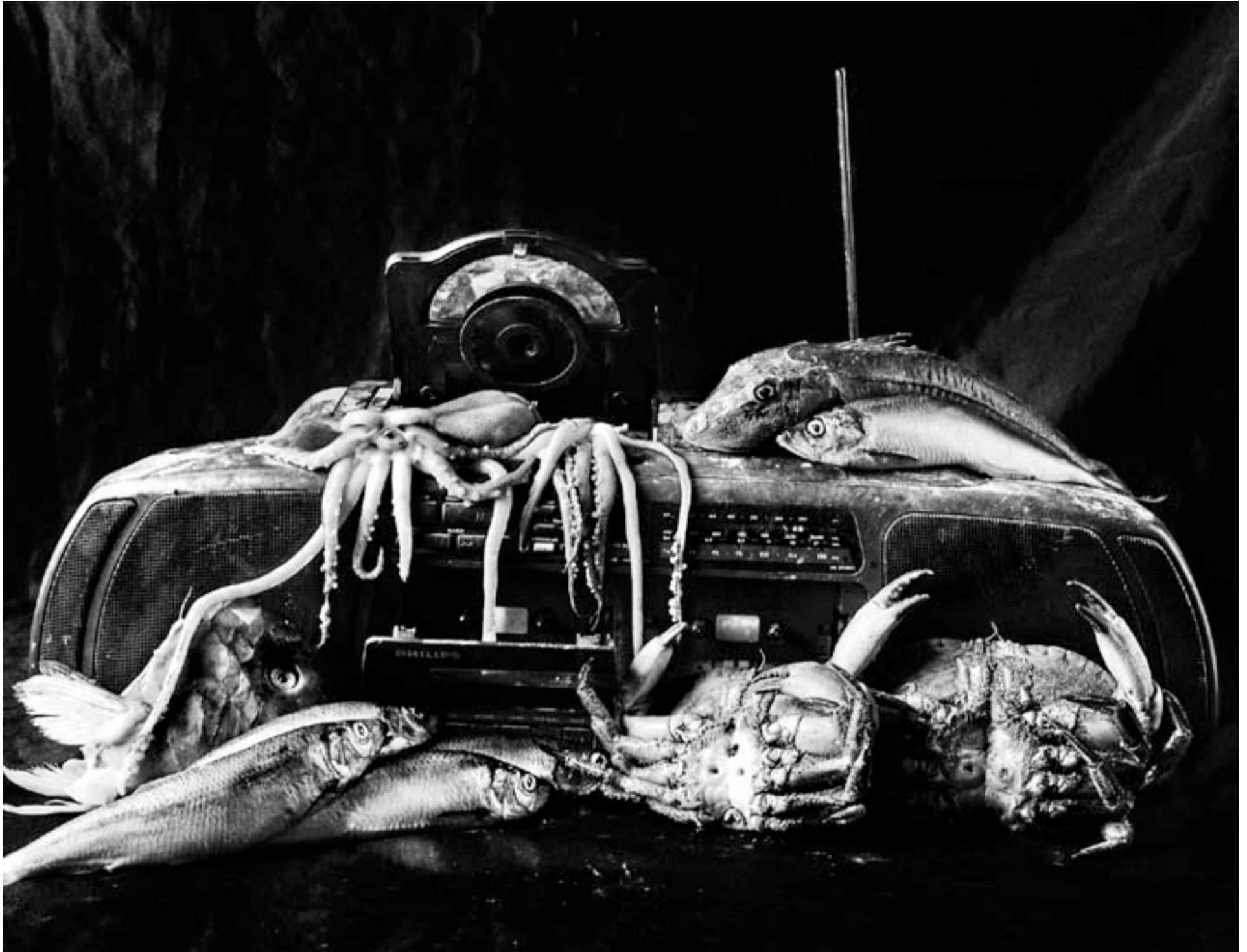


FOTO: MÅRTEN LANGE

Sedan en ny utredning och till slut ett nytt lagförslag. Året var nu 2001 och på sommaren införs nya regler för den privata lokalradion. Alla tillstånd som ges efter denna dag tilldelas av en nämnd under Radio- och tv-verket. Det är nu slut på auktionerna, avgifterna att sända begränsas till 40 000 kronor och kanalerna förbinder sig till att sända lokalt producerat material under dagtid för att bland annat förhindra att kanalerna ”nattetid ska kunna sända från en automatisk jukebox” och kalla det program.

Men de ”gamla” sändningstillstånden ändras inte och två olika system existerar nu parallellt.

**Än så länge är det bara** åtta av samtliga 89 koncessioner som fått ägare med det ”nya” systemet men även dessa har slutligen gått till de två radiojättarna, Alla tillstånd att sända löper ut i slutet av 2008 och det har blivit dags för ännu en utredning av lokalradion. Den tillsattes i somras och ska återigen uttala sig om vilka ändringar som behövs för att, som det heter i direktivet, ”skapa ett regelverk som gäller för alla som

har tillstånd att sända kommersiell lokalradio och som främjar mångfald inom radion”.

### Det infördes ju ett nytt system 2001, varför går man inte över till det helt och hållet?

– Som jag har förstått av de samtal vi har haft med Radiobranchen, har de gjort bedömningen att det är bättre för dem att ligga kvar i det ”gamla” systemet med högre koncessionsavgifter än att åta sig att sända redaktionellt material. Det skulle innebära för stora investeringar för dem i redaktionell utrustning och liknande, säger Martin Persson som är en av de tjänstemän som har varit med och tagit fram underlag till direktivet.

Radiobranchen är den kommersiella radions sammanslutningsorgan, och består numera av de enda två nuvarande aktörerna SBS och MTG. De har enligt Martin Persson uppvaktat kulturministern och kulturdepartementet för att presentera sina åsikter om hur radiomarknaden ska se ut efter 2008.

Kulturminister Lena Adelsohn Liljeroth medger att de har haft kontakt med de nu verksamma aktörerna på radiomarknaden.

Men huruvida man har konsulterat andra, till exempel de som nu tvingats sälja sina kanaler eller nya förmågor som är intresserade av att slå sig in på marknaden, kan kulturministern inte svara på.

– Jag vet att direktiven togs fram i vintras, men vilka som konsulterades minns jag inte.

Men i vilket fall kommer utredningen, när den är klar, att gå ut på bred remiss och då finns goda möjligheter att komma med synpunkter, säger kulturminister Lena Adelsohn Liljeroth. Att två aktörer totalt dominerar marknaden, tycker kulturministern däremot är problematiskt.

– Men situationen är också en följd av att man haft höga koncessionsavgifter tillsammans med strikta villkor för radiokanalerna. De privata aktörer som är verksamma nu tycker också att det begränsat deras möjligheter att göra annan radio.

De strikta villkor som kulturministern pratar om är framförallt kravet att sända lokalt producerat material, men även de restriktioner som finns om hur annonstider ska ligga i sändningsblocken. Frågorna är de samma som 1993. Total frihet eller statlig kontroll.

Enmansutredningen om den kommersiella

radion ska vara klar i september nästa år. Man ska återigen ta ställning till vilka förutsättningar som behövs för att skapa mångfald i etern. Återigen, eftersom tidigare utredningar redan svarat på den frågan - sändningsavgifterna är för höga för att små och enskilda aktörer ska kunna få ekonomin att gå ihop. Och de stora jättarna säger rakt ut att de inte har råd att betala både höga avgifter och samtidigt producera redaktionellt material. Frågan är om det behövs ännu en utredning för att påvisa detta, eller om det är dags att börja om från början och dra lärdom av de system som fungerat bra i andra länder. Ett system som infördes i Sverige redan 2001, men bara som ett övergångssystem och i mindre attraktiva områden.

Ingen vill ha tramsradio, enligt kulturministern inte ens SBS och MTG själva. Men det är vad vi fått, och inga större ansträngningar läggs på att förändra det, från något politiskt håll.

Eva Kaijser på Radio Q ser ingen ljusning på radiofronten.

– Vi får nog leva med radion som den blivit.

Emma Backman



Quis custodiet  
ipsos costodes?”

Vem vaktar vaktaren?

- Decimus Junius Juvenalis, romersk tänkare och satirdiktare