

Fackförbundetidning idag och imorgon

– Webb, medlemstapp och ägarrelationer

Jag har träffat fem chefredaktörer på fackförbundetidningar för att diskutera nuläge, förändringar och framtid. De är:

1. Susanna Lundell, Hotellrevyn, Hotell- och restaurangfacket
2. Björn Öijer, Kollega, Unionen
3. Sten Svensson, Lärarnas Tidning, Lärarförbundet
4. Christina Mörk, Tandläkartidningen, Tandläkarförbundet
5. Alexander Armiento, ST Press, ST

Det framträder några gemensamma drag även om inte alla är helt överens:

- Fokus på webben. Man satsar, man överför resurser dit och man funderar på hur man ska kunna applicera webb 2.0 i form av användargenererat innehåll och liknande.
- Satsning i motvind. Förbunden satsar på sina tidningar trots eventuella medlemstapp, tidningen ses som en viktig del av förbundet.
- Aktiv nyhetsvärdering av förbundsmaterial. Flera av chefredaktörerna gör samma nyhetsvärdering av informationen från förbundet som för övrigt material. Andra har speciella sidor där förbundets informationsavdelning får skriva utan redaktionens inblandning.
- Normalisering i kontakten med ägaren. Flera pratar om goda relationer mellan tidning och ägarorganisation tillsammans med stor redaktionell frihet och en förståelse hos ägarna för att en vital tidning som kan och får hantera svåra frågor är en stor tillgång för förbundet.
- Oklar konkurrenssituation. Få har någon klar bild av vilka andra medier eller sysslor som läsarna har som omedelbara alternativ till tidningen.
- Tidningen = förbundet. För många medlemmar AR tidningen förbundet, speciellt de som inte är engagerade fackligt utöver själva medlemskapet. Tidningen är det man ser av sitt fack. »Numera ser man ju inte ens avin för medlemsavgiften eftersom man betalar på autogiro«, konstaterar Christina Mörk lakoniskt.
- Tidningen är en medlemsmagnet. Många förbund använder tidningen i sin markandsföring, både för att sprida vad förbundet står för och som värde i medlemskapet.
- Redaktionen sitter på kansliet. Några av redaktionerna har helt egna lokaler, några sitter avskilt från kansliet men i samma lokaler och några delar lokaler med kansliet. Närheten skapar öppenhet men också spärrar för hur man vågar skriva om sina fikakompisar.
- Ägarna låter chefredaktörerna sköta tidningen. Tanken från början var att de här fem intervjuerna skulle kombineras med fem intervjuer av representanter för förbunden gjorda av min kollega Olle Lidbom (M&M, Vassa Eggen, Analysbrevet). Men förutom något enstaka undantag var det svårt att få till några intervjuer. Svaret var detsamma, med variation: »Det är chefredaktören som sköter tidningen, vi lägger oss inte i och jag vill inte uttala mig«.

Med webben in i framtiden

Några glimtar från den närmaste framtidsagendan från respektive tidning:

Susanna Lundell planerar en omgörning av webben, både till innehåll, form och tekniskt system. Användargenererat innehåll är ett buzzword för webben, något som även Hotellrevyn resonerar kring.

Sten Svensson kommer att satsa på webben och styra produktionsresurser dit. Tidningen fick ny form på papperstidningen i februari 2008.

– Det är möjligt att vi borde gjort vår webbsatsning parallellt men vi valde att ta en sak i taget.

– Det är tydligt att många som är framgångsrika på webben idag är det för att besökarna själva kan bidra med innehåll, och då funderar man ju på vad lärare kan vara intresserade av att bidra med, och där har vi inga svar idag.

Björn Öijer önskar att den nystartade medlemstidningen Kollega och chefstidningen Position ska få tid att sätta sig. Därefter ser han gärna att det blir några oneshots för att prova olika teman och målgrupper. Kollegas webb satsar på bildsatta nyheter och egna kommentarer till aktuella händelser på arbetsmarknaden och i samhället. Kollega.se övervägde att använda bloggar men avstod.

– Jag funderar på om inte bloggandet är en trend som håller på att nå sitt klimax. Det sätt man kan hänga ut folk på undergräver respekten för demokrati, människors integritet och hela samhällets spelregler, till exempel pressens ansvar och etiska riktlinjer.

Christina Mörk kommer att jobba mycket med nätet:

- Vi kommer att lösenordsskydda vissa delar av innehållet på tandlakartidningen.se för både medlemmar och prenumeranter för att de som prenumererar ska vilja fortsätta att betala för tidningen. Vi kommer att lägga till tjänsten såsom interaktiv radannonsering.
- Det gäller att se upp med att inte överskatta hur tandläkare och andra använder webben. För journalister är webbanvändningen så självklar, journalister bor på nätet!

Alexander Armiento känner sig fortfarande relativt ny på sin post och uttrycker sig försiktigt om framtiden:

- Jag har tankar om att utveckla papperstidningen, det viktigt att ompröva det man gör men än så länge mest lösa idéer. Men vi behöver ta avstamp i att fråga läsarna, jag sitter inte med färdig förändringsagenda.
- Webbtidningen kommer att spela en allt större roll, det är väl ett tämligen trivialt påstående. Det kan vara svårt att få människor att gå in regelbundet för att läsa en fackförbundstidning. Vi måste skapa ett värde, men det finns inga enkla metoder med garanterad framgång.

Ständig utveckling

Redaktörerna gör en jämförelse mellan hur tidningen fungerar idag och för några år sedan:

Susanna Lundell tog över tidningen för två år sedan:

- Sedan dess har vi bytt nästan allt. Jag tog över en välskött, läst och omtyckt tidning. Tidningen hade ganska länge befunnit sig i ett vänteläge inför att få ny chefredaktör. Förra chefredaktören gick i pension, liksom ytterligare en medarbetare.
- Rekryteringen av mig och en ny reporter har lett till en förnyring av redaktionen. Vi har gjort en läsarundersökning, vi har satsat mycket på bild, vi har gjort en redesign av tidningen med hjälp av nuvarande Oktavilla, vi har bytt maskinpark. När jag kom fanns ingen teve på redaktionen, det har vi nu. När jag kom sattes alla redigerade sidor in i en hemlig pärm, nu sätter vi upp dem på väggen så att alla kan komma och titta. Vi har kvar vår självständighet i förhållande till förbundet, men det har blivit mer öppet för folk från kansliet att komma in på redaktionen med nyhetstips eller för att prata. Våra läsare har en medelålder av ungefär 34 år, och nu har vi den medelåldern även på redaktionen.

Sten Svensson ser 5 år tillbaka i tiden:

- I dag är Lärarnas tidning mycket vassare, vi väljer och prioriterar mer medvetet. Vi har en annan vinkel på nyheterna än det som våra läsare redan sett i Dagens Nyheter eller på annat håll. Vi har också blivit bättre på textlängder och vinklar för att medvetet se till att bli mer lästa.

Björn Öijer ser 5 år tillbaka i tiden:

- År 2000 tog vi ett stort språng med hjälp av Magazine (Transparens: Morten Postrup var med i projektgruppen för omgörningen). Vi hade tröttnat på den gamla 14-dagarstidningen, det var dåligt papper och dåligt tryck, läsarna orkade knappt lyfta upp tidningen. Vi gick igenom formgivningen med Magazine och arbetsorganisationen med konsulter. Året efter byggde vi om redaktionslokalerna. Ingenting kunde längre sitta i väggarna, för dem rev vi ner och ersatte med glasväggar (skrott).
- Vi skapade ett omslagskoncept för sifidningen som har hållit ända till sista numret. Den här tiden har varit min hittills bästa tid som ledare. Vi har inte haft några relationsproblem alls, knappt inga konflikter.

Alexander Armiento började på ST Press för 2 år sedan:

- Jag tog över en genomtänkt tidning med bra format, annars hade jag ändrat på mer. Nu får man läsa rätt noga för att se någon skillnad.
- Vi har förbättrat nyhetsbevakningen, förbättrat kollen på vårt bevakningsområde. Vi har välutvecklade rutiner för att hålla koll på det vi anser viktigt.
- Vi gör mer medvetna prioriteringar av vad som kommer med och hur mycket utrymme det får. Även feature ska ha en aktualitetskrok.

Christina Mörk ser tillbaka på en process som startade för 12 år sedan när hon började på Tandlakartidningen:

- När jag började bestod tidningen helt och hållet av vetenskapliga artiklar, svartvita bilder, det fanns inga journalistiska artiklar, tandläkarna skrev själva i tidningen, på julnumret var det tomtar på omslaget och på sommaren en badstrand.
- Innan jag kom till Tandläkartidningen hade jag jobbat på flera förbundstidningar och kom från tjänsten som redaktionssekreterare på Vårdfacket. Jag kom in på tidningen med en exakt plan för vad som skulle göras.
- Jag gjorde om tidningen till en journalistisk produkt, flyttade de vetenskapliga artiklarna till andra halvan av tidningen (de läses ändå). Vi satte läsarna i fokus och såg till att man fick träffa tandläkare i tidningen så att de kunde lära av varandra.
- Senast gjorde vi om tidningen för ett drygt år sedan, med hjälp av John Bark. Tidningen har nu blivit mycket mer strukturerad vilket också innebär att vi väljer bort material som inte passar in i strukturen och det är bra. Vi har fått en modernare utformning.
- Det gäller att göra en bra tidning, för om inte läsarna gillar den så vill inte annonsörerna betala för att synas i den. I vårt fall tillför vi 11 miljoner kronor om året till förbundet.

Medlemstappet värst för LO-förbunden

För många fackförbund inom LO-sfären har medlemstappet varit ett stort bekymmer, bland annat på grund av förändrade a-kasseregler. Susanna Lundell på LO-förbundet Hotell- och restaurangfackets tidning Hotellrevyn väljer att se medlemstappet som en morot för förbättring:

- Fackförbundstidningarna har tidigare haft det bra med fast medlemsantal. Nu har LO-tidningarna fått ett betydande medlemstapp. Det gör att man måste tänka efter vad kärnan är i tidningen, vad man vill med den. Det handlar om att behålla medlemmar och rekrytera nya. Ett verktyg för det är att göra en bättre tidning.
- Andra tidningar har alltid fått kämpa för att nå fram till sin målgrupp, nu är det samma sak för fackförbundstidningarna.
- Tidningen kan användas som rekryteringsverktyg. Vi skickar den till utbildningar inom hotell och restaurang. Och då måste den vara ruggigt bra!
- HRF har inte skurit ner på tidningen på grund av medlemstappet utan satsar i stället på tidningen. Förbundet tycker att tidningen är viktig och att den ska vara bra, och det är förstås väldigt glädjande. De skär ner på annat håll.

Tidningen som medlemsmagnet

Kan man se tidningen som en anledning för att gå med i facket? Alexander Armiento:

- Jag tror inte att tidningen kan vara ett argument för att värva en medlem. Man kan uppleva tidningen som ett värde, men knappast som avgörande för medlemskap. ST Press är definitivt inte någon medlemsmagnet.
- Däremot förmedlar tidningen en bild av förbundet genom vad som skrivs och hur det skrivs. För de flesta fackliga medlemmar är tidningen den ena regelbundna kontakten med förbundet. På så sätt är tidningen en bärare av både information och image för förbundet. Det man som medlem vet om ST vet man oftast genom det man läst i ST Press.
- Eftersom en viktig del av uppdraget är att bevaka förbundets verksamhet och organisationsområde, går påverkan också i den andra riktningen: intresset för tidningen hänger i stor utsträckning ihop med intresset för de frågor som förbundet jobbar med.

Yngre går inte med i facket

Det anses vara en allmän trend att yngre går med i facket i mindre utsträckning än tidigare. Sten Svensson på Lärarnas tidning konstaterar:

- Så har det alltid varit, åtminstone på tjänstemannasidan. Jag kan se till mig själv, när jag började arbeta var jag fascinerad av yrket, det fackliga var inte intressant. Men efter ett par år ser man ett behov. Men trenden att de yngre inte går med i facket har förstärkts, många väljer bort medlemskapet. Delvis handlar det om tidsandan som individualistisk, man ska fixa allt själv, det är en slags överideologi för vår tid. Då passar inte de fackliga kollektiva lösningarna in så bra. Även om man är anställd så ser man sig inte som anställd, utan man tänker fixa allting själv. Men i samband med att IT-bubblan sprack 2000 blev det en enorm tillströmning till facket inom IT-branschen. Han anser också att fackförbunden själva borde lyft fram frågor som i stället de allmänna medierna gjort till sina:
- Facket har somnat in lite och behöver bli vassare. Under hösten avslöjades det rena slavförhållanden bland städare på hamburgerkedjor. Det städas runt om i Sverige på ett sätt där man grovt utnyttjar

människor som är i knipa. Detta grävde inte facket fram, utan allmänna medier. Sådana frågor borde facket ta sig an.

Vi fikar med dem vi ska kunna granska – om relationen till ägaren

Några av tidningarna delar lokaler med förbundets kansli. Susanna Lundell:

- Som så många andra fackförbundstidningar delar vi lokaler med kansliet, och man får tänka efter vad det innebär för den redaktionella integriteten. Kan man skriva granskande om någon som man fikar med på eftermiddagen?
- Vi har en policy som togs fram av redaktionen före min tid och som har godkänts av styrelsen. Som chefredaktör på en fackförbundstidning måste man hela tiden göra ett utbildningsarbete internt kring vad tidningen står för och hur tidningar fungerar, varför den måste ha sin redaktionella frihet.

Sammanslagning och namnbyte

Björn Öijer har lett sammanslagningen av siftdningen och HTF-tidningen till Kollega (samtidigt som förbunden SIF och HTF gått samman till Unionen).

- Namnfrågan var inte helt enkel. För mig hade »kollega« en föråldrad klang, det låg lite statlig byråkrati över det hela. Men när vi började fråga bland yngre så hade det en annan klang, nästan lite vänster. Det verkar som att ordet genomgår en renässans. Och till slut kom vi fram till att alla på redaktionen kunde leva med namnet, även om inte alla var alldeles förtjusta från början.
- Vi ska ge råd och tips till medlemmar som befinner sig i olika lägen och belysa situationen utifrån lagar, avtal, hur man bör gå till väga, vad som är viktigt att tänka på. Vi ska inte se våra medlemmar som offer. De flesta av våra medlemmar ser facket som ett slags försäkring.
- Kollega blir mer lustfylld än de tidigare tidningarna, det ska synas att det är kul på jobbet.
- Vi har nu slagit ihop två redaktioner. Till viss del är det svårt att vara effektiv i en grupp på 16 personer, samtidigt är det viktigt att alla får vara delaktiga när vi startar upp något nytt. I början har vi exempelvis möte varje vecka kring kommande nummer, så småningom blir det bara ett möte per nummer.

Tolv tips till redaktörer på fackförbundstidningar:

Susanna Lundell:

- Gör inte om tidningen utan en bra anledning. Det kan vara att det behövs nya avdelningar, ett förändrat antal sidor eller att tidningen känns tråkig och ofräsch.
- Skynda långsamt! En bra läsarundersökning, diskussioner med redaktionen och med människor du har förtroende för är en bra grund för en lyckad omgörning. Låt det ta tid. Man behöver inte visa att man kan sätta ner foten första veckan som chefredaktör.
- Tänk på att det är läsarna ni skriver för. Se till att ta reda på vilka läsarna är, och se till att ha en bra policy för tidningen som tillåter att förbundet utsätts för granskning i den egna tidningen.

Christina Mörk:

- När det gäller yrkestidningar så tänk på att läsarna är experter på det ni skriver om. Man måste vara ödmjuk inför läsarnas expertis, sätta sig in i deras behov och skapa nytta för dem.
- Ha koll på konkurrensen! Inte bara andra tidningar utan andra intressen och sysselsättningar som tids-konkurrerar med läsning av tidningen.
- Var öppen mot ägaren! Många har tyvärr satt en ära i att inte släppa ut saker från redaktionen. Det är bättre att vara öppen så blir det lugnare och man slipper ständiga frågor och den misstänksamhet som finns gentemot journalister.

Björn Öijer:

- Se läsarna som dina uppdragsgivare.
- Ha en fri och självständig ställning i policyn och i praktiken. Se till att kunna ha en granskande roll även i förhållande till den egna organisationen. Det stärker organisationen på sikt.
- Var en lyssnade chef, både när det gäller redaktionen och ägarna, man måste hålla dialogen igång även under en konflikt.

Christer Nilsson, chefredaktör på Akademikern, Akademikerförbundet SSR:

- Var inte så förutsägbar, överraska läsarna med oväntade och spännande infallsvinklar.

Plocka bort pliktmaterial som med fördel kan hänvisas till förbundets hemsida och satsa på kvalificerad läsning.

Se till så att ägarna respekterar utgivarskapet, att det är du som ansvarig redaktör och ingen annan som självständigt bestämmer över innehållet i tidningen. Det har Akademikerns ägare gjort sedan decennier, med mycket gott resultat.

Peptalk för fackförbundstidningar

När jag sammanställde svaren på frågan »Vad skiljer fackförbundstidningar från andra tidningar« framträder en lång lista över aspekter och argument. Jag publicerar svaren i sin helhet som en inspirationskälla för dig som vill tänka djupare kring rollen som redaktör på en fackförbundstidning.

Susanna Lundell:

- Man får tidningen i sin egenskap av medlem. En del läsare är väl insatta i fackliga frågor, men många är medlemmar i facket för att få bra försäkringar eller liknande, det får man tänka på när man gör tidning.
- Det finns en idéburen kärna i fackförbundspressen som handlar om solidaritet och liknande grundläggande värderingar.
- Våra läsare glöms ofta bort i andra medier, till exempel städare och andra med miserabla arbetsvillkor och låga löner. Här får de synas och komma till tals.
- Fackförbundspressen har dragits med stämpeln att det är tråkiga tidningar. Delvis har det haft med formen att göra. Delvis har det varit oförtjänt, en fackförbundstidning behöver inte vara tråkig.
- Det börjar komma en förändring bort från tråkiga tidningar. Det handlar om flera saker. Det kommer in nya chefredaktörer med nya tankar och idéer.
- Fackförbundstidningarna är bra på samhällsjournalistik och på bra reportage där man satsar på bilder. Vi är bra på att ta våra läsare på allvar. Men man måste också ha glimten i ögat, och då gäller det att tänka ut vad det ska vara.

Sten Svensson:

- Fackförbundstidningar har en klar målgrupp, och får pengar från förbundet för att göra tidningen så de behöver inte tjäna pengar på en marknad så som kommersiella tidningar. De har ett syfte från ägarhåll och har oftast något slags programdokument. Det är ideologi inblandat, det gäller organisationstidningar i allmänhet och fackförbundstidningar i synnerhet.
- Det är både lättare och svårare att göra fackförbundstidningar i jämförelse med andra tidningar. Lättare för att man inte behöver tjäna pengar varje dag, det är ekonomiskt tryggare. Lärarnas tidning får 50 procent av omsättningen från förbundet, 50 procent från annonser och prenumerationer. Svårare eftersom ägarna ibland vill styra, det kan vara svårt för förbunden att förstå varför man ska ha en fri och oberoende tidning. De ansluter sig till detta i teorin, men när det blir knepigheter vill de gärna styra. Det gäller att hålla en tydlig råkäng, chefredaktören får ta striden när det behövs.

Björn Öijer:

- Fackförbundstidningarna har ju liksom all organisationspress ett syfte, organisationen ser dem som en del i organisationsbygget, som ett verktyg för att rekrytera och behålla medlemmar och som ett slags kitt i organisationen. Från början var ju många fackförbundstidningar enbart en kanal för förbundsledningens röst.
- Jag ser läsarna som mina uppdragsgivare, även om det är förbundet som är arbetsgivare och betalar min lön.
- Förbundstidningen är ofta en uppsamlare för vad medlemmarna tycker, och det gör det roligt att jobba på en sådan tidning.
- På fackförbundstidningarna finns det stor kompetens kring spelet på arbetsmarknaden som ofta inte finns på andra tidningar.

Alexander Armiento:

- Fackförbundstidningarna är sinsemellan väldigt olika, de delar fler egenskaper med andra tidningar än med varandra.
- Civilekonomen påminner om Chef, ST Press och SKTF-tidningen är mer lika Dagens Samhälle.
- Essensen för en fackförbundstidning är att bevaka ett område som inget annat medium tillgodoser. Sedan har den också en revisors-funktion, den har en granskande roll i förhållande till förbundet.
- Fackförbundspressen har gemensamma drag med annan organisationspress i det att uppdraget är icke-kommersiellt, att tidningen oftast har en fristående ställning. Varje organisationstidning har en

ägare att ta hänsyn till, och det är en balansgång. Det pratas mest om detta när det finns motsättningar, men det fungerar oftast bättre än vad de flesta tror.

– Svenska fackförbundstidningar är en väldigt speciella i en internationell jämförelse, knappast ens de andra nordiska länderna har så självständiga fackförbundstidningar.

Christina Mörk:

– Fackförbundstidningen är det enda sätt att få reda på vad kolleger i andra änden av landet gör. Den knyter ihop en yrkeskår eller människor som jobbar på en viss typ av arbetsplats och bidrar till en god kärlkänsla.

© Morten Postrup, mars 2008

Jag är tidningskonsult med fokus på redaktionella förändringsprocesser med över 30 tidningsomgörningar i bagaget. Läs mer på <http://www.mortenpostrup.com>.