



Otryggheten i mediebranschen

Rapport 1-6 av Kent Werne

Köparens marknad

Frihetens pris

Outsourcad journalistik

Journalistfabriken

Omställningen

Tryggare journalistjobb

Köparens marknad

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #1

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startar våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen "Vem tjänar på otrygga jobb?". Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok "Ofärdsland – livet längs arbetslinjen" handlar om den växande otryggheten och utsattheten. Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord. Allt fast förflyktigas	4
1. Lösa förbindelser	5
”Inte hållbart att hoppa runt”	5
Otryggheten i siffror	6
”Man sätter livet på vänt”	9
Vem vinner på inhyrningen?	12
2. Förändringens stormvindar	16
”Varje höst kommer ett åtgärdsprogram”	16
Kris i nyhetsfabriken	19
”Det krävs genomgripande åtgärder”	25
Nya ideal inom public service	28
3. Arbetsgivarens marknad	33
Den prekära flexibiliteten	33
LAS mot väggen	38
Journalistikens framtid	40
Diagram	43
Källförteckning	45

Förord. Allt fast förflyktigas

Det är otryggt att vara journalist. Åtminstone för den som inte har ett fast jobb. Som rör sig i arbetsmarknadens marginaler.

Vissa journalister är nomader. De vandrar från arbetsgivare till arbetsgivare, drivs från en arbetsplats till en annan, kämpar för att bli en av de som blir kvar, hoppas in i det sista att chefen ska säga ”jag vill att du stannar”, men är snart på väg igen.

Andra har haft samma arbetsgivare i många år, men vet inte från den ena veckan till den andra hur mycket de får jobba. De hyrs ut när någon efterfrågar dem, stressar och presterar på gränsen till sin förmåga, försöker göra sig mer attraktiva, mer anpassliga, mer anställningsbara, och brottas med oron när det ändå inte räcker. När telefonen slutar ringa och lönekontot är på upphällningen.

Eller så fixar man F-skattsedel, frivilligt eller av nöd och tvång. Blir sin egen arbetsgivare och marknadsförare, förhandlar avtalen, betalar försäkringar och hyr arbetsplats själv, sparar till pensionen.

I den här rapporten får du möta några av dem. Journalister som försöker ta sig framåt på 2010-talets mediemarknad.

Otryggheten ges ett ansikte. Men den beskrivs också i siffror. Lösa förbindelser är inget nytt, varken i mediebranschen eller på arbetsmarknaden i stort. Men de har blivit vanligare och bytt skepnad. Längre vikariat har kompletterats med och delvis ersatts av andra tillfälliga jobb. Och av personaluthyrning och frilansande.

Är det här ett stort eller litet problem? Det beror på vem man frågar. Det arbetsgivarna ofta beskriver som en nödvändig anpassning och flexibilitet, beskriver facket som en dålig personalpolitik som rentav äventyrar journalistiken. Men vad säger forskarna?

Framförallt försöker rapporten svara på frågan ”varför?” Vad ligger bakom otryggheten? Vilka är drivkrafterna?

I jakten på svar skildras och analyseras förändringen av mediebranschen och arbetsmarknaden i stort. Det handlar om digitalisering, ökad konkurrens och krympande budgetar, men också om förändrade normer och ideal. Och om politik förstås.

Inte heller den som är fast anställd kan känna sig trygg när kostnader ska kapas, kompetenskraven ökar och makten förskjuts. På olika plan har mediebranschen blivit en köparens marknad, där överutbud, stenhård konkurrens, vikande efterfrågan och nya styrmodeller sätter press på såväl företag som journalister.

En marknad där allt fast förflyktigas och få sitter säkert.

Kent Werne, Stockholm, juni 2015

1. Lösa förbindelser

”Inte hållbart att hoppa runt”

Karin Hållsten har en välfylld CV. Hon är 35, har jobbat som researcher, reporter, programledare och producent i radio och TV i nästan tio år. Men hon har aldrig varit fast anställd.

– I början, när jag just gått ut journalistutbildningen, tänkte jag att de tillfälliga anställningarna var en väg till ett fast jobb, säger hon. Då var man ju helt färsk och det var skitkul att bara få jobba.

Men det tillfälliga blev aldrig fast. Sedan hon examinerades 2006 har Karin fått prova på nästan alla tidsbegränsade anställningsformer som existerar i mediebranschen: praktik, längre vikariat, semester-vick, programanställning, tim- och behovsanställning. Ibland har det bara stått ”visstidsanställning” på kontraktet. Skillnaden har varit marginell. De olika formerna har nämligen en sak gemensamt: de är otrygga. På arbetsgivarens villkor.

Drömmen om att bli ”inlasad” och därmed få en fast anställning på Sveriges Radio efter årtal av tidsbegränsade anställningar på P4 och P3, slutade istället med att hon blev ”utlasad” 2012 – ett vanligt fenomen bland journalister, i såväl public service som på annat håll.¹

Hon tvingades vidare. Först till TT, sedan till olika program på TV4, därefter till produktionsbolaget Tredje statsmakten. Allt på visstid. Värst var det att ”springvicka”, vilket hon gjorde på TV4:s Nyhetsmorgon och lokalnyheter för ett par år sedan.

– Då var det verkligen från dag till dag. I bästa fall hade man kanske fyra till fem pass inbokade i kalendern. De kunde ringa samma dag och be en komma in. Jag var aldrig uppe i heltid, som mest kanske 75 procent, och vissa månader fick jag bara tre pass. Mina a-kassedagar försvann väldigt snabbt. Då fick jag panik. Under tiden sökte jag väldigt många jobb, men blev inte kallad till intervju. Det var vidrigt.

Det har varit svårt att få ihop runthoppandet med livet.

– Hela mitt familjebygge har baserats på att min man har fast jobb. Han har fått stå för de fasta utgifterna. Periodvis har också jag fått in bra med pengar, men ekonomin har varit ett ständigt orosmoment. Besluten från a-kassan har ofta dröjt, man tömmer alla besparingar, och det har hänt att jag stått på Konsum med två kassar barnmat och inte haft täckning på kontot. Den förnedringen.

Ett decennium med lösa anställningar har tärt på psyket.

– Det har sakta men säkert brutit ner mig. Självförtroendet blir till slut kört i botten. Man börjar tänka ”jag är inte tillräckligt bra för att få vara kvar här”. Sedan säger kollegorna att man är jättebra. Det är hela tiden en inre kamp, att inte låta sig brytas ner och bli bitter.

Så öppnades en möjlighet. Efter ett sommarjobb på P3 Nyheter som producent 2014 anställdes hon som tillförordnad nyhetschef. Hon hade hoppats att det rörde sig om en tillsvidareanställning, men jobbet var tidsbegränsat, tjänsten skulle utlysas. Karin sökte jobbet.

– Jag var en av två kvar på slutet, men de valde den andra. Och jag dog en smula. Det var fruktansvärt. Eftersom jag hade hoppat runt så mycket och mått ganska dåligt av det så gick jag in i chefsjobbet med tanken att det fick bära eller brista. Jag tänkte att ”om jag får behålla det så är allt härligt och bra, men om jag inte får fortsätta så går inte det här längre, då kan jag inte fortsätta vara journalist, eftersom det tar knäcken på mig”. Det känns som att vara i ett dåligt förhållande och ha en snubbe som slår en, men att man hela tiden går tillbaks till honom eftersom han lovar att inte slå en igen. Det är som ett självskadebeteende. Varför utsätter man sig för det här? Det var inte hållbart att hoppa runt längre, och jag skulle aldrig få någon fast anställning, hur mycket jag än drömde om det. Så jag hade lovat mig själv och min familj att här gick min gräns.

Men det tog verkligen emot att lämna journalistiken.

– Jag är ju inte färdig som journalist, jag tycker ju att jag är bra på det här och att jag har mer att ge. Ska jag jobba med annat då? Så hon beslutade sig för att starta eget. Börja frilansa.

– Det kändes som en bra lösning. Jag känner mig faktiskt lättad.

Hon har vänner som gått i liknande tankar.

– Jag vet många som har harvat runt som jag. De flesta fortsätter gå på de här korta kontrakten, samtidigt som de försöker plugga och bygga upp kompetens inom ett visst område för att bli mer attraktiva. Och de drar sig för att starta eget. Folk är rädda för att ge upp a-kassan och upplever ändå en större trygghet i att vara anställd.

Vad som är mest otryggt – lösa anställningar eller frilansande – kan förstås diskuteras. Att ha F-skatt och vara sin egen innebär en annan slags utsatthet. Men Karin vill i all fall testa något nytt.

– Visar det sig vara helt ohållbart så får jag väl tänka om, men det har börjat bra och jag har redan fått flera uppdrag. Jag tycker ändå att det ger en känsla av att äga sitt eget öde i större utsträckning.

Otryggheten i siffror

Karin Hållstens erfarenhet är långt ifrån unik bland journalister. Och otrygga jobb är inget nytt fenomen i mediebranschen. Berättelserna om hur journalister, särskilt yngre, mot sin vilja hankar sig fram på tillfälliga anställningar är många, och fenomenet ”utlasning” har debatterats i mer än tre decennier vid det här laget.

Men hur otrygg är mediebranschen? Hur stor andel av journalistkåren har till exempel tidsbegränsade anställningar?

Statistiska Centralbyrån (SCB) har på uppdrag av Journalistförbundet tagit fram statistik på fördelningen mellan fast anställda och tidsbegränsat anställda journalister bland Journalistförbundets medlemmar. Siffrorna baseras på SCB:s regelbundna arbetskraftsundersökning, där facklig tillhörighet är en variabel.

Under såväl 2013 som 2014 hade 82 procent av de intervjuade en fast anställning, medan 18 procent hade en tidsbegränsad anställning. Knappt en femtedel var därmed tidsbegränsat anställda (se diagram på sidan 43).²

På grund av att urvalet är litet ger undersökningen inget besked om fördelningen mellan olika typer av tidsbegränsade anställningar (vikariat, programanställningar etc.) och eftersom den bara rör löntagare säger den inget om andelen F-skattare. Frilansjournalister särredovisas dock i Journalistförbundets medlemsregister, och utgjorde år 2014 (liksom 2013) 14 procent av de yrkesaktiva medlemmarna. Om dessa har A- eller F-skattsedel är oklart.

För att få en bild av de lösa anställnings- och uppdragsformernas utbredning bör andelen fasta och tidsbegränsade anställningar i SCB:s statistik vägas samman med andelen frilansar.

Fördelningen blir då denna: 70,5 procent fast anställda, 15,5 procent tidsbegränsat anställda och 14 procent frilansar 2013 och 2014. Sammantaget var 29,5 procent, knappt en tredjedel, av Journalistförbundets yrkesaktiva medlemmar, antingen löst anställda eller frilansar.

Hur skiljer det sig mellan yngre och äldre journalister?

SCB:s undersökning visar inte hur det ser ut i olika åldersgrupper. Underlaget räcker inte för det. Men andra undersökningar indikerar att tidsbegränsade anställningar är vanligare bland yngre.

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs Universitet (JMG) har följt närmare 2 000 personer som gått ut journalistutbildningen de senaste 10 åren, och studien visar att 26 procent av dem som lyckats få ett journalistjobb är fast anställda två år efter examen och att andelen ökat till 56 procent efter fem år. Efter fem år är samtidigt 18 procent vikarier eller inhoppare, 8 procent projektanställda och 18 procent frilansar. 44 procent befinner sig därmed i otrygga jobb en bit in i karriären (se diagram på sidan 44).³

En studie vid Södertörns Högskola visar ett liknande mönster bland de som gått ut medieprogrammen. Två år efter examen hade 28 procent av de med journalistjobb en fast anställning, och efter fem år hade andelen ökat till 55 procent. 19 procent var frilansar.⁴

”Generellt sett kan man säga att ju äldre en journalist är desto större är sannolikheten att han/hon är fastanställd”, konstaterar Maria Edström, doktor i journalistik och masskommunikation vid JMG.⁵

Har det blivit vanligare med otrygga anställningar?

Gunnar Nygren, professor vid Institutionen för kommunikation, medier och IT vid Södertörns Högskola, har följt utvecklingen på mediemarknaden och beskriver trenden så här:

– Det har blivit mer av tillfälliga anställningar, samtidigt som man köper in mer material och outsourcar produktionen i högre utsträckning. På så sätt får man en större flexibilitet på alla plan.

Tidigare undersökningar har inte kunnat påvisa någon markant ökning av tillfälliga jobb. Men studierna är få, och daterade.⁶

Journalistförbundet bad därför SCB titta på fördelningen under en längre tidsperiod, mellan åren 1987 och 2014. Skattningarna är något osäkra och nivån från år till år varierar. Men den långsiktiga trenden är tydlig: Andelen fast anställda bland medlemmarna i Journalistförbundet med jobb har minskat från omkring 90 procent i slutet av 80-talet till under 85 procent idag (se diagram på sidan 43).

Tydligast blir det om man delar upp tidsserien i två block.

Åren 1987-2000 var i snitt 88 procent fast anställda och 12 procent tidsbegränsat anställda. Åren 2001-2014 var motsvarande andelar 82 respektive 18 procent. En förändring med 6 procentenheter.

Den stora ökningen av de tidsbegränsade anställningarna tycks ha skett under 1990-talet och i början av 2000-talet.

Mediebranschen följer därmed trenden på arbetsmarknaden i stort. En mindre andel av svenskarna som jobbar är fast anställda idag (83-84 procent) än i slutet av 80-talet (88-89 procent). Andelen tidsbegränsade anställningar har ökat från 12 till närmare 17 procent. Och de otrygga anställningarna ökade mest på 1990-talet.⁷

Men därutöver har allt fler journalister blivit frilansar.

Frilansar har bara särredovisats från och med 2005 i Journalistförbundets medlemsregister. Därmed kan inte en sammanräkning av andelen tidsbegränsat anställda och andelen frilansar göras längre tillbaka än så. Mellan 2005 och 2014 ökade dock andelen frilansar stadigt, från 12 till 14 procent. Studier som gjorts inom ramen för projektet "Svenska Journalister" vid JMG visar också på en ökning av andelen frilansar bland Journalistförbundets medlemmar, från 11 procent 1994, till 13 procent 2005 och upp till 15 procent vid den senaste enkäten 2011.⁸

Samtidigt finns en annan trend, ett fenomen som gjort entré på senare år: personaluthyrning. Här anställs journalister av bemanningsbolag som hyr ut personal till kundföretag inom främst dagspress och TV. Uthyrd personal går under Bemanningsavtalet och kan vara tillsvidare- eller visstidsanställda.

2014 hade Journalistförbundet 424 bemanningsanställda medlemmar, vilket var 4 procent av de som var anställda. En sammanställning av antalet anställda i de fem största bemanningsbolagen i mediebranschen visar att de hade totalt 430 anställda (i medeltal) år 2014. En ökning från 41 personer 2008.⁹

Den stora expansionen skedde mellan 2009 och 2011. Eller som Proffice Mediakompetens skriver i sin årsredovisning:

”Det blev under 2009 tydligt att bemanningslösningen nu är en etablerad del av mediebranschens kompetensförsörjning. Ingenting tyder i dagsläget på någon minskning i efterfrågan.”¹⁰

Efterfrågan minskade inte. Men för Proffice Mediakompetens gick det snart utför när flera mediekoncerner startade egna bemanningsbolag, som snarast fungerar som interna personalpooler.

Kompetens i Skåne ägs av Bonniertidningen Sydsvenskan och hyr ut personal till just Sydsvenskan, Helsingborgs Dagblad och andra skånska tidningar. Bonnierägda Marieberg Media servar resten av koncernens bolag – Dagens Nyheter, Expressen och Dagens Industri samt TV4 och Bonnier Tidskrifter – med personal. Schibsted Media hyr ut folk till Aftonbladet och Svenska Dagbladet. MittMedia Kompetens bemannar redaktioner på Sundsvalls Tidning, Gefle Dagblad och andra tidningar inom koncernen.

Vi återkommer till frågan varför bemanningslösningen blivit ”en etablerad del” av medieföretagens personalpolitik.

Men först till de journalister som hyrs ut. Hur är det egentligen att vara bemanningsanställd i mediebranschen?

”Man sätter livet på vänt”

Martin Nilsson vet hur det är att flacka runt. Han har gjort det i fem år. Men inte mellan olika arbetsgivare utan mellan olika arbetsplatser – eller kundföretag som det kallas i bemanningssvängen.¹

Han har tappat räkningen, men han tror att det ligger mer än hundra kontrakt i byrålådan vid det här laget.

– Jag är behovsanställd. Eller en anställning kan man inte riktigt kalla det, jag är ju bara anställd de dagar jag jobbar.

På avtalssvenska kallas det ”ambulerande medarbetare”.

– Jag skriver kontrakt för varje inbrott. I början och i perioder har det varit väldigt mycket ströddagar. Två dagar här, en dag där. Men ju längre jag har jobbat desto längre vikariat har det blivit. Ändå varierar det. En månad kan man jobba 120 procent och nästa månad bara fem dagar. Ibland har jag gått på månadslön, för att månaden efter gå på timlön.

1 Martin Nilsson heter egentligen något annat. Utsattheten gör att han vill vara anonym.

Martin är i 30-årsåldern och blev journalist 2010.

– Det var ju en ganska svart bild som målades upp på journalistutbildningen. Varenda lärare sa ungefär ”hej, vad kul att ni är här men ni kommer inte få några jobb”.

Han har jobbat mer än han trodde att han skulle få göra.

– Men jag hoppades också att jag efter fem år inte skulle gå på timmar längre. Vänner som jobbar i andra branscher tror inte sina öron när jag berättar att jag varit behovsanställd så länge och inte har en chans till en fast anställning. Det händer ju inte i särskilt många andra yrken som kräver en högre utbildning.

Mest har han redigerat, men också jobbat med annat.

– Det har funnits veckor då jag har varit redigerare och reporter och jobbat med TV under en och samma vecka. På olika arbetsplatser.

Det sägs ju ibland att det är bra att byta jobb då och då, att få prova på olika saker och på så sätt stärka sin kompetens

– Visst, men det funkar inte i längden. Det hade kanske varit juste om man hade haft en garanterad arbetstid, om jag visste att jag alltid fick jobba halvtid eller 75 procent, men nu kan det bli noll. Från en månad till en annan. Det är däri otryggheten ligger. Oron finns hela tiden, oavsett om man sitter hemma eller på jobbet. Och att inte veta hur det blir nästa månad eller till och med nästa vecka gör ju att man blir försiktig med andra saker i livet, som att köpa bostad och skaffa barn. Det blir som att man sätter livet på vänt.

A-kassan är inte ens värd att kontakta. Han försökte, men reglerna var krångliga och det var allt eller inget. Man får ju bara ersättning i högst 75 dagar de veckor man jobbar numera, även om man bara jobbar några timmar. När Martin dessutom ville försöka frilansa då och då blev det tvärstopp från a-kassan.

Istället har han tvingats skapa ett privat trygghetssystem.

– Jag lägger överskott från vissa månader på ett sparkonto eftersom jag vet att det kommer behövas någon gång. Jag har liksom sparat ihop min egen a-kassa, även om den förstås inte räcker långt.

Lika tufft är det för många kollegor.

– Alla bemanningsanställda är på något sätt missnöjda med sin position. Vi pratar ganska mycket om det på luncher och fikaraster. Och jag tror att våra chefer också är medvetna om det, och de verkar förstå, att vi inte är nöjda. Men läget är ju som det är...

Bemanningsanställda nyttjas så frekvent att de inte sällan är i majoritet på redaktionerna. Och man kan ju undra varför.

– Man får väl anta att de har räknat på det och kommit fram till att det blir billigare med bemanningsvikarier, att de sparar några kronor på att göra så här istället för att anställa oss direkt.

Om det blir lika bra journalistik är däremot tveksamt, menar han.

– Just det här runthoppandet, du hinner inte etablera dig någonstans. Som reporter hinner man inte bygga kontakter innan man måste vidare till nästa redaktion eller avdelning. Kontinuiteten finns inte där. Jag och andra får mycket uppskattning från kundföretagen och från bemanningsföretagets chefer, så vi är inte oönskade, tvärtom. Däremot tror jag att det skulle bli en bättre arbetsplats om folk hade justa villkor, men det kanske inte är värt det.

Istället för att tänka på laget blir det lätt att man i första hand försöker stärka sina egna kort. För en bemanningsanställd gäller det att försöka göra sig oumbärlig som vikarie.

– Det känns som att folk kämpar med det hela tiden. Så vi får hoppas att folk inte trampar på varandra. Eftersom vi är så många som sitter i samma båt. Vi blir ju kollegor och konkurrenter på samma gång.

Martin Nilsson har konkurrerat med kollegorna i fem år. Men har han inte jobbat länge nog för att åtminstone bli fast anställd på bemanningsbolaget, och få en garantilön på 80 procent?¹¹

– Jag skulle kanske kunna bli inlasad om jag räknade ihop alla mina dagar, men det skulle göra rätt liten skillnad eftersom inte ens de som är fast anställda kommer upp i sina timmar. Så det är en grej man snackar om ibland, men det rinner alltid ut i sanden.

Han erkänner att frihetsbehovet också spelar in.

– Nackdelen för de fast anställda i bemanningsbolaget är att de kan bli inringda när som helst utan att kunna tacka nej, medan jag kan tacka nej ibland om det blir alltför krångligt. Jag har lite mer frihet där. Men om det är lite jobb är det förstås bättre att ha garantilön. Det beror helt på situationen på kundföretaget.

Det optimala vore en fast anställning på ett välmående medieföretag, tycker Martin, där han inte riskerar att bli uppsagd inom ett halvår på grund av nedskärningar. Men det ser ju inte så ljust ut.

– Så fort man tror att det här var den sista stora nedskärningen, då kommer nästa. Och då spelar det ingen roll om man är fast anställd, för man är ju sist in och först ut. Men det är klart, ett fast jobb öppnar för möjligheter till a-kassa om man blir uppsagd, istället för som nu när jag får noll kronor i inkomst om företaget slutar ringa.

Ibland vill han lämna branschen, sätta ner foten, markera att det här inte är okej, att villkoren är alldeles för usla.

– Det är många som tänker likadant, vi snackar mycket om det på rasterna. ”Så du den där kommunikatörstjänsten som kom upp nu, den borde man söka, få fast anställning och semester och så”. Och jag känner många som börjat jobba som kommunikatörer, informatörer och webbredaktörer i kommunen eller på någon organisation.

Men helst vill han inte byta bransch.

– Jag pluggade ju journalistik för att jag ville bli journalist, inte för att vara kommunikatör och lyfta fram saker i dess bästa ljus. Jag brinner ju för journalistiken. Men det finns kanske en smärtgräns, och vissa månader känns det som att jag gått över gränsen.

Vem vinner på inhyrningen?

Otryggheten i mediebranschen har uppmärksamrats allt mer på senare tid, bland annat i artikelserien ”Flexibilitetens pris” i tidningen *Journalisten*, men också genom att utsatta journalister och trängda fackklubbar har brutit tystnaden och kritiserat villkoren.

Framförallt har bemanningsbolagen hamnat i rampljuset.

Hösten 2014 visade Journalistförbundets undersökning att bemanningsanställda journalister tjänade betydligt sämre än anställda i kundföretagen. Skillnaden i snittlön var 4000 kronor i månaden för medlemmar i åldrarna 20-30 och 5 000 för de mellan 30 och 40 år.¹²

Journalistförbundets vice ordförande Ulrica Widsell talade om ”lönedumpning”, medan Medieföretagens VD Charlott Richardson hänvisade till att inhyrd personal gick på ett annat avtal, nämligen Bemanningsavtalet, och sa till *Dagens ETC* att ”det inte är ovanligt att personer som arbetar på olika företag har olika lön, liksom att lönerna inom samma företag varierar”.¹³

Det finns en avtalad garantilön. Men utöver den? Så här beskriver Kompetens i Skåne sin lönepolitik på hemsidan:

”Lön diskuteras och sätts individuellt i samband med anställning. Vi försöker hitta en lönenivå med utgångspunkt från individens önskemål och erfarenhet och marknadsläget i stort.”¹⁴

Inom Schibstedkoncernen har bemanningsanställda journalister 6 000-6 900 kronor mindre i lön jämfört med anställda på *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*, enligt Journalistförbundet. Nivette Dawod, som arbetat på *Aftonbladet* som nyhetsreporter i fyra år, men var anställd på bemanningsbolaget Schibsted Media, kritiserade lönepolitiken i *Journalisten*: ”Jag har kolleger som har jobbat lika länge som jag, och som jag tycker är lika duktiga som jag som tjänar flera tusen kronor mer i månaden än vad jag gör och som har större trygghet.”¹⁵

Ett par veckor senare blev Nivette Dawod ställd inför valet att jobba skift eller sluta, vilket kollegorna på Aftonbladet upplevde som ett straff för att hon kritiserat villkoren. ”Det här skickar jobbiga signaler till alla medarbetare. Vågar vi jobba deltid? Törs vi prata med branschmedia om att våra löner är lägre än våra kollegers?” lydde ett upprop som undertecknades av mer än 100 journalister. Ledningen i Schibsted Media förnekade att omplaceringen av Dawod hade något med hennes uttalanden att göra. Men elden var tänd och ”bemanningssupproret” spred sig. Klubbar på andra bemanningsbolag hängde på. Anställda trädde fram och vittnade om låga löner, otrygga villkor och om hur dåligt de mårde.

Anna Flytström, bemanningsanställd och klubbordförande i Schibsted Media har befunnit sig i stormens öga.

– Det har varit en turbulent tid, säger hon.

Själv gick hon ut JMG i Göteborg 2007, vikarierade en tid, kom in på Aftonbladet 2009 men blev utlasad efter 11 månader. Gick då över till bemanningsbolaget Proffice Mediakompetens, hoppade vidare till Schibsteds nystartade bemanningsbolag 2012, men bytte inte arbetsplats.

– Jag jobbade på Aftonbladets modebilaga i nästan sex år. Men den lades ner vid årsskiftet och sedan dess har jag hoppat runt och täppt till luckor.

Arbetsgivarorganisationen Medieföretagen brukar hävda att personal hyrs in just av det senare skälet. Charlott Richardson har förklarat att ”vi har gjort en egen undersökning om varför man anlitar bemanningsföretag och det är inte för att ersätta ett permanent arbetskraftsbehov utan för att man ska slippa ägna tid åt att leta vikarier och istället ägna sig åt kärnverksamheten. Man behöver fylla tillfälliga behov”.¹⁶ En enkät som Journalistförbundet genomförde bland medlemmarna i juni 2014 visade dock att 78 procent av de bemanningsanställda sitter på samma ställe och utför samma arbetsuppgifter i månader, ofta i flera år. Och att bara 22 procent byter stol och kundföretag regelbundet.¹⁷ ”Det blir tydligt att de fyller ett permanent behov av personal på redaktionerna”, sa Journalistförbundets Ulrica Widsell i samband med att resultaten publicerades.

Även den som byter skrivbordsstol ofta, som Anna Flytström gjort sedan årsskiftet, kan vara fast anställd i bemanningsbolaget. Enligt Journalistförbundets enkät 2014 var 65 procent tillsvidareanställda och resten behovsanställda, vikarier, provanställda eller på timmar.

De tidsbegränsade anställningarna har facket velat få bort.

– Behovsanställningar har varit ett av de största problemen, säger Anna Flytström.

Men egentligen är användningen av interna bemanningsbolag ett problem i sig, menar hon.

– Det är sämre löner och villkor. Vi går på ett annat avtal, med kortare uppsägningstid och får inte ta del av vissa förmåner. Det är inte rimligt att ha olika avtal. Vi borde gå över till Dagspressavtalet och det borde finnas en gräns för hur länge man kan vara inhyrd.

Bemanningslösningen är möjligen bättre än utlasningskarusellen, men ändå inte bra. Förut kändes det som att det ändå fanns en chans att få en tillsvidareanställning på tidningen, säger hon.

– Nu anställs mest nyckelpersoner där, medan vanliga reportrar och redigerare för det mesta anställs i bemanningsbolaget.

Varför gör företagen så? Handlar det om pengar?

– Ja, och för att få två laslistor, för att kunna bli av med folk snabbt.

På senare tid har inte bara tidningsredaktionerna utan också många koncerninterna bemanningsbolag krympt kostymen, däribland Schibsted Media, som en del också har lämnat självmant.

– Folk har tröttnat, vilket jag kan förstå, säger Anna Flytström.

Så är det också på andra bemanningsbolag.

Katarina Lind, anställd på MittMedia Kompetens sedan ett par år och en av två sektionsordföranden för bemanningsanställda, berättar att många har hoppat av.

– Folk orkar inte, och det tror jag att arbetsgivaren börjar förstå, säger hon.

Ändå expanderar MittMedia Kompetens, som startades 2013 och nu har 59 tillsvidareanställda, varav 27 hoppar in på olika redaktioner och tjänster, medan 32 har fasta placeringar.

Katarina Lind tillhör den senare kategorin. Hon har jobbat på Tidningen Ångermanland i Kramfors hela tiden, men arbetar under andra villkor än de kollegor hon delar lokaler med.

– Visst känner man sig utbytbar som bemanningsanställd. Vi är i en sådan beroendesituation. Det är ju arbetsgivarens marknad.

Otryggheten bland bemanningsanställda fick i vintras ett ansikte i form av Linnéa Wannefors – anställd på just MittMedia Kompetens – som blev av med sin fasta placering på Gefle Dagblad på grund av ”en diffus känsla” hos redaktionschefen, och sedan nekad fler jobb.¹⁸

Samtidigt sitter nästan ingen säkert idag, varken de som har en fast anställning på redaktionerna eller de inhyrda.

– MittMedia nyanställer folk som behövs i den digitala omställningen i bemanningsbolaget, så att de inte ska tvingas göra sig av med dem vid neddragningar. Det är ju för att gå runt LAS. Och det här skapar en oro bland fast anställda på redaktionerna, att vi ska ta deras jobb, säger Katarina Lind.

Neddragningar är vardagsmat inom MittMedia. Ja, inte bara där, utan i hela det krisande medielandskapet. Och Katarina Lind, som bara varit journalist i ett par år, har aldrig upplevt något annat.

– Det är klart att hotet hänger ständigt över en.

Och vill man få grepp om orsakerna till den växande utsattheten bland journalister, få syn på otrygghetens drivkrafter, så går det inte att blunda för dagspressens kris och den stora omvandling som mediebranschen gått igenom på senare år.

2. Förändringens stormvindar

”Varje höst kommer ett åtgärdsprogram”

Samma år som Olof Palme mördades och Tjernobylnkatastrofen fick folk att sluta plocka lingon inledde Thomas Berglund från Bollnäs, då 29 år, sin karriär på Svenska Dagbladet.

– Jag fick ett sommarvick som redigerare 1986, sedan blev jag kvar där i elva månader, mellanlandade ett par månader på Dagens Nyheter innan jag fick fast jobb hösten 1987 på Svenskan.

Där blev han kvar, och 2016 firar han 30 år på tidningen. Han har jobbat som redigerare, nattchef, reporter och ölbloggare. Hela tiden på samma redaktion, tillsvidareanställd och med bra lön.

– Den vägen är ganska ovanlig idag, säger han.

Men Thomas Berglund gjorde också entré i en helt annan medievärld – där dagspressen satt i orubbat bo och den samlade upplagan slog nya rekord varje år. Där dagstidningen fortfarande var central i folks vardag och fungerade som överlägsen informationskanal för såväl fotbollsentusiaster som börshajar, och där annonsörerna inte hade mycket annat att välja på än den lokala tidningen.

– Det var ju en väldig skillnad mot nu, säger Thomas Berglund.

I Sverige fick reklam-tv sändningstillstånd först 1987, och dagliga reklamfinansierade gratistidningar var ännu ett decennium bort. Ordbehandlaren hade visserligen börjat tränga ut skrivmaskinen, men world wide web var okänt och endast yuppies hade en mobiltelefon. Den digitala revolutionen var ännu i sin linda. Och redaktionen på SvD såg helt annorlunda ut.

– Det var en väldigt stor apparat jämfört med idag. Det var precis när datoriseringen hade börjat, all brytning skedde för hand. Den stora skillnaden var att vi hade många grafiker på tidningen, och de var väldigt starka fackligt. Den stora förändringen är att de helt har försvunnit under de år jag har jobbat.

”Under 1990-talet förändrades tidningsproduktionen lika grundläggande som när maskinsättning och rotationspressar gjorde sitt inträde i mitten av 1800-talet”, skriver Gunnar Nygren i *Nyhetsfabriken – Journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*.¹⁹ Sätterierna försvann, produktionen digitaliserades, sidorna redigeras på skärmen och skickas till tryck direkt.

Vad skulle man då med grafiker till?

Det passade också bra att det gick att rationalisera bort dem när ekonomin gick in i väggen på 90-talet och tidningarnas ägare och chefer kände ett behov av att se över kostnaderna.

”Den allt mer försvagade marknaden under 1990-talets djupa lågkonjunktur innebar att tidningsägarna ställde högre ekonomiska krav och lade större vikt vid samordning och rationalisering”, konstaterar medieforskarna Lennart Weibull och Ingela Wadbring, samtidigt som ”det blev allt vanligare att betrakta medierna som ekonomisk bransch, ett sätt att tjäna pengar, snarare än som en viktig samhällsinstitution”.²⁰ De tidigare barriärerna mellan det publicistiska och det ekonomiska ansvaret – mellan redaktionen, marknadsavdelningen och ekonomiavdelningen – vittrade. Balansen förändrades och affärskulturen blev starkare i nyhetsrummet. Vinstmaximeringens logik blev mer styrande.²¹

Grafikerna fick hur som helst ta första smällen. Men snart satt också journalisterna löst, och sedan mitten av 90-talet har Svenska Dagbladets lönelista blivit kortare för varje år. 1994 var 650 personer anställda på tidningen. 2013 hade personalstyrkan krympt till 222. En minskning med 66 procent – två tredjedelar – på 20 år. Och redaktionen har bantats betydligt mer än administrationen.²²

– Varje höst kommer ett åtgärdsprogram med nedskärningar. Så de flesta väntar sig att vi ska bli färre igen. Samtidigt har man sagt att nu kan vi inte bli färre. Men det kan vi ju varje gång, säger Thomas Berglund.

Svenska Dagbladet är knappast unikt i det avseendet. De stora redaktionerna har reducerats rejält sedan 80-talet. Mellan 1992 och 2014 minskade antalet journalister på landets tidningsredaktioner med en knapp tredjedel, enligt Tidningsutgivarna.²³

Man köper in mer material och outsourcar delar av produktionen till underleverantörer. Göteborgsposten har till exempel lagt ut helg-bilagan och ekonomisidorna på produktionsbolag, och inom koncernerna samordnas ofta redigeringen samtidigt som artiklar körs i flera tidningar samtidigt – vilket inte minst gäller för kulturen. Så en del tjänster har ätits upp på det sättet. Men visst har också den redaktionella miljön och arbetsvillkoren förändrats.

– Det är färre som får göra mer jobb idag, för arbetsuppgifterna har ju inte minskat i samma utsträckning, säger Thomas Berglund.

Tekniska landvinningar, nya rutiner och internet har visserligen fungerat arbetsbesparande och effektiviserat nyhetsproduktionen. Och olika moment utförs idag av samma person.

– Nyligen gick vi över till ett nytt redaktionellt system, vilket innebär att reportern får nya uppgifter. Man ska skriva in sin artikel, ett rubrikförslag och lägga in adekvata bilder, kartor och liknande.

Det som flera yrkesgrupper gjorde tidigare har hamnat på reportern. Man förväntas ofta göra research, skriva, fota, lägga ut på webben, kanske filma, direktrapportera och chatta med läsare. Det har också fört med sig helt nya krav på ”multikompetens”, samtidigt som

tidningsföretagen har varit ganska ”njugga” med att erbjuda fortbildning till personalen, enligt Thomas Berglund.

– Det har fört med sig en stor oro bland äldre, säger han.

Samtidigt har stressen och prestationskraven ökat. Allt ska gå snabbt, var och en ska producera mer under en dag än förr. ”Produktionskraven på varje enskild journalist ökar i takt med den tekniska utvecklingen”, skriver Gunnar Nygren.²⁴

– Det är ett annat sätt att jobba på, säger Thomas Berglund. Folk tycker om att få större ansvar, men när det leder till stressigare jobb är det negativt.

Är det verkligen möjligt att effektivisera mer utan att kvaliteten på journalistiken försämras kraftigt?

– Det är åtminstone en väldig balansgång nu.

Genom åren har ”nedbemanningen” på Svenskan gjorts genom att folk lösts ut med avgångsvederlag. Samtidigt har färre nya förmågor fått fast anställning. Och på senare tid har inhyrning av personal blivit legio inom Schibsted, som ägt SvD sedan 1998.

– Man började anlita ett externt bemanningsbolag – Proffice Media-kompetens. Vi slogs med näbbar och klor mot det. Sedan kom man på att det blev för dyrt eftersom någon ”skar emellan”, så att säga. Då beslutade ledningen att starta ett bemanningsbolag internt inom Schibsted. Vi är fortfarande väldigt kritiska mot hur det skötts. De bemanningsanställda hamnar mellan stolarna. Det har aldrig varit tryggt att jobba på Svenska Dagbladet, men de bemanningsanställda har känt sig ännu mer otrygga. Det har blivit ett klart A och B-lag, ja ett tag var det till och med ett C-lag, med extra osäkra anställningar inom Schibsted Media.

Skiktningen är problematisk, menar Thomas Berglund, som också är klubbordförande i facket och har att värna kollektivets villkor.

– Journalistfacket har varit starkt genom åren och på Svenskan har vi jobbat upp en ganska hög medellön för de fast anställda. Och i tider när det går sämre tittar förstås företaget på den totala lönekostnaden och försöker sänka den på olika sätt.

Vilket också är den främsta anledningen till personalinhyrningen, menar han. Att man skulle behöva bemanningsbolag för att klara av ett ökat arbetskraftsbehov i vissa lägen, till exempel för att täcka upp vid stora evenemang eller liknande, tror han inte på.

– Man talar om behovet av flexibilitet, men egentligen har det varit ett sätt att dumpa lönerna som vi ser det.

Det blir inte minst tydligt när bemanningsanställda ändå plockas över till Svenskan och blir anställda där. Vilket sker.

– Ledningen försöker pressa ner ingångslönerna så gott de kan, och de som gått över från bemanningsbolaget har fått lägre lön.

Hur det blir framöver är svårt att veta. Och det gäller egentligen allt. Svensk dagspress är inte direkt i högform och vad SvD anbelangar hade tidningen knappast överlevt utan det presstöd som nu ska fasas ut för storstadstidningar, efter ett beslut av EU-kommissionen.

Men att leva på randen har blivit en vana. Likaså en ständig omvandling. Och det senaste beskedet – att Schibsted och MittMedia ska slå ihop sina påsar och Svenskan få en rad norrländska systertidningar – är inget som i sig oroar Thomas Berglund.

– Vi tror att det kan bli en bättre miljö för Svenska Dagbladet, inom Schibsted är vi en ganska udda fågel. Vi hoppas att vi kan bli en viktig del i en ny tidningskoncern, ett nav. Det är okänd mark, men vi hoppas att det ska bli bra, säger han.

Men är han inte rädd för ytterligare nedskärningar och ökad otrygghet som en följd av sammanslagningen?

– Jo, men de nedskärningarna skulle sannolikt komma ändå. Och MittMedias tidningar ligger nog sämre till än Svenskan.

Kris i nyhetsfabriken

”Det brukar sägas att förändringens tid blåser över mediebranschen. Mer korrekt är väl att säga att vi befinner oss i en smärre storm. När allt vi tidigare levt efter utmanas, när vårt grunderbjudande tappar mark och när både journalistik och annonsaffär skakas om i grunden måste vi inse att saker och ting inte kan vara som de alltid har varit.”²⁵

Så skrev det nedlagda *Dagbladets* sista chefredaktör Patricia Svensson i en krönika strax efter att den mer än hundraåriga arbetartidningen begravts för gott, efter många års kräftgång.

Under våren 2015 kom också beskedet att tidningen *Folket* i Eskilstuna avvecklas. Och fler dödsrunor är sannolikt att vänta. Varje månad kan man läsa om knakande tidningsföretag som aviserar ännu en rationalisering, vilket ofta innebär stängda lokalredaktioner och bantad personal. Varslen piskar fackklubbar till förhandlingar och så erbjuds folk i bästa fall avgångsvederlag.

Dagspressen har krisat förr. Redan på 50-talet talades det om ”tidningsdöden”, och då var det partipressen och främst socialdemokratiska andratidningar som dukade under.

I början av 70-talet införde regeringen Palme därför ett statligt presstöd, som skulle gå till krisande tidningar med en större konkurrent på orten. Effekten blev den avsedda, ”en relativt stabil mångfaldsstruktur och att många tidningar i ekonomiskt underläge överlevde”, konstaterar Presstödsnämnden i en rapport.²⁶

Men effekten tycks vara historia. Idag framstår presstödet mer som en fallskärm – farten bromsas en aning, men det går ändå neråt. Och på senare år har också förstatidningarna fått det tufft.

2014 deklarerade kulturminister Alice Bah Kuhnke (mp) att ”mediekrisen är en kris för demokratin”, och utlovade en medieutredning som skulle formulera en ”mediepolitik för framtiden”, men också en snabb reformering av presstödet.²⁷ I maj i år enades också de rödgröna partierna och Alliansen om ett förslag som innebär att stödet till tidningarna ska beräknas på de totala läsarintäkterna och inte bara på upplagan på den prenumererade papperstidningen, att minst 51 procent av upplagan ska vara abonnerad mot tidigare 70, och bidrag gå till en ”digital knuff”.²⁸

Få tror att det räcker. Särskilt när förstatidningar inte får stöd. Och som SvD:s tidigare chefredaktör Mats Svegfors uttrycker det: ”Den här gången är det inte ett hot mot andratidningen som ska avvärjas utan ett hot mot den tryckta tidningen som sådan.”²⁹

Presstödsnämndens senaste rapport är sannerligen ingen lugnande läsning för den som bekymrar sig över dagspressens hälsa. ”Den svenska tidningsbranschen genomgår nu sin tuffaste tid någonsin”, heter det. ”Behovet av att minska kostnaderna är stort och gäller samtliga tidningar, oavsett ägande och konkurrenssituation.”³⁰

Vinstmarginalerna har fallit sedan 2011. Och läget har förvärrats sedan dess. 2013 noterade de tidningsföretag som *inte* fick presstöd, och därmed verkar på marknadens villkor, sitt sämsta år någonsin, med en rörelsemarginal på minus 0,8 procent. Alla tidningsföretag gick inte uselt. Stockholmsbaserade jättar som Dagens Nyheter, Aftonbladet, Dagens Industri och Expressen genererade fortsatt god vinst, men flera större och framförallt mindre landsortstidningar gick back, liksom dagspressen i sin helhet.³¹

Bakom de röda siffrorna ligger kraftigt minskade intäkter. Vilket delvis beror på läget i ekonomin sedan finanskrisen. ”Den svenska dagspressen är en konjunkturkänslig bransch”, skriver Presstödsnämnden, och lönsamheten har följt upp- och nedgångarna i konjunkturen sedan 1970-talet. Men samtidigt är dagspressen en bransch på tillbakagång som genomgår en svår strukturkris.³²

– Problemet är helt enkelt att den breda publiken inte längre vill ha tryckta nyheter, säger Robert Picard, en av USA:s ledande medieekonomer, som även följt och forskat om medierna i Sverige.

– För 50 år sedan, om du ville veta vad som hade hänt inom sport, på börsen eller i politiken, så var du tvungen att prenumerera på eller köpa en dagstidning. Mycket av den informationen får folk nu via TV, och med digitaliseringen kan du få information när som helst på alla möjliga sajter och via din smartphone. Lägg till det de nya streamingtjänsterna. Det här har lett till större konkurrens om publikens tid och pengar, och de flesta människor har inga problem med att säga

upp sin prenumeration – de kan få bättre och billigare nyheter på annat håll. Och det gäller särskilt yngre.

Allt färre svenskar prenumererar på en tryckt dagstidning. Upplagetalen har pekat neråt sedan slutet av 80-talet, på senare år allt brantare, och 2014 var den samlade upplagan på samma nivå som på 1960-talet.³³ 2003 läste 79 procent av svenskarna en tryckt morgontidning dagligen, enligt Nordicoms mediebarometer. Tio år senare var andelen 55 procent.³⁴ Och även om läsningen till viss del flyttats till tidningarnas sajter på webben så har det varit svårt att få folk att betala på samma sätt som för pappersupplagorna. För att få in pengar har tidningsföretagen höjt prenumerationspriserna, vilket räddat en del intäkter, men sannolikt också skrämt bort läsare.³⁵

Samtidigt har annonsörerna flytt fältet och annonsintäkterna rasat, särskilt de senaste fem åren. Vilket till viss del är konjunkturrellt, men också ett resultat av förlorade marknadsandelar.

– Dagspressen har inte kunnat behålla sin andel av den växande reklamkakan, säger Stefan Melesko, docent i medieekonomi vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping.

Tryckta dagstidningar skar åt sig hälften av den totala kakan för tio år sedan, idag rör det sig om en femtedel. Och skillnaden mot 80-talet är enorm. 1980 tog dagstidningarna hem 77 procent av de samlade annonsintäkterna i Sverige. Sedan dess har de totala reklaminvesteringarna visserligen tredubblats (justerat mot inflation), men även i absoluta tal har annonsintäkterna krympt för dagspressen – sedan år 2000 har de halverats.³⁶

Historiskt har annonsintäkterna varit helt centrala för dagstidningarnas överlevnad. Hela affärsmodellen har varit att ”först sälja medieprodukten till publiken, sedan publiken till annonsörerna”, som Lennart Weibull och Ingela Wadbring beskriver den. En affärsmodell som nu är under stark press.³⁷

Konkurrensen om publiken och annonsörerna är stenhård på 2000-talets mediemarknad, vilket beror på att TV och internet har skapat ett helt annat utbud för konsumenterna, medan annonsörerna kan välja och vraka. Digitaliseringen har helt enkelt fört med sig en utbudsexplosion som har skapat en köparens marknad där tidningsföretagen snabbt har förlorat mark, medan nya webbföretag som Google och Facebook är de stora vinnarna. Sedan 2012 är internet det största reklammediet och annonseringen i mobilen ökar överlägset snabbast, om än från en rätt låg nivå.

Carl-Gustav Lindén, tidigare chefredaktör på finska Hufvudstadsbladet och medieforskare på Helsingfors Universitet, beskriver det som en ”bypass-operation på journalistiken”:

”Det har uppstått möjligheter att leva ett fullödigt liv utan att behöva betala traditionella medier för deras informationsfunktion. Det är

likaså möjligt att nå de stora massorna direkt utan mediernas hjälp, vilket såväl näringslivet som maktens utövare insett.”³⁸

En bypass-operation som alltså fått pengaflödet att avta. ”Kombinationen av sjunkande prenumerationstal och fallande annonsintäkter innebär att branschens samlade omsättning är klart lägre än den var tio år tidigare”, menar Presstödsnämnden.

En del tidningsföretag faller emellertid från hög höjd, påpekar Stefan Melesko. Och nedgången måste ses i det ljuset.

– Branschen har varit bortskämd med stora rörelsemarginaler. Livsmedelshandeln ligger på 2-4 procent, medan dagspressen har haft rörelsemarginaler på 10 procent.

De här lönsamhetsnivåerna kommer aldrig tillbaka, menar han, men att man vant sig vid dem utgör ett hinder.

– I och med att man ofta har haft lokala monopol har man varit bortskämd och inte behövt ta tag i situationen på allvar. När landsortstidningarna tappat i upplaga har de kompenserat bortfallet genom att höja abonnemangspriserna, och så har man gått fortsatt plus. Sedan har man tappat annonsintäkter, men parerat det med att fila lite på kostnaderna, och så har det gått bra ändå. På det sättet har man levt länge. Men nu är det en ny verklighet. Förutsättningarna har försämrats, samtidigt som en stor omställning måste till.

Förutom att höja priserna har koncernerna försökt rädda lönsamheten genom att skära i bemanningen. ”Insatserna för att minska tidningsföretagens kostnader går i ökad utsträckning ut över de redaktionella resurserna”, skriver Presstödsnämnden.

På tio år har 20 procent av tjänsterna på redaktionerna förvunnit och var tredje lokalredaktion lagts ner, och sedan 2012 har nedskärningstakten ökat rejält.³⁹ Bara under 2013 försvann cirka 400 fasta redaktionella tjänster från dagspressen.⁴⁰ Och av varslen att döma har inte uppsägningstakten minskat sedan dess.

I jakten på ”synergieffekter”, samordningseffekter och ytterligare kostnadsminskningar har en uppköps- och sammanslagningssvept genom Mediesverige. Koncentrationen har ökat och 2013 svarade de sju största tidningsgrupperna – Bonniers, Stampen, MittMedia, Schibsted, Norrköpings Tidningars Media, Gota media och NWT/HD – för 85 procent av de samlade branschintäkterna.⁴¹

Men koncentrationen går så snabbt och kartläggningar av ägarförhållanden som gjordes för något år sedan är inaktuella. 2014 köptes till exempel Helsingborgs Dagblad av Bonniers och slogs ihop med Sydsvenskan. Våren 2015 tog också MittMedia över majoritetsägandet i Promedias tio tidningar – med Nerikes Allehanda och VLT som flaggskepp – från Stampen, för att bara ett par veckor senare avisera ett samgående med Schibsteds Svenska

Dagbladet. Efter det styr MittMedia en femtedel av dagstidningsmarknaden.⁴²

Ändå är Bonniers tidningsimperium störst sett till totalupplaga, och koncernens tidningar utgör en fjärdedel av marknaden.

De fristående dagstidningarna är nu försvinnande få, och på bara tre orter har förstатidningen och den eventuella andratidningen olika ägare.⁴³ Och förutom de synpunkter man kan ha på hur ägar-koncentrationen påverkar mångfalden, så har uppköpsstrategin inte alltid varit bra för företagens ekonomi. Det främsta exemplet är Stampengruppen – med bland annat Göteborgsposten och Hallands Nyheter i portföljen – som tyngs av stora skulder efter en rad våghalsiga och lånefinansierade uppköp.

– Det finns en slags grundregel att den som är satt i skuld inte är fri. Det var en statsminister som sa det en gång, och det gäller också för tidningsekonomi, säger Stefan Melesko.

– Om man går på förvärvsstråk och är beredd att betala väldigt höga priser men inte har en ekonomi som ger utrymme för en egen finansiering av förvärven, så sitter man illa till. Det är precis vad Stampen har gjort. Man betalade för mycket, finansierade förvärven genom lån, och gjorde samtidigt alldeles för optimistiska kalkyler. Och då smäller det till. Nu måste man amortera på lånen och betala räntor samtidigt som intäkterna minskar.

2013 sjönk intäkterna i Stampengruppen med nästan 10 procent. Men ännu större effekt på rörelseresultatet hade en omfattande nedskrivning av goodwillposter (övervärden från företagsförvärv) på 790 miljoner kronor, vilket också drog ner branschgenomsnittet.

”Storleken på Stampenkoncernens rörelseförlust under 2013 saknar motsvarighet i den svenska dagspresshistorien”, konstaterar Pressstödsnämnden. Vilket drev fram ett stort besparingsprogram och en minskning av antalet anställda med 500 personer.⁴⁴ Bara på Hallands Nyheter har redaktionen halverats.⁴⁵ Och i juni i år blev det klart att Stampengruppen ska spara ytterligare 50 miljoner.⁴⁶

Lika illa har det inte gått med andra koncernerbyggen. Men hur ekonomiskt rationellt är det egentligen att bli större?

Uppköp, sammanslagningar och ökad koncentration är typiskt för branscher ”på nedgång” enligt medieekonomen Robert Picard. Samma trend syns i andra konkurrensutsatta branscher. Ägare och chefer hoppas kunna minska utsattheten, vinna stordriftsfördelar och kapa kostnader genom att växa och gå samman.

– Det är vad de tror, och visst kan det hjälpa i det korta loppet genom att de omedelbara kostnaderna minskar. Man kan samordna administration och innehållsproduktion, dela redaktionellt material med varandra och osthylva bort tjänster. Men det är ingen långsiktig

lösning. Man kan hålla igång verksamheten i fem eller tio år till utan andra radikala förändringar, men inte mycket längre.

Ett grundproblem är att sammanslagningar inte påverkar fasta kostnader som tryck och distribution, menar han.

Något även Stefan Melesko vill lyfta fram.

– En fråga som är påtaglig för de tidningsföretag vars ekonomi fortfarande är beroende av intäkter från papperstidningen är att vissa kostnadsposter, framförallt distributionen, har ökat väldigt kraftigt. Det gör att man sitter i en moment 22-situation. Upplagorna minskar, de fasta kostnaderna slås ut på allt färre exemplar, vilket är ett stort problem som inte uppmärksammas tillräckligt.

I MittMedias senaste årsredovisning kan man till exempel läsa: ”För koncernen utgör den traditionella prenumererade papperstidningen fortfarande huvuddelen av verksamheten och kring den finns stora strukturella kostnader i form av tryck och distribution.”⁴⁷

När intäkterna minskar är det samtidigt lätt att fastna i en evig bantningskur där företaget svälter ihjäl, säger Robert Picard.

– Du kan inte bara skära, skära och skära och hoppas att du ska överleva. Du måste investera och utveckla dina produkter, ja skapa nya. Om inte kostnadsreduceringarna följs av den här typen av investeringar så kommer företaget gå under i alla fall. Du kan inte spara dig till framgång, du måste satsa också.

Några har visserligen varit mer i framkant.

– I Skandinavien har tabloidtidningarna lyckats bättre online än de mer seriösa dagstidningarna, och vissa får nu så mycket som 25 procent av sina inkomster från nätet, vilket visar att det går att tjäna pengar den vägen. Och det kanske räcker på lång sikt för att upprätthålla den redaktionella verksamheten, men det räcker inte för att driva en tryckt och en digital upplaga på samma gång.

Kanske är det omöjligt att i längden upprätthålla pappersutgivningen och samtidigt hitta framgångsrika digitala lösningar.

– Vissa papperstidningar genererar fortfarande vinst, men i takt med att publiken krymper och annonsörerna blir mer svårflörtade måste man nog vid någon punkt satsa helt på digital produktion.

Många tidningsföretag har suttit fast i det gamla alldeles för länge, menar Robert Picard. Han talar rentav om ”förnekelse”.

– Man har varit sega med att utveckla digitala alternativ som ger intäkter, vilket har förvärrat krisen. Nu är det väldigt sent. Andra spelare har redan utvecklat attraktiva webbaserade och mobila lösningar och tidningsföretagen är omkörda.

Stefan Melesko håller med. Det är fortfarande papperstidningen som styr sättet att tänka på många håll, vilket är ohållbart.

– Det är ingen tvekan om att vi går mot en digitalisering. Frågan är bara i vilken takt. Och problemet är förstås att få betalt för digitalt material och att vinna unga läsare. Men det är enklare att lösa dessa saker om man har en företagskultur där man lyckas frigöra sig från den traditionella modellen ”papperstidningen först”. Nu är det på annonsörernas och läsarnas villkor. Vad vill de ha?

Just den frågan brottas ledningen i MittMedia-gruppen med – den växande jätten som satsar mer på digitala plattformar än många andra, och som samtidigt satt svängrem på redaktionerna.

”Det krävs genomgripande åtgärder”

AnnaKarin Lith är redaktionell chef i MittMedia, och basar därmed över nyhetsproduktionen i Sveriges näst största tidningsgrupp sett till upplaga, och den största sett till antalet tidningar.

Hon är ”chef över chefredaktörerna” som hon beskriver det, fick positionen 2012, och klev in med över trettio års medieerfarenhet i bagaget – hälften som reporter och hälften som chef i olika befattningar på en rad tidningsföretag.

Och hon är inte nådig i sin recension av branschen.

– Jag tycker att mediebranschen har varit alldeles för flak och ledningsgrupperna för dåliga på omvärldsanalys. Man har inte förstått sig på den här förändringen. Man har trott att internet är en fluga som kommer gå över och att det snart blir som vanligt.

Men ”som vanligt” blir det aldrig igen.

– I alla år har VD:arna på tidningarna suttit och rattat företagen efter en konjunkturcykel. Man har vetat att efter en nedgång kommer en ny högkonjunktur. Och då går vi ”all time high” igen. Och så funkar det över huvud taget inte längre. De förändringar som sker på marknaden nu är i första hand strukturella. Landsortstidningarna har gått från att ha en monopolställning till att vara ordentligt utsatta för konkurrens från digitala aktörer.

– Annonsörerna sticker iväg till andra kanaler, de kan klara sig själva i mycket större utsträckning. Och våra kunder, våra läsare, har redan lämnat oss. De har skickat signaler till oss länge, men vi har varit ganska tondöva inne i tidningshusen. Vi kan förebå oss väldigt mycket för hur vi har hanterat den här situationen.

Publiken var digital långt innan många tidningar var det. Och AnnaKarin Lith menar att det blev riktigt allvar med smartphone-explosionen. Då fanns det ingen återvändo.

– Om det första jag gör på morgonen är att gå ut på Facebook eller Twitter, då blir papperstidningen i brevlådan sekundär. Det har vi haft svårt att förstå. Vi har fortfarande svårt att förstå det. Så hur ska man lyckas överleva?

– Genom att digitalisera i betydligt snabbare takt än idag, ställa om vår journalistik och förstå vad kunderna vill ha och faktiskt leverera det till våra annonsörer, läsare, lyssnare och tittare. Att ta digitaliseringen på allvar och sluta romantisera papperstidningen, sluta tro att vi kan produktutveckla den mer och att det kommer vända en upplagetrend som varit fallande i över tio år. Det kommer inte att hända. Vi måste fokusera på rätt saker, och det är utveckling, det är omställning av organisationer, av arbetssätt, och vi måste utbilda våra medarbetare. Gör vi inte det är vi körda.

”Visionen är att transformera MittMedia mot att bli ett digitalt medieföretag och 2020 skall de digitala intäkterna vara minst i nivå med de från de traditionella medierna”, heter det i verksamhetsberättelsen. Men än är det långt kvar till målet.

En kod som måste knäckas är hur man satsar mer på webben och samtidigt får in tillräckligt med pengar. För det har varit svårt att få folk att betala på nätet, samtidigt som annonsintäkterna fortfarande bara är en tiondel av de från pappersupplagan.

AnnaKarin Lith talar om ett ”nytt löfte” till läsarna för att lappa ihop det spruckna förhållandet, och för att attrahera nya.

– Visst är folk beredda att betala för digital journalistik, visst finns det en affär i det, säger AnnaKarin Lith.

Och hon ser en växande marknad i den typen av ”kunskap om kunden” som Google och Facebook kör med och som ger både läsare och annonsörer mer av vad de efterfrågar.

I omställningen hjälper det att vara stora. Vilket är en anledning till att man växt som koncern och integrerar allt mer.

– Vi får större muskler om vi slår ihop varumärken, vi kan göra kostnadsbesparingar och hitta synergier. Man samordnar hela ”back office” och man kan uppfinna ett hjul som alla använder.

”Mittmedia blir maktmedia”, skrev Journalistens chefredaktör Helena Giertha i en ledare efter de senaste samgåendena.⁴⁸

AnnaKarin Lith anser att kritiken är missriktad.

– Vi ser att samordning är av godo, att vi tillsammans blir mycket starkare och att vi får mer muskler och orkar med ett utvecklingsarbete som man i enskilda tidningsföretag inte skulle ha klarat av. Vi gör en TV-satsning, vi utbildar enormt mycket, vi har byggt en ny digital plattform, vi har en affärsutveckling, vi testar

robotjournalistik. Det här är ju bra saker, det här är utveckling, det gynnar ju journalistiken att vi inte sitter nertryckta i skorna och räknar pengar för att se om vi har råd att ta in en vikarie här eller där, utan att vi försöker ställa om affärsmodellen.

Samtidigt slås kultursidor ihop, liksom sporten, och samma material går i flera tidningar, vilket vållat kritik från fack och journalister som ser tjänster och frilansuppdrag försvinna och från forskare som ser mångfalden i journalistiken minska.⁴⁹

– Tyvärr är vi i ett läge idag då pengarna inte räcker till att ta ansvar för den mångfald som det innebär att köpa bokrecensioner från olika frilansar. Och jag är den första att beklaga att vi säger upp medarbetare. Men om vi inte gör det och ser till att klara den här omställningen så hamnar vi i en mediesituation i Sverige som kommer präglas av enfald istället för mångfald.

Det sker en ständig nedbemanning. Lokalredaktioner stängs, redigerarna blir färre och samlas i ett redigeringsnav.

– Det är inget självändamål för MittMedia att minska bemanningen. Men vi måste sänka våra kostnader. Med det sagt blir jag galen på påståendet att antalet lokalredaktioner är ett mått på lokaltidningarnas kris. Det här görs av de som började på en lokalredaktion för många år sedan och som nu sitter i fina tidningshus i Stockholm och glorifierar tiden då man lärde sig allt utav Berra i Vittjom, hur han rökte pipa och knattrade på sin Halda.

Det är en annan tid nu, med andra förutsättningar och möjligheter.

– Men det är klart att när vi ska jobba med färre journalister så blir det svårt att ha samma närvaro i alla glesbygdskommuner. Ändå täcker MittMedia 42 kommuner, och vi har lokalredaktioner i 30 av dem, så det är inte så att vi överger alla kommuner och centraliserar bevakningen till storstäderna. Där är vi inte än, och där är mig veterligen ingen koncern än, även om den bilden målas upp.

2013 startades bemanningsbolaget MittMedia Kompetens. Varför såg ledningen ett behov av en sådan lösning?

– Vi har haft vikarier som vi inte kunnat anställa som har utlasats efter 11 månader. Tidigare kunde de vandra mellan olika tidningar i området. Men när vi nu är ett bolag finns inte den möjligheten. Nu gäller LAS-gränsen för alla våra tidningar. Och då tycker vi att det här är ett juste sätt att ge människor en fast anställning. Men varför inte fastanställa på redaktionerna?

– Vi ska spara 80 miljoner de kommande åren. Då är det bättre att sköta den bemanning som behöver tillföras under tiden genom vårt bemanningsbolag MittMedia Kompetens.

Över huvud taget verkar inte alla ha förstått hur allvarligt läget är, menar hon. Hur mycket som måste till.

– Det pågår för lite diskussion om vilken förändring som behövs. Vad krävs för att vi ska fortsätta vara relevanta för folk i deras vardag? Vi måste släppa sargen och inte fortsätta tro att det räcker att hålla igång lokalredaktioner. Det krävs mycket mer genomgripande åtgärder än så, som är tuffa, tunga och helt nödvändiga.

Nya ideal inom public service

Det är svårt att inte ta med de förändrade ekonomiska villkoren i beräkningen när den växande otryggheten ska förklaras.

– Neddragningarna handlar ju inte om att arbetsgivare är elaka och vill bli av med journalister, säger medieforskaren Gunnar Nygren. Det handlar om en kris för affärsmodellerna och för dagspressen. Man försöker hitta olika sätt att minska kostnaderna och samtidigt upprätthålla nivån på produktionen.

Vilket också är huvudorsaken till att outsourcing och bemanningsbolag blivit vanligare med åren, menar han. Företagen söker hela tiden billigare lösningar. Och enklare.

– Det finns ganska stora möjligheter inom ramen för LAS att säga upp folk på grund av arbetsbrist. Men företagen känner sig osäkra, och att använda sig av bemanningsföretag är enkelt. Det är bara att lyfta telefonen och säga ”hörru, jag behöver inte Nisse på måndag”. Man slipper uppsägningstider och förhandlingar, och så tar det tid, och så måste man betala under tiden, säger Gunnar Nygren.

Men hur ska man då se på otryggheten på resten av mediemarknaden? För faktum är ju att tidsbegränsade anställningar även är vanliga inom public service-företagen, som ju ska vara relativt skyddade från marknadens nycker – finansierade med licenspengar. Ja, även där har bemanningsbolagen kunnat sälja sina tjänster.

För några år sedan debatterades SVT:s inhyrning av personal från bemanningsbolaget Proffice Mediakompetens. Fast anställda sades upp, och istället hyrde man in ”bemanningskonsulter”, som de kallades. SVT:s VD Eva Hamilton förklarade att man tvingats strama åt ekonomin med 250 miljoner mellan 2008 och 2010. 400 tjänster skars bort som en del av besparingsprogrammet. Samtidigt behövdes mer folk i perioder, och för att komma runt kravet i LAS på förtur till återanställning inom nio månader för de fast anställda som sagts upp, använde man sig av bemanningsbolag.

”Våra anställningslagar skapar problem när man som SVT behöver extrapersonal under fem–sex månader om året, men inte har tillräckligt med jobb för dem under årets övriga månader”, sa Eva Hamilton i en intervju i Svenska Dagbladet 2010.⁵⁰

– Vi blev väldigt förvånade. De sa att vikarier var förbjudet och att det hädanefter var bemanningsbolag som gällde, säger Petteri Karttunen, ordförande i Journalistförbundets fackklubb på SVT.

Det blev visserligen dyrt att hyra in, men ledningen ansåg att det var värt pengarna att bli av med folk och komma runt LAS.

– De lyckades rensa laslistorna, säger Petteri Karttunen.

”Resultatet för 2009 präglades av en kraftigt ökad uthyrning, främst som en följd av ett två-årigt uthyrningsavtal med Sveriges Television som träffades i början av året”, skröt Mediakompetens i sin årsredovisning. Och många som hyrdes ut togs från SVT.

En av dem var 40-åriga Pia Conde, som vikarierat från och till på SVT och lovats en fast anställning, men som efter en mammaledighet istället tvingades till Proffice Mediakompetens för att få fortsätta jobba.

”För mig var förändringen katastrofal. Jag räknade med att bli fast anställd”, sa hon till Dagens Nyheter.⁵¹

– Det finns fler exempel, säger Petteri Karttunen. I Karlstad hade vi en fast anställd person som sades upp och sedan togs in på bemanningsbolaget. Vi förde många diskussioner med medlemmar som kände sig kränkta av att ena dagen ha en anställning på SVT och dagen efter bli intagen på SVT via bemanningsföretag. Men det var inget som vi konkret kunde driva vidare eftersom medlemmar inte vågade eller ville driva en process mot sin uppdragsgivare.

Inför riksdagsvalet 2010 togs många reportrar in från Proffice Mediakompetens, som med kort varsel fick foten när valet var över. Något som drev ett antal fasta medarbetare på SVT att skriva ett öppet brev till ledningen:

”Att företaget inte har planerat och varnat för att vikarieintaget skulle sjunka drastiskt efter valet är oacceptabelt. Vi som är fast anställda har varit kritiska till den alltför flitiga användningen av bemanningsföretagen från början, men nu har SVT gått över gränsen för vad som är etiskt försvarbart.”⁵²

Men bakom den bristande etiken låg också en del politik. I början av 00-talet beslutade den socialdemokratiska regeringen att ”medelstillsdelningen till programföretagen från rundradiokontot skall räknas upp med två procent per år”, en princip som gällde från 2002 och framåt, och som Alliansen inte ändrade.⁵³

Licenspengarna flöt dock in i högre takt, åtminstone till en början, och 2009 hade avgiftsintäkterna sedan 2002 gett ett ackumulerat överskott på fyra miljarder på rundradiokontot hos Riksgälden, medan public servicebolagen fått det allt mer knapert. Uppräkningen på 2 procent per år höll inte alls jämna steg med

kostnadsökningarna, som legat på 4-5 procent för SVT. Bara löneökningstakten för journalister låg på 3 procent om året under hela 00-talet. Kalkylen gick alltså inte ihop.⁵⁴

Vilket var en del av poängen.

”Det är också ett uttalat syfte att tillgängliga medel ska öka i en långsammare takt än kostnaderna. Tanken är att SR skall tvingas skära ner resurserna och i motsvarande grad öka effektiviteten för att klara ett oförändrat uppdrag”, konstaterade SKL-ekonomen Stefan Ackeby i en underlagsrapport till Sveriges Radio 2010.⁵⁵

Rapportens titel var *Baumol's sjukdom, Sveriges Radio och framtiden*, och den utgick ifrån vad som brukar kallas Baumols kostnadssjuka, det vill säga teorin om att personalintensiva branscher och sektorer dras med ett strukturellt problem, nämligen att de inte går att effektivisera i lika hög grad som exempelvis tillverkningsindustrin, som lättare kan ersätta arbetskraft med maskiner. Och när lönerna ökar – vilket de tenderar att göra – stiger produktionskostnaderna. Vilket kräver ökade intäkter.

Ett sätt att få mer intäkter är förstås att öka försäljningen eller höja priserna, vilket ekonomen William J Baumol på 1960-talet menade att kultursektorn skulle få svårt att göra, och att man därför i högre grad skulle bli beroende av andra intäkter, som donationer.

Gäller detta också för mediebranschen? Inte lika mycket som för kultursektorn enligt medieekonomen Robert Picard. Men det spelar ändå roll. Såväl dagspress som TV och radio är relativt ”arbetsintensiva verksamheter” som det heter, och även om det förstås går att effektivisera arbetet genom smartare sätt att organisera och styra, så är det svårt att spara mycket utan att pressa lönekostnaderna – antingen genom att säga upp folk och låta dem som blir kvar jobba hårdare och med fler uppgifter, eller genom att sätta press på lönerna och/eller ta in billigare personal.

Bägge vägarna ansågs public-servicebolagen behöva gå. Så anslagen sattes till 2 procent fullt medvetet, helt enkelt för att de snävare ramarna skulle skapa ett tryck på effektivisering.

Sagt och gjort. Det blev reducerad personal, en mer slimmad organisation och mer tillfällig arbetskraft som kunde hoppa in när det behövdes. Ändå blev inte bemanningslösningen optimal för SVT. Den väckte vrede bland de fast anställda och facket, och det blev dyrt. Så de senaste åren har inhyrningen minskat.

Men det finns förstås andra sätt att reducera kostnaderna, nämligen genom att öka andelen personal med visstidsanställningar och programanställningar, vilket varit fallet, men också genom att använda sig av underleverantörer i form av produktionsbolag och frilansar, något som blivit allt vanligare på senare år.

Ett motiv till det finns också i sändningstillståndet, där det klargörs att SVT ska verka för "mångfald" och "variation" i programverksamheten genom "utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program", och genom "utomstående medverkan".⁵⁶

Just detta direktiv har blivit ett budskap som public service-bolagen tagit till sig. SVT har också aktivt bidragit till att skapa och upprätthålla en extern marknad av produktionsbolag.

– Det är väldigt tydligt att SVT har ett mål: man vill hålla produktionsbolagsbranschen levande, säger Petteri Karttunen.

Handlar det också om att bädda för en underbudskonkurrens som kan pressa kostnaderna? Misstanken finns. Underleverantörer kan ofta göra saker billigare, och Journalistförbundet har dålig koll på villkor och löner i produktionsbolagen. Många saknar kollektivavtal. Branschen är på många sätt en blind fläck.

På Sveriges Radio ser det delvis annorlunda ut än på SVT. Inte genom att otryggheten är mindre, förklarar facklubbsordföranden Ulrika Hyllert, utan för att man brottas med andra problem.

– Vi har haft många programanställningar och andra tidsbegränsade anställningar som ofta staplats på varandra under många år.

Andelen tidsbegränsat anställda är omkring 20 procent enligt arbetsgivarnas statistik, även om andelen har visat sig vara så hög som en tredjedel när facket har räknat på redaktionerna.

Även Sveriges Radios ledning försökte för några år sedan köpa in mer program från produktionsbolag. Antalet anställda skulle minska – vilket också blev fallet – samtidigt som VD:n Peter Örn hade en klar filosofi och målsättning: att mer produktion skulle läggas ut, att det borde finnas en marknad. Men det gick inte så bra. Man lyckades aldrig kicka igång marknaden på radiofronten.

Det är mycket politik i hur public serviceföretagen styrs, påpekar Ulrika Hyllert. Och därmed ideologi. Det har legat i tiden att försöka bryta upp monopol, skapa marknader och odla konkurrens.

– Det går ju trender i hur man ska driva ett företag. Och det här verkar vara mycket av en trend de senaste åren.

Sedan fick SR en ny ledning, med Cilla Benkö och Mats Svegfors, och personalpolitiken har blivit proffsigare, enligt Ulrika Hyllert.

Det finns en bemanningsstrategi som ser till vad som är bra för verksamheten och anpassar bemanningen mer efter det.

Facket började också agera annorlunda, startade kampanjen "Vem tjänar på otrygga jobb?", argumenterade att visstidsanställningarna ledde till både sämre arbetsmiljö och journalistik, och att de kanske

inte heller var ekonomiskt rationella – åtminstone inte i längden. Och man började förhandla hårdare om inlasningar. Och 2012 vann journalisten Linn Ohlsson och Journalistförbundet ett uppmärksammat mål i arbetsdomstolen, där det avgjordes att ”arbetsgivaren inte har haft rätt att tidsbegränsa anställningen i enlighet med en regel i Journalistavtalet om så kallad programanställning”.⁵⁷ Vilket också fick betydelse för den fortsatta personalhanteringen.

– Jag ser en vändning i hur ledningen resonerar. De tycks ha insett att hög personalomsättning är dåligt och är beredda att överbemanna.

Men visst finns det problem. Och många journalister far illa.

– Nästan hela P3 är fortfarande visstidsanställda, det är många som blir utlasade, det är jättesvårt att bli fastanställd. Men det går ändå åt rätt håll. Och mer är på gång, säger Ulrika Hyllert.

Samtidigt märks en betydande skillnad mellan SVT och SR. Det är olika företagskulturer, menar Ulrika Hyllert.

– På SVT har man gjort snabbare hugg och avskedat folk. Sveriges Radio har inte heller använt sig av bemanningsbolag.

Att personalpolitiken och managementstrategierna skiljer sig mellan olika bolag inom public service visar trots allt att det finns ett spelrum. Att utvecklingen kanske inte är determinerad. Förutom nya marknadsförutsättningar och tekniska förändringar handlar det också om olika företagskulturer. Och kanske om ideologi.

Samtidigt är det mycket ”följa John” i företagsvärlden. Strategier och praktiker sprider sig. Och mediebranschen är inget undantag.

– Idén om en flexibel arbetskraft har blivit allt mer av en norm, säger medieekonomen Robert Picard. Det är en underliggande trend. Så när arbetsgivarna i mediebranschen drabbas av ekonomiska problem så tänker de ”så där kan vi också göra, det är i linje med hur man gör i andra branscher”. Och så slår man in på den vägen.

Medieforskaren Gunnar Nygren är inne på samma linje.

– Man kan nog inte säga att medieindustrin är så annorlunda än andra industrier. Man måste höja blicken lite och titta på hela arbetsmarknaden, ja hela den kapitalistiska produktionen.

3. Arbetsgivarens marknad

Den prekära flexibiliteten

2014 var 694 000 svenskar tidsbegränsat anställda – nästan 17 procent av alla med jobb. Både antalet och andelen har ökat mellan 1987 och 2014 – antalet med en kvarts miljon och andelen från 12 till knappt 17 procent, med en bottennotering på 10 procent strax innan krisen 1991 och en toppnotering på strax över 17 procent innan finanskrisen 2007 (se diagram på sidan 43). De otrygga anställningarna ökade mest under 1990-talet – där krisen fungerade som den stora drivfjädern – och sedan dess har andelen växlat med konjunkturerna.⁵⁸

Men det är inte hela sanningen. För med tiden har de tidsbegränsade anställningarna också bytt form och blivit mer osäkra. Sedan slutet av 80-talet har de längre vikariaten minskat rejält, medan gruppen som numera kallas ”allmän visstidsanställda” har växt med mer än 330 000 personer och blivit det nya normala.⁵⁹

De flesta med otrygga jobb är anställda ”vid behov” (16,5 procent) eller ”per timma” (23,4 procent). De har antingen ett obefintligt eller ett svårförutsägbart schema, de får jobba då och då, när arbetsgivaren vill, och en anställning garanterar inte jobb eller lön.⁶⁰

Det är framförallt unga som har tillfälliga jobb. Fyra av tio är mellan 16 och 24 år, och tre av tio är mellan 25 och 34 år. Samtidigt var 65 000 personer bemanningsanställda 2014, eller omkring 1,5–2 procent av alla med jobb. De flesta var unga.⁶¹

Hur ska man se på den här utvecklingen? Å ena sidan har de flesta som jobbar en fast anställning, men å andra sidan har arbetsmarknaden blivit allt lösare i kanterna.

Trenden är global, och i flera andra länder har det gått längre, som i Spanien och Portugal.⁶² Och i USA och Storbritannien är anställningsskyddet så svagt att det är svårt att tala om trygga jobb. Daglönare och frilansarbete är vanligt – det senare beskrivet under rubriken ”Workers on tap” i *The Economist*.⁶³ Men Sverige är långt ifrån något tryggt undantag på världsscenen.

Omvandlingen har beskrivits på många sätt. I antologin *Arbetsmarknad – Arbetsmarknadens nya organisering* skildrar ett gäng socialantropologer, företagsekonomer och psykologer det samtida arbetslivet: ”Den genomsnittliga anställningstiden hos varje arbetsgivare minskar, olika utbildningars ’bäst före-datum’ kortas, anställningsformerna blir lösare.”⁶⁴

De reflekterar också över normförändringen:

”Det nya idealet är en person som hoppar mellan anställningar och välkomnar förändring, som tar eget ansvar både för sitt arbete och för

sin egen karriär, som är uppfinningsrik, självsäker och optimistisk: den flexibla och anställningsbara människan.”

Anställningstrygghet tillhör industrisamhället, det löpande bandet – en allt mer förgången tid. Numera är modeorden ”flexibilitet” och ”anställningsbarhet”, där det för den som vill ha jobb gäller att göra sig attraktiv och efterfrågad, och för företagen att bedöma ”arbetstagarens värde”, som forskarna beskriver det.

Ansvaret läggs allt mer på individen att vårda sitt varumärke och sälja sig, och det talas inte sällan om entreprenörskap, den ”företagsamma människan”, eller ”det företagsamma jaget”, som den brittiske sociologen Nikolas Rose beskrivit det. Rose ser den förändrade synen på individen som en del av nyliberalismen – som genom retorik och politisk styrning haft som ambition förvandla folk till frigående, autonoma och just företagsamma individer. Och det med såväl morötter som piskor. ”Ekonomi är metoden, syftet är att förändra själen”, som Margaret Thatcher uttryckte det.⁶⁵

Graden av frivillighet i utvecklingen kan naturligtvis diskuteras. På vems villkor har arbetskraften blivit mer flexibel?

SCB frågade alla tidsbegränsat anställda om de föredrar fast eller tidsbegränsad anställning, och det visade sig att sju av tio hellre ville ha en fast anställning. Räknar man bort de som samtidigt pluggar på heltid så ökar de som vill ha fast till åtta av tio. ”2 procent tidsbegränsat anställda och 98 procent fast anställda skulle alltså kunna vara den fördelning som gällde om alla anställda fick den anställning de själva föredrar”, konstaterar LO i en rapport.⁶⁶

Det är alltså knappast löntagarna som har drivit fram de tillfälliga anställningarna. Så vem är det då som ligger bakom?

Guy Standing – även han britt – tecknar en delvis annan bild av flexibiliteten i *Prekariatet – den nya farliga klassen*. Han beskriver framväxten av ett globalt ”prekariat” bestående av miljontals människor ”utan någon fast förankring” på arbetsmarknaden som ”upplever en kronisk osäkerhet”, en riskfylld och otrygg tillvaro.⁶⁷

Liksom Nikolas Rose pekar han ut ideologin och politiken som pådrivande. Idén om flexibilitet på arbetsmarknaden var en nyliberal tes som fick genomslag på 1980-talet, och den torgfördes i synnerhet av nationalekonomer av den neoklassiska skolan som betraktade fackföreningar, kollektivavtal och arbetsrättslagstiftning som hinder och störningar på marknaden.

De tryckte på behovet av ”löneflexibilitet”, ”anställningsflexibilitet”, ”jobbflexibilitet” och ”kompetensflexibilitet”, något som skulle bli verklighet genom ”strukturella reformer” – enligt Standing ett kodord för ”en systematisk nedmontering av de anställdas trygghet”, vilket i sin tur utmålades som nödvändigt för att rädda företagsvinster, investeringar och arbetstillfällen i den nya ekonomin.

Vilken var då den nya ekonomin?

Globaliseringen och de avreglerade finansmarknaderna satte kapitalet i rörelse, pengar flödade mellan länder och sektorer i jakten på högsta möjliga avkastning, och konkurrensen hårdnade. Sedan kom digitaliseringen och IKT-revolutionen (informations- och kommunikationsteknik) som stöpte om det mesta, även sättet att driva företag och organisera arbetet. Sociologen Manuel Castells skrev i slutet av 90-talet om "nätverkssamhället", där det löpande bandet ersattes med – återigen – "flexibla produktionssystem" och förändrade sociala relationer.⁶⁸

Tillväxtpotentialen sågs ett tag som oändlig, och "den nya ekonomin" blev också på modet bland politiker till höger och vänster som såg sig villiga eller tvingade att hjälpa utvecklingen på traven genom att luckra upp gamla system – särskilt de som tidigare bäddat för löntagarnas kollektiva styrka och som skapat maktbalansen på arbetsmarknaden. I flera länder drevs facket tillbaka – ibland av egna misstag, men oftast genom en kombination av omregleringar och mer aggressiva strategier och metoder från företagens sida.

Samtidigt blev marknader och konkurrensutsättning ideal på områden som tidigare varit statliga monopol. Offentlig sektor skulle effektiviseras genom att härma näringslivet, och marken bereddes för vinstintresset, ofta med "valfrihet och mångfald" som motiv. Det gällde välfärdstjänster, bostäder och annat som tidigare ansetts allmännyttigt, inte som vilka varor som helst.

Allt fler aspekter av samhället har blivit en del av kapitalets logik och värderas i termer av kostnader och ekonomisk avkastning, något som sociologerna brukar kalla varublivning eller kommodifiering (efter engelskans commodity). Inte minst när arbetslivets förändring ska skildras och analyseras. Arbetet genomgår en "rekommodifiering", brukar det heta, varpå människor blir mer utsatta.

Under efterkrigstiden dekommodifierades tvärtom löntagaren. Även om arbetskraften fortsatt kunde köpas och säljas så skyddades anställda från marknadens nycker och det rena vinstintresset – genom kollektivavtal, trygghetssystem och arbetsrättslagstiftning. Men sedan 70-talet har utsattheten ökat, och såväl strukturer som ideal har förändrats. "Vi uppmuntras att tänka på oss själva som varor på en marknad", skriver socialantropologen Christina Garsten. Ja, vi inte bara uppmuntras – de flesta har inte mycket annat att välja på än att inordna sig i den nya arbetsmarknadens logik i takt med att trygghetssystemen har nedmonterats, arbetsrätten modifierats och arbetsgivarna av olika skäl har fått ett större övertag. I kampen för marknadseffektivitet monterade man ner barriärerna mot kommodifieringen", konstaterar Guy Standing.

Ja, skiftet är sammantaget så radikalt att det i flera avseenden gått längre än vad många hoppades eller befarade på 70- och 80-talet. "De politiska förändringarna och bolagens svar på den globaliserade

marknadsekonomin diktat skapade en världsomfattande trend som varken nyliberalerna själva eller de politiska ledare som drev igenom deras reformer hade förutsett”, skriver Standing.

En starkt bidragande orsak till den växande otryggheten är den höga arbetslösheten. I Sverige är över 500 000 arbetsvilliga men utan jobb, vilket skapar en ökad konkurrens om de arbetstillfällena som ändå erbjuds.⁶⁹ Ett annat sätt att beskriva detta på är att arbetsutbudet vida överstiger efterfrågan (på arbetskraft) – och det som vanligtvis händer på en sådan marknad är att köparen sitter med vinstlotten och kan välja pris. Det blir arbetsköparens marknad.

Det gäller inte bara i branscher som folk söker sig till mest för att de måste försörja sig, utan också – och kanske inte minst – i yrken som många har utbildat sig till och som de verkligen vill jobba inom. Nästan till varje pris. Som exempelvis journalister.

Det kan verka som en truism – men en stor del av förklaringen till den ökade andelen otrygga anställningar och frilansar på mediemarknaden ligger i just den logiken. Det har varit populärt att bli journalist; universitet och folkhögskolor har examinerat hundratals arbetsvilliga varje år, samtidigt som journalistyrket till skillnad från läkaryrket inte kräver en legitimation – vilket gör att ännu fler konkurrerar om de jobb och uppdrag som erbjuds. Och det parallellt med att dagspressen genomlider sin värsta kris i mannaminne och staten sätter svångrem på public service, vilket ger ett överutbud och en vikande efterfrågan på samma gång. Detta sätter stark press på löner och andra villkor. Det finns oftast någon annan som är villig att jobba om villkoren inte duger.

Är alla löntagare lika utsatta? Nej, Guy Standing beskriver en utveckling med såväl vinnare som förlorare, en skiktning av arbetsmarknaden och en ommöblering av klasstrukturen.

Högst upp finns en elit av kapitalägare och toppchefer som är de verkliga vinnarna, med ständigt stigande avkastning och löner. Under dem ”salariatet”, tjänstemän som sitter relativt säkert och har hyggliga löner. Omkring dem ”proficianerna” (en kombination av engelskans *professionals* och *technicians*), som har ”säljbara kompetenser”, typ konsulter eller efterfrågade och bra betalda frilansar. Ofta är det folk som frivilligt lämnat salariatet, kanske journalister som sett att de kan vinna mer på att vara egna. Därutöver den gamla arbetarklassens krympande kärna – kroppsarbetarna med fast anställning – proletariatet om man så vill. Under de här fyra grupperna finns, enligt Standing, det växande prekariatet, ”flankerat av en armé av arbetslösa”.

Prekariatet definieras inte av sitt yrke, utan av sin otrygghet på arbetsmarknaden: de som är tidsbegränsat anställda, hoppar mellan olika knäck eller frilansar mot sin vilja och har svårt att försörja sig själva eller komma in i de offentliga trygghetssystemen. Till exempel visstidsanställda journalister eller ofrivilliga f-skattare. De rör sig i

arbetsmarknadens marginaler, riskerar att bli utan jobb, och är lite av arbetslivets slit- och slängvaror, lägre värderade än salariatet och proficianerna. Men även de senare grupperna kan – om branschen de jobbar i krisar, utvecklingen springer ifrån dem eller något händer som gör att de inte anses lika värdefulla – falla ner i prekariatet. Översatt till journalister kan det handla om äldre, fast anställda, som arbetsgivaren gör sig av med för att de inte anses ha ”tillräckliga kvalifikationer” för att kunna möta framtidens utmaningar.

Skiktningen finns också bland journalister, något som blir tydligt i skildringarna av ett ”a- och b-lag” i och med personalinhyrningen. Och det skapar lätt splittring och inbördes konkurrens inom en kår som egentligen är utsatt för samma marknadskrafter.

– Man kan se en polarisering mellan olika typer av journalister. Tidigare har ändå yrket varit ganska egalitärt, men nu ser vi en proletarisering av en del av kåren, till exempel bemanningsanställda som står längst ner, säger medieforskaren Gunnar Nygren.

Det bör påpekas att också medieföretagen har utsatts för hårdare konkurrens – om annonsörer, läsare, tittare och lyssnare – och ett sätt att överleva och vinna fördelar på marknaden har varit att försöka driva ner arbetskraftskostnaderna. Dels genom att rationalisera bort tjänster och minska bemanningen på totalen, dels genom att minska andelen fast anställda och öka andelen löst anställda. Men också genom att lägga ut mer på underleverantörer som man vet eller tror kan göra jobbet billigare.

Tidsbegränsat anställda har som regel flera ”kostnadsfördelar” sett från företagens horisont, menar Standing: ”Lönerna är lägre, erfarenhetsgrundade tillägg kan undvikas, rätten till tjänsteförmåner är mindre och så vidare.” Man kan också göra sig av med dem snabbt och billigt om man skulle behöva eller vilja det. Folk med tillfälliga kontrakt – det inbegriper även frilansar – kan också ”pressas till hårdare arbete” och de är ”lättare att kontrollera genom fruktan ... Om de inte står ut med de krav som ställs på dem kan de uppmanas att gå, utan något tjafs och utan stora kostnader”. Och med många tillfälligt anställda och frilansar kan också den fasta personalen hållas i schack, eftersom de märker att de kan bli ersatta om de inte finner sig.

Medieföretagen är inte bara konkurrensutsatta utifrån, man tävlar också med varandra. Och när de ser andra företag slimma organisationen, anlita produktionsbolag eller starta egna bemanningsbolag för att pressa kostnaderna, tänker man att det är bäst att göra likadant för att inte ge andra kostnadsfördelar.

Flexibiliteten och prekariseringen ökar. Ändå anser arbetsgivarna att de inte har tillräckligt stor handlingsfrihet. Och i jakten på större möjligheter att styra efter egna behov har arbetsrättslagstiftningen hamnat i skottgluggen på senare år – det vill säga LAS.

LAS mot väggen

Ända sedan LAS, lagen om anställningsskydd, infördes 1974 har den vållat debatt. Det organiserade näringslivet gillade inte att staten lade sig i hur bemanningen skulle se ut. Det var ett brott mot den svenska modellens förhandlingstradition, menade man, där parterna på arbetsmarknaden hade gjort upp om anställningsskydd själva.⁷⁰

Mest problematiska ansågs turordningsreglerna vid uppsägning på grund av arbetsbrist – ”sist in först ut” – och företrädesrätten till återanställning. Det finns förstås ett utrymme att säga upp folk vid arbetsbrist som har varit anställda länge, de som anses sakna ”tillräckliga kvalifikationer” för en omplacering. Man kan också köpa ut oönskad arbetskraft genom att erbjuda avgångsvederlag, och en del kan modifieras genom kollektivavtalen. Lagen har dessutom reviderats med åren, företag med mindre än 10 anställda får till exempel undanta två personer, och anställningsskyddet vid uppsägningar på grund av arbetsbrist har blivit svagare genom en förändrad praxis.

Kompetens och ”anställningsbarhet” har blivit mer avgörande, enligt en rapport från SACO. ”Arbetsgivarnas möjlighet att nå det resultat som är bäst för verksamheten i en arbetsbristsituation har successivt blivit större. Betydelsen av rätt kompetens har ökat samtidigt som lång anställningstid inte längre är någon garanti för trygghet i arbetslivet”, konstaterar man, vilket kan skapa en ”falsk trygghet” bland de som varit anställda länge.

Samtidigt som anställningsskyddet har urholkats så har möjligheterna att anställa på timmar och vid behov ökat, särskilt sedan 2007 då formen ”allmän visstid” infördes. Och många företag har dessutom gjort till vana att försöka runda LAS på olika sätt – inte bara genom bemanningsföretag utan också genom att stapla tidsbegränsade anställningar på varandra.

Ändå har arbetsgivarna, med Svenskt Näringsliv i spetsen, fortsatt driva kampanjer mot LAS, framförallt mot turordningsreglerna, rätten till förtur vid återanställning och mot vad de anser vara alltför komplicerade och kostsamma uppsägningsprocesser.

I en kampanjskrift 2011 gavs till exempel 50 företagare runt om i landet utrymme att säga sitt om LAS.⁷¹ De tycker bland annat att ”återanställningsrätten lägger sten på börda” och ”hämmar företagets tillväxt”, att ”LAS måste avvecklas för trygghetens skull”. Någon tror att ”med en förändrad LAS kommer företagen att våga anställa”.

En av de som intervjuas är Anna-Karin Jansson, ansvarig utgivare på den reklamfinansierade gratistidningen Alingsåskuriren: ”LAS känns föråldrad och tar varken hänsyn till mina anställda eller till företaget”, säger hon, och berättar samtidigt att hon drar sig för att anställa eftersom det är påfrestande att säga upp om det skulle behövas. ”LAS-reglerna förhindrar rotation på arbetsmarknaden och försvårar för ungdomar” – men också för henne själv. ”LAS är en lag

som tillkom för att skapa trygghet för den enskilde, men som i dag mer skapar problem för företagen ... LAS kan helt enkelt skada företagets laguppställning och framtida möjligheter att växa ordentligt.”

Just viljan att bestämma över laguppställningen tycks vara central. En del säger också rakt ut att de skulle göra sig av med äldre anställda om de kunde. ”Risken är att turordningsreglerna tvingar bort de unga killarna som är framåt, medan de äldre herrarna med ett par år kvar till pension blir kvar.” Eller: ”Jag skulle gladeligen byta ut 15 av mina gubbar mot 15 ungdomar. Det skulle vara bra för företaget – för produktiviteten, utvecklingen och stämningen.”⁷²

Men det går inte anser man. Vilket ju förstås också är intentionen med turordningsreglerna. LAS infördes till stor del för att olönsamma företag i krisande branscher inte skulle kunna hålla sig flytande genom att snabbt göra sig av med äldre och dyrare arbetskraft och ersätta den med yngre och billigare. Arbetstagarnas trygghet skulle värnas på bekostnad av företagens absoluta frihet. Lagen var en del av dekommodifieringen av arbetet.

Samtidigt formades LAS och turordningsreglerna i en helt annan ekonomi och under en annan finanspolitisk och arbetsmarknadspolitisk regim, där full sysselsättning inte bara sågs som det allt annat överskuggande målat, utan också var ett faktum. Trots oljekris och stagflation var den svenska arbetslösheten under 70-talet ännu förhållandevis låg, i mitten av 80-talet var den närmast obefintlig och möjligheten för dem som inte kom in i krisbranscher att få jobb i andra sektorer var stor. Kunde man inte bli varvsarbetare eller bilmontör som 20-åring så kunde man sannolikt bli byggnadsarbetare, eller rent av journalist. Fasta anställningar var inget sällsynt för yngre. Vikariat kunde mycket väl leda till fast jobb på första försöket. Och arbetsmarknadspolitiken var omfattande, med möjligheter till omskolning eller beredskapsjobb.⁷³

Idag är läget ett helt annat, särskilt för unga. En halv miljon svenskar är öppet arbetslösa och den relativa ungdomsarbetslösheten ligger på omkring 25 procent. En akademisk utbildning hjälper visserligen i konkurrensen om jobben, men är ingen garanti. Arbetsmarknadspolitiken går mest ut på att folk ska söka jobb och göras ”anställningsbara” genom coachning.⁷⁴ Och visst är det lätt att känna igen bilden som Guy Standing målar upp i *Prekariatet* av ”unga människor som väller ut ur skolor och universitet och in i en prekär tillvaro som kan bestå i många år och som ofta blir ännu mer frustrerade av att deras föräldrageneration hade till synes stabila jobb”. Och visst kan man förstå det ointresse för facket som många unga visar, när facket inte kan stärka deras trygghet.⁷⁵

Frågan är om unga skulle få det bättre och ungdomsarbetslösheten sjunka om anställningsskyddet luckrades upp och principen ”sist in-först ut” slopades, som arbetsgivarna ofta hävdar?

Det finns få eller inga belägg för att LAS skulle påverka arbetslösheten på totalen, och inte heller ungdomsarbetslösheten, om man får tro utredarna på TCO, som beskriver det hela som en ”myt”. Efter att ha analyserat statistik från SCB konstaterade man att ”bara en på fyrtio, eller cirka 2,5 procent av de arbetslösa 15–24-åringarna år 2008 var utan jobb på grund av personal- eller driftsinskränkningar – alltså situationer där turordningsreglerna kan ha kommit till användning” och att inte ens en bråkdel av ungdomsarbetslösheten kan förklaras med LAS.⁷⁶

Enligt SACO:s utredare leder dock skillnaden i anställningsskydd mellan fast och tidsbegränsat anställda till en ”tudelad arbetsmarknad” som i synnerhet drabbar unga: ”Ju större skillnaden är mellan anställningsskyddet för tillsvidareanställda och tidsbegränsat anställda, desto högre är andelen tidsbegränsat anställda bland ungdomar och okvalificerad arbetskraft.”⁷⁷

Av LAS-debatten att döma kan den prekära situationen för unga åtgärdas på helt olika sätt: antingen genom att lätta på anställningsskyddet och skippa turordningsreglerna, eller genom att stärka anställningsskyddet för alla, göra det omöjligt eller svårare att stapla tidsbegränsade anställningar på varandra och avskaffa formen ”allmän visstid”. Vilka effekter det ena eller andra skulle få ligger utanför den här rapportens ram att bedöma, liksom hur en väl fungerande lagstiftning som värnar tryggheten kan se ut.

LAS-frågan är viktig, men kanske bör man undvika att fastna i en diskussion om lagen och dess tillämpning. Det menar i alla fall utredarna på SACO: ”En diskussion om trygghet och flexibilitet på arbetsmarknaden bör inte fokusera enbart på LAS och turordningsreglerna ... det är viktigt att även titta på andra delar i systemet som bidrar till omställningsförmåga och sysselsättningstrygghet. Det kan vara arbetslöshetsförsäkring, arbetsmarknadspolitik, omställningsavtal, inkomstförsäkring och möjligheter till utbildning och kompetensutveckling.”

Problemet med den växande otryggheten i mediebranschen och på arbetsmarknaden har hur som helst inte en kardinallösning. Stora samhällsförändringar avvärjs sällan genom en omröstning i Riksdagen. Det finns skäl att ställa fler frågor, och ge fler svar.

Journalistikens framtid

Mediebranschen och arbetsmarknaden för journalister omvandlas i rask takt. Redaktioner krymper, mer köps in och läggs ut, de tillfälliga jobben blir fler, bemanningsanställda och frilansar ersätter fast personal. Det varierar från område till område, från företag till företag, men den samlade effekten är ändå en utbredd otrygghet.

Växande krav på det slimmade, flexibla, enkla, billiga och vinstgivande leder till en prekarisering inom journalistkåren.

Att detta inte bara är ett svenskt fenomen blir tydligt genom ett pågående forskningsprojekt om journalisters framtida arbete vid Reuters Institute for the Study of Journalism i Oxford. Perspektivet är internationellt, och utvecklingen beskrivs så här: "Precis som inom en rad andra yrkesgrupper har vi sett en ökning av antalet egenföretagare – mycket av det handlar om ett 'påtvingat företagande' som ett resultat av överskott av arbetskraft och en krympande tillgång på tillgängliga jobb." Samtidigt som arbetet på redaktioner omorganiseras och fler jobb blir temporära.⁷⁸

Precis som i Sverige råder världen över en köparens marknad som drivits fram av digitalisering, ökad konkurrens och ett växande inslag av marknads- och vinsttänkande, en situation där journalistkåren skiftas och där många journalister tillhör förlorarna.

När journalister får frågor om framtidens arbetsmarknad är de inte heller särskilt optimistiska. Den senaste rapporten, skriven av medieekonomen Robert Picard, bygger på en enkät till 509 journalister i olika västländer. Och den ger en dyster prognos.⁷⁹

– De flesta journalister tror att journalistiken kommer bli ett deltidsjobb för dem, och majoriteten tror inte att de existerande medieorganisationerna kommer erbjuda dem stabila anställningar, och de har börjat laga efter läge, säger Robert Picard.

En intervjuad journalist beskriver journalistiken som "kanariefågeln i kolgruvan" som förebådar en förändring även inom andra yrken.

Medieforskaren Gunnar Nygren, som också tittat på situationen internationellt, ser dock en skillnad mellan olika länder.

– Journalisternas ställning är väldigt olika beroende på land. Vi har samma globalisering, samma tekniskiften och samma liberalisering med starkare marknadskrafter och ökat kommersiellt tryck över hela världen, samtidigt som du har skilda kulturer, vilket gör att du får olika utslag när det gäller journalisternas villkor.

I Sverige har det inte gått lika långt som på andra håll.

– De flesta journalister har ändå fasta anställningar, och vi har fortfarande LAS, som reglerar formerna för hur man får anställa och säga upp folk. Och vi har relativt starka fackliga organisationer som bevakar de anställdas intressen. Om man tittar ut i Europa är journalistfacken väldigt mycket svagare än vad de är i Norden. Och facklig anslutningsgrad och relationerna på arbetsmarknaden spelar sannolikt stor roll, säger Gunnar Nygren.

Han har också studerat vilka effekter den ökade andelen tillfälliga jobb får på journalistiken som profession, bland annat genom att följa de som examinerats från Södertörns Högskola. De flesta får jobb som journalister på heltid, men många går också andra vägar efter en

tid och får fasta jobb inom PR och information på företag, myndigheter och i organisationer. De rör sig i ett växande gränsland.

– Man ser att journalistyrket blir mer av ett genomgångsyrke. Och då sjunker statusen, säger han.

Förändringarna påverkar också journalisters autonomi i det dagliga arbetet, hur självgående och självständiga de blir.

– Den som är tillfälligt anställd upplever sig ha en lägre grad av självbestämmande i arbetet. Och så ser det ut i alla åldersgrupper.

Man sitter lösare, har en mer underordnad position än den som har fast jobb och har varit på en redaktion länge, och vågar kanske inte alltid ta diskussionen med chefen utan gör som man bli tillsagd.

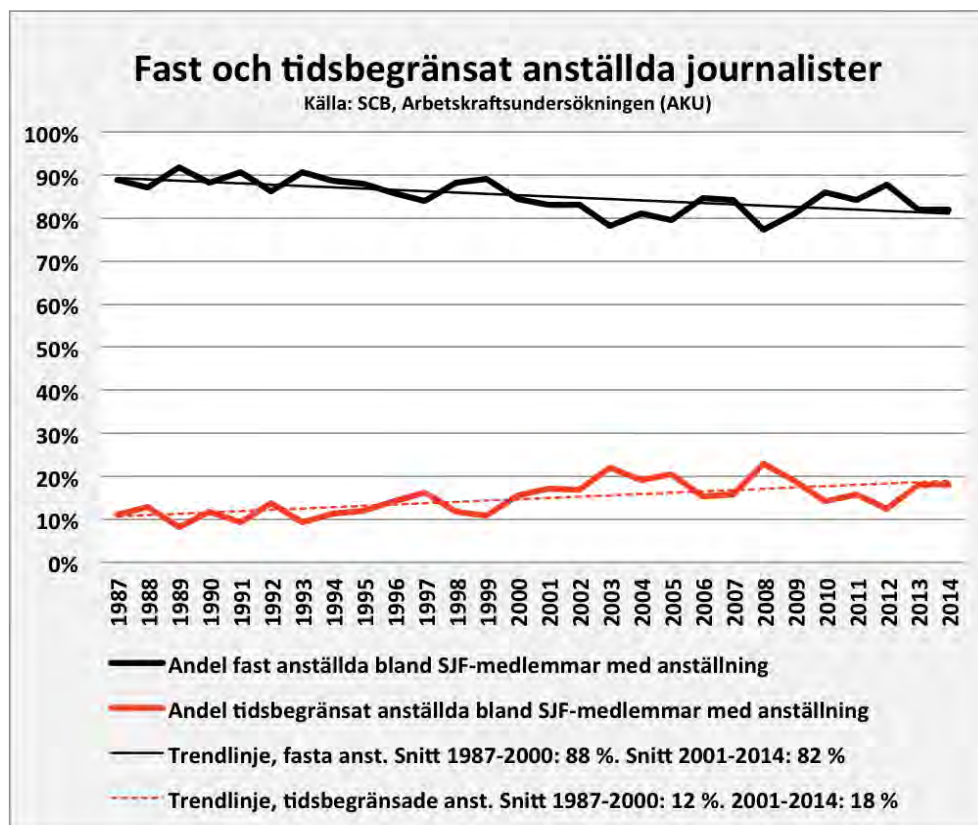
Det är lätt att drabbas av defaitism och se läget som opåverkbart. Vad kan man egentligen göra åt otryggheten? Gunnar Nygren vill inte ge något recept, men ser att det finns skäl att inte gå för långt i riktning mot lösa anställningar – och det handlar inte bara om situationen för enskilda journalister som har det tufft på arbetsmarknaden.

– Jag tror att journalistiken blir bättre om man har journalister på redaktionerna som känner sig trygga i sin roll. Hur många man ska ha beror förstås på vad man har råd med. Men ett medieföretags värde ligger ju inte bara i tryckpressarna, datorerna eller i sändningsutrustningen, utan främst i det intellektuella värdet. Det är profilerna man har och den kunskap som finns inom medieföretaget. Och då gäller det att kunna vårda det man har och dessutom få fram nya förmågor. Och då måste man skapa trygga förhållanden. Så det handlar om att göra en avvägning mellan flexibilitet och behovet av att vårda det intellektuella kapitalet inom företaget.

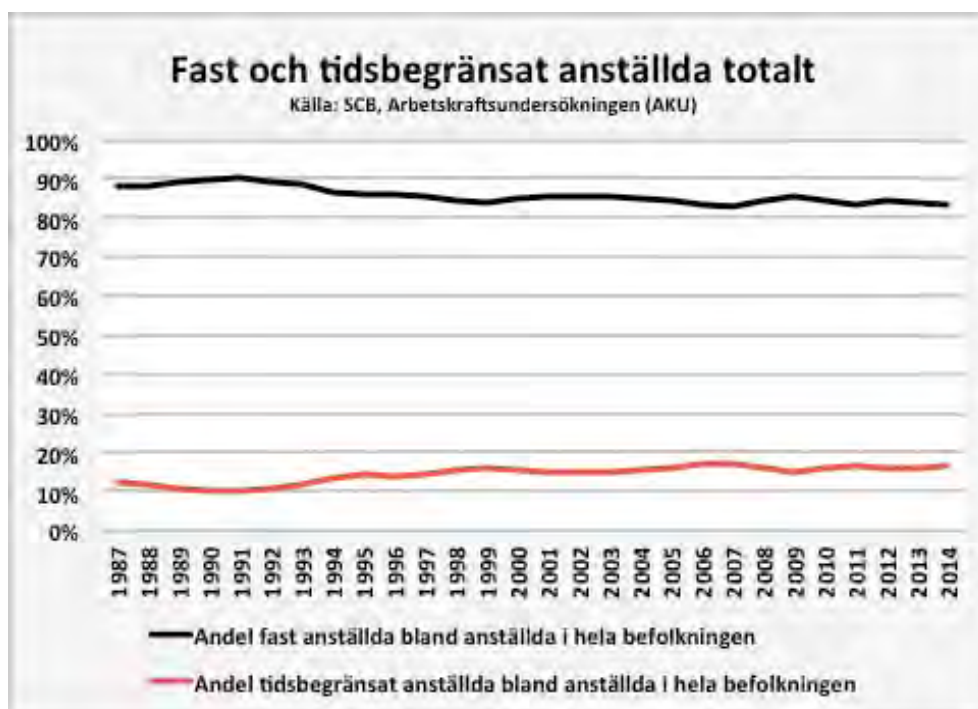
Den här rapporten ger inte heller några svar på hur prekariseringen kan bromsas och journalistyrket kan bli tryggare. Den skildrar ett växande otrygghetsproblem, ger en bakgrund och analyserar möjliga orsaker. Och reser en rad frågor. Svaren och lösningarna får vänta. Det behövs mer kunskap, bättre underlag och framförallt mer diskussion för att komma fram till en färdplan för en tryggare mediebransch, där inte journalister reduceras till ett prekariat.

Diagram

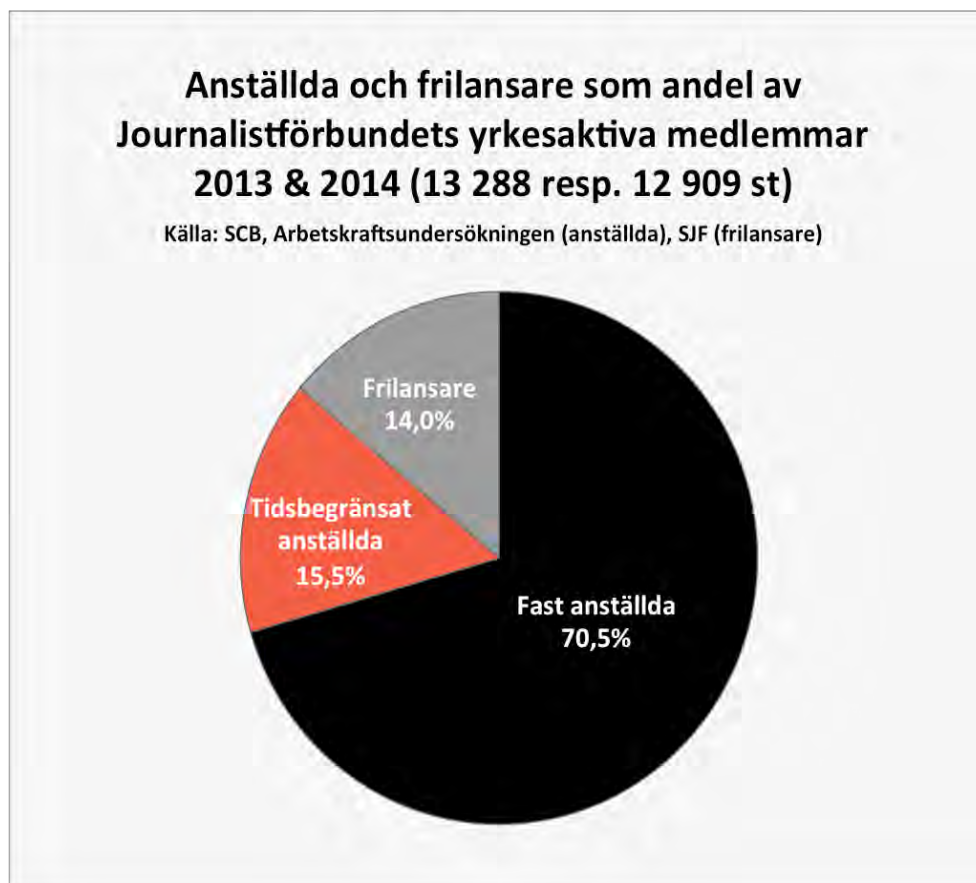
1.



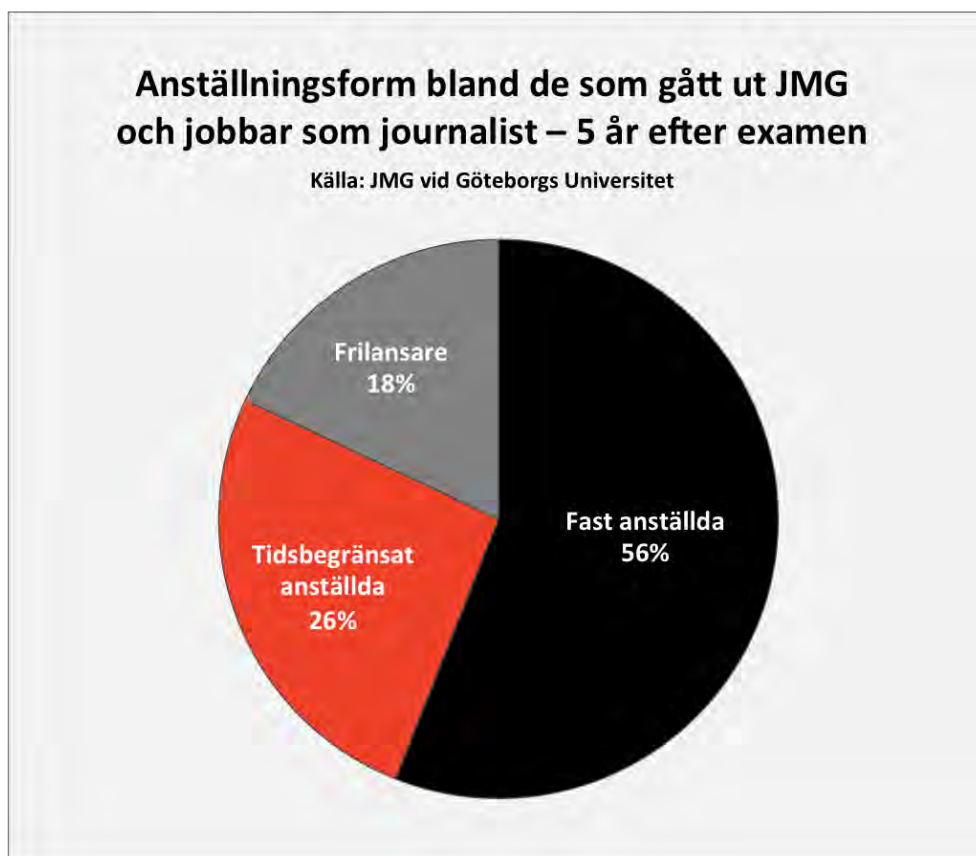
2.



3.



4.



Källförteckning

1 Enligt LAS (1982:80) har man så kallad "företrädesrätt till återanställning", det vill säga lediga tjänster som man har tillräckliga kvalifikationer för, efter sammanlagt mer än tolv månaders anställning under en treårsperiod. Det brukar kallas för "inlasning". Samma regler gäller inom public service med undantag för den särskilda formen "programanställning" där gränsen går vid 24 månader, vilket motiveras med statens krav på att SVT, SR och UR ska "bereda utomstående möjlighet att under begränsad tid arbeta i public service-företagens programverksamhet och innehållsproduktion". Vanligtvis brukar arbetsgivaren se till att göra sig av med visstidsanställda innan gränsen passerar, vilket går under namnet "utlasning". Men Karin hade först en rad "mångfaldsanställningar" – en form inom ett annat avtalsområde (Unionens) som sedan avskaffades, varpå räkneverket nollades. Så Karin kunde fortsätta ett par år till som visstidsanställd.

2 Siffrorna baseras på SCB:s Arbetskraftsundersökningen (AKU), där 29 500 svenskar intervjuas varje månad om sina sysselsättnings- och anställningsförhållanden. En variabel är facklig tillhörighet bland anställda. Antalet observationer – det vill säga antalet intervjuade journalister – är relativt få, varför siffrorna för varje enskilt år är ganska osäkra (dock tillräckligt många för att siffrorna ska vara statistiskt relevanta). Mer säkerställd är den långsiktiga trenden, med en ökning av andelen tidsbegränsat anställda.

3 Ghersetti, Marina, *Vad händer efter JMG? – En enkät med tidigare studenter på JMG:s journalistprogram 2002-2013*, JMG, 2013

4 Nygren, Gunnar, *Alumniundersökning med 845 fd journaliststudenter 2009-2014*, Södertörns högskola, 2015.

5 Edström, Maria, "Arbete och utbildning" i Asp, Kent (red) *Svenska Journalister 1989-2011*, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), 2012

6 Projektet "Svenska Journalister" vid JMG är den största studien som gjorts av fördelningen mellan anställningsformer och frilansande bland journalister. Där har siffror tagits fram genom en medlemsenkät utförd i samarbete med Journalistförbundet. Senaste undersökningen gjordes 2011, och visade att 73 procent var fast anställda, 9 procent tidsbegränsat anställda (vikariat och annan tidsbegränsad anställning), 15 procent frilansar och 2 procent arbetslösa. Frågan löd "Vilken typ av anställning har du för närvarande?" Ingen ökning av antalet tidsbegränsat anställda kunde beläggas jämfört med undersökningen 1994. Däremot av andelen frilansar (11-15 procent), samt av andelen bemanningsanställda (från 0 till 4 procent). Se: Edström, Maria, "Arbete och utbildning" i Asp, Kent (red) *Svenska Journalister 1989-2011*, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), 2012. Se också Nygren, Gunnar & Appelberg, Jonas, "Swedish journalists – a profession in decline", i *Journalists in three media systems - Polish, Russian and Swedish journalists about values and ideals, daily practice and the future*, Moscow: Journalism faculty, 2013. Liksom Nygren, Gunnar, "Tillfällig och flexibel – Arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring", i *Nordicom-Information* 34, Nordicom 2012.

7 *Utvecklingen av tidsbegränsat anställda*, SCB, 2015.

8 Edström, Maria, "Arbete och utbildning" i Asp, Kent (red) *Svenska Journalister 1989-2011*, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), 2012.

9 Årsredovisningar, samt uppgifter från fackklubbar och ledning.

10 Proffice Mediakompetens AB, årsredovisning 2009.

11 Enligt Bemanningsavtalet ska "ambulerande medarbetare erbjudas anställning på entreprenaduppdraget" efter "12 månaders sammanhängande tid".

12 "Bemanningsanställda journalister har flera tusenlappar mindre i månadslön", www.sjf.se, oktober 2014.

- 13 "Bemanningsbolagen tar över – då sjunker lönerna", *Dagens ETC* 5/11 2014.
- 14 <http://kompetensiskane.se>
- 15 "Bemanningsanställda får 7000 kr mindre i lön", *Journalisten* 16/10 2014.
- 16 "Bemanningsanställda får 7000 kr mindre i lön", *Journalisten* 16/10 2014.
- 17 <https://www.sjf.se/for-dig-som-ar/bemanningsanstalld/enkat>
- 18 "Tvingades gå på grund av en känsla", *Journalisten* # 2/2015
- 19 Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita, *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, Studentlitteratur, 2008.
- 20 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014.
- 21 Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita, *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, Studentlitteratur, 2008.
- 22 Siffror tillhandahållna av Thomas Berglund.
- 23 "Tidningsdöden kryper allt närmare", *SvD*, 4/3 2015.
- 24 Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita, *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, Studentlitteratur, 2008.
- 25 Svensson, Patricia, "Jag har inget att skämmas för". A4, #4, våren 2015.
- 26 *Dagspressens ekonomi 1976-2010*, Presstödsnämnden, 2012.
- 27 "Mediekrisen är en kris för demokratin", *Aftonbladet*, 18/12 2014.
- 28 <http://www.presstodsnamnden.se/>
- 29 Svegfors, Mats, "Schibsted vet inte vad de gör med SvD", *Aftonbladet*, 2/10 2012. <http://www.aftonbladet.se/kultur/article15537703.ab>
- 30 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.
- 31 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.
- 32 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.
- 33 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014.
- 34 *Medieutveckling 2014*, Myndigheten för Radio och TV, 2014.
- 35 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.
- 36 Institutet för reklam och mediestatistik, IRM, samt (för jämförelsen med 1980) Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014.
- 37 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014.
- 38 Lindén, Carl-Gustav, "Bypass-operation på journalistiken", *Nordicom-Information* 37 (2015) 1, pp. 49-53.
- 39 Nygren, Gunnar & Althén, Kajsa, *Landsbygd I medieskugga – nedmonteringen av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*, Jordbruksverket, 2014.
- 40 "800 jobb försvann förra året", SVT Kulturnyheter, 23/9 2014.
- 41 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.

- 42 Holmberg, Karin, "Fyra mediejättar äger 70 procent", siffror framtagna av medieforskaren Staffan Sundin, Dagens ETC, 26/5 2015.
- 43 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014.
- 44 *Dagspressens Ekonomi 2013*, Presstödsnämnden, 2014.
- 45 "Halverad personalstyrka sedan Stampen tog över", svt.se, 15/4 2015.
- 46 "Stampen ska spara 50 miljoner", Journalisten, 4/6 2015.
- 47 MittMedia Förvaltnings AB, årsredovisning 2013.
- 48 "Mittmedia blir maktmedia", Journalisten, 13/5 2015.
- 49 "Genom att samma innehåll används i många kanaler och i olika medier minskar mångfalden i journalistiken". Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita, *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad mediavärld*, Studentlitteratur, 2008.
- 50 "Tufft år väntar hårdbantat SVT", SvD, 1/2 2010.
- 51 "Uthyrd till SVT", DN, 31/1 2011.
- 52 "SVT har skapat ett monster", *Medievärlden*, 29/10 2010.
- 53 Regeringens proposition 2000/01:94: Radio och TV i allmänhetens tjänst 2002-2005.
- 54 Aceby, Stefan, *Baumol's sjukdom, Sveriges Radio och framtiden*, Sveriges Radio, 2010.
- 55 Aceby, Stefan, *Baumol's sjukdom, Sveriges Radio och framtiden*, Sveriges Radio, 2010.
- 56 <http://www.svt.se/omsvt/fakta/public-service/article1713807.svt/binary/S%C3%A4ndningstillst%C3%A5nd%202014%20-%202019>
- 57 Dom nr 24/12, Mål nr A 61/11, Arbetsdomstolen.
- 58 *Utvecklingen av tidsbegränsat anställda*, SCB, 2015.
- 59 Larsson, Mats, *Anställningsformer år 2014 – Fast och tidsbegränsat anställda efter klass och kön år 1990-2014*, LO, 2015.
- 60 *Utvecklingen av tidsbegränsat anställda*, SCB, 2015.
- 61 *Bemanningsföretagens årsrapport 2014*, Almega, 2015.
- 62 Sundström, Eric, *Europeiskt skitliv – om en osäker europeisk arbetsmarknad*, Arena idé, juli 2014.
- 63 "Workers on tap – Technology, reelancing and the future of the labour market", *The Economist*, 3-9/1 2015.
- 64 Garsten, Christina, Lindvert, Jessica & Thedvall, Renita (red.), *Arbetets marknad: arbetsmarknadens nya organisering*, Liber, 2011.
- 65 Rose, Nikolas, *Governing the soul: the shaping of the private self*, Free Association Books, 1999.
- 66 Larsson, Mats, *Anställningsformer år 2014 – Fast och tidsbegränsat anställda efter klass och kön år 1990-2014*, LO, 2015.
- 67 Standing, Guy, *Prekariatet: den nya farliga klassen*, Daidalos, 2013.
- 68 Castells, Manuel, *Informationsåldern: ekonomi, samhälle och kultur. Bd 1, Nätverkssamhällets framväxt*, Daidalos, 2001.
- 69 Summan av antalet arbetslösa och latent arbetssökande var 506 000 år 2014, enligt SCB:s AKU.

- 70 Nycander, Svante, *Sist in först ut: LAS och den svenska modellen*, SNS förlag, 2010.
- 71 *Landet runt - med företagare om Las*, Svenskt Näringsliv, 2011.
- 72 *Landet runt - med företagare om Las*, Svenskt Näringsliv, 2011.
- 73 Werne, Kent, *Ofärdsland: livet längs arbetslinjen*, Atlas, 2014.
- 74 Werne, Kent, *Ofärdsland: livet längs arbetslinjen*, Atlas, 2014.
- 75 Standing, Guy, *Prekariatet: den nya farliga klassen*, Daidalos, 2013.
- 76 "Arbetslösheten är inte LAS fel", Aftonbladet, 7/10 2009.
- 77 *LAS i förändring – ett kunskapsunderlag om anställningsskydd, kompetens och omställning*, SACO, 2013.
- 78 Rottwilm, Philipp, *The Future of Journalistic Work: Its Changing Nature and Implications*, Reuters Insitute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2014.
- 79 Picard, Robert, *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, Reuters Insitute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2014.

Frihetens pris

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #2

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startade våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen "Vem tjänar på otrygga jobb?". Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok "Ofärdsland – livet längs arbetslinjen" handlar om den växande otryggheten och utsattheten.

Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord. Det prekära frilansandet	4
1. Frilansare i marginalen	6
”Så här kan det inte fortsätta”	6
En bild av frilansstillvaron	10
Majoriteten har låg inkomst	11
Frihetens pris är otrygghet	13
2. Konkurrensens konsekvenser	17
”En tydlig press nedåt.”	17
Avståndet till rekommendationen ökar	22
Svårare att förhandla om arvudet	24
Exploatering och överlevnad	25
”Marknaden dumpas.”	28
3. Att göra gemensam sak	33
Att företräda frilansare	33
En arvodesnivå skriven i vatten	36
Frilansare gör gemensam sak	39
Anställda och frilansare i samma båt?	40
Förslag från frilansmedlemmarna	44
Utredarens rekommendationer	48
Diagram	52
Källförteckning	54

Förord. Det prekära frilansandet

Det är trendigt att vara sin egen. Åtminstone enligt statistiken. Aldrig tidigare har en så hög andel, 14,5 procent, av Journalistförbundets medlemmar varit frilansare. Samtidigt som redaktioner slimmats, folk sagts upp och de anställda medlemmarna blivit färre, har antalet frilansare legat stabilt runt 1 800 i flera år, och andelen ökat.

Men hur stabil är egentligen frilansstillvaron? Hur ser jobbet och livet ut för F-skattarna? Hur har deras arvoden och möjligheter att försörja sig på journalistik förändrats på senare år?

Rapporten baseras på en enkät bland Journalistförbundets frilansmedlemmar. Den visar att arvodena har pressats. Hälften av frilansarna vittnar om att arvodena är lägre idag än för tre år sedan, och lika många om att det blivit svårare att förhandla.

En analys av närmare 2 000 rapporter i Arvodesguiden – en webbplats där frilansare kan rapportera betalning och tidsåtgång för genomförda uppdrag – stärker bilden. Det genomsnittliga arvodet per arbetad timme har minskat och avståndet till Journalistförbundets rekommendation ökat rejält på senare år.

Frilansjournalister är ingen enhetlig grupp. Skillnaderna är stora. Vissa har en relativt bra inkomst, särskilt de med många fasta uppdragsgivare. Andra får betala ett högt pris för sänkta arvoden, i form av låga inkomster och kronisk otrygghet. Enkäten visar att hälften av frilansjournalisterna får ut 15 000 eller mindre i månaden efter skatt, att bara hälften sätter av regelbundet till pensionen och att en fjärdedel inte ens kan ta två veckors semester.

Många försöker komplettera det underbetalda frilansandet med extrajobb. Andra söker vägar ut, till säkrare yrken.

Enkäten bjuder på många berättelser från enskilda frilansare om en allt svårare marknad och osäkrare tillvaro. Rösterna i de öppna svaren i enkäten har dessutom kompletterats med intervjuer för den här rapporten. Det är värt att påpeka att alla som intervjuats har krävt att få vara anonyma, vilket säger en hel del om frilansarens prekära situation: den som diskuterar avtal offentligt eller vittnar om dumpade arvoden riskerar att bli av med sina uppdrag. Att på egen hand ta strid mot dåliga villkor är oerhört svårt.

Rapporten diskuterar också orsakerna till arvodespressen och prekariseringen: en köparens marknad där uppdragsgivarna har övertaget, där många frilansare accepterar låga arvoden för att överhuvudtaget få jobb, och där underbudskonkurrensen även hotar de anställdas villkor.

Slutligen kartläggs och utvärderas Journalistförbundets och frilansarnas strategier för att höja arvodesnivåerna genom åren i form av rekommenderade arvoden, webbverktyg, kurser, kampanjer, nätverk och samverkan mellan arbetsplatsklubbar och frilansare.

Utifrån den diskussionen lämnas rekommendationer för framtiden på hur Journalistförbundet, arbetsplatsklubbarna och frilansarna kan hindra underbudskonkurrensen och arvodesdumpningen.

Det handlar bland annat om en aktionsgrupp och en frilansombudsman som kan samordna och förbättra kontinuiteten i arbetet, ett ökat fokus på arvodesfrågorna i introduktionskurser och utbildningar, nätverksbygge och kollektiv handling bland frilansmedlemmar, stärkt samverkan mellan frilansklubbar och arbetsplatsklubbar, samt ett förslag till ett kompletterande rekommenderat "golv" för frilansarvoden. Sist men inte minst lyfts frågan om kollektivt förhandlade frilansarvoden nödvändigtvis måste ses som "kartellbildning", något som oftast tas för givet.

Kent Werne, Stockholm, november 2015

1. Frilansare i marginalen

”Så här kan det inte fortsätta”

Lotta Magnusson (fingerat) blev frilansare vid millennieskiftet. Hon övergav en fast tjänst på en landsortstidning och flyttade till en storstad med sin man. Efter att ha sökt ett antal jobb gav hon upp och bestämde sig för att starta eget.

– Jag blev lite intvingad i frilansandet, jag ville helst inte, men tänkte samtidigt att det säkert skulle gå bra.

Femton år senare sitter hon med facit.

– Fördelen är friheten att styra över sin egen tid och hur man jobbar. Det går att göra längre artiklar, sätta sig in i saker och undersöka något på djupet. Den stora nackdelen är att jag tjänar för lite, för mig har det varit svårt att dra ihop en inkomst som motsvarar den jag hade som anställd. Och inkomsten är ju grunden till allt.

Förra året fakturerade Lotta omkring 300 000 kronor exklusive moms. Kostnaderna är låga, men efter sociala avgifter och skatt blir det ändå inte mycket över.

– Någonstans runt 10 000 i månaden tar jag ut.

Ibland får hon många frilansuppdrag, ibland färre, och på sistone har hon börjat studera på halvtid. Men ändå: 10 000 i fickan motsvarar en lön före skatt på 12 000 i månaden för en anställd.

– Det är väldigt mycket blod och svett bakom de där 300 000, och jag har lång utbildning och erfarenhet, ändå tjänar jag betydligt sämre än ett vårdbiträde. Det vi frilansjournalister gör har uppenbarligen ett lågt marknadsvärde. De artiklar jag skriver ger mellan 4 000 och 15 000 på faktura, även långa reportage.

Dessutom har det blivit sämre betalt. Ett reportage som kunde inbringa 2,5 dagsarvoden enligt frilansrekommendationen för 15 år sedan ger på sin höjd 1,5 idag – det vill säga knappt 12 000 kronor.

Ett par år har det visserligen gått bättre, som mest har hon dragit in 500 000. Men då jobbade hon också som konsult med personalfrågor för ett företag. Och att ta andra jobb vid sidan av frilansandet framstår allt mer som den enda vägen ur låginkomstfällan.

Hon har sökt jobb som kommunikatör och informatör. Men inget napp. Och var det verkligen för att skriva pressmeddelanden som hon blev journalist? Nu satsar hon istället på lärarjobb. Där finns åtminstone behovet, och det känns mer meningsfullt.

– Min tanke är att jobba som SFI-lärare ett par dagar i veckan för att få upp inkomsten.

Helst skulle hon förstås vilja frilansa på heltid.

– Det är ju det här jag vill göra, det här är min dröm, det är så roligt när det funkar. Men det är samtidigt väldigt svårt att överleva i längden. Jag kommer få låg pension, jag har inte haft råd att pensions-spara och jag måste nog jobba tills jag dör. Och jag får hoppas att jag inte blir sjuk och att min man inte lämnar mig.

Lotta har fått tre barn under sin tid som frilansare. Som ensamstående skulle hon få svårt att försörja barnen, hon är beroende av en inkomst till, sin mans. Något hon i och för sig inte tror är ovanligt bland frilansare.

– De flesta jag känner har det knapert.

Hon tycker att frihetens pris är för högt.

– Sett i backspegeln borde jag ha valt en annan väg. Men man tänker hela tiden att ”nästa år blir det bättre, bara jag blir bättre på att sälja in och bättre på att skriva så kommer det gå fint”. Men jag inser samtidigt att det nog inte kommer att hjälpa om jag blir bättre, att problemet egentligen inte ligger hos mig utan hos marknaden.

Andra har inte utmanat marknaden lika länge. Lisa Aronsson (fingerrat) har visserligen över två decennier bakom sig som journalist, men har bara frilansat i ett par år. När tidskriften hon jobbade på lades ner var hon en av flera medarbetare som fick starta eget-bidrag, blev F-skattare och började sälja in texter.

– Egentligen vill jag frilansa, upptäckte jag. Desto sorgligare att det är så svårt ekonomiskt. Jag har nog halverat min inkomst mot tidigare. I år ser jag ut att komma upp i 200 000 efter avdrag.

Sedan skatt på det förstås. Hon tar ut pengar och bidrar till hushållskassan så länge det räcker. Några marginaler för pensionssparande eller liknande finns inte.

– Jag skulle nog ha levt på socialbidrag om jag inte haft en sambo. Jag kanske inte alls är representativ för frilansare, det är svårt att veta för det verkar lite tabu att prata inkomster i branschen.

Den stora utmaningen är att få bra betalt.

– Jag kanske är för nogräknad, med en eller annan artikel skriven på ”fulavtal” så försöker jag hålla mig till de villkor vi i Journalistförbundet har bestämt är schyssta. Jag följer vanligtvis frilansrekommendationen och skriver främst för redaktörer som också gör det. Ibland ger jag rabatt till mindre organisationstidningar som ger mig roliga jobb, men aldrig mer än 25 procent. Jag försöker agera hållbart och solidariskt, men det blir svårt att själv överleva. Antalet möjliga uppdragsgivare blir litet.

Vill man leva ”konstnärsliv” kanske inkomsten räcker, menar Lisa, men inte om man är familjeförsörjare.

– Så här kan det inte fortsätta, jag har ständig ångest för min försörjning och för att bli fattigpensionär.

Även Lisa siktar nu på att bli lärare, kanske på halvtid, vilket förhoppningsvis gör det möjligt att tacka nej till skambud.

– Samtidigt är det knasigt när journalistik blir en bisyssla. Men jag är ju inte ensam om det. Många jobbar som taxichaffisar, personliga assistenter och inom hemtjänsten idag för att gå runt. Gissar att också SFI-lärare blir ett kommande yrke för journalister.

Viktor Strömberg (fingerat) närde ingen dröm om att bli företagare, och om han fick välja skulle han hellre ha en fast anställning.

– Att jag startade firma var framtvingat av arbetsgivarens behandling av mig.

I flera år gick han på tillfälliga anställningar inom public service, balanserade på ”las-gränsen” ett tag, sattes i karantän och jobbade som reporter och redigerare i tidningsbranschen ett par år. Sedan tillbaks till radion, med en rad tillfälliga anställningar.

– För några år sedan upptäckte de att jag skulle bli inlasad ifall jag jobbade så mycket som vi kommit överens om, och plötsligt lades ett av projekten på is och cheferna låtsades som att det regnade. I samband med det gick jag igenom tidigare kontrakt. Jag hade haft tolv anställningar för samma arbetsgivare.

Efter utfrysningen bestämde han sig för att starta firma. Det framstod som den enda vägen in i värmen. Och sedan dess har han fortsatt jobba för samma Public Service-bolag, men nu som F-skattare. Hans gamla arbetsgivare är den huvudsakliga uppdragsgivaren, även om han också gör annat.

– En stor fördel med frilansandet är att jag styr min arbetstid. Vi har små barn och det underlättar mycket att kunna börja och avsluta arbetsdagen när jag vill. Jag vet inte hur mycket jag jobbar om jag slår ut det på ett år, men det är nog inte 100 procent, snarare 80-90. Det är också roligt att jobba med väldigt olika typer av uppdrag.

En nackdel är att det är svårt att få en jämn arbetsbelastning, berättar Viktor. I december vill många ”göra slut på årsbudgeten”, och då blir det intensivt under ett par månader. Under andra perioder kan det gå två månader utan att han har något konkret uppdrag, och ”då blir man lätt lite förtvivlad”.

– Jag tjänar klart sämre nu än innan, trots att jag är en mycket bättre och snabbare journalist nu än för fem år sedan. Då var jag ofta an-

ställd i projekt på mellan tre månader och närmare ett år och hade månadslön, och kunde få lite a-kassa mellan anställningarna. Tror att jag hade 30 000 i månaden under den sista vändan. Nu har jag en inkomst som säkert motsvarar en månadslön a-skatt på omkring 20 000 brutto, 2013 fakturerade jag cirka 450 000 kronor och i år har jag fått ut omkring 16 000 i månaden efter kostnader och skatt. Sedan är ju kanske den största nackdelen med frilansandet att man tvingas bli försäljare. Jag vill producera bra journalistik, inte ägna halva tiden till att försöka övertyga folk om varför de borde köpa mina produkter. Jag är dessutom väldigt dålig på att sälja.

Det är samtidigt svårt att förhandla med inköparna. De verkar tro att det bara är att lägga på arbetsgivaravgiften på en vanlig månadslön och begriper nog inte det där med overheadtid för administration, planering och insäljning, menar Viktor. Och de tycks inte heller ha koll på att man som frilansare måste ha lokal, försäkringar, utrustning, med mera, och att man gärna vill ha semester.

– Det är svårt att få drägliga arvoden eftersom så få redaktörer verkar förstå eller väljer att blunda för hur frilansekonomin funkar.

Att vara kulturjournalist ger ofta hög status, men sällan bra betalt. Vilket Robert Pilblad (fingerat) fått erfara.

– Jag tillhör en väldigt utnyttjad grupp, säger han.

Vissa kulturtidskrifter betalar knappt något alls.

– Man kan få ett erbjudande om att skriva en recension för 300 kronor F-skatt, även från de som får kulturtidskriftsstöd.

Men Robert frilansar inte bara för fattiga magasin. Han är också recensent och krönikör för en större dagstidning, har i princip nått så högt man kan nå, men går ändå på knäna ekonomiskt.

En recension på 2 500-3 000 tecken ger inte mer än 1 800-2 700 kronor F-skatt. Man får hitta strategier för att jobba snabbare, förklarar han, även om det är svårt att klara av ett dylikt jobb på mindre än en dag. Han har också försökt förhandla upp arvodena, särskilt på mer omfattande jobb, och till viss del lyckats.

– Jag kände att får jag inte tillräckligt betalt så kan jag lika gärna börja jobba som lärarvikarie eller liknande.

Ändå ligger månadsinkomsten långt under vad en lärarvikarie tjänar. Robert har knappt 11 000 i månaden att leva på efter skatt. Han jobbar heltid och har inga inkomster vid sidan om firman.

– Man tänker hela tiden på ekonomin. Om man snålar så går det, men jag har inte varit utomlands på många år och tar inte direkt semester. Jag har ingen företagsförsäkring, sätter inte av till pensio-

nen och har inget sparat. Det går inte med den här inkomsten. Mitt arbetsliv är väldigt fritt, men det är otryggt.

Skillnaden mellan frilansare och anställda är stor, menar han.

– Vi räknas inte som en del av tidningen. Och våra villkor är mycket sämre. Det känns som att vi tvingas stå med mössan i hand. De förstår inte att ta vara på oss. Många frilansare lämnar nu branschen, vilket är sorgligt. Även jag har funderat på det, har sökt andra jobb, men det känns svårt. Det är ju det här jag vill göra.

Utifrån förstår man nog inte hur villkoren ser ut, tror han.

– Som frilansjournalist är man på ett sätt en makthavare, men samtidigt en slav.

En bild av frilansstillvaron

Hur representativa är dessa berättelser? Hur ser villkoren för frilansjournalister ut idag, och hur har de förändrats?

För att få en bättre bild av frilansarnas situation har Journalistförbundet låtit TNS Sifo genomföra en enkät bland förbundets drygt 1 800 frilansmedlemmar. Frågor ställdes om arbetsvillkor, trygghetsfaktorer, förändringar och framtidsutsikter.¹

Först några grundfakta:

En stor majoritet, 84 procent, av de intervjuade ”frilansar och jobbar åt en eller flera uppdragsgivare”, medan 15 procent kombinerar en anställning med frilansande. Den absoluta merparten, 97 procent, driver eget företag, i form av enskild firma med F- eller FA-skattsedel (76 procent), eller i form av aktiebolag (18 procent). Tiden då många frilansare enbart hade A-skattsedel är alltså passerad.

Att frilansare vanligtvis är företagare är viktigt att påpeka, då dessa verkar under helt andra villkor än anställda. F-skattare betalar inte bara sociala avgifter själva, utan måste också stå för alla kostnader i form av arbetsplats, dator, kamera, kontorsmaterial, böcker, resor, avgifter, eventuella redovisningstjänster och fortbildning (kostnader som dock får dras av i deklarationen) – och i hög grad finansiera sin trygghet i form av till exempel pensionsavsättning och försäkringar.

Det arvode man får som uppdragstagare, alltså det man fakturerar uppdragsgivaren, ska täcka allt detta och dessutom ge pengar över – en vinst – som motsvarar bruttolönen för en anställd. På den deklarerade inkomsten betalar företagaren sedan skatt.

Hur mycket som blir kvar av varje fakturerad tusenlapp beror på hur höga de sociala avgifterna, kostnaderna och skatten är. Vilket varierar från frilansare till frilansare. Men det man får kvar i plånboken i slutändan är som regel mindre än halva omsättningen, (intäkterna

exklusive moms under ett år). Eller som Journalistförbundet beskriver det: "Det fakturerade beloppet måste uppgå till minst dubbla den lön som en anställd (eller egen företagare) skall kunna få ut ... formeln fungerar normalt för de flesta tjänsteproducerande företag", liksom för F-skattande frilansare.²

De intervjuade är mestadels reportrar (80 procent), men många är också fotografer (33 procent), redaktörer (32 procent), redigerare/formgivare (20 procent), projektledare (13 procent), producenter (11 procent), översättare (5 procent) och arbetsledare/chef (3 procent). Ofta kombinerar de olika roller. De jobbar för olika former av medier, även om tidskrifter (74 procent) och dagspress/kvällspress (42 procent) är vanligast.

Sex av tio frilansmedlemmar har tre eller färre än tre fasta uppdragsgivare, medan fyra av tio har fyra eller fler. Nyetablerade frilansare har som regel färre fasta uppdrag, och de som frilansat länge är oftare mer etablerade med fler återkommande uppdrag.

Journalistförbundets frilansmedlemmar har ofta varit i branschen länge. Nära hälften, 48 procent, har frilansat i elva år eller längre, en femtedel har frilansat sex–tio år och en femtedel tre–fem år.

Majoriteten har låg inkomst

De sporadiska akademiska studier som gjorts av frilansjournalister som grupp ger en minst sagt splittrad bild. Å ena sidan någon som övergett den traditionella anställningen för ett mer fritt och flexibelt "portfolioarbete", som växlar mellan stimulerande uppdrag och successivt ökar sitt marknadsvärde i takt med att portfolion fylls på. Å andra sidan en "egenanställd" (*self-employed*) journalist som befinner sig i en utsatt position och kämpar för att överleva.³

Den splittrade bilden beror förmodligen på att frilansarna inte är ett enhetligt kollektiv, på att det helt enkelt inte finns någon typisk frilansjournalist. En frilansare kan vara ett vandrande varumärke med gott om uppdrag och hög inkomst, men också någon som kämpar för sin överlevnad i en osäker tillvaro.

Den brittiske sociologen Guy Standing talar om "proficianer" (eng. *proficians*, en kombination av *professionals* och *technicians*), exempelvis konsulter eller frilansare med "säljbara specialkompetenser" som "lever i förväntan om en rörlig tillvaro" och tjänar bra med pengar. Men han identifierar också ett "prekariat" med otrygga villkor och osäkra inkomster. Dit hör många tillfälligt anställda, men också "egenföretagare i olika grad av beroendeställning", till exempel frilansjournalister. Standings tes är samtidigt att prekariatet växer, att otryggheten ökar.⁴

Resultatet av frilansenkäten stämmer väl överens med Standings beskrivning. Vad som framträder är nämligen ett kluvet kollektiv med stora skillnader, där många lever på marginalen.

De intervjuade fick ange hur mycket de får över och kan ta ut ur firman för att leva på en genomsnittlig månad, alltså motsvarande den summa som en anställd får in på sitt lönekonto.⁵

En liten minoritet, 3 procent, får ut mer än 30 000 kronor i månaden, 5 procent får ut 25 001–30 000, 12 procent 20 001–25 000, 27 procent 15 001–20 000, 21 procent 10 001–15 000, 20 procent 5 001–10 000 och 12 procent får ut 5 000 kronor eller mindre. Vissa frilansare kan alltså betraktas som höginkomsttagare, medan andra har en inkomst som ligger under socialbidragsnormen (diagram 1 på sid 52).

Medianen bland de intervjuade är 15 000 kronor. De betyder att hälften får ut 15 000 eller mindre varje månad. Om man bortser från de som frilansat i mindre än två år, de som är över 60 år och de som angett ensiffriga tal, ökar medianen något, men bara till 16 000. De som jobbar med journalistik och uteslutande frilansar (84 procent) har högre medianuttag/lön (17 000 i månaden) än ”mångsysslarna” – de som både är anställda och frilansar (15 000). Ett annat kännetecken för de med lägre inkomst är att de har få återkommande uppdragsgivare. De som angett högre uttag/löner har som regel fler återkommande uppdragsgivare. Med andra ord tycks det som att många fasta och återkommande uppdrag bäddar för en stabilare ekonomi och högre inkomst. Och tvärtom: färre fasta uppdrag innebär ofta större osäkerhet och lägre inkomst – en logik som beskrivs av en frilansare så här i enkätens öppna svar:

”När mer tid går åt till sälj blir det svårare att fakturera tillräckligt mycket.”

Sammantaget står det klart att många har en väldigt låg inkomst. 15 000 kronor netto motsvarar en månadslön för en anställd före skatt på cirka 19 000 kronor. Snittlönen bland fast anställda journalister i Stockholms län är drygt 37 000 år 2015. 19 000 är också lägre än lägstalönen i journalistavtalet på 24 111 kronor för de med akademisk examen och 21 923 kronor för övriga medarbetare.⁶

21 923 blir ungefär 17 000 efter skatt, en nivå som nära 60 procent av frilansarna hamnar under. Med andra ord har sex av tio frilansjournalister sämre inkomst än anställda med lägstalön.

Hur många som tjänar mindre på grund av att de frivilligt eller ofrivilligt jobbar mindre än heltid framgår inte, vilket förstås försvårar en jämförelse med lönen för heltidsanställda. Men att merparten av Journalistförbundets frilansmedlemmar har en sämre ekonomi än majoriteten av de anställda är ändå uppenbart, och fler än en beskriver läget som akut i de öppna svaren. Ett axplock:

”Vi är många frilansar som i grunden trivs med frilansandet men vi går på knä rent ekonomiskt.”

”Ekonomiskt är situationen tuffare än någonsin.”

”Det är idag helt omöjligt att försörja sig.”

”Min och andras situation är rätt ut sagt desperat!”

Många frilansare lever alltså på marginalen. För att återknyta till Guy Standing saknar de ”en fullgod stabil inkomst” och har därmed låg ”inkomsttrygghet” – ett av prekariatets kännetecken. Och med en låg och osäker inkomst blir det mesta osäkert.

Frihetens pris är otrygghet

Medieforskarna Maria Edström och Martina Ladendorf fann i en studie av svenska frilansjournalister att de var mer tillfreds med tillvaron än anställda, och att frilansandet erbjuder ”en livsstil med personlig frihet och flexibilitet” där man får bestämma själv över sitt arbete och hur man använder tiden.⁷ Samtidigt kommer den upplevda friheten med ett pris, i form av ett ojämnt flöde av uppdrag, lägre inkomst och sämre trygghet. Och frihetskänslan kan samtidigt vara större än den verkliga självständigheten, eftersom man oftast måste anpassa sig efter ”kundens” krav och vilja. Eller som en frilansare skriver i enkäten som ligger till grund för den här rapporten:

”Som frilans känns det som om man vore utlämnad till marknadens krafter.”

I realiteten är friheten illusorisk, menar den brittiske medieforskaren Philipp Rottwilm.⁸ Som regel är frilansaren i marknadens grepp, och det är ovanligt att ens arbete eller produkten man säljer har ett så högt marknadsvärde att man kan diktera villkoren och hävda sitt oberoende. Snarare lever många frilansare med risken att bli utan uppdrag och inkomst, och tvingas därför ofta gilla läget. Vilket också beskrivs av flera frilansare i enkätens öppna svar:

”Det slår mig i bland, när det gäller mina ’fasta’ uppdragsgivare, att jag kan bli sparkad på en minut.”

Kerry Platman, brittisk doktor i företagsekonomi, har beskrivit problematiken som ”frihetens paradox”, där en upplevelse av frihet från anställningssituationens tvång och upplevda instängdhet ersätts med ett nytt tvång: att ansvara för sin egen välfärd.⁹

Att frihetens pris kan vara högt visar en rad tidigare undersökningar som Journalistförbundet och Frilans Riks gjort genom åren. ”Frilansare är friare att välja arbetsfält och uppdrag”, skrev till exempel tidningen *Frilansjournalisten* efter en genomförd enkät 2005, men många får ”betala priset i form av osäker och låg inkomst, sämre sjukpenning och så småningom en låg pension”.¹⁰ Vilket också framgår av den senaste frilansenkäten.

Med lägre inkomst blir såväl den allmänna pensionen som premiepensionen lägre, liksom den sjukpenningsgrundande inkomsten, SGI, som ligger till grund för såväl sjukpenning som föräldrapen-

ning. Dessutom är regelverken i trygghetssystemen anpassade ”för en arbetsmarknad som huvudsakligen består av tillsvidareanställningar”, påpekar TCO i en rapport om skillnaderna i trygghet mellan egenföretagare, visstidsanställda och tillsvidareanställda.¹¹ Skyddet är sämre och regelverket otydligare för F-skattare och ”kombinatörer” – de som varvar egenföretagande med kortare anställningar. Egenföretagare är oftare ”sjuknärvarande” jämfört med anställda, hälften litar inte på att sjukförsäkringen ger dem en ekonomisk trygghet ens vid kortvarig sjukdom, och var fjärde struntar i att sjukskriva sig på grund av att det är för krångligt.

I frilansenkäten berättar flera medlemmar om sina erfarenheter av att bli sjuk. Kombinatörer vittnar också om att Försäkringskassan beräknat SGI på antingen inkomsten i firman eller på deltidslönen, inte på den samlade inkomsten.

”Som egenföretagare och frilans har man nästan inget skyddsnät om man blir sjuk. Försäkringskassan räknar ut SGI som är alldeles för lågt och inte överensstämmer med den faktiska inkomsten ... De drar till exempel av för periodiseringsfonder. Har flera gånger försökt att överklaga försäkringskassans SGI-beslut utan framgång.”

”Det är många som hamnar snett. Särskilt om man har F/A skattsedel och både har jobbat som frilans och anställd. När jag var med om en operation och medföljande sjukskrivning i 2 veckor räknades SGI enbart på min intjänade frilansinkomst och trots att hälften av min inkomst kommer från vikariat på tidning, detta eftersom jag inte var inplanerad att jobba dessa dagar.”

”Otroligt dålig ersättning från Försäkringskassan, speciellt om man både är anställd och frilansar.”

”Alla stolar man riskerar att hamna mellan som blandarbetare (anställd/egen företagare) och blandskattare (A/F) är en jätteviktig fråga när det gäller de sociala trygghetssystemen, och vi lär bli en allt större grupp i samhället.”

De problem som uppstår med SGI för så kallade ”kombinatörer” är välkända och har tidigare lyfts av Journalistförbundet, bland annat i form av inspel till Socialförsäkringsutredningen. Enligt Anita Vahlberg, senior advisor på förbundskansliet, är grundproblemet att korta anställningar – kortare än sex månader – inte räknas in i underlaget enligt gällande regler.

– Undantag kan göras om man kan visa på att detta är ett ofta återkommande sätt att arbeta, helst då hos samma arbetsgivare, men det är en tuff strid att ta mot Försäkringskassan då hela ”bevisbördan” ligger på den enskilde frilansen, säger hon.

Kombinatörernas inkomster från de kortare anställningarna räknas

därför sällan in i SGI. Årsinkomsterna från frilansverksamheten slås sedan ut på tolv månader, när de i själva verket tjänats in under kortare tid. Den inkomst som deras SGI baseras på motsvarar alltså inte alls den inkomst som de faktiskt går miste om. Vilket med all sannolikhet också är förklaringen till att de underutnyttjar sjukförsäkringen, påpekar Anita Vahlberg.

– Därför driver vi krav på att alla inkomster ska räknas.

Med små ekonomiska marginaler är det också svårt att få ihop till det som F-skattare – till skillnad från anställda – förväntas finansiera själv. Som semester. Enligt lag har anställda rätt till 25 dagars betald semester per år, en rättighet man som egenföretagare saknar.

Hur lång semester har frilansarna? Enkäten visar att bara knappt hälften tar fyra veckors semester eller mer (30 % mer än fyra men mindre än sex veckor, 19 procent mer än sex veckor). 20 procent tar mer än två och mindre än fyra veckors semester, medan så många som 24 procent – nästan en fjärdedel – tar mindre än två veckors semester (13 procent) eller ingen alls (11 procent). I de öppna svaren beskriver ett antal frilansare semester som en omöjlighet.

”Att sätta av pengar till betald semester finns inte på kartan, för att sommaren ska gå ihop blir det småjobb hela tiden.”

”Semester eller 40 timmars arbetsvecka har inte existerat under de 30 år jag varit frilans och lär väl knappast komma på tal i framtiden heller.”

Anställda som jobbar under kollektivavtal har, förutom allmän pension, dessutom tjänstepension/avtalspension. En betydande del av den slutliga pensionen som frilansarna går miste om. Den som vill få en pension i nivå med en anställd måste därför sätta av 4,5–5,0 procent av sin inkomst i ett eget sparande.¹² Hur många gör det?

Bara varannan frilansjournalist sätter regelbundet av till pensionen, visar enkäten. Andelen är högre bland de som har många fasta uppdragsgivare och som närmar sig 65 år, och betydligt lägre bland de som har få återkommande uppdrag och är yngre. Bland de som pensionssparar regelbundet sätter 46 procent av mindre än 1 000 kronor i månaden. 59 procent sparar i en privat pensionsförsäkring, och 25 procent har investeringssparkonto eller en kapitalförsäkring. Flera frilansare förklarar varför de inte kan sätta av till pensionen, och orsaken är ofta att de inte anser sig ha råd. Ett exempel:

”Känner mig rätt uppgiven för tillfället. Om man som jag inte tar uppdrag från näringsliv och så vidare så är det svårt att gå runt. Pensionsspara är inte att tänka på.”

Lika illa är det med försäkringarna. Bara drygt hälften (55 %) av frilansare har till exempel en företagsförsäkring. Och ännu färre – endast var femte – sätter av till framtiden i form av vidareutbildning

och kompetensutveckling. Som en frilansjournalist skriver:

”Det är omöjligt att få ekonomi för vidareutbildning och fördjupning.”

Frihetens pris är alltså ofta en låg och osäker inkomst, dålig sjukpenning, utebliven semester, usel pension, svagt skydd vid skada och ont om pengar till kompetensutveckling.

Anledningen till att många har det svårt är som tidigare påpekats att de har få eller inga fasta uppdragsgivare, men också att uppdragsgivarna ofta betalar ett alltför lågt pris för den frihet det innebär att köpa in frilansmaterial. Och priset som betalas – arvodet – är givetvis centralt för frilansarnas möjligheter att försörja sig:

”Ersättningsnivåerna är problemet bakom allt i denna bransch – som ju i övrigt är det mest fantastiska man kan jobba med!”

”Med de låga arvoden som är nu är det omöjligt att komma upp i en bra lön, som det går att försörja sig på.”

Samtidigt har arvodena av allt att döma pressats nedåt på senare år. En förändring med konsekvenser för både frilansare och anställda.

2. Konkurrensens konsekvenser

”En tydlig press nedåt.”

I enkäten fick frilansmedlemmarna svara på frågor om hur villkoren i branschen har förändrats de senaste tre åren. Svaren blottar en frilansmarknad som genomgår en radikal omvälvning. Fyra av tio upplever till exempel att de har färre fasta uppdrag idag jämfört med för tre år sedan, vilket gör det svårare att få ihop en bra inkomst. Andra berättar i de öppna svaren att konkurrensen hårdnat och att det blivit svårare att sälja in idéer till uppdragsgivarna.

Men ett problem tycks dominera, nämligen prispressen.

Hälften av frilansarna, 51 procent, säger att arvoden har blivit sämre de senaste tre åren. För 32 procent har de blivit ”något sämre”, och för 19 procent ”mycket sämre”. Bara 12 procent menar att arvoden förbättrats, och resten – 36 procent – tycker ”varken eller”.

Varannan frilansjournalist menar alltså att deras arvoden har försämrats, medan bara en tiondel upplevt en förbättring.

De intervjuade har också fått svara mer utförligt på *hur* deras arvoden har förändrats. Många pekar på att frilansarvoden inte hängt med löneutvecklingen för anställda journalister eller att de inte har höjts i takt med inflationen. Några exempel:

”Svag uppgång i arvodet i jämförelse med fast anställda kollegor och deras löneutveckling.”

”Arvoden har inte ökat alls medan mina anställda kollegor har fått höjda löner varje år.”

”Det finns definitivt ingen löneutveckling i frilansbranschen, i synnerhet inte om man jobbar mot press.”

”De har inte höjts (till skillnad från den lön jag får som inhoppare på en dagstidning).”

”Fasta arvoden från gamla uppdragsgivare har inte höjts på över tio år.”

”Arvoden har legat på samma nivå i över 10 år.”

”Arvoden har inte höjts på en väldig massa år, vilket ju innebär en gradvis försämring.”

”Jag får mindre jobb och samma ersättning nu som för 10 år sedan, det vill säga sämre ersättning.”

”Arvoden följer inte kostnadsutvecklingen för övriga varor och tjänster utan har legat på samma nivå i cirka tio år.”

"Arvodena justeras aldrig uppåt. Tidningar jag har jobbat för i flera år fortsätter med samma arvoden, trots att inflationen gör att allt annat blir dyrare och vanliga löner ökar."

"Med hänsyn till penningvärdesförsämringen får jag i dag ofta kanske bara en fjärdedel av det jag fick för mina texter på 80-talet."

"De fasta arvodena har inte ökat på flera år och fler uppdragsgivare än tidigare ger riktigt dåliga bud."

"Arvoden från de uppdrag jag gör för Sveriges Radio har inte höjts på tre år."

"På TV4 har de inte höjts alls sedan jag började frilansa där, för 10 år sedan."

"Frilansar för (en tidnings kultursida) vars arvoden stått still i snart 20 år."

Andra vittnar om att de får betalt för färre timmar eller dagar trots att jobbet tar lika lång tid som förut, eller att uppdragsgivaren kräver mer jobb för samma arvode som tidigare, vilket i båda fallen resulterar i en lägre ersättning per nedlagd arbetstimme.

"Redaktörer förhandlar ner priset genom att ge betalt för färre arbetsdagar."

"Arvodesnivåer har inte räknats upp. Vissa tidningar, som jag gör upp betalning i antal dagar med, vill nu att jag ska hinna göra likvärdiga jobb på färre timmar jämfört med tidigare."

"Arbetsgivarna kräver minst lika mycket jobb – i form av research, intervjuer m.m. för jobben. Men till en lägre timpeng."

"Framför allt beräknas kortare tidsåtgång för ett uppdrag."

"Jobb jag tidigare fick en dag på mig att göra har kortats till fem timmar."

"Ersättningen ligger kvar på samma nivå som för tre år sen men med större arbetsbelastning."

"Många gånger kan uppdragen vara betydligt större för 'samma' arvode som tidigare."

"Inga höjningar av arvoden, men fler småsaker som ska göras."

"Arvodena har inte höjts på flera år, däremot vill kunderna ha mer jobb gjort. Som att man ska hitta bilder och skriva extra-material."

”Jag har lite mer arbetsuppgifter som har med webtext och bilder att göra men jag får fortfarande samma arvode.”

”Fler arbetsuppgifter ingår i arvodet, till exempel att svara för leverans av bildmaterial. Det finns nästan inga bildredaktörer på redaktionerna längre.

”Idag måste jag jobba mer för samma arvode, gärna både text, bild och film.”

”För cirka 20 år sen kunde man få 2-3 000 för några sålda bilder till en tidskrift. Nu 20 år senare får man samma betalt fast då ska det vara med text också.”

”Uppdragsgivare vill betala för färre dagar men ha samma jobb utfört. Och de vill ha ett paket – med text och bilder, eller bilder, text och ljud – men vill inte betala mer för det utan ha allt till paketpris motsvarande vad huvudjobbet var värt tidigare.”

”Mer jobb för samma arvode.”

För många frilansare har arvoden inte bara stått stilla och därmed sänkts reallt. De har också sänkts nominellt, i kronor räknat. Något som tycks ha blivit vanligare under de sista åren. Detta är av allt att döma en väldigt spridd erfarenhet, vilket mängden av röster nedan illustrerar. Ändå är det långt ifrån alla som redovisas här.

”Arvoden ligger inte bara på samma nivå som när jag började frilansa för drygt 10 år sedan – de är lägre (för samma jobb, samma uppdragsgivare). Har inte ens vågat räkna efter, men uppskattar att jag idag får ca 25-30 procent lägre ersättning för samma jobb.”

”Nya uppdragsgivare betalar mindre än hälften av vad man kunde vänta sig för tio år sedan. Ett arvode motsvarande 3 000 kronor på faktura per dag får idag anses som välbetalt. För tjugo år sedan kunde jag fakturera 4 500 kronor per dag, vilket var i enlighet med frilansrekommendationen i mitten av 90-talet.”

”Jag fick ofta bättre betalt för en artikel för tio år sedan än idag. Många arvoden har stått stilla eller sänkts de senaste åren.”

”Arvoden har sänkts stadigt sedan jag började frilansa för femton år sedan.”

”Arvoden har inte gått upp fast allt annat går upp, ibland är det som erbjuds till och med lägre i antal kronor än för 3-5 år sedan.”

"De har legat still under många år, och under senare tid sänkts från denna redan i praktiken sänkta nivå."

"Ersättningen har försämrats år för år de sista fem åren."

"Ett par av mina uppdragsgivare har sänkt arvodet."

"Min regelbundna uppdragsgivare har gått in och förhandlat ned mitt arvode."

"Mina arvoden för regelbundna frilansuppdrag har i vissa fall sänkts."

"Vissa tidskrifter har sänkt arvoden för jobb med fasta priser."

"I ett fåtal fall direkt minskat. I andra fall att arvode inte utgår för publicering i flera olika tidningar som uppdragsgivaren/ägaren äger."

"Arvoden har skurits ner från min huvudsakliga uppdragsgivare."

"Betydligt sämre betalt för texter än bara för några år sedan."

"Arvoden har generellt sänkts med cirka 20 procent, i jämförelse med för några år sedan."

"Störst skillnad märker man om man backar bandet tio år eller mer. Idag får jag halva arvodet av vad jag fick då, för motsvarande jobb. Ska man dessutom räkna om värdet så blir skillnaden naturligtvis hårresande. Andra försämringar är lägre milersättning, inte betalt för återpublicering."

"Halverade sedan 1998."

"En av uppdragsgivarna sänkte arvodet med 25 procent för fyra år sedan och har inte höjt sedan dess."

"På 1990-talet var det normalt att få 10 000 kronor för ett reportage, 20 år senare var honoraret detsamma. Idag däremot försöker många magasin klara sig undan med 6 000-7 000 kronor."

"När jag började frilansa runt 1990 fick man utan problem cirka 10 000 kronor för en större artikel. Idag får man vara glad åt en tredjedel."

"När jag gjorde mina första frilansjobb åt vissa tidskrifter följde en del rekommendationerna eller kunde betala runt 10 000 för ett jobb. Idag har samma tidskrift som kunde betala 10 000 sänkt arvodet till runt 7 000-8 000."

"För samma jobb får jag upp till 20 procent mindre ersättning i dag jämfört med tidigare. Ibland ännu större minskningar – en tidning gav 27 000 kronor för stort reportage 2006. I dag: 15 000 kronor."

"De har sänkts med ca 40 procent – de fasta taxor som gällt för kritik och krönikor och rep har reviderats och sänkts upprepade gånger."

"För de artiklar som jag för tio år sedan sålde för 8 000 kronor erbjuds jag i dag 6 000 kronor."

"Jag fick mer betalt per artikel för tio år sedan än jag får idag. För vissa artiklar jag då fick 10 000 kronor, kan jag idag få 4 500."

"Halvering på 15 år."

"Tidskrifter betalar inte lika mycket för stora reportage som förut. Förr kunde jag dela med fotograf men nu måste jag göra allt själv för att det ska gå ihop."

"Arvoden går hela tiden lite ner istället för upp. Förr kunde jag få 8 000 för ett reportage, nu ligger arvodet snarare kring 6 000 max 7 000."

"Arvoden från till exempel (dagstidningen) som är min huvuduppdragsgivare är genant låga. När jag engagerades att börja skriva för (dagstidningen) i mitten av 90-talet var mitt arvode F-skatt 3 430 kronor per recension. Nu, 21 år senare är arvoderingen 2 900 kronor per recension. Fler kommentarer behövs väl knappast?"

"Dagens Nyheter dumpar frilansarvoden på kultursidan och i söndagsbilagan."

"Började som frilans år 2011 för (veckotidningen) med avtal på ett reportage per vecka enligt frilansrekommendationen på 7 500 kronor plus moms. Samma tidning har därefter i två omgångar förhandlat ner priset till 4 500 kronor ex moms per reportage."

"Jag blev erbjuden att redigera dagspresstabloid för 83 kronor/sida. Förr var standard runt 1 000 kronor/sida."

Var tredje frilansare upplever också att det blivit svårare att få ersättning för vidarepublicering/återpublicering, och det bör samtidigt noteras att 0 procent tycker att det har blivit lättare. Det gör förstås att det sammanlagda arvodet försämras ytterligare.

"Just nu har vi ett stort problem med fulavtal samt återpubliceringar utan tillstånd från upphovsrättsinnehavare eller er-

sättning för detta. Detta har försämrats rejält de senaste åren och är en kärnfråga för huruvida vi som frilansare ska kunna försörja oss i framtiden.”

”Det är inte möjligt att kräva full ersättning för publicering i elektroniska medier eftersom så gott som alla tidningar idag kräver detta av frilansmedarbetare. Den som motsätter sig blir snabbt arbetslös.”

”Som frilans idag får man kämpa för att inte bli vidarepublicerad ’gratis’ ... ännu går det att neka sampublicering inom stora medieföretag, men det är bara en tidsfråga innan de kräver att för samma arvode få publicera på 10-20 plattformar. Det blir döden – inte bara för oss frilansare utan för läsarna.”

Tre röster får sammanfatta trenden med stillastående eller sänkta arvoden för en majoritet av frilansarna:

”Många arvoden har inte skrivits upp på 5-10 år. Somliga har sänkts, ibland i flera omgångar. I flera fall krävs i dag merarbete för samma arvode.”

”Oavsett om man räknar per uppdrag, per omfång, per tid, per månad eller år, så har arvodena sjunkit.”

”En tydlig press nedåt.”

Avståndet till rekommendationen ökar

Enkäten, som inte avslöjar med hur mycket arvodesnivån har förändrats, har kompletterats med data från Arvodesguiden – en webbplats där Journalistförbundets frilansmedlemmar kan ange betalning och tidsåtgång för genomförda uppdrag.¹³

Sedan 2007 har närmare 1 800 rapporter lämnats, i genomsnitt 196 om året och aldrig mindre än 168 – vilket gör det möjligt att jämföra arvodena över tid, räknat i arvode per arbetad timme. De arvoden som jämförts är uteslutande de som rör F-skatt.¹⁴

Och trenden är tydlig: Den genomsnittliga arvodesnivån har närmast stått stilla eller rentav sjunkit nominellt, beroende på om man tar 2007 eller 2008 som utgångspunkt. Det genomsnittliga arvodet per arbetad timme var 564 kronor 2007 och 609 kronor 2008. År 2014 var snittarvodet 582 kronor och 2015 landar det på 579 kronor (diagram 2 på sid 52).

Snittarvodet har alltså fastnat strax under 600 kronor i timmen, vilket blir mindre än 4 800 kronor om dagen.

Under samma tid har Journalistförbundets frilansrekommendation – som räknas upp med löneutvecklingen i branschen – höjts från 750 kronor i timmen 2007 (6 000 kronor/dag) till 975 kronor i timmen

2015 (7 800 kronor/dag). Andelen av arvoden som nådde upp till eller låg ovanför frilansrekommendationen var drygt 41 procent för nio år sedan – en andel som sjunkit till 22 procent 2015. Med andra ord är fyra av fem arvoden under rekommendationen 2015.

2007 var snittarvodet 75 procent av frilansrekommendationen (skillnaden var 200 kronor). 2015 var snittet 59 procent av rekommendationen, ett glapp på nästan 400 kronor.

Analysen av rapporterna i Arvodesguiden stärker därmed bilden av en successiv sänkning frilansarvoden. Man kan också notera betydligt fler väldigt låga arvoden – som ligger under *halva* frilansrekommendationen (487,50 kronor/timmen 2015). Detta är också i nivå med lägstralönen i kollektivavtalen (21 923 kronor år 2015) om den räknas om till månadslön i Frilanskalkylatorn.¹⁵ 2007 hamnade 21 procent under halva rekommendationen, 2015 är andelen 31 procent. Nästan en tredjedel av arvoden understiger alltså det som motsvarar avtalad lägstralön bland anställda journalister. Samtidigt blir uppdragen som betalar sig riktigt bra mer sällsynta (diagram 3 på sid 53).

Att det blivit tuffare att få betalt enligt rekommendationen och att glappet mellan snittarvodet och rekommendationen ökat på senare år är också något som lyfts fram i frilansenkätens öppna svar:

”Pressade nivåer på nästan alla håll, mycket svårt att nå upp till SJF:s rekommendation.”

”Förbundets frilansrekommendation följs inte alls av de uppdragsgivare som betalar timtaxa. Den ligger runt 500 kronor/timme för mig som F-skattare.”

”Jag jobbade som frilans även för tio år sedan. Sedan dess har arvoden blivit mycket sämre. Få, knappast ens myndigheter, vill i dag självklart betala enligt frilansrekommendationen.”

”Den stora skillnaden är jämfört med för 10 år sedan då man kunde åberopa frilansrekommendationen som riktmärke. Det går inte i dag.”

Arvodesguiden ger också besked om vilka medier som ofta betalar väldigt låga arvoden, definierat som mindre än halva frilansrekommendationen. Frekvent förekommande är dags- och kvällstidningar som Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Expressen, veckotidningar som Året Runt, Allers och Fokus, månadstidningar vars titel inleds med ”Allt om”, samt Sveriges Radio. Ibland återfinns också fackföreningspress och organisationspress bland de som betalar uselt.

Några exempel från 2015, med företagsnamnet borttaget för att utesluta att uppdragsgivaren förstår vem som rapporterat:

Ett reportage för veckopress på 5 000 tecken tog 16 timmar och gav

7 200 kronor, eller 450 kronor i timmen.

Ett grävjobb för en fackförbundstidning på 16 000 tecken tog 40 timmar och gav 15 000 kronor, eller 375 kronor.

En artikel för ett månadsmagasin på 4 600 tecken som tog 10 timmar gav 4 000 kronor, eller 400 kronor i timmen.

Ett radioreportage på knappt en halvtimme tog 55 timmar att göra och gav 20 000 kronor, eller 364 kronor timmen.

Ett kortare nyhetsinslag i radio tog 12 timmar att göra och gav 3 500 kronor, eller 292 kronor i timmen.

En kulturartikel för dagspress på 7 000 tecken tog 24 timmar och gav 6 000 kronor, eller 250 kronor timmen.

En nyhet för dagspress på 10 000 tecken tog 20 timmar och gav 4 000 kronor, eller 200 kronor i timmen.

En artikel för veckopress på 6 000 tecken tog 24 timmar och gav 4 500 kronor, eller 188 kronor i timmen.

Ett utlandsreportage för dagspress på 7 000 tecken tog 40 timmar att göra och gav 7 000 kronor, eller 175 kronor i timmen.

Svårare att förhandla om arvodet

Många frilansmedlemmar vittnar om ett allt hårdare förhandlingsklimat. I enkäten uppger hälften (50 procent) av medlemmarna att det blivit svårare att förhandla med uppdragsgivarna de senaste tre åren. 19 procent menar att det blivit "mycket svårare" och 31 procent att det blivit "något svårare". Endast 7 procent anser att det blivit något eller mycket lättare. Och i de öppna svaren förklarar många medlemmar på vilket sätt det blivit svårare att höja arvodet genom förhandling:

"Upplever att förhandlingsläget är sämre. Undantag är facklig tidskrift som betalar enligt frilansrekommendationen."

"Fasta arvoden som inte går att förhandla."

"Svårare att förhandla upp arvoden. Tidningar har ofta fasta priser för ett reportage, som stadigt blir sämre eller inte uppdateras."

"Jag har tidigare kunnat förhandla om arvoden men upplever nu att det finns fasta, och ofta lägre sådana som inte går att förhandla upp."

"Svårare att förhandla upp arvoden. Tidningar har ofta fasta priser för ett reportage, som stadigt blir sämre eller inte upp-

dateras.”

”Kan få kontrakt i brevlådan där arvodet är lägre än föregående år. Förhandling är det inte tal om, man förväntas bara skriva på.”

”Finns idag en annan självklarhet från uppdragsgivare att erbjuda mycket låga arvoden.”

”Jag jobbar ofta mot en fast ersättning per sida. Plötsligt meddelar de att den (tyvärr) är sänkt på grund av ekonomiska skäl.

”Redaktörerna tar inte hänsyn till frilansrekommendationen, utan hänvisar till sin budget, som blir mindre år för år.”

”Det är idag underförstått att man inte kan få betalt för den arbetstid man lägger ner, för att det är så marknaden ser ut. Detta gäller samtliga uppdrag.”

Flera frilansare uttrycker också en växande maktlöshet. De upplever att all förhandling är omöjlig, att valet står mellan att acceptera det arvode som erbjuds, eller att bli av med jobbet.

”Det finns ingen förhandlingsmån. Jag får ett pris och måste välja att acceptera det eller förlora uppdraget.”

”Det har blivit betydligt svårare att förhandla om arvodesnivåerna, mer av ’take it or leave it’-erbjudanden.”

”Svårt att få bra betalt. Ofta icke förhandlingsbara arvoden. Ofta är man glad över att överhuvudtaget få göra ett jobb.”

”Svårare att sälja in, samtidigt som priset pressas. ’Det är vad vi kan betala’, acceptera eller ta inte jobbet...”

”Om man inte accepterar lägre arvoden får man inga fler uppdrag.”

Exploatering och överlevnad

I *Köparens marknad*, den första rapporten om otryggheten i mediebranschen, skildrades en utveckling där digitalisering, tidningskris, bantade redaktioner, ökade krav på lönsamhet och flexibilitet samt hundratals nyutexaminerade journalister varje år har skapat just en köparens marknad där arbetskraftsutbudet vida överstiger efterfrågan och arbetsgivaren/arbetsköparen fått övertaget – vilket bäddar för försämrade villkor och exploatering.¹⁶

Fackliga rättigheter, kollektivavtal och arbetsrätt skyddar till stor del löntagarna från ren marknadslogik. Utan dessa förhandlade och lagstadgade skydd skulle de anställda vara betydligt mer utsatta och rejält sänkta löner förmodligen vara mycket vanligt. Men arbetsgivar-

na kan på olika sätt kringgå ”hindren” genom att säga upp fast personal och ta in visstidsanställda, eller hyra in folk. Den som sitter löst befinner sig nämligen i en svagare förhandlingsposition och tvingas ofta gå med på sämre villkor. Det finns som regel någon annan som är beredd att jobba om det inte duger.

Enligt statistik från SCB har andelen tidsbegränsat anställda journalister också ökat från cirka 10 procent till omkring 15 procent på 25 år. Samtidigt som andelen frilansare ökat.

En sammanställning av Journalistförbundets medlemsstatistik visar på en tydlig trend. Hösten 2015 var 14,5 procent av de yrkesaktiva medlemmarna frilansare – en ökning från 12 procent 2005, 11 procent 1995 och 7 procent 1985. På 30 år har såväl antalet som andelen fördubblats. Antalet frilansmedlemmar har förvisso legat på cirka 1 800 i ett decennium, men under samma tid har antalet anställda medlemmar minskat med mer än 2 000 (diagram 4 på sid 53).

Så ser det också ut globalt.¹⁷ Och en viktig orsak är de stora förändringarna i medielandskapet. ”Nedskärningar inom mediasektorn minskar möjligheterna för journalister att få en anställning och antalet atypiska arbetare, såsom frilansare, ökar världen över”, konstaterar medieforskarna Maria Edström och Martina Ladendorf.¹⁸ I många andra länder räknas också tillfälligt anställda och vikarier till gruppen frilansare. Så inte i Sverige.

Eftersom egenföretagare inte skyddas av arbetsrätt och kollektivavtal är de mer utsatta för ren marknadslogik än anställda – deras arbetskraft är mer ”kommodifierad”. Om det innebär ett problem eller inte, för dem själva och för de reguljärt anställda (och facket), beror på hur stark deras ställning är på marknaden. Frilansare är – för att återknyta till Guy Standing – ingen enhetlig grupp. De kan vara *proficianer* med ”säljbara specialkompetenser” som betingar ett högt marknadsvärde och som därför har ett bra förhandlingsläge gentemot köparen. Men de kan också vara ”egenföretagare i olika grad av beroendeställning” vars kompetens eller produkt inte anses lika värdefull och som därför befinner sig i ett underläge gentemot köparen. Och hur starkt underläget blir beror i sin tur på marknadsläget.

De senaste decennierna har F-skattandet ökat i en rad branscher. 2014 fanns det inte mindre än 852 000 registrerade enmansföretag i Sverige – en ökning med fler än 200 000 på tio år.¹⁹ Utvecklingen har drivits på av politikerna, särskilt av den tidigare Alliansregeringen, som gick in för att göra det lättare att få F-skattsedel. Bland annat gjorde man det 2009 möjligt för F-skattare att ha endast en uppdragsgivare, även den tidigare arbetsgivaren.²⁰

Forskare och utredare har varnat för att F-skattetrenden inte bara beror på en blomstrande entreprenörsanda, utan också på att folk mer eller mindre tvingats bli företagare i brist på andra alternativ och ofta mot sin egentliga vilja. Och att F-skattare utnyttjas av arbetsgivare som vill slippa socialt ansvar och kapa kostnader.²¹

Arbetslivsforskaren och historikern Annette Thörnquist, docent knuten till Linköpings Universitet, har studerat det utbredda utnyttjandet av egenföretagare och underentreprenörskedjor inom olika branscher – främst inom transport- och byggbranschen.²²

– Det förekommer särskilt i yrken där det inte medför några betydande kostnader för arbetarna att starta företag, och där steget inte är så stort, säger Annette Thörnquist.

Inte sällan handlar det om ett ”falskt egenföretagande”, menar hon, ett ”fenomen i gråzonen mellan reguljär anställning och självständigt egenföretagande”, där en enmansföretagare jobbar i ett dolt anställningsliknande förhållande men saknar de rättigheter och den relativa trygghet som hänger ihop med ett reguljärt anställningsförhållande. Hon identifierar också en närliggande företeelse, nämligen egenföretagare som endast har en uppdragsgivare – kanske en tidigare arbetsgivare – och därför står ”i ett starkt ekonomiskt beroendeförhållande till denne”.²³ Fenomen som också förekommer inom mediebranschen.

F-skattandet blir ett problem i de fall där arbetare ”anlitas som uppdragstagare och egenföretagare i det uppenbara syftet att kringgå kollektivavtal, arbetsrätt, skatter och arbetsgivaravgifter”, konstaterar Annette Thörnquist i antologin *När anställda blir företagare*. För om ”egenföretagare utför samma arbete som anställda, men till lägre pris och sämre arbetsvillkor, leder detta naturligt nog även till underbudskonkurrens”.²⁴

– Det är som regel mer otryggt att vara F-skattare, och risken är stor att man blir utnyttjad och exploaterad, särskilt om man tvingats till det av omständigheterna eller för att överleva.

Egentligen handlar det om ett gammalt fenomen som var vanligt under mellankrigstidens krisår. Thörnquist lyfter fram den svenska granitindustrin som ett exempel, där arbetslösa stenhuggare blev ”sina egna” och arbetade som uppdragstagare eller egna producenter i ett försök att försörja sig, och där de krisdrabbade industrierna såg en möjlighet att pressa priserna. Hon beskriver utnyttjandet av enmansföretagare som ett ”exploateringsmönster”, samtidigt som det mer eller mindre ofrivilliga företagandet kan ses som en ”försörjningsstrategi” – fenomen som ”tenderar att reaktiveras i tider då arbetsköparens marknad råder”, det vill säga när uppsägningar och arbetslöshet ger ett kraftigt överutbud av arbetskraft och arbetarpartens ställning därmed försvagas.²⁵

Ofrivilligt företagande, exploatering och underbudskonkurrens är betydligt vanligare inom arbetaryrken än bland professionella grupper som exempelvis ”läkare, sjuksköterskor, advokater och IT-konsulter, vars övergång från anställda till företagare sker utifrån en starkare förhandlingsposition på arbetsmarknaden”, skriver Thörnquist. Men mönstret kan ändå uppstå om den blir just en köparens marknad, vilket är fallet i mediebranschen.

– Då är det lättare att pressa arbetskostnader och arvoden, säger hon. När köparen – uppdragsgivaren – av olika orsaker sitter på det starkaste kortet i förhandlingen om priset ligger vägen till underbudskonkurrens och social dumpning öppen.

Men hur vanligt är det att frilansjournalister är ofrivilliga företagare, att de blivit F-skattare mer av tvång och nöd än av lust?

I enkäten fick Journalistförbundets frilansmedlemmar svara på hur de helst skulle vilja jobba med journalistik om de fick välja. 46 procent vill vara frilansare "helt och hållet", 27 procent vill kombinera en anställning med frilansande, 2 procent vill ha korta vikariat, 7 procent vill jobba med annat än journalistik och 14 procent vill helst vara fast anställda journalister. Åtminstone den sistnämnda gruppen kan definieras som ofrivilliga F-skattare, även om det inte betyder att alla vantrivs med frilansstillvaron. Andelen som helst vill ha en fast anställning är dessutom betydligt högre bland yngre frilansjournalister än bland äldre. 22 procent av 30-44-åringarna vill helst ha fast jobb och kan därmed ses som ofrivilliga F-skattare.

Bland de ofrivilliga frilansarna finns sannolikt tidigare anställda som tvingats skaffa F-skattsedel för att få fortsätta jobba. På senare år har flera medieföretag sagt upp hela eller delar av personalstyrkan och lagt ut uppdrag på frilansare, och de som förlorat jobbet har uppmanats att starta firma och fakturera i fortsättningen. Andra journalister hoppar runt på tidsbegränsade anställningar hos samma arbetsgivare och blir till sist "utlasade", satta i karantän och får en hint om att de kan bli F-skattare istället. En tredje kategori är yngre journalister som inte lyckas bli anställda och som fixar F-skattsedel i hopp om att frilansandet kan bli en väg in i yrket. Och då är det lätt att sänka sina arvodesanspråk eller acceptera skambud.

– Risken är att man säljer sig till underpris för att man så gärna vill in i branschen, säger Annette Thörnquist.

"Marknaden dumpas."

I enkäten diskuterar flera frilansare orsakerna till prispressen och förklarar hur underbudskonkurrensen kan gå till:

"Kunden i form av redaktörer (som säkert är medlemmar i SJF) sparar och frilansarvoden är ett sätt att få den alltför snålt tilltagna budgeten att gå ihop, och då är det bra med frilansare i dålig förhandlingssituation."

"Vi får låga arvoden för att de prioriterar annat. För att de har gjort en marknadsmässig uppskattning av vårt värde. Och kommer undan med att värdera oss lågt."

"Medielandskapet har fullständigt ritats om på kort tid, det är köparens marknad i ännu högre grad."

”Just nu känns det som att uppdragsgivarna har i princip all makt, och frilansarna ingen.”

”Konkurrensen är stenhård, kanske väljer arbetsgivaren hellre en skribent som kan tänka sig att arbeta för mindre pengar?”

”Jag har uppdragsgivare som har respekterat SJF:s frilansavtal, i all fall initialt, även om jag senare gick med på att justera de rekommenderade priserna neråt, eftersom det antydde att det fanns andra som kunde ta uppdrag för lägre taxa.”

”Marknaden dumpas. Är det vettigt att utbilda så många nya journalister varje år när det inte finns arbete?”

”Arbetsgivarna försöker spela ut frilansare mot varandra genom lönedumpning. Det får mig att tänka på arbetsmarknaden före kollektivavtalens tid.”

Det framgår också tydligt i enkäten att många brottas med ett klassiskt dilemma: ska man tacka nej till uppdrag med usla arvoden, eller acceptera? En del säger nej, även om det kan få konsekvenser i form av färre uppdrag och lägre sammanlagd inkomst.

”Själv jobbar jag enbart med dem som betalar enligt reken eller mer.”

”Vissa jobb har man svårt att tacka ja till, även om man skulle vilja, eftersom ersättningen ibland är väldigt låg.”

”En del förhandlingar som slutar med att jag tackar nej till jobbet på grund av oskäligen villkor.”

”Ibland har jag tackat nej till jobb fast jag behövt pengarna.”

”Jag har fått skambud från tidningar på föreslagna jobb. Men har avstått från att acceptera dem. Därför har jag också jobbat mindre under det senaste året, och omsättningen har sjunkit. Till min stora skam och förtrytelse lever jag mest på egna sparade pengar och min partners lön.”

Några kritiserar frilanskollegor som jobbar för låga arvoden:

”Många verkar jobba nästan gratis. Osolidariskt och ohållbart i längden.”

”Det händer också att unga som i dag tar journalistexamen är beredda att jobba nästan gratis ... bara för att få in foten eller få möjlighet att etablera kontakter med mediebranschen.”

”Verkar som om många unga nyutbildade frilansar skaffar sig uppdrag genom att dumpa marknaden.”

”Det finns så många enskilda som ställer upp på att alltid jobba för lite pengar – de dumpar marknaden och kan själva ändå inte överleva i yrket i längden.”

Andra menar att de inte har något annat val än att acceptera låga arvoden. De måste ha jobb för att kunna försörja sig, och tar då på sig fler uppdrag än tidigare, eller försöker minska sina utgifter.

”Jag jobbar för medier med mindre resurser och accepterar då sämre arvode för att få göra ett jobb jag vill göra.”

”Man får jobba mer för att hålla någorlunda samma nivå på inkomsterna.”

”Det gäller att jobba ännu mer för att upprätthålla en bra lön och att hålla ännu fler bollar i luften samtidigt än tidigare.”

”Jag lever av detta och har tyvärr inget annat val än att dra åt svångremmen och fortsätta jobba.”

”Det är svårt att säga nej till ett lågt arvode när räkningarna måste betalas.”

”Jag tycker de är orimligt att kräva av frilansar att säga nej till jobb för att arvodena är för dåliga ... Det är en alldeles för stor fråga för att skötas på individnivå och en jättestor uppoffring för den enskilde ... vad ska jag göra, svälta men få tapperhetsmedalj?”

Underbudskonkurrensens konsekvenser blir i alla händelser prispress. Och många får, oavsett vägval, svårt att försörja sig. Man kanske får alltför få uppdrag, eller så ger de låga arvodena en i längden ohållbar inkomst. Vad gör man då?

Många försöker komplettera frilansjournalistiken med andra jobb – ett fenomen som tycks ha blivit vanligare. I enkäten uppger fyra av tio (41 procent) att de jobbar mer med andra saker idag, vid sidan av frilansjournalistik, jämfört med för tre år sedan. För 48 procent är det ingen skillnad, medan 9 procent jobbar mindre med annat. I de öppna svaren ges exempel på extrajobb och vägval:

”I dagsläget jobbar jag cirka 50 procent i en butik som timanställd.”

”För att få ihop det har jag i stället kompletterat med att vika-riera som lärare.”

Vi ser också hur fler journalister söker sig till PR och reklam, att gråzonen växer.

”Journalistrollen förändras så mycket. Jag utbildar mig även till kommunikatör nu med ambitionen att bli mer attraktiv för

idédrivna organisationer. Jag tror det blir svårare att dra en gräns mellan journalistik och annat kommunikationsarbete ... Hur som helst måste jag bredda mig för att kunna försörja mig.”

”Själv jobbar jag mer och mer åt det halvkommersiella, för contentbyråer men också med research åt organisationer och företag. Där är arvodena mycket bättre. På sikt vill jag lämna journalistiken och jobba med kommunikation på annat sätt.”

Andra bestämmer sig för att helt överge journalistiken för ett tryggare arbete. Kanske just inom kommunikation eller reklam. En del går till offentlig eller ideell sektor, en del till näringslivet.

I enkäten fick också frilansmedlemmarna svara på frågan om de tror att de kommer jobba som journalist om tre år. 18 procent svarar ”ja, absolut” och 48 procent ”ja, troligen”. Två av tre frilansjournalister tror alltså på en framtid inom journalistiken, åtminstone på tre års sikt. Det kan låta bra, men samtidigt svarar 17 procent att de troligen inte eller absolut inte kommer jobba som journalister om tre år. Knappt en femtedel av frilansarna tror alltså att de kommer ge upp. Därutöver är 17 procent osäkra. Här några röster:

”Lite pessimist, tror inte att det kommer att vara lätt att jobba som enbart frilansjournalist i framtiden. Redan idag är det alltför många duktiga och etablerade frilansar med tidigare gott om jobb som inte får ihop det.”

”Personligen tänker jag att jag snart måste skaffa mig en Plan B vad gäller försörjning. Jag älskar att frilansa, och gör nästan enbart roliga och stimulerande jobb. Dock kommer det ju inte att hålla i längden med en så sviktande marknad”

”Jag upplever denna bransch som oerhört negativ numera och jag kommer sannolikt inte att arbeta vidare inom den, då det är omöjligt om man vill ha en inkomst, trygg anställning och tillgång till semester etc.”

Att många frilansjournalister kastar in handduken märks också i Journalistförbundets medlemsregister, där i snitt 122 frilansare begärt utträde ur förbundet varje år de senaste åtta åren. I genomsnitt 24 personer har också gått till ”andra medlemskategorier”, vilket ofta handlar om de över 65 som blivit seniormedlemmar. Samtidigt fylls frilansgruppen hela tiden på. Sedan 2007 har Journalistförbundet fått i genomsnitt 147 nya frilansmedlemmar om året, varav mer än en tredjedel flyttats över från andra medlemskategorier – vilket handlar om studenter, och tidigare anställda som börjat frilansa.²⁶

Omsättningen av frilansare är alltså stor, men summa summarum växer ändå gruppen som andel av medlemskåren. Och många blir brickor i ett spel där fler än frilansarna blir förlorare.

Underbudskonkurrensen och arvodespressen underminerar nämligen också kollektivavtalen och fackets möjligheter att värna de anställdas löner och rättigheter. Om arbetsgivaren vet att frilansare kan göra jobbet till en betydligt lägre kostnad kan de välja att säga upp personal eller låta bli att nyanställa, och istället köpa in mer material utifrån. Och om de anställda vet att de är ersättbara blir också deras förhandlingsläge sämre – en problematik som tas upp av flera frilansare i enkäten. Två av dem skriver så här:

”Får mediebolagen så billig journalistik från frilansar, sparkar de egen personal.”

”Flera mediehus har som strategi att ha många tillfälliga osäkra anställningar, sparka fastanställda och ta in ”billiga” frilansar istället ... frilansar som sällan blir långlivade som just det. Men under tiden de verkar kan de utnyttjas till taskiga villkor som inte är bra för vare sig frilansarna själva, frilansmarknaden i stort eller för de anställdas trygghet.”

Att motverka arvodesdumpning och försöka höja nivåerna ligger därför inte bara i frilansarnas eget gemensamma intresse, utan också i de anställdas. Och i Journalistförbundets. Att förhindra underbudskonkurrens – det vill säga att medlemmar spelas ut mot varandra och därigenom tvingas gå med på sämre villkor – är i själva verket fackets grundläggande löfte, ja dess raison d'être.

3. Att göra gemensam sak

Att företräda frilansare

Ska F-skattare verkligen vara med i facket? Frågan har dryftats inom en rad fackförbund på senare år. Inom Journalistförbundet är dock frågan överspelad sedan länge. Förbundet har mer än 1 800 frilansmedlemmar, och att de allra flesta är F- eller FA-skattare har påpekats tidigare i rapporten. De är organiserade i egna klubbar som i sin tur bildar Frilans Riks – formellt ett distrikt inom Journalistförbundet. Den som är nybakad journalist och surfar in på www.sjf.se möts också av följande budskap: ”Anställd eller frilans? Chef, vikarie eller bemanningsanställd? Journalistförbundet organiserar alla yrkesverksamma journalister, oavsett befattning eller anställningsform.” Och i den senaste Frilansstrategin, antagen 2014, står det att Journalistförbundet ska vara lika attraktivt och trovärdigt som företrädare ”för egenföretagare som för anställda – det är i slutänden en överlevnadsfråga”. Alla ska med.²⁷

Men så har man inte alltid tänkt, och relationen mellan Journalistförbundet och frilansarna har inte varit problemfri genom åren. Under förbundets första halvsekel var frilansare – i den mån det fanns några – inte ens välkomna som medlemmar. På 1950-talet ville en ”freelancer”, som det kallades då, bli medlem men nekades. Men sedan mjukades reglementet upp, och framåt slutet av 1960-talet var antalet frilansmedlemmar så många (200) att man bildade en klubb i Stockholm – vilket blev grunden till Frilans Riks.²⁸

Klubben drev bland annat att frilansare skulle få vara med i a-kassan (vilket blev fallet 1975), och att arbetsgivarna skulle betala sociala avgifter för frilansare (vilket förbundsstyrelsen ställde sig bakom 1974). Man gick också, om än undantagsvis, ut i strejk – som 1974 på Sveriges Radio. 1975 träffades det ett avtal med Tidningarnas Arbetsgivareförening (TA, senare TU), som bland annat innehöll rätt till semesterlön. Dock inga bindande arvodesnivåer (se nedan).

På den tiden var frilansaren normalt A-skattare. 1975 hade bara en enda frilansmedlem firma och betalade sociala avgifter själv (”preliminär B-skatt”, hette det då, F-skatt infördes först 1993).²⁹ Frilansklubben ville inte heller att frilansarna blev företagare. ”Rent generellt tycker vi inte att det är bra – det försvårar det fackliga arbetet”, meddelade klubbordföranden Birgitta Gustavsson 1977. Och förbundsledningen var inne på samma linje. Istället var målet att frilansare skulle ses som ”arbetstagare” snarare än ”självständiga uppdragstagare”, vilket var definitionen som arbetsgivarna föredrog. Och Journalistförbundet fick stöd av Försäkringsdomstolen, vilken klassade frilansare som ”arbetstagare” 1975.

Begreppsstriden tilltog med den nya arbetsrättslagstiftning som infördes i mitten av 1970-talet. Den var nämligen uppbyggd kring arbetstagarbegreppet. Medbestämmandelagen (MBL) – som reglerar föreningsrätt, förhandlingsrätt, rätt till information, kollektivavtal,

fredsplikt, medling och skadestånd – äger exempelvis ”tillämpning på förhållandet mellan *arbetsgivare* och *arbetstagare*”, som det uttrycks i lagtexten. Och ”som arbetstagare anses i lagen även den som utför arbete åt annan och därvid ej är anställd hos denne men har en ställning av väsentligen samma slag som en anställd”.

Om frilansare klassades som *arbetstagare* i arbetsrättslig mening var det möjligt att företräda dem med stöd i MBL. Journalistförbundet såg dock den möjligheten minska rejält om frilansarna startade firma, skaffade B-skatt (föregångaren till F-skatt) och därmed åtminstone skatterättsligt blev företagare. Arbetsgivarna skulle då med större pondus och tillförsikt kunna hävda att frilansarna var självständiga uppdragstagare. Och faktum var att arbetsgivarna på arbetsmarknaden i stort försökte kringgå arbetsrätten och det sociala ansvaret genom att anlita B-skattare.

Under 1980- startade allt fler frilansare firma, vilket till slut fick Journalistförbundets ledning att ryta till. Frilansare som betalar de sociala avgifterna själva hade i praktiken ”bett förbundet dra åt helvete”, konstaterade ordföranden Östen Johansson 1986.

– Vi kunde inte hjälpa dem. Om de betalade sociala avgifter själva var de ett eget bolag, och då kunde de inte företrädas av Journalistförbundet, förklarar Östen Johansson idag.

Förbundsstyrelsen deklarerade också att frilansare med firma inte kunde vara med i a-kassan, och man ville rent av lägga ner frilansarnas riksklubb. Året innan, 1985 hade också fyra frilansare hoppat av klubbstyrelsen i protest mot ”det dåliga samarbetet med förbundet”. Relationen skavde alltså en hel del.

Men tiderna förändrades, och 1995 var hälften av frilansmedlemmarna egenföretagare med F-skatt (som infördes 1993). Även förbundsledningen förändrades och blev mer positivt inställd till frilansare med firma. Linjen blev istället att stödja frilansarna som egenföretagare. Under några år i början av 1990-talet utreddes också bildandet av ett servicebolag – något som sjösattes 1998. Idag erbjuder Servicebolaget juridisk rådgivning, redovisningsstöd, försäkringslösningar och kurser. Frilansmedlemmar kan också kontakta förbundets förhandlingsjour för rådgivning kring arvodesfrågor och kontraktsfrågor.

På senare år har man gått in för att skilja mellan frilansare som verkligen är självständiga uppdragstagare och ”den som anlitas som frilans på ett felaktigt sätt” av arbetsgivare som vill runda LAS. Den senare kategorin kallas ofta ”fastlansar” – F-skattare som arbetar under ett ”anställningsliknande förhållande” och därmed bör ses som arbetstagare med rätt till anställning. Just det har också drivits av Journalistförbundet med framgång i Arbetsdomstolen.³⁰

– Vi vill inte ha någon mellangrupp som är i en gråzon, för det skulle urholka villkoren för både frilansare och anställda, säger Journalist-

förbundets arbetsrättsjurist Katarina Dahlskog.

Upphovsrätsfrågor har varit ett annat fokusområde, särskilt på senare år. Journalistförbundet och Frilans Riks har kampanjat för frilansarnas upphovsrätt och mot "fulavtal" – när medieföretagen försöker få frilansjournalister att skriva under oskäligen avtal där uppdragsgivarna "får rätt att utnyttja materialet på alla tänkbara sätt, utan eller till alldeles för låg betalning", som det uttrycks på kampanjsajten Frilansen äger (<http://www.frilansenager.nu>). Kampanjen har riktat sig till frilansare, inköpare och fackklubbar genom kurser, informationsmaterial, möten och juridisk rådgivning.

På senare år har Journalistförbundet prioriterat upp frilansares villkor i sitt arbete, och 2014 – efter ett par år av grupparbeten och remissande – antog förbundsstyrelsen en ny frilansstrategi. I dokumentet slår man fast de tre "viktigaste frågorna", nämligen upphovsrätt, trygghetsfrågor och arvoden. För bättre struktur och ansvarsfördelning finns det också skrivna handlingsplaner för de olika områdena, där det står vilket ansvar som åligger den enskilde medlemmen, Frilans Riks/frilansklubbarna, arbetsplatsklubbarna, förbundet/kansliet respektive Servicebolaget.

Handlingsplanerna kring arvoden och trygghetsfrågor är dock betydligt tunnare än den kring upphovsrätt. Fokus ligger mestadels på gemensamma kampanjer och på utbildning och information om frilansrekommendationen, frilanskalkylatorn och arvodesguiden – inte på fackliga verktyg som påtryckning och förhandling. Vilket kan tyckas märkligt mot bakgrund av den prispress och underbudskonkurrens som varje år försämrar många frilansares möjligheter att försörja sig, som ökar deras otrygghet och som samtidigt undergräver arbetsrätt och kollektivavtal.

I enkäten efterlyser också många frilansmedlemmar krafttag mot de försämrade arvoden.

"Arvoden kommer alltid vara den viktigaste frågan."

"Den viktigaste frågan är och förblir att försöka få arvodesnivåerna att höjas."

"Tydligare linje i arvodesfrågan gentemot uppdragsgivare."

"Jobba med arvodesfrågan."

"Bidra till förbättrade frilansarvoden."

"Driv frågor om våra arvoden!"

"Kampanja för högre arvoden. Använd maktresurserna inom facket."

"Den stora frågan är att jobba för att få rimliga arvoden. Så

lite som vissa, även stora uppdragsgivare, ger är en skam. De borde hängas ut och få skämmas. Biter inget annat så varför inte strejk?”

”Tryck på mer när det gäller arvoden. Idag har många tidningar sänkt sina arvoden. Vilken annan bransch gör så? Det är skandal!”

”Arbeta med facklig solidaritet så att frilansare får anständigt betalt.”

”Förbundet borde jobba för att säkra ’lägstaarvodet’. Det borde inte vara okej att betala för låga arvoden till frilansjournalister, precis som att man inte får betala hur låga löner som helst till anställda.”

”Vi behöver arvodeshöjningar! Det går inte att leva på vår svältlön! Vi måste få till ett kollektivavtal så att prisdumpningen stoppas.”

En arvodesnivå skriven i vatten

Redan 1971 fick förbundsstyrelsen i uppdrag av kongressen att utarbeta normer för frilansarnas arvoden, vilket slutligen blev verklighet 1976. Den första minimirekommendationen landade på 600 kronor/dag. Frilansklubben ville att rekommendationen skulle in i avtalet med arbetsgivarorganisationen TA. Journalistförbundet prövade, men det blev aldrig så. Motparten sa nej.

Det gäller också det senaste frilansavtalet som slöts 2015 med arbetsgivarorganisationen Almega Medieföretagen, efter flera års förhandlingar. I det regleras exempelvis uppdragstagarens rätt till ”skälig ersättning” om uppdragsgivaren avbryter ett överenskommet uppdrag, och att uppdragsgivaren vid en ”mer omfattande förändring” eller ett upphävande av en överenskommelse av mer ”varaktig natur” måste underrätta uppdragstagaren minst två månader i förväg. Men några arvodesnivåer finns inte med.

Faktum är att det aldrig har funnits något bindande avtal med någon av arbetsgivarorganisationerna om minimiarvoden. Däremot lyckades Journalistförbundet under 70- och 80-talen få en del medieföretag som stod utanför arbetsgivarorganisationerna att binda sig vid minimirekommendationen i så kallade hängavtal. Något som dock upphörde i slutet av 80- och början av 90-talet.

I och med att frilansarna är företagare, går numera resonemanget, kan avtal som innebär att ”inköps- eller försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs” klassas som ”konkurrensbegränsande samarbete mellan företag” enligt 2 kap. 1 § i Konkurrenslagen. Och därmed som otillåten kartellbildning.

1994 slog Konkurrensverket visserligen fast att minimirekommen-

dationen inte bröt mot konkurrenslagstiftningen. Men då fanns inte några stipulerade arvoden för F-skattare. De första rekommenderade arvoden för F-skatt kom först 1995. Sedan dess har Konkurrensverket inte prövat frågan, och inte behövt.

Genom åren har alltså minimirekommendationen – som 2014 döptes om till frilansrekommendationen – i hög grad varit skriven i vatten. Den är inte bindande, och frilansarna – såväl F-skattare som den krympande gruppen A-skattare – har som bäst kunnat använda den som ett riktmärke i förhandlingarna om arvodet. Vilket också är dess uttalade funktion. ”Journalistförbundets frilansrekommendation är tänkt att hjälpa dig som frilansar att ta ut rätt arvode när du jobbar åt medier”, heter det i dokumentet där arvodesnivåerna anges.

Frilansrekommendationen har räknats upp varje år med löneutvecklingen för anställda journalister, och ligger 2015 på 975 kronor i timmen eller 7 800 kronor per dag, F-skatt. Det motsvarar en beräkning i Frilanskalkylatorn som grundas på månadslönen 37 363 kronor, vilket är genomsnittslönen (som ökade med 2,52 procent på ett år) för anställda journalister i kategorin reportrar och fotografer inom dagspress i Stockholms län, enligt tillgänglig lönestatistik. Utgångspunkten är att en frilans kan debitera hälften av sin arbetstid. Resten – som brukar kallas overhead-tid – går normalt åt till administration och insäljning av uppdrag, med mera.

I enkätens öppna svar berättar flera frilansare att de har nytta av rekommendationen i förhandlingarna med uppdragsgivarna. En skriver att den ger ”råg i ryggen att fortsätta kämpa.” En annan menar att ”det absolut viktigaste är att ha frilansrekommendationen – det väger så tungt att kunna säga att ’den är X kronor’ i förhandlingar.” En tredje vill ”stärka frilansrekommendationens ställning som gällande avtal för alla uppdragsgivare”.

För många andra har däremot frilansrekommendationen – av enkätsvaren att döma – blivit allt mer irrelevant och oanvändbar, och därmed förlorat sin betydelse som hävstång:

”Arbetsgivarna bryr sig inte, de har bestämt sig för en summa.”

”Frilansrekommendationen känns mest som ett stort skämt.”

”Frilansrekommendationerna upplevs närmast som ett hån.”

”Frilansrekommendationen är ett önsketänkande utan verklighetsförankring i de medier där jag medverkar.”

”Arvodesrekommendationerna är för mig en fantasisumma som jag aldrig någonsin kommit upp i. Jag upplever att min största uppdragsgivare aldrig ens tittat på något frilansavtal eller några rekommendationer.”

”De rekommendationer som finns idag är tyvärr så orimligt långt ifrån verkligheten att ingen bryr sig om dem.”

”Frilansrekommendationen och verkligheten är så långt ifrån varandra så när facket jobbar för den så känns det inte som att de jobbar för mig. Skulle inte ha någon arbetsgivare om man krävde betalt efter frilansrekommendationen. Å andra sidan så måste det ju finnas ett mål som facket driver mot för att lönerna ska kunna höjas.”

2012 gav Journalistförbundets kongress en grupp i uppdrag att se över minimirekommendationen. Arbetet resulterade i att den döptes om till frilansrekommendationen, då den omräknats till en månadslön som snarare låg i nivå med medellönen än lägsta lön för anställda.

Det viktigaste resultatet av gruppens arbete var dock Frilanskalkylatorn – ett webbverktyg där frilansare (och andra) kan räkna ut vilket timarvode de måste kräva för att få en viss önskad månadslön, och omvänt vilken månadslön (och årslön) de får för visst timarvode. I kalkylatorn finns ett antal parametrar – som overhead-tid, antal semesterdagar, antal sjukdagar, ”flexibilitetspremie” och kostnader i firman – som kan ändras av frilansaren själv, och som därför kan anpassas individuellt. I kalkylatorn finns dock ett antal på förhand givna siffror som bygger på branschundersökningar och bedömningar (som dock kan ändras). I detta defaultläge ingår frilansrekommendationens timarvode och den månadslön som rekommendationen utgår ifrån.

Pär Trehörning, jurist och ombudsman på förbundskansliet som ingick i gruppen, beskriver kalkylatorn som ett viktigt ”instrument” i de enskilda arvodesförhandlingarna, som dock kan utvecklas.

Enkäten visar att en klar majoritet av frilansmedlemmarna – 86 procent – känner till frilanskalkylatorn. Däremot används den bara regelbundet (”alltid”) av 3 procent och mer sporadiskt (”ibland”) av 30 procent när de förhandlar arvoden. Sju av tio använder den inte alls. Några medlemmar har också kommenterat kalkylatorn:

”Frilanskalkylatorn är jättebra – tack för den! Allt som kan bidra till rimliga ekonomiska villkor är bra.”

”Frilanskalkylatorn är bra, men jag har aldrig någonsin hört talas om någon frilansjournalist som faktiskt lyckas få den typ av arvoden som rekommenderas i kalkylatorn.”

”Jobba med frilanskalkylatorn mot redaktörer!”

”Frilanskalkylatorn är rena rama önsketänkandet, det finns INGEN tidning som följer den rekommendationen.”

Pär Trehörning säger att även många uppdragsgivare alltid har häv-

dat att frilansrekommendationen ligger för högt.

– Vi diskuterade att lägga in en varning i kalkylatorn när månadslönen som man räknade fram hamnade under lägsta avtalade lön för anställda, men det blev aldrig så, säger han.

Frilansare gör gemensam sak

Vad gör Frilans Riks, frilansklubbarna och frilansarna själva för att motverka arvodespressen och förbättra arvodena?

I Frilansstrategins handlingsplan står det att Frilans Riks och frilansklubbarna ska sprida information om frilansrekommendationen, kalkylatorn och Arvodesguiden bland medlemmarna, vilket man i hög grad gjort via e-postutskick, sociala medier och regionala/lokala möten. Frilans Riks ska också ”kampanja tillsammans med förbundet för högre arvoden”.³¹

Man har gjort det förr om åren, och 2015 sparkas en ny kampanj igång med målet att höja medvetenheten, lyfta fram goda exempel, och peka på orimliga och oskäligen villkor med målet att ”få upp arvodena hos de uppdragsgivare som betalar oskäligen arvoden”. Man försöker också initiera seminarier tillsammans med arbetsplatsklubbar under rubriken ”Vi sitter i samma båt”.³²

På senare tid har också frilansklubbar och Frilans Riks stöttat eller bildat nätverk som samlat frilansare i kamp mot obetald vidarepublicering, dubbelpublicering och ”fulavtal”. Men också mot olika fall av arvodesdumpning, och för höjda arvoden. Ett uppmärksammat fall var när Expressen flaggade för sänkta arvoden för frilansfotografer, vilket möttes med protester, brev och debattartiklar. Ett annat var när produktionsbolaget Spoon Publishing tog över produktionen av Göteborgs-Postens helgbilaga 2014 och aviserade generella arvodesänkningar. Frilans Riks och Västra Frilansklubben drev då igång ett nätverk bestående av ett 70-tal frilansare. Insatsen fick Spoon att backa och arvodena höjdes till den gamla nivån.³³

2012 gick radiofrilansare som gjorde P3 Dokumentär ihop i ett gemensamt upprop för högre arvoden. De träffades, beslutade sig för att agera och ordnade ett möte med cheferna. ”Först var det inte tänkt som en förhandling utan mer en upplysning om hur vi har det, hur vår verklighet ser ut”, förklarade initiativtagaren Emma Janke för tidningen Frilansjournalisten, ”men när vi uppfattade att uppdragsgivaren såg det som en sådan, så tog vi så klart chansen.”³⁴

Frilansarna fick stöd av såväl Sveriges Radios journalistklubb som Radio- och TV-klubben för frilansare. De presenterade siffror och argumenterade. När de träffades för andra gången kom arbetsgivaren med ett bud. ”Men efter att ha tänkt ett tag, och bollat i gruppen, vågade vi säga nej. Det var inte tillräckligt bra och det ledde till de villkor som vi sedan kunde enas om”, berättade Emma Janke. Slutresultatet blev en arvodeshöjning på mellan 44 och 67 procent. Dock

med konsekvensen att antalet uppdrag minskade, ett pris som frilansarna ändå var beredda att betala för bättre arvoden. Initiativet var frilansarnas eget, Journalistförbundet stod inte bakom uppdraget, men förbundsordföranden Jonas Nordling bejakade agerandet: "Vanligen har enskilda företagare svårare att agera kollektivt, inte minst på grund av lagstiftning mot kartellbildning till exempel. Men frilansklubbarna inom Journalistförbundet ger möjlighet att bygga just de nätverk som krävs för att gå samman. Sedan är det självklart att förbundskansliet ska kunna bistå dessa nätverk med råd och stöd, inte minst med juridisk kompetens. Precis så som våra arbetsplatsklubbar får stöd i sin vardag."

Snart tog ett nytt gäng radiofrilansare strid för sina arvoden – den här gången de som gjorde jobb för P1 Dokumentär. De inspirerades av P3-frilansarnas metoder – samlades till ett möte i oktober 2013 och bildade en förhandlingsgrupp på sex personer. De skrev ett brev till gruppcheferna och redaktionscheferna på Sveriges Radio där de förklarade att ersättningsnivåerna var ohållbara. Gruppens beräkning visade att en radiofrilans som gör dokumentärer fick ett arvode som motsvarade 16 000 och 19 000 i lön för en anställd, drygt hälften av vad en fast anställd tjänade. "Vi skrev att vi vill ha dialog och att målet var att få möjlighet att fortsätta producera material som är av hög kvalitet", sa Aziza Dhaouadi, ordförande för Radio och TV-frilansklubben till Frilansjournalisten.³⁵

Det blev flera möten, både mellan frilansarna och mellan dem och ledningen, innan förhandlingen kom i mål. SR-ledningen varnade även i det här fallet för att jobben skulle bli färre, men frilansarnas besked var att de föredrog bättre betalt till färre personer än dåligt betalt till fler. Frilansarna hade kommit överens om en miniminivå, ett golv, redan innan förhandlingarna drog igång: 60 000 F-skatt för ett åttaveckorsjobb, mot tidigare i snitt 48 000 för ett 10-12-veckorsjobb. Mer pengar för kortare tid alltså. Och det lyckades – SR gick med på kraven. Även om facket inte initierade förhandlingen så erbjöd arbetsplatsklubben stöd och uppmuntran. Samarbetet mellan klubben och frilansarna fungerade bra. Och argumentet att företagare inte kan sluta sig samman och förhandla om arvodet eftersom det kan klassas som kartellbildning var inget som framfördes av SR. "Det är en rädsla som finns inom Journalistförbundet men som inte verkar motsvaras av verkligheten", sa Aziza Dhaouadi. "Alla förstår att det måste finnas någon slags rimlighet vad gäller arvode."

Anställda och frilansar i samma båt?

I Journalistförbundets frilansstrategi lyfts också arbetsplatsklubbarnas roll och ansvar fram. Man vill att klubbarna informerar medlemmar som köper in frilansmaterial om frilansrekommendationen och kalkylatorn, att man informerar frilansarna om lönenivåerna på arbetsplatsen och att man förhandlar om budgeten för inköp av frilansmaterial (enligt § 11 i MBL). Till frilansstrategin finns också en bifogad "lathund" för samarbete mellan arbetsplatsklubbar och frilansare, där klubben föreslås kartlägga frilansarna och frilan-

sverksamhetens omfattning, bjuda in frilansare till ett möte, utse en kontaktperson för frilansare och förhandla med stöd i MBL och det tidigare frilansavtalet med (dåvarande) Tidningsutgivarna (som överförts till det nya frilansavtalet med Almega Medieföretagen).

”Försämrade villkor påverkar alla, oavsett om du är frilans eller anställd”, förklarade Journalistförbundets ordförande Jonas Nordling när frilansstrategin antogs. ”Exempelvis kan låga frilansarvoden göra det frestande för arbetsgivare att ersätta anställningar med billigt frilansmaterial. För att motverka en sådan utveckling bör det finnas en ömsesidig förståelse och en löpande dialog mellan frilansar och arbetsplatsklubbar om hur villkoren kan förbättras”, sa han.³⁶ Detta är också något som flera frilansmedlemmar lyfter i de öppna svaren. De vill att klubbarna tar ett större ansvar för att frilansarvodena hamnar på en skälig nivå.

Hur har arbetsplatsklubbarna svarat an på uppmaningen? För att få en bild av om och hur handlingsplanen i Frilansstrategin har implementerats skickades en webbenkät till kontaktpersoner i arbetsplatsklubbarna (hädanefter ”klubbarna”).³⁷

Enligt enkäten saknar 27 procent av klubbarna vetskap om i hur stor utsträckning arbetsgivaren anlitar frilansare, medan 70 procent vet att arbetsgivaren anlitar frilansare och 4 procent att arbetsgivaren inte alls anlitar några frilansare. Den sista gruppen uppmanades att avsluta enkäten och ingår därför inte i underlaget för resterande resultat. 36 procent har försökt få information av arbetsgivarna om frilansverksamhetens omfattning. Av dem fick 63 procent fullgod information, 21 procent bristfällig information och 16 procent inget besked alls från arbetsgivaren. Några exempel:

”Vi har stor öppenhet kring frågan här. Inga större problem att få info. Bara att fråga, ungefär.”

”Bad om en lista på vem som frilansar, åt vilken tidning, vilka uppdrag etc. Efter ett par dagar dök listan upp.”

”Ställde en muntlig fråga. Fick ett något svävande svar. Gällde då omfattning, ersättning, planering inför framtiden, etc.”

”Ställde frågan, svaret uteblev.”

17 procent av klubbarna har själva kartlagt frilansarna. En klubb ”gick igenom 10 utgåvor av respektive titel och skrev upp namnen på frilansmedarbetarna”. Endast 6 procent anger att de har ett frilansombud eller en kontaktperson för frilansare, 13 procent har bjudit in frilansarna till ett möte, medan en femtedel (21 procent) har informerat frilansmedarbetarna om lönenivåerna på arbetsplatsen. Lika många har informerat medlemmar som köper in frilansmaterial om frilansrekommendationen och kalkylatorn.

En tredjedel (32 procent) av klubbarna har försökt få information av

arbetsgivaren om frilansarvodena. Hälften av dem fick information, hälften nekades. En del arbetsgivare nekade med hänvisning till att det är ett affärsavtal. Ett exempel rör Sveriges Radio:

"Eftersom SR anser att det är en affärsuppgörelse som berör folk som inte är medlemmar i vår SJF-sektion har vi inte fått veta något."

Bara 8 procent av klubbarna har full koll på nivån på frilansarvodena medan 37 procent vet på ett ungefär och 56 procent inte alls känner till nivån. Mer än hälften av klubbarna svävar alltså i okunskap om vilka arvoden deras arbetsgivare erbjuder frilansmedarbetarna. De som svarade ja fick ange vilken nivå arvodena ligger på. Svaren varierade stort. Bara två arbetsgivare betalar enligt frilansrekommendationen, resten av arvodena ligger på allt mellan 105 kronor till 300 kronor i timmen. Ofta betalar arbetsgivaren per tecken eller artikel. Så här skriver ett par klubbar:

"Vi är en liten tidning som inte på långa vägar kan betala efter frilansrekommendationen. Det är alla informerade om."

"Vi frågade och fick olika svar från olika redaktioner. Någon följer i princip frilansrekommendationen, andra har paketpris runt 1 kr/tnk."

"Generellt har arbetsgivarens användning av frilans inte följt rekommendation."

"Vi är en relativt liten dagstidning och använder inte frilansare särskilt mycket. Det är nästan bara kultur/nöje och sporten som använder frilansare och då får de betalt per artikel."

"Bildfrilansar betalas bättre. Inköpen görs av en förlagsgemensam bildredaktör som håller arvodena rimliga. Textfrilansar är utlämnade till redaktionscheferna med olika sätt att se på saken."

Klubbarna fick också frågan om de begärt förhandling eller förhandlat med arbetsgivaren om arbetsgivarens användande av frilansare (enligt § 38 i MBL), budgeten för inköp av frilansmaterial eller frilansmedarbetarnas arvoden. 27 procent angav att de begärt förhandling eller förhandlat om något av detta. Några exempel:

"Vid vissa tillfällen har klubben begärt förhandling enligt § 38."

"Vi förhandlar alla firmaintag."

"Klubben var delaktig i att ta fram nya avtal för den avdelning som i störst utsträckning anlitar frilansar."

"Vi kan säga vår mening och vara med så att budgeten hålls"

på en rimlig nivå och lämpar sig för de behov vi har.”

”Ingen framgång.”

”Vi avslutade förhandlingen i oenighet.”

”Det har varit nej, nej, nej hela vägen.”

Endast 4 procent av klubbarna har träffat ett lokalt avtal med arbetsgivaren där villkoren för frilansare tas upp.

Har klubbarna försökt påverka villkoren för frilansarna på något annat sätt? 29 procent svarade ja på den frågan, och det rör sig om väldigt skilda åtgärder. Till exempel:

”I de diskussioner och samtal vi regelbundet har med arbetsgivaren.”

”Vi har talat med de inköpande redaktörerna om frilansarvordets konsekvens för våra och deras arbetstillfällen.”

”Vi har nämnt att de ska tjäna ungefär som vi fastanställda. Men som jag uppfattat det har de flesta anställda ingen koll på de extra avgifter som tillkommer en F-skattare ... Råder ingen konsensus mellan parterna här.”

”Vi fick en till en anställning (visstid) av den frilansare som fakturerade för att jobba hos oss på 80 procent.”

”Bistått enskilda frilansare som är medlemmar i SJF.”

”Påtalade de orättfärdigt låga ersättningsnivåerna. Fick till svar att så ser marknaden ut. Dessutom finns det frilansare ute på gatan som vill in och ha jobb, sades det.”

”Tar upp frågan med jämna mellanrum, men svårt att säga att det leder någonstans.”

”I samverkan med företaget kom vi överens om att förtydliga reglerna kring hur frilansare anlitas av företaget.”

”Vi påpekar problem med avtalen. Påpekar arvodesnivåerna. Tar diskussionen med ansvariga chefer om enskilda frilansares problem eller generella. Vi har förhandlat för brott mot MBL och fått skadestånd och sett till att det går till frilansarbete.”

Klubbarna fick också beskriva läget generellt i ett öppet svar. Vissa beskriver motståndet från motparten som kompakt:

”Arbetsgivaren vill inte ha in facket i frilansfrågorna.”

”Det är oerhört svårt att driva detta, eftersom det alltid går att

hänvisa till ekonomiska skäl från arbetsgivarens sida.”

Andra skriver att de prioriterar annat än frilansfrågor:

”Frilansfrågan står ganska lågt på vår prioriteringslista just nu, eftersom vi jobbar mycket med nedbemanningar, omorganisationer och varselhot.”

”Den lokala klubben företräder endast sina medlemmar. Klubben har inte resurser att företräda frilansar som inte betalar medlemsavgift.”

En klubb berättar att de har försökt jobba med frilansfrågorna, men inte fått någon respons från frilansarna själva:

”Vi har vid några olika tillfällen träffat företrädare för frilansarna. Vi har erbjudit oss att förmedla kontakt med vd resp. hr-direktör men frilansarna har aldrig återkommit i detta ärende. Jag har vid ett tillfälle samlat in adressuppgifter till så många frilansar som vi kunde få tag på för att hjälpa till att dra igång ett nätverk. Vi upplever att det inte var någon av frilansarna som ville/mäktade med att driva nätverket och vi som arbetsplatsklubb hinner inte göra det.”

Sammantaget visar enkäten att merparten av arbetsplatsklubbarna inte har uppfyllt sitt ansvar såsom det beskrivs i Journalistförbundets frilansstrategi, även om en del har det. Bara en femtedel har till exempel informerat inköpande medlemmar och frilansmedarbetare om verktyg och lönenivåer. Och få har förhandlat om budget för inköp (en av tio), utsett en kontaktperson (en av tjugo) eller bjudit in frilansarna till ett möte (en av tio). Här finns alltså mer att göra.

Det tål att påpekas att Journalistförbundets kansli också har ett ansvar enligt Frilansstrategin att informera arbetsplatsklubbar och frilansklubbar om sambandet mellan anställdas och frilansars villkor, och att stötta arbetsplatsklubbarnas arbete med frilansfrågor. Resultatet av enkäten tyder dock på att insatserna varit otillräckliga.

Förslag från frilansmedlemmarna

”Hur tycker du att Journalistförbundet kan utveckla och förbättra sin verksamhet för dig och andra frilansar?” Den frågan fick frilansmedlemmarna svara fritt på i frilansenkäten. Många föreslår konkreta åtgärder, men frågan öppnade också för synpunkter på Journalistförbundets frilansstrategi. Flera gav positiv respons:

”Jag tycker att SJF blivit mycket bättre på att tillvarata frilansars intressen.”

”Jag tycker ni gör ett bra jobb hittills. Fortsätt skapa konkreta hjälpverktyg som till exempel frilanskalkylatorn. Ni och er service behövs verkligen eftersom det annars är svårt att

förhandla med slipat folk på stora medieföretag.”

”Jag upplever att ni gör ett bra jobb bland annat genom att sprida information (webb, mejlutskick, tidningen).”

”Fortsätt på den inslagna vägen att stärka frilansarna genom att ta fram verktyg som frilanskalkylatorn, frilansstrategin och frilansavtalet.”

”Jag är tacksam för att förbundet fixat ett nytt frilansavtal. Det tändes faktiskt lite hopp där.”

Samtidigt får förbundet kritik av en stor andel av frilansmedlemmarna, som ser brister och efterlyser krafttag:

”SJF måste vakna upp och ta strid för frilansarna. Det är lite sent men bättre sent än aldrig. Vi är små och utsatta och får ta alltför många fajter själva.”

”Journalistförbundet har ju varit urusla på att kämpa för frilansarna, att man på sistone börjat ändra sig är snarast ett bekännande under galgen, då så stor andel journalister håller på att bli frilansare.”

”Vi måste få mer stöd i kampen mot fulavtal och dålig betalning. SJF har blivit mycket bättre de senaste åren, men det finns oerhört mycket mer att göra. Vi är med i facket för att slippa stå ensamma och behöva förhandla om våra villkor själva, det är viktigt att komma ihåg.”

Många ser ett behov av fortsatt informationsarbete med uppdragsgivare och inköpare som målgrupp, särskilt de inköpare som är medlemmar i Journalistförbundet:

”Skapa större kunskap bland uppdragsgivarna kring vad som är rimliga ersättningar.”

”Föra en aktiv dialog med tidningar och andra uppdragsgivare om frilansens ekonomiska villkor.”

”Det finns en utbredd missuppfattning bland personalchefer eller liknande idag att frilansar kostar mycket mer än fast anställda och vikarier, och det är jättesvårt att få dem att förstå att vi frilansar bär mycket av våra egna kostnader. Men de stirrar sig blinda på summan på fakturan och är i princip döva för argument ... SJF måste få de här före detta reportrarna som blivit personalchefer att förstå frilansarnas villkor.”

”Jobba mer med att lära upp redaktörer i hur mycket pengar man egentligen får i fickan som frilans. Det finns fortfarande många som tror att man har en extremt hög månadslön när de hör vad som är rimligt dagsarvode.”

"Ta fram ett enkelt material som kan skickas ut till landets redaktioner där det snabbt går att läsa in sig på frilansarnas villkor. (Om detta inte redan finns dvs.) Jag hade själv behövt detta då jag som nyutbildad journalist köpte in frilansmaterial."

"Att informera, utbilda och tjata på de som köper in frilansmaterial att de måste betala enligt reken."

"Jobba mer med frilanskalkylatorn mot redaktörer."

"Många redaktörer är också medlemmar i SJF. De måste tvingas att förstå hur lite pengar det blir kvar av ett F-skattat arvode. Så länge folk tror att ett arvode på 5 000 kronor är mycket pengar kommer vi aldrig att kunna ändra situationen."

"Kampanja för att inköpande anställda redaktörer ska bli mer solidariska med frilansande journalistkollegor än med sina arbetsgivare när det gäller prissättning och återpublicering av material."

Arvodesfrågan är helt klart central för frilansarna. Förslagen på vad Journalistförbundet borde göra för att få upp arvoden varierar från allmänna appeller till mer konkreta åtgärder. Man föreslår ett ökat tryck på uppdragsgivarna, att förbundet satsar mer resurser på arvodesfrågan, att arbetsplatsklubbarna involveras mer och att nätverk mellan frilansare stöttas bättre. Flera vill också se kollektiva förhandlingar om lägsta arvoden, och en del föreslår rentav att arvodesrekommendationerna sänks:

"Lägga mer resurser på förbunds nivå för att få upp arvoden och arbeta mot lönedumpning och fulavtal."

"Förbundet som helhet kan integrera frilansfrågorna och frilansverkligheten mer i alla sina perspektiv, avtal och förhandlingar, och inte minst utbilda/bearbeta/sätta press redaktörerna och redaktionerna vilka i slutändan avgör nivåerna på våra arvoden och villkoren i våra avtal."

"Någon slags publik kampanj som tydligt visar skillnaderna i villkor för frilansar och anställda."

"Att ställa krav som frilans är totalt omöjligt. Man måste sätta press på uppdragsgivarna. Häng ut en svart lista i tidningen varje nummer."

"När man slår larm om dåliga arvoden på en tidning borde man få mer stöd att driva frågan med tidningens fackklubb."

"Få de lokala fackklubbarna att engagera sig i frilansarvoden."

"Stöd frilansare mer i förhandlingar när bolag bildar konserter och/eller dumpar priser."

"Öka engagemanget och solidariteten frilansar emellan. Att verkligen alla vägrar att jobba under en viss nivå."

"Mer påtryckning och info på arbetsgivarna om våra villkor. Mer fasta avtal mellan medieföretagen och frilansarna. Bilda nätverk mellan frilansare med stöd av SJF."

"Det viktigaste SJF kan göra är att tvinga all kommersiell press att betala enligt frilansrekommendationen."

"Börja förhandla om våra arvoden. Hellre färre tidningar och högre arvoden."

"Sätt er in i våra villkor på ett bättre sätt, förhandla fram avtal med redaktionerna så det inte är en förhandlingsfråga om vartenda öre."

"Avtal om bindande miniminivåer för uppdrag, inklusive krav på regelbundna höjningar."

"Verka för att upprätta miniminivåer för frilansersättningar som går att upprätthålla. De som finns idag respekteras inte över huvud taget - inte heller inom public service."

"Det är kontraproduktivt att ha en rek som ligger så pass mycket högre än vad de flesta uppdragsgivare betalar, upplever jag. Konsekvensen blir att man aldrig hänvisar till rekommendationen, dvs att man saknar ett fackligt verktyg när man snackar arvoden med uppdragsgivarna ... Personligen förordar jag alltså en rekommendation som konstrueras på ett annat sätt, som är lägre."

"Sänk arvodesrekommendationerna, de är på tok för höga och därmed helt orealistiska. Har aldrig någonsin fått betalt i enlighet med normen vilket jag tror gäller samtliga kulturjournalister."

"Sätta mer rimliga arvoden och se till att det blir något som alla arbetsgivare måste fylla."

Utredarens rekommendationer

Slutsatsen i rapporten är att Journalistförbundet måste ta ett större grepp och vidta åtgärder för att motverka pressade arvoden och den utbredda otryggheten bland frilansare. Här följer utredarens rekommendationer. De riktar sig till Journalistförbundet som helhet, till kansliet, distrikten, klubbarna och enskilda medlemmar.

1. Utveckla och implementera Frilansstrategin

Journalistförbundets frilansstrategi, antagen 2014, är ett viktigt dokument med betydelsefulla handlingsplaner. Men handlingsplanerna för arvoden och trygghetsfrågor är avsevärt tunnare än den för upphovsrätt. Kampanjer för högre arvoden, information om verktygen (frilanskalkylatorn och arvodesguiden) och utbildning är viktigt, men om underbudskonkurrensen och arvodespressen ska motverkas krävs också andra åtgärder.

Flera punkter i handlingsplanen för upphovsrätt kan förmodligen överföras till arbetet för högre arvoden. Som att enskild medlem ”larma vid nya fulavtal” – vilket kan översättas till att enskild medlem också ska larma vid alltför låga arvoden, så kallade ”skambud”. Både frilansmedlemmar och anställda kan uppmanas till det, förutsatt att de har någon att larma till.

Såväl Frilans Riks som frilansklubbarna ska idag utse upphovsrättsansvariga styrelsemedlemmar (till ett upphovsrättsnätverk). De bör också kunna utse arvodesansvariga. Det gäller också förbundsstyrelsen och/eller förbundskansliet.

Det är också uppenbart att mer bör göras i form av information och kunskapsspridning kring vad som är skäliga arvoden, gentemot inköpare/redaktörer såväl som enskilda frilansare – det vill säga de som i praktiken kommer överens om arvodet. Visserligen har en del gjorts i det avseendet, men mer bör göras.

Frilansarna kan också uppmuntras att gå samman, bilda nätverk och protestera mot arvodesänkning som i Spoon-fallet, eller samlas och försöka förhandla fram högre arvoden, precis som radiojournalisterna på P3 och P1. Initiativ kan stöttas av arvodesansvariga på olika nivåer och av arbetsplatsklubbarna.

I handlingsplanen för upphovsrätt ges också arbetsplatsklubbarna ett större ansvar än i handlingsplanen för arvoden och trygghetsfrågor, vilket är märkligt och orimligt. Med tanke på att arvodespressen i högsta grad också undergräver de anställdas villkor, ligger det i deras eget intresse att med alla tillgängliga medel försöka påverka frilansarnas villkor – i synnerhet då arvodesnivåerna. För arbetsplatsklubbar och frilansklubbar är samarbete att betrakta som en överlevnadsfråga. Deras, och enskilda frilansmedlemmars, arbete för bättre arvoden borde också få ett genomtänkt och kontinuerligt stöd av Frilans Riks och förbundskansliet.

Det är samtidigt tydligt att den nuvarande (och begränsade) handlingsplanen för bättre arvoden inte har genomförts som det varit tänkt. Det gäller inte minst i arbetsplatsklubbarna. Där behövs mer input från Frilans Riks, andra distrikt och förbundskansliet. Mer fokus bör också läggas på att nyttja de förhandlingsmöjligheter som erbjuds i MBL och i frilansavtalet mellan Journalistförbundet och TU (som inkluderats i avtalet med Almega Medieföretagen). Även det kräver sannolikt mer hjälp från i synnerhet förbundskansliet.

Även när det gäller trygghetsfrågorna behöver handlingsplanen ses över och genomföras bättre. Samtidigt är det värt att påpeka att arvoden och trygghetsfrågor är intimt sammankopplade eftersom otrygghetens grund ofta är låga arvoden och låg inkomst.

2. En aktionsgrupp för bättre frilansarvoden

En samordningsgrupp eller aktionsgrupp bör tillsättas inom Journalistförbundet som planerar, samordnar, driver och följer upp det gemensamma arbetet för förbättrade frilansarvoden – bestående av förtroendevalda och funktionärer från förbundsstyrelsen och förbundskansliet, Frilans Riks och eventuellt andra distrikt samt frilansklubbar. Gruppen bör dock inte bli för stor. Det viktiga är att den samlar relevanta resurser och funktioner.

Aktionsgruppen kan förbättra utformningen, implementeringen och uppföljningen av handlingsplanen. Detta skulle också skicka en viktig signal till frilansmedlemmar, arbetsplatsklubbar, inköpande medlemmar och medieföretag om att Journalistförbundet tar arvodesfrågan på största allvar och är beredd att agera.

3. Överväg att tillsätta en frilansombudsman

För att ge frilansfrågorna högre prioritet, skapa kontinuitet och bygga en bro mellan frilansmedlemmar och anställda medlemmar, bör tillsättandet av en frilansombudsman på förbundskansliet övervägas. Frilans Riks har en arbetande styrelse, men den byts ut med jämna mellanrum och viktig erfarenhet går lätt förlorad, samtidigt som det är svårt att jobba långsiktigt med centrala frågor som arvoden, trygghetsfrågor och upphovsrätt. Till saken hör att arvodena för frilansfackligt arbete är relativt låga (en tredjedel av frilansrekommendationen), vilket gör det svårt att lägga ner mycket arbetstid på fackliga frågor och svårt att jobba långsiktigt.

En frilansombudsman tillsattes på förbundskansliet 1980 efter ett önskemål från dåvarande frilansklubben, men tjänsten avskaffades 1987. Frilans Riks har därefter på olika kongresser föreslagit att frilansombudsmannen återinförs. Senast på kongressen 2014 yrkade man i en motion att "Journalistförbundet snarast möjligt anställer en ombudsman helt inriktad på frilansfrågor". Men förbundsstyrelsen föreslog avslag med motiveringen att "det som motionen i grunden efterfrågar ska återfinnas i förbundets organisation" redan i dagsläget, om än fördelat på flera tjänster. Och det blev avslag. Ändå bör

frågan lyftas på nytt, inte minst för att arbetet för bättre arvoden och trygghet behöver en sammanhållande kraft, kontinuitet, implementering och uppföljning. Denna ombudsman skulle få en samordnande funktion i den ovan föreslagna aktionsgruppen.

4. Ett nytt rekommenderat lägsta arvode

Att slopa den nuvarande frilansrekommendationen vore oklokt, då många frilansare använder den som riktmärke och hävstång i förhandlingen med uppdragsgivarna. Men samtidigt är den irrelevant för väldigt många. Att döma av Arvodesguiden får bara en femtedel av frilansarna betalt enligt rekommendation. Vart tredje arvode faller dessutom under halva det rekommenderade arvodet och därmed under den nivå som motsvarar lägstalön i Journalistavtalet. Det senare kan – ur en facklig synvinkel – inte beskrivas som något annat än lönedumpning, vilket drabbar såväl frilanskollektivet som resten av journalistkåren. Man bör därför överväga att komplettera den nuvarande frilansrekommendationen – som mer är en medelrekommendation – med en miniminivå motsvarande lägstalönen i Journalistavtalet, uppräknad med den årliga ökningen av den avtalade lägstalönen.

Det handlar om ett golv som det åtminstone vore osolidariskt, oetiskt och rentav skamfyllt att gå under, för såväl enskilda frilansare som inköpande medieföretag och redaktioner. I Frilanskalkylatorn borde olika typer av spärrar och/eller varningar införas – förslagsvis en varningstext när ett visst angett timarvode ger en månadslön som ligger under lägstalönen. Allra minst borde information ges om vilka arvodesnivåer som motsvarar avtalad lägsta lön.

Ett arvodesgolv av det här slaget skulle sannolikt också motivera arbetsplatsklubbarna att försöka pressa upp arvodena, då det ju rör sig om ren underbudskonkurrens om arvodena ligger lägre. Beroende på hur löneläget ser ut på arbetsplatsen/i företaget kan också lokala lägsta arvodesnivåer beräknas, som inte undergräver avtalade löner. Idag ges många arvoden också per tecken, per artikelform eller per bild. Ofta har de slagits fast i arvodestabeller och arvodeslistor. Arbetsplatsklubbarna och frilansarna kan i de fallen tillsammans översätta dessa arvoden till arvoden baserade på nedlagd tid, så att de kan jämföras med de rekommenderade arvodesnivåerna.

5. Utred frågan om ”kartellbildning”

Idag tas det mer eller mindre för givet, inte bara av Almega Medieföretagen utan också av Journalistförbundet, att konkurrenslagstiftningen förhindrar frilansare och fack att förhandla om arvodesnivåer eller lägsta arvoden. Antagandet bör dock synas och utmanas, i synnerhet om exploatering, underbudskonkurrens och arvodesdumpning inte kan hindras på annat sätt.

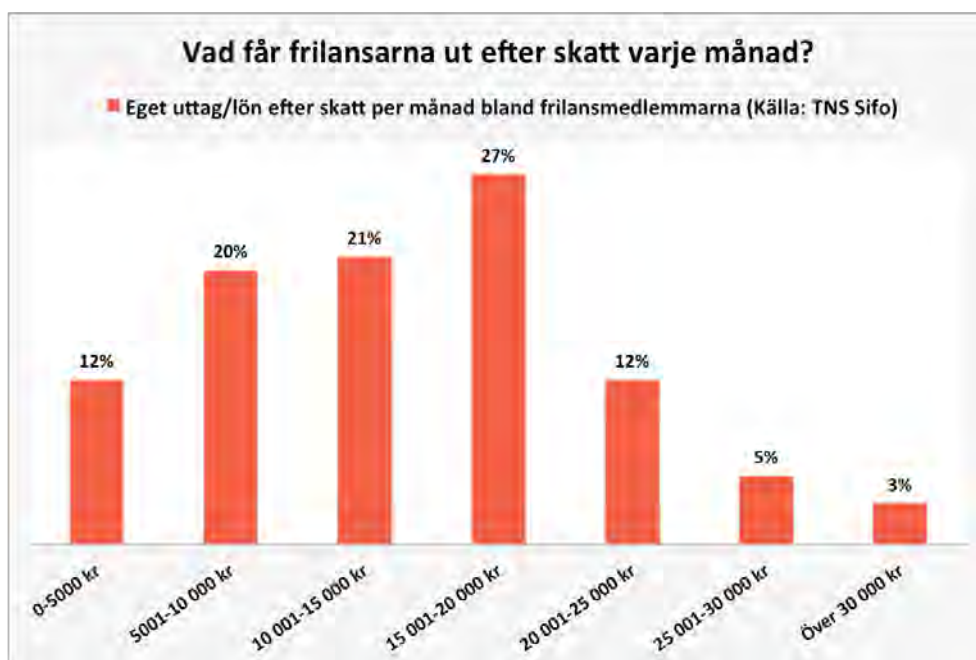
Syftet med konkurrenslagstiftningen är att skydda konsumenterna, det är därför man slår ner på gemensam prissättning och kartell-

bildning mellan företag. Men är frilansare vilka företag som helst? De befinner sig som regel i ett marknadsmässigt underläge gentemot köparen, och/eller i en beroendesituation. Skatterättsligt må de vara företag (med F-skatt), men vad är de arbetsrättsligt? När ska de betraktas som arbetstagare och inte? När ska de betraktas som självständiga uppdragstagare och inte? Kan de möjligen definieras som "beroende uppdragstagare" (i MBL "jämförda uppdragstagare"), och i så fall beröras av rättigheterna i MBL?

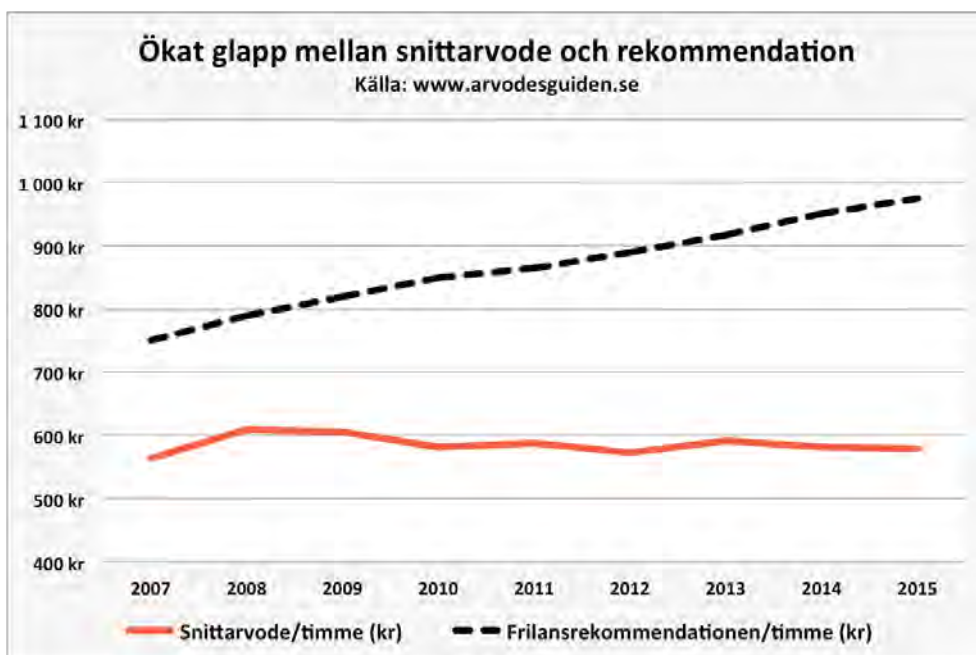
Det bör tillsättas en grupp – där utomstående expertis inkluderas eller konsulteras – som utreder rättsläget och tittar på andra branscher och andra länder. På vilket sätt kan och kan inte frilansare organisera sig och ta fajten för bättre arvoden? På vilket sätt kan och kan inte Journalistförbundet stödja detta? Under vilka förhållanden kan och kan inte överenskommelser och avtal slutas?

Diagram

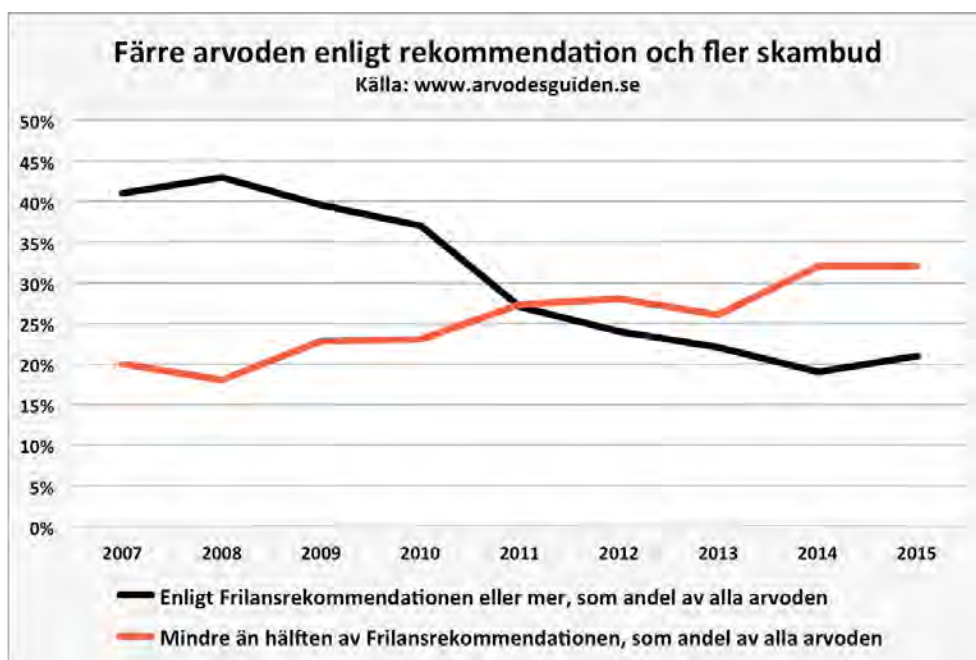
1.



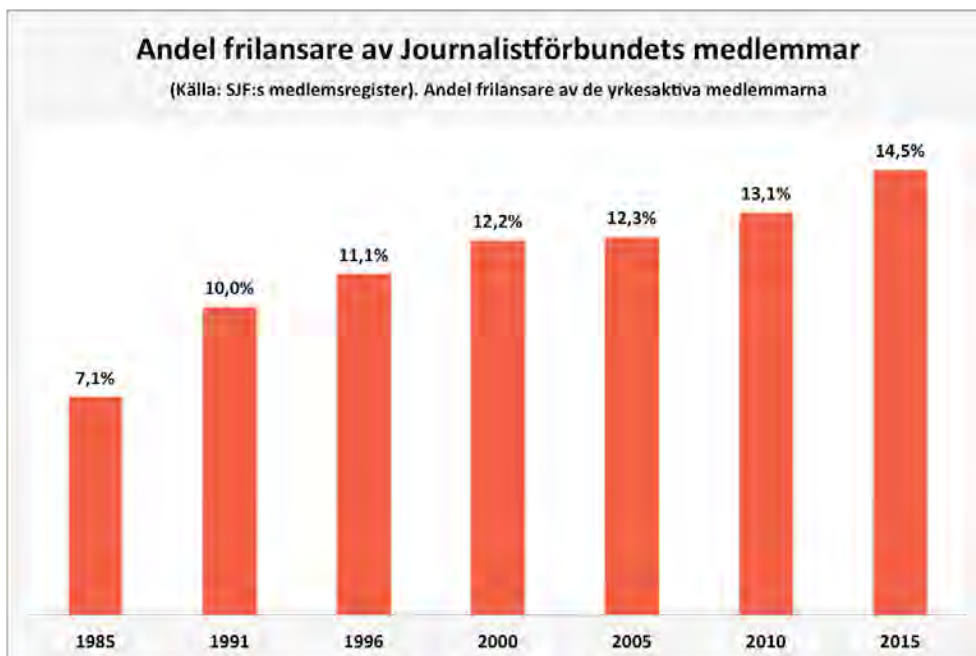
2.



3.



4.



Källförteckning

- 1 Resultaten från enkäten finns att ta del av i sin helhet på Journalistförbundets hemsida under fliken "Otrygg i Media". 622 av 1 832 registrerade frilansmedlemmar svarade på enkäten. 35 intervjupersoner fick inte avsluta enkäten – de jobbade "inte alls med/övervägande med annat än" journalistik, eller var "anställda och arbetar åt en eller flera arbetsgivare". 587 medlemmar slutförde enkäten. Det innebär en svarsfrekvens på 34 procent.
- 2 <https://www.sjf.se/for-dig-som-ar/frilans/anstalld-eller-frilans-vad-ar-skillnaden>
- 3 Nygren, Gunnar, "Tillfällig och flexibel – arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring", *Nordicom-Information* 34, 2012; Edström, Maria & Ladendorf, Martina, "Freelance journalists as flexible workforce in media industries", *Journalism Practice*, vol. 6, 2012
- 4 Standing, Guy, *Prekariatet: den nya farliga klassen*, Daidalos, 2013
- 5 Frågans formulering: "Hur mycket brukar du ta ut som eget uttag en genomsnittlig månad? Eller för dig som har A-skatt: hur mycket brukar du få ut i lön."
- 6 Alla beräkningar av månadslön efter och före skatt är gjorda på: <http://www.lonestatistik.se/lon-efter-skatt.asp>, beräknat på skattetabell 31, Stockholm
- 7 Edström, Maria & Ladendorf, Martina, "Freelance journalists as flexible workforce in media industries", *Journalism Practice*, vol. 6, 2012
- 8 Rottwilm, Philipp, *The Future of Journalistic Work: Its Changing Nature and Implications*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2014.
- 9 Örnebring, Henrik, *The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*, University of Oxford, 2012
- 10 Frilansjournalisten, nr 3 2005
- 11 *Brister i trygghet vid sjukdom på den moderna arbetsmarknaden*, TCO granskar, #2/15
- 12 *Journalisten*, nr 12 2015
- 13 Tillgång till tjänsten ges till alla frilansmedlemmar inom Journalistförbundet. Huvudansvarig för sajten är Frilans Riks styrelse. Syftet med tjänsten är att hjälpa medlemmarna att ta skäligt betalt, genom att guida till köpare som betalar bra och informera om vilka som dumpar priser. Ett annat syfte med tjänsten är att ge facket en bild av hur marknaden ser ut för frilansmedlemmarna.
- 14 För att få en rättvisande bild av arvodestrenden har alla arvoden som gällt A-skatt rensats bort, samt de uppdrag som tagit väldigt lång tid – upp till ett halvår (det gäller uteslutande tv-dokumentärer, som ett par år fanns med i ett fåtal rapporter och förändrade snittet avsevärt.).
- 15 Beräkningen har gjorts på följande sätt. Timarvode 488 kronor, vilket är halva frilansrekommendationen, har lagts in. Som overheadtid har 37,5 procent angetts, vilket är mitt emellan 25 och 50 procent som är det vanliga spannet i tjänstesektorn, enligt informationstexten. "Flexibilitetspremien" har satts till 0 istället för default som är 9. Siffrorna är alltså relativt snålt tilltagna, ändå motsvarar det enligt kalkylatorn 22 413 kronor i månaden, vilket är något mer än avtalad lägstalön för journalister 21 923 kronor/månad.
- 16 Werne, Kent, *Köparens marknad – otryggheten i mediebranschen #1*, Journalistförbundet, 2015

- 17 Enligt European Federation of Journalists är ungefär en fjärdedel av alla "mediearbetare" i världen numera frilansar. (*Mapping changes in employment in the journalism & media industry, Final Report: Changes in employment in the journalism & media industries in the UK and France*, European Federation of Journalists, 2012)
- 18 Edström, Maria & Ladendorf, Martina, *Freelance journalists as flexible workforce in media industries*, Journalism Practice, vol. 6, 2012
- 19 SCB
- 20 "Tusentals tvingas starta firma – för att få jobba", *Dagens ETC*, 24/11 2014
- 21 "De ofrivilliga företagarna", *Kaliber i P1*, 22 januari 2012
- 22 Thörnquist Annette. *False (Bogus) Self-Employment in East-West Labour Migration: Recent trends in the Swedish construction and road haulage industries*. TheMes, Themes on Migration and Ethnic Studies, 2013:41, REMESO, Linköping University. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:637985/FULLTEXT01.pdf>
- 23 Thörnquist, Annette, "Falskt egenföretagande – ett fenomen i arbetsmarknadens gråzon", *Arbetshistoria* nr 3-4 2013, s. 37-42. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:693481/FULLTEXT01.pdf>
- 24 Thörnquist, Annette, "Anställda blir företagare – en fråga för facket. Exempel med nutidsrelevans från den skandinaviska granitindustrin under mellankrigstiden", i Sundin, Elisabeth & Thörnquist, Annette (red), *När anställda blir företagare – studier om företagande i ett strukturomvandlings- och arbetsmarknadsperspektiv*, *Arbetsliv i omvandling 2006:17*, Arbetslivsinstitutet, s. 23-49. <http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:258155>
- 25 Thörnquist, Annette, "Anställda blir företagare – en fråga för facket. Exempel med nutidsrelevans från den skandinaviska granitindustrin under mellankrigstiden", i Sundin, Elisabeth & Thörnquist, Annette (red), *När anställda blir företagare – studier om företagande i ett strukturomvandlings- och arbetsmarknadsperspektiv*, *Arbetsliv i omvandling 2006:17*, Arbetslivsinstitutet, s. 23-49. <http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:258155>
- 26 Tyvärr visar inte statistiken hur många nya frilansmedlemmar som tidigare varit studerandemedlemmar respektive anställda medlemmar.
- 27 <https://www.sjf.se/for-dig-som-ar/frilans/strategi-for-starkta-frilansvillkor>
- 28 Frilans Riks historia finns nedtecknad i punktform på www.frilansriks.org/frilans-riks-historia/ för den som vill fördjupa sig i alla detaljer. Redogörelsen i rapporten är ett koncentrat.
- 29 F-skatt infördes mycket på grund av oklarheter i B-skattesystemet, vilka beskrivs så här i en utredning från Skatteverket 1998 (RSV Rapport 1998:4): Om "en person som bedrev näringsverksamhet anlitades skulle den enskilda näringsidkaren betala in sina skatter; då så kallad preliminär B-skatt, och sociala avgifter själv. Skattemyndigheten gjorde eventuellt sedan inte samma bedömning som parterna gjort. Rättsverkningarna av innehav av en B-skattsedel var att innehavaren skulle betala sin preliminära skatt själv, men inte att vederbörande automatiskt var att betrakta som näringsidkare. Någon som anlitade en person med B-skatt kunde mycket väl vara att anse som arbetsgivare med skyldighet att betala arbetsgivaravgifter."
- 30 Fallet Linn Ohlsson, vid Sveriges Radio. AD, Mål nr A 61/11. Journalistförbundet vann målet.
- 31 *Frilans Riks verksamhetsberättelse 2014-2015*
- 32 *Frilans Riks verksamhetsplan 2015-2016*

- 33 *Frilans Riks verksamhetsberättelse 2014-2015*
- 34 "Vi förhandlade utan facket", *Frilansjournalisten* 7/2 2013
- 35 "Vägen till högre arvoden: Gå ihop!", *Frilansjournalisten* 23/9 2014
- 36 <https://www.sjf.se/for-dig-som-ar/frilans/strategi-for-starkta-frilansvillkor>
- 37 Enkäten skickades till 203 "postmottagare", det vill säga kontaktpersoner för arbetsplatsklubbar och undersektioner. Undersektioner finns framförallt inom SR och SVT, och antalet svar från dessa är få. Några mejl studsade och nådde därmed inte fram till mottagarna. Några meddelade via mejl att klubben var nedlagd, att de representerar en undersektion till en klubb och därför inte hanterar frilansfrågor. Två svarande angav i enkäten att arbetsgivaren inte alls använder sig av frilansar. Av de återstående 186 svarade 54 på enkäten – en svarsfrekvens på 29 procent.

Outsourcad journalistik

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #3

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startade våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen "Vem tjänar på otrygga jobb?". Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok "Ofärdsland – livet längs arbetslinjen" handlar om den växande otryggheten och utsattheten.

Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord. En nödvändig kartläggning	4
1. Outsourcing i mediebranschen	5
Nya typer av mediefabriker	5
TV på entreprenad	6
Sveriges Radio blir kund	10
Redaktionell outsourcing	12
Slimma och konkurrensutsätt	16
2. Outsourcingens konsekvenser	20
En förändrad arbetsmarknad	20
Vanligt med lösa förbindelser	21
Tuffa arbetsförhållanden	24
Ofta utan kollektivavtal	28
Sämre villkor för frilansare	34
3. Nya fackliga utmaningar	36
Journalistförbundet i ny terräng	36
Svårt att rekrytera och organisera	37
Medlemskapets gränser	39
Att begära inkoppling	42
Att ställa krav på beställarna	46
Utredarens rekommendationer	48
Källförteckning	53

Förord: En nödvändig kartläggning

”Vita fläckar på kartan.” Så har mediebranschens underleverantörer beskrivits i fackliga sammanhang. Ett terra incognita, bortom de uppkörda allfarvägarna, till stora delar utforskat.

En del är förstås känt. Som att de stora mediehusen outsourcat allt mer till externa bolag. Men hur mycket, exakt till vilka och varför? Man vet också att få produktionsbolag har kollektivavtal. Men hur stor andel av underleverantörerna saknar egentligen avtal, och varför?

Sedan 1980-talet har en ganska vild flora av produktionsbolag och contentbyråer växt fram, där vissa är betydligt större än andra, där företag startats, lagts ner, döpts om, slagits ihop och köpts upp i en takt som gjort det svårt att hänga med i svängarna. Men det är förstås möjligt att skapa en bild av nuläget, och i backspegeln kan man få syn på trender som också indikerar vartåt det barkar.

I den här rapporten presenteras en kartläggning av de 50 största produktionsbolagen och contentbyråerna. 20 tv-produktionsbolag och koncerner, 10 radioproduktionsbolag och 20 contentbyråer. Vissa bolag rör sig inom flera mediesegment, men de har klassificerats efter sin huvudverksamhet. Tillsammans omsatte de 5,4 miljarder 2014. De producerar tv, radio, artiklar, tidningssidor och tidningar för mediehusen, men också – för att använda ett modeord – ”content” på uppdrag av företag. De rör sig i och definierar ett nytt medielandskap där underhållning, journalistik och marknadsföring flyter ihop.

Omvandlingen påverkar inte bara medieutbudet, utan också arbetsmarknaden för journalister och andra mediearbetare. I takt med att mer har outsourcats har mediehusens lönelistor krympt, och en del av de anställda som tvingats bort jobbar istället för underleverantörer. Och allt fler nyutbildade journalister börjar jobba direkt för produktionsbolag och contentbyråer. Men under vilka villkor?

I många produktionsbolag är tillfälliga anställningar norm. I contentbyråerna tycks det vara vanligare med fast jobb. Arbetsförhållandena kan vara tuffa, och reglerna oklara. Kollektivavtal är långt ifrån självklart, och ses i delar av branschen som otänkbart. Och Journalistförbundet har haft svårt att ta sig in.

Rapporten bygger på intervjuer med ett trettiotal anställda, frilansare och chefer; på årsredovisningar och andra rapporter, samt på samtal med forskare, fack och arbetsgivare.

Förhoppningsvis kan rapporten bidra till ökad kännedom och insikt – om hur branschen och marknaden ser ut, om hur det är att jobba i produktionsbolag och contentbyråer, och om möjligheterna att förbättra villkoren. Sist men inte minst presenteras konkreta handlingsalternativ – vägar till tryggare och bättre jobb.

1. Outsourcing i mediebranschen

Nya typer av mediefabriker

”Före 1990-talet producerades i stort sett alla radio- och tv-program som inte importerades, av de bolag som stod för sändningarna”, noterar medieforskarna Lennart Weibull och Ingela Wadbring.¹ Likadant såg det ut inom dagspressen och i tidskriftbranschen. Det som stod i tidningen hade med stor sannolikhet producerats ”inhouse” – även om ordet knappast ingick i medievokabulären på den tiden.

Sedan dess har såväl språkbruket som massmedierna omvandlats. Precis som i andra branscher har informations- och kommunikationsteknologin, tillsammans med nya managementmodeller och förändrade marknadsvillkor, drivit fram mer ”flexibla produktionssystem”, där delar har outsourcats till underleverantörer. Ja, enligt professorn och medieforskaren Gunnar Nygren befinner sig medierna ”i centrum av denna utveckling”.²

Outsourcing – eller ”utläggning av verksamhet på entreprenad” som det definieras i Svenska Akademiens Ordlista – blev på modet i näringsliv och offentlig sektor under 1990-talet. Strategin predikades av konsulter som tagit till sig den amerikanske managementgurun Peter Druckers maxim ”gör det ni gör bäst och outsource resten”. Genom att fokusera på den så kallade kärnverksamheten och köpa in annat från underleverantörer kunde man få bättre kontroll över budgeten och eliminera resursslöseriet, sade det.

Bilindustrin visade vägen. De enorma integrerade fabrikskomplex som en gång byggts upp av Ford och andra biltillverkare monterades ner och nya styrningssystem som Lean, med slimmad produktion och outsourcing, gjorde entré. Idag domineras bilindustrin av ett fåtal globala jättar som äger olika varumärken. Komponenterna tillverkas i en lång underleverantörskedja och anländer ”just in time” till Fords, Toyotas och Volvos monteringshallar, där de sätts ihop.

Ungefär så funkar det också i mediebranschen numera. Sedan 1980-talet har vi sett nya typer av mediefabriker växa fram.³

– Redaktionerna har blivit mindre och de köper in mer material utifrån eller från koncernkollegor. Man har gått från att kontrollera hela produktionen till att bara ha delar av produktionen själv och därutöver fungera som en beställarorganisation, säger Gunnar Nygren.

”Kunden – tidningen eller mediehuset – betalar en viss summa för att få ett garanterat material levererat på överenskommen tid”, som contentbyrå Appelberg formulerar saken.⁴ Det kan handla om en tv-serie, ett radioprogram, ett par artiklar, en helgbilaga eller formgivningen av en tidning – beroende på bransch och mediehus.

Mycket av den tv, radio och tidningstext som svenskarna konsumerar har alltså producerats av företag bakom kulisserna, vars logga dyker

upp först i eftertexterna, i marginalen eller inte alls. Samtidigt är skillnaden mellan olika delar av mediebranschen stor.

Bakom de svenska tv-kanalerna står idag fyra mediehus: licensfinansierade SVT, Bonnierkoncernen (TV4-gruppen), Stenbecks MTG (TV3 med flera) och SBS Discovery (Kanal 5 med flera). De tre sistnämnda producerar i stort sett ingenting i egen regi. De köper istället in program från produktionsbolag inom och utanför den egna ägarsfären. SVT har fortfarande en betydande egen produktion, men sedan 1980-talet har allt mer lagts ut på underleverantörer.

Outsourcingtrenden syns också inom SR och UR, även om volymerna är betydligt mindre. Och trots att de stora tidningskoncernerna var jämförelsevis sena till start, har outsourcingen tagit fart också där på senare år. Såväl textproduktion som redigering läggs i allt större utsträckning, om än i varierande grad, ut på nyhets- och contentbyråer.

Samtidigt är floran av underleverantörer minst sagt föränderlig, och tidigare dåligt kartlagd. Låt oss därför börja med att titta närmare på de största produktionsbolagen och contentbyråerna – på utvecklingen och nuläget – inom TV, radio, dagspress och tidskrifter.

TV på entreprenad

De 20 största bolagen och koncernerna som gör program i Sverige för de svenska tv-kanalerna hade en samlad omsättning på drygt 3,6 miljarder 2014. I summan ingår också produktion av spelfilm och viss reklamfilm, men merparten handlar om tv-produktioner: underhållning, talkshows, drama, dokumentärer, nyheter, sport, kultur, kunskapsprogram, barnprogram med mera.

Denna miljardindustri har växt fram under en trettioårsperiod. Startskottet kom när TV3 och TV4 drog igång sändningarna i slutet av 1980- och början av 1990-talet. Redan från början var ägarnas plan att beställa och köpa in en hel del program av externa producenter. Och på så sätt uppstod en marknad för tv-produktionsbolag.⁵

Bakom de första tv-produktionsbolagen stod ofta entreprenörer med ett förflutet inom tv eller film. Redan 1986 grundade Rolf Sohlman Jarowskij, 1988 startade Robert Aschberg och Pelle Thörnberg (med Jan Stenbeck i ryggen) Strix, 1989 drog Peter Setzman igång Baluba, 1990 lanserade Annie Wegelius produktionsbolaget Wegelius Television (senare omdöpt till Mastiff) och samma år grundades Meter Film & Television av Tobias Bringholm, Nicke Johansson, Michael "Mix" Hagman Eller och Anders Wåhlmark.

Allt eftersom växte marknaden. Inte bara som en effekt av de kommersiella kanalernas inköp, utan också på grund av att SVT redan under 1990-talet anlätade produktionsbolag.⁶ Och med åren formulerades kravet från staten tydligare i sändningstillståndet: SVT skulle (och ska) verka för "mångfald" och "variation" i programverksamheten genom "utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program", samt genom "utomstående medverkan".

TV-produktionsbolag

	Bolag / Koncern	Ägare	Kunder	Produktioner i urval	Ekonomi
1	Nice Entertainment Strix Television, Baluba, Titan Television	MTG (Stenbeck)	SVT, UR, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Strix: Farmen, Efterlyst, Grannfejden, Trolljägarna, Baluba: Hus i helvete, Dansbandskampen, Singalong, Sommarkväll. Titan: Tidsjakten, Antikjakten, TV3 Dokumentär, Tack för musiken, 112 på liv och död	Omsättning 2014: 667 968 000 kr Rörelseresultat: - 27 808 000 kr
2	Banijay Zodiak Nordic Mastiff, Jarowskij, Nordisk FilmTV, Yellow Bird	Banijay (Stéphane Courbits, De Agostini Group & Vivendi)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Mastiff: Så ska det låta, Det största äventyret, Pluras kök, Så mycket bättre, Deckarna. Jarowskij: Solsidan, Morran & Tobias, Parlamentet. Yellow Bird: Wallander, Millennium. Nordisk FilmTV: Hela Sveriges fredag	Omsättning 2014: 545 073 000 kr Rörelseresultat: 8 621 000 kr
3	Nyhetsbolaget	Bonniers	TV4-gruppen, SBS Discovery, Dagens Industri	TV4 Nyheterna, Nyhetsmorgon, Kalla fakta, Malou efter tio, Jenny Strömstedt	Omsättning 2014: 537 219 000 kr Rörelseresultat: - 8 752 000 kr
4	Endemol Shine Nordics Meter Television FilmLance International Sto-Cph Produktion	Endemol Shine Group (21st Century Fox, Apollo)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Meter: Äntligen hemma, Stjärnorna på slottet, Lyxfällan, Hela Sverige bakar, Svenska Hollywoodfruar. FilmLance: Beck, Bron, Morden i Sandhamn. Sto-Cph: Slaget om Sverige, Veckans brott, Svenska miljonärer	Omsättning 2014: 501 152 000 kr Rörelseresultat: 40 917 000 kr
5	Kanal 75	ATG	TV4-gruppen, Nyhetsbolaget	V75 Direkt, ATG Live, inslag i Sportnyheterna & Nyhetsmorgon	Omsättning 2014: 226 000 000 kr Rörelseresultat: 362 000 kr
6	The Chimney Pot Group	Henric Larsson, Michal Kalinowski	SVT, TV4-gruppen, produktionsbol.	Searching for sugarman, Callgirl, Snabba cash, en rad trailers för filmer och tv-program	Omsättning 2014: 214 856 000 kr Rörelseresultat: 26 870 000 kr
7	FremantleMedia	RTL Group (Bertelsmann)	MTG, TV4-gruppen	Idol, Talang, X-factor, Bonde söker fru, Hål i väggen	Omsättning 2014: 152 375 000 kr Rörelseresultat: 5 384 000 kr
8	Tre Vänner Produktion	SF (Bonniers)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery, Egmont	Svensson, Svensson, Cleo, Den fördömde, Fjällbackamorden	Omsättning 2014: 132 700 000 kr Rörelseresultat: 35 668 000 kr
9	Eyeworks Sweden	Warner Bros (Time Warner)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Postkodmiljonären, Bingo Lotto, Den stora resan, Faddergalan, Lotta på Lisseberg	Omsättning 2014: 117 437 000 kr Rörelseresultat: 7 830 000 kr
10	Anagram Produktion	Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	SVT, TV4-gruppen	Äta Sova Dö, Gynekologen i Askim, Intresseklubben, Trädgårdskampen	Omsättning 2014: 112 974 000 kr Rörelseresultat: - 4 133 000 kr
11	Elk Production	Anna Rydin, Estelle Bodén, Jocke Millgård, Mattias Olsson	MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Ett jobb för Berg, Dessertmästarna, Ninja Warrior Sverige, Parneviks, Pärön i solen, En ska bort	Omsättning 2014: 89 844 000 kr Rörelseresultat: 288 000 kr
12	Onside TV Production	Svenska Spel, Fotbollsförbundet	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Lotto, Keno	Omsättning 2014: 74 824 000 kr Rörelseresultat: - 8 093 000 kr
13	Nexiko Media	Filip Hammar, Fredrik Wikingsson, Lars Beckung	MTG, SBS Discovery	Hasselhoff, La Bamba, Jorden runt på 6 steg	Omsättning 2014: 58 896 000 kr Rörelseresultat: 6 828 000 kr
14	FLX TV	Felix Herngren, Pontus Edgren, Niclas Carlsson	SVT, TV4-gruppen	Solsidan, Boymachine	Omsättning 2014: 55 735 000 kr Rörelseresultat: 10 962 000 kr
15	ITV Studios Nordic	ITV Studios	SVT, TV4-gruppen, SBS Discovery	Halv åtta hos mig, Draknästet, Skönhetsfällan	Omsättning 2014: 40 158 000 kr Rörelseresultat: - 1 716 000 kr
16	Art89 Television	Mikael Hernström, Jonas Alassaad	SVT, UR, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	Diktatorn, Flator, Hoppas farfar dör, Raja - Gränsen, Djurakuten	Omsättning 2014: 30 836 000 kr Rörelseresultat: 4 796 000 kr
17	Monkberry	Fredrik Skavlan, Marianne Torp-Kierulf	SVT, NRK	Skavlan	Omsättning 2014: 28 226 000 kr Rörelseresultat: 245 000 kr
18	Thelma/Louise	Anders Helgesson, Karin af Klintberg Daniel Moll	SVT, Fortum, Ikano	Julkalendern 2015, Historieätarna, Trevligt folk	Omsättning 2014: 26 921 000 kr Rörelseresultat: 1 178 000 kr
19	Brand New Content	Pär Sundberg, Anders Sundberg	Aftonbladet TV, MTG, TV4- gruppen, SBS Discovery, Arla	Brottscentralen, Svenska hjältar, Vardagspuls, United states of cakes	Omsättning 2014: 26 649 000 kr Rörelseresultat: 4 705 000 kr
20	Filmpoint Communication	Erik Fägerwall, Janne Åsäter, Lena Lewerentz	TV4-gruppen, Volvo m.fl.	Diggilo, Joe Labero – en magisk värld	Omsättning 2014: 15 548 000 kr Rörelseresultat: 857 000 kr

2015 betalade SVT ut 732 miljoner kronor i samband med produktionsutläggningar, samproduktioner och inköp – vilket var 20 procent av den totala programbudgeten. Motsvarande siffra för 2007 var 300 miljoner kronor. Även med hänsyn tagen till inflationen handlar det om en fördubbling – ett resultat av en uttalad strategi.

– Vi har haft som mål att öka utläggningarna inom ett antal genrer, säger SVT:s strateg Jocke Norberg.

Utläggningarna väntas öka något för varje år, men några större förändringar är inte planerade. Och det finns inga krav på en viss kvot som i flera andra länder, påpekar Jocke Norberg.

Några kvoter finns inte heller för UR, som är den andra beställaren av tv-produktioner inom public service. Även UR har gjort produktionsutläggningar sedan tidigt 1990-tal, men precis som för SVT tog det rejäl fart först efter millennieskiftet. Av UR:s totala programproduktionskostnad på 282 miljoner gick en tredjedel (96,5 miljoner) till "utomstående medverkan och produktionssamarbeten" 2015 – vilket även inkluderade programanställda (en form av tidsbegränsad anställning). I timmar räknat handlar produktionsutläggen om en tiondel av totalen.

Till en början levererade ofta de nya tv-produktionsbolagen till en kanal, men inom några år såldes produktioner till flera köpare. Beställningarna rullade in. Liksom pengarna. Och då fick de expanderande mediekoncernerna upp ögonen för dem.

– Ganska snart, en bit in på 90-talet, köptes de mest framgångsrika företagen upp av de stora nordiska mediejättarna, säger medieforskaren och professor emeritus Staffan Sundin.

Annie Wegelius sålde Mastiff till Bonnierkoncernen, medan Schibstedägda Metronome tog över Meter Television. För att ta två exempel på tidiga uppköp. Och mot slutet av 00-talet såldes flera produktionsbolag till internationella jättar. En globalisering och ägarkoncentration som sedan fortsatt.⁷

– Under de senaste åren har vi sett hur utländska intressenter, stora koncerner och konglomerat, har köpt upp svenska produktionsbolag, säger Staffan Sundin.

Dessutom har flera internationella koncerner i sin tur köpts upp av större mediekoncerner eller slagits ihop med konkurrenter.⁸

I mitten av 00-talet förvärvade det då börsnoterade MTV Produktion de konkurrerande produktionsbolagen Mastiff och Jarowskij. Den nya koncernen bytte namn till Zodiak och köpte strax därpå produktionsbolaget Yellow Bird av bland andra författaren Henning Mankell. 2008 köptes i sin tur Zodiak upp av det italienska mediekonglomeratet De Agostini. Parallellt hade den franska produktionsbolagskoncernen Banijay köpt loss Nordisk Film TV från Egmont.

I februari 2016 slogs slutligen Banijay och Zodiak ihop till Banijay Group – enligt pressmeddelandet ”världens största oberoende produktions- och distributionsgrupp”. Mastiff, Jarowskij, Nordisk Film TV och Yellow Bird finns nu förenade i Banijay Zodiak Nordic Group, med en samlad omsättning på över en halv miljard 2014.

Shibsted sålde först Metronome till Shine, en del av Rupert Murdochs medieimperium, och 2015 slogs Shine ihop med den holländska jätten Endemol. Resultatet blev Endemol Shine Group, samägt av Murdochs 21st Century Fox och investmentbolaget Apollo Global Management. Den svenska grenens koncernmoderbolag Endemol Shine Nordics samlar nu de tidigare svenskägda Meter Television, FilmLance International och Sto-Cph Produktion under ett paraply (även Friday TV ingår, som dock bara förvaltar rättigheter) och den sammanlagda omsättningen var drygt en halv miljard 2014.

Tre andra större produktionsbolag har också utländska ägare. FremantleMedia ingår i RTL Group, som ägs av den tyska medie- och förlagsjätten Bertelsmann AG. Produktionsbolaget Eyeworks köptes 2014 av Warner Bros, en del av amerikanska Time Warner. Och för några år sedan köpte Storbritanniens största produktionsbolag ITV Studios det svenskstartade Silverback, nu ITV Studios Nordic.

De utlandsägda bolagen utmanas av Stenbecksfärens mediekoncern MTG (som bland annat äger TV3), som har vuxit genom att komplettera innehavet av Strix med köpet av Nice Entertainment Group 2013. De tidigare ägarna, det finska riskkapitalbolaget Cap Man, hade dessförinnan köpt upp och slagit ihop Baluba (2009), Titan Television (2011) och Nice (2011) i Nordic Alliance Group, som bytte namn till Nice Entertainment innan det såldes. Nice Entertainments tre dotterbolag Strix, Baluba och Titan omsatte 666 miljoner 2014.

Samtidigt har Bonnierkoncernen – med produktionsbolagen Tre Vänner Produktion (133 miljoner i omsättning) och framförallt Nyhetsbolaget (537 miljoner) skaffat sig en tätposition i branschen. Nyhetsbolaget knoppades av från (Bonnierägda) TV4, och har nu det uttalade uppdraget att ”göra samma program, till samma kvalitet, men till lägre kostnad”, enligt vd:n Åsa Tillberg.⁹ Man producerar fortsatt och mestadels för TV4, men ska därutöver sälja till andra. Hösten 2015 blev också det Bonnierägda produktionsbolaget Scandinavian Studios en del av Nyhetsbolaget, som då ökade sin omsättning.

Det finns fortfarande mindre svenskägda produktionsbolag, flera av dem relativt nystartade av tv-profiler som Filip Hammar och Fredrik Wikingsson (Nexiko Media), Felix Herngren (FLX TV) och Fredrik Skavlan (Monkberry), men utvecklingen går ändå mot större och större koncerner – ofta med utländska ägare. En förklaring är att entreprenörerna vill plocka hem pengarna. Många har också blivit mångmiljonärer på att sälja sina produktionsbolag. En annan orsak är att tv-produktion handlar mycket om rättigheter för olika programformat, särskilt på underhållningssidan.

– Om man har dotterbolag i flera länder kan man exploatera ett format och sälja in det på många olika marknader, säger Staffan Sundin. Samtidigt ska ägarkoncentrationen ses som en reaktion på allt hårdare marknadsvillkor och vikande marginaler.

– Det är en tuff marknad med en hel del utslagning, och många produktionsbolag har rätt så dålig lönsamhet, säger Staffan Sundin.

I en rapport beställd av branschorganisationen Film&TV-producenterna konstaterar konsultfirman Copenhagen Economics att ”produktionsbolagens lönsamhet är hotad”.¹⁰ Medianvinstmarginalen inom tv-segmentet bland Film&TV-producenternas medlemmar var 3,8 procent 2013 och 3,1 procent 2014,¹¹ och 2014 redovisade 14 av 25 bolag som Dagens Media granskade ett sämre rörelseresultat jämfört med föregående år.¹² En genomgång av boksluten för de 20 bolag och koncerner som listas i den här rapporten bekräftar bilden: Det samlade rörelseresultatet 2014 blev 105 miljoner, och den genomsnittliga rörelsemarginalen 3 procent. I vissa bolag var lönsamheten god, medan flera redovisade förlustsiffror.

Förklaringen är, enligt de produktionsbolagschefer som intervjuats för den här rapporten, prispress och färre beställningar från kanaler-na, i kombination med en överetablering av produktionsbolag.

– Genom att köpa upp konkurrenter eller gå ihop hoppas man bli så stark att man slår ut de andra. I ett läge när det är kärt på marknaden är det också en stor fördel om man har ekonomiska muskler så att man kan ta förluster, säger Staffan Sundin.

Sveriges Radio blir kund

Vid millennieskiftet hade flera tv-produktionsbolag ett drygt decennium på nacken. Också SVT hade ökat sina utläggningar och inköp, även om volymen var relativt liten. På radiofronten var det däremot sällsynt med externa programproducenter.

De kommersiella kanalerna gjorde sina program själva – mycket på grund av att radioproduktion inte krävde samma anläggningar och kapitalinsats som tv-produktion. Sveriges Radio hade visserligen fått direktiv av regeringen att ”i större omfattning” anlita produktionsbolag, men utan resultat. SR:s ledning förklarade den uteblivna outsourcingen med att ”de fristående produktionsbolagen inom radiosektorn än så länge är få och inte har samma mångfald som inom tv-sektorn”.¹³ Men det gick förstås också att vända på resonemanget: det fanns väldigt få bolag eftersom det knappt fanns någon marknad.

Den måste därför skapas. I sändningstillståndet för 2002-2005 blev kulturdepartementets krav på SR tydligare: ”Antalet produktionsutläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program skall öka”, hette det.¹⁴ Och SR svarade upp. Först på banan var P3, som la ut ett par programserier på produktionsbolaget Filt, som startades 2002 av Roger Dackegård och Erik Roll (båda tidigare anställda på SR), och

Radioproduktionsbolag

	Bolag	Ägare	Kunder	Produktioner i urval	Ekonomi
1	Munck	Jakob Munck	SR, UR	Kaliber, Nisses fredag, Specialisterna, Duellen, Institutet, Pop och Politik, Tänk till	Omsättning 2014: 18 297 000 kr Rörelseresultat: 1 099 000 kr
2	SMT Radio	Christer Jungeryd, Pia Jungeryd Kittel	SR	Plånboken, Kaliber, Efter sex, Jukeboxen	Omsättning 2014: 17 779 000 kr Rörelseresultat: - 23 000 kr
3	Filt	Roger Dackegård, Erik Roll	SR, SVT, UR	Vandrarna, Stil, Min bokhylla, Verkligheten, Lördagsmorgon med Eric Schöldt, Den vetenskapliga kärleken, Badet i Babel	Omsättning 2014: 13 628 000 kr Rörelseresultat: 257 000 kr
4	Massa Media	Li Skarin, Göran Hedemalm	SR, SVT, UR	Två på resa, Hästkrafter, Sommartoppen, Musikguiden, P4 Dans	Omsättning 2014: 8 990 000 kr Rörelseresultat: 15 000 kr
5	A-One Produktion	Anders Olsson, Anton Berg	SR	Spår, P3 Dokumentär, Musikguiden, P3 Spel, P3 Star, P3, P3 Kultur	Omsättning 2014: 7 441 000 kr Rörelseresultat: 931 000 kr
6	Tredje Statsmakten	Martin Wicklin, Petter Ljunggren, Lars Truedson	SR, SVT	Medierna, Söndagsintervjun, reportage i Uppdrag Granskning	Omsättning 2014: 5 920 000 kr Rörelseresultat: 375 000 kr
7	Ljudbang	Mikael Brodin, Christoffer Demby, Tony Österholm	SR, SVT, TV4-gruppen	P3 Dokumentär, Spår	Omsättning 2014: 5 552 000 kr Rörelseresultat: 7 000 kr
8	Rundfunk Media	Tommie Jönsson, Johanna Koljonen, Sara Lundin	SR	Fetmaland, Loppmarknadsarkeologerna	Omsättning 2014: 3 764 000 kr Rörelseresultat: - 104 000 kr
9	Produktionsbolaget Prata	Tobias Svanelid, Urban Björstadius	SR	Vetenskapsradions historia, Vetenskapsradion Forum	Omsättning 2014: 3 037 000 kr Rörelseresultat: 23 000 kr
10	Umami Produktion	Pernilla Ståhl, Fredrik Pålsson, Johan Chandorkar	SR, UR	Människans mått, OBS	Omsättning 2014: 2 838 000 kr Rörelseresultat: - 35 000 kr

på A-one, som startades samma år av Anders Olsson.

”Det är roligt att vara beställare”, sa Ulla Svensson på P3. ”Då måste vi verkligen precisera vad vi vill ha”. ”Vi uppfattade SR som oflexibelt och trögt”, sa Roger Dackegård. ”Det finns naturligtvis ekonomiska risker med ett eget bolag, men hellre det och få ha friheten och rörligheten.”¹⁵

Under kommande år höjdes ambitionsnivån. 2005 beslutade styrelsen att frigöra medel till externa produktioner genom att minska personalen. Och den tidigare folkpartisten Peter Örn – SR:s vd mellan 2004 och 2007 – drev på för att mer skulle läggas ut på produktionsbolag, däribland 70 procent av underhållningsprogrammen.¹⁶ Målet var att öka den externa produktionsbudgeten med 222 miljoner fram till 2010.¹⁷ Samtidigt startades fler radioproduktionsbolag, däribland Massa Media, Munck, SMT Radio och Ljudbang, som idag tillhör de största.

Peter Örns planer förverkligades inte fullt ut. Först backade han från de uttalade procentsatserna, och 2007 tvingades han avgå efter massiv kritik från personalen och fackklubben mot omorganisationen.

Den nya ledningen prioriterade inte produktionsutläggningar lika högt, och på senare år har budgetposten faktiskt krympt något.

2015 anlätade SR produktionsbolag och frilansare för 157 miljoner – vilket innebär en minskning jämfört med 2010 då summan var 178 miljoner. Trendbrottet skedde mellan 2012 och 2013, då produktionsutläggningarna minskade med 23 miljoner.¹⁸

De tio största radioproduktionsbolagen omsatte sammanlagt 87 miljoner 2014. Störst var Munck (18,3 miljoner), SMT Radio (17,8 miljoner) och Filt (13,6 miljoner). Marknaden för radioproduktionsbolag är alltså betydligt mindre sett till omsättningen än den för tv-produktionsbolag – mycket på grund av att SR och i viss mån UR är de enda stora beställarna. Och den ägarkoncentration som är så tydlig på tv-marknaden är inte särskilt påtaglig inom radio, även om de stora har vuxit och flera mindre bolag har det tufft.

Några radioproduktionsbolag uppvisade god lönsamhet 2014, nämligen Munck, A-one och Tredje Statsmakten. Resten balanserade kring nollstrecket eller gjorde en knapp förlust. Det samlade rörelseresultatet var 2,5 miljoner och snittmarginalen 3 procent.

Redaktionell outsourcing

Att tidningsredaktioner köper in text utifrån är inget nytt. Redan 1921 startades Tidningarnas Telegrambyrå (TT) av ett gäng storstadstidningar, och sedan dess har TT fungerat som underleverantör av nyheter. Men på senare år har verksamheten expanderat och ändrat karaktär genom en rad uppköp, sammanslagningar och satsningar på nya segment. Idag omsätter TT Nyhetsbyrån – majoritetsägt av Bonnier och Schibsted – över en halv miljard kronor, och säljer text, redigering, bild, video och grafik till en rad mediehus. Sedan 2010 har TT erbjudit kunderna färdigredigerade sidor, och gör numera också hela tidningar på entreprenad.

Våren 2014 fick personalen på gratistidningen Metro veta att TT skulle ta över produktionen av pappersupplagan – innehåll, redigering, rubbet – och att två av tre anställda skulle sägas upp. ”Kvar hos Metro blir den digitala produkten samt en liten beställarorganisation”, rapporterade SvD. Och snart var det Schibstedägda SvD:s tur att pröva TT:s utvidgade produktportfölj. Tidigare hade TT gjort bland annat sportsidorna, och hösten 2015 stod det klart att också kvällsredigeringen av tidningen skulle outsourcas till TT, flera tjänster försvinna från tidningen och sex miljoner sparas. ”Det hade nog känts konstigt för några år sedan”, sa SvD:s chefredaktör Fredrik Karén till Medievärlden, ”men vi har jobbat mycket med att outsourca de senaste åren”.¹⁹

Redan 2014 la SvD ut produktionen av tidningens bilaga Resor & Mat och delar av SvD Näringsliv på en den Bonnierägda contentbyrån Spoon. Redan 2009 var Spoon inblandat i en outsourcingaffär, då hela Stockholm Citys redaktion sades upp och produktionen av

Content- och nyhetsbyråer

	Bolag	Ägare	Kunder	Verksamhet och produkter	Ekonomi
1	TT Nyhetsbyrån	Schibsted & Bonniers (67 procent), andra mediekoncerner	SvD, DN, Aftonbladet, Talentum m.fl.	Säljer nyheter, bild, grafik, video, redigering och färdiga sidor en rad mediehus. Även content marketing på uppdrag av företag.	Omsättning 2014: 665 673 000 kr Rörelseresultat: 48 227 000 kr
2	Spoon	Bonnier Tidskrifter, (Bonniers)	Volvo, Electrolux, ABB, HSB, Scouterna m.fl.	Content marketing, kundtidningar, organisationstidningar, som Scouternas tidning Scout. Tidigare dagstidningsbilagor på entreprenad: Två dagar (GP), Resor & Mat (SvD), SvD-magasinet	Omsättning 2014: 217 146 000 kr Rörelseresultat: 11 822 000 kr
3	OTW	Stampen	GP, ICA, SAS Motormännen, TV4-gruppen	Content marketing, TV-produktion, gör GP-bilagan Två dagar, Motor, Buffé, Scandinavian Traveller. Fotbollsgalan, Sommar med Ernst, Tina på besök,	Omsättning 2014: 153 500 000 kr Rörelseresultat: 15 600 000 kr
4	Sitrus Agency	Nordic Morning	Greenpeace, Gränges, Kinder, Ford m.fl.	Content marketing, kundtidningar, medlemstidningar, kampanjer. Gör bl.a. Greenpeace tidning Action	Omsättning 2014: 131 527 000 kr Rörelseresultat: - 7 913 000 kr
5	Intellecta Corporate	Intellectakoncernen (på Nasdaq)	SIDA, SAS, Vasakronan m.fl.	Kommunikationsrådgivning, content marketing, kundtidningar och organisationstidningar, som SIDA:s OmVärlden, Almedalsbrevet och Världens pocket	Omsättning 2014: 102 626 000 kr Rörelseresultat: 2 233 000 kr
6	Appelberg	Media Planet International AB (t.o.m. dec 2014 Stampen)	Talentum, SIS, Hjärt- lungfonden, Skoda m.fl.	Content marketing, kundtidningar, organisationstidningar, gör Ny Teknik och delar av Affärsvärlden genom dotterbolaget A Publishing Partner	Omsättning 2014: 75 376 000 kr Rörelseresultat: 3 378 000 kr
7	Mini Media	Schibsted	SEB, Telia, Aftonbladet m.fl.	Content marketing, native advertising, branded content, digitala kundtidningar	Omsättning 2014: 45 990 000 kr Rörelseresultat: 8 403 000 kr
8	Roxx	Jakob Andersson m.fl. (Medarbetarägt)	Ladbrokes, ICA Kvantum, Åbro m.fl.	Content marketing, kundtidningar, personaltidningar, reklam. Gör bl.a. Laddies och Struktur.	Omsättning 2014: 38 900 000 kr Rörelseresultat: 3 281 000 kr
9	Chiffer Media	Peter Söderberg	Granngården, Beckers, BMW, Temaresor	Content marketing, kundtidningar som Grannliv	Omsättning 2014: 28 332 000 kr Rörelseresultat: 3 029 000 kr
10	Nyheter 365	Johan Rikner, Stefan Persson, Björn Forsgren, Peder Hök	Nordicbets, Visit Norway, SvD m.fl.	Content marketing, driver också viralsajten Newsner	Omsättning 2014: 26 550 000 kr Rörelseresultat: 4 136 000 kr
11	Lovstrom Content	Håkan Lövström	SJ, Fotbollsförbundet, Green Cargo m.fl.	Content marketing, kundtidningar som Kupé, Fotboll, Axel	Omsättning 2014: 23 353 000 kr Rörelseresultat: 1 949 000 kr
12	Åkesson & Curry	Bengt Åkesson	Swedavia, NCC m.fl.	Content marketing, kundtidningar, interntidningar, exempelvis Swedavia Magazine	Omsättning 2014: 21 204 000 kr Rörelseresultat: 465 000 kr
13	Wasp Communication	Expressen (Bonniers)	Albert Bonnier, Apoteket, ATG, HBO m.fl.	Content marketing, native advertising, kundtidningar, rörlig media, bl.a. Kändisarnas kök	Omsättning 2014: 15 131 000 kr Rörelseresultat: 1 148 000 kr
14	Make Your Mark	Aller Media	Unionen, MQ, Villaägarna, Försvarmakten m.fl.	Content marketing, kundtidningar, bland annat Villaägaren och Karolinska Magasin	Omsättning 2014: 14 144 000 kr Rörelseresultat: 143 000 kr
15	Global Times Group	Oskar Lindholm	SvD, Aftonbladet, Expressen	Tidningsproduktion, hemsidor, event, bilagor som Sport & Hälsa (SvD), Matchdax (Aftonbladet), Vinsider (SvD), Skidinfo (SvD), Nedsläpp (Aftonbladet)	Omsättning 2014: 11 858 000 kr Rörelseresultat: 1 252 000 kr
16	Content Innovation	Andreas Leijon, Per Boström, Lars Frank	Svenska Spel, Bravida, Uppsala Universitet	Content marketing, kundtidningar, interntidningar, som Spelnytt, Tracks och Brynåsmagasinet	Omsättning 2014: 11 424 000 kr Rörelseresultat: 1 527 000 kr
17	Rubrik Media	More Ventures Group, Jan-Olof Ekelund	ICA, Honda, Göteborgs stad, Västra Götalandsreg.	Content marketing, kundtidningar, som Trossen, Vårt Göteborg m.fl.	Omsättning 2014: 10 872 000 kr Rörelseresultat: 697 000 kr
18	A4	Pelle Andersson	Dagens Samhälle, Aller Media, Kommunal, Egmont	(Re)design, redaktionellt innehåll, totalproduktion av tidningar, grafisk profilering, egen tidning, A4	Omsättning 2014: 10 340 000 kr Rörelseresultat: - 17 000 kr
19	Final Content	Stina Lodén, Lisa Liberg, Helena Ohlsson	Sydsvenskan, Metro, HD, Brio, Granngården	Content marketing, annonsbilagor till Metro, Sydsvenskan m.m.	Omsättning 2014: 10 168 000 kr Rörelseresultat: 375 000 kr
20	Studio Desktop	Jauko Dahl	Volvo, Getinge Group, SEKO, Borås stad m.fl.	Redaktionell kommunikation, content marketing, kundtidningar och organisationstidningar som Agenda Magazine, Connect, 1866, Sjömannen	Omsättning 2014: 8 506 000 kr Rörelseresultat: 739 000 kr

gratistidningen hamnade på Spoon. Men eftersom även Stockholm City – som lades ner 2011 – ägdes av Bonnier var det en koncernintern fråga. Samarbetet med Shibsted innebar något nytt. Våren 2014 fick Spoon dessutom i uppdrag av Stampen att producera Göteborgs-Postens helgbilaga Två dagar. Även produktionen av ekonomibilagan var på väg att hamna i Spoons händer, men strax före jul 2015 blev det klart att Stampens egen contentbyrå (och tv-produktionsbolag) OTW fick ta över såväl helgbilagan som bostads- och ekonomibilagan. Vid årsskiftet 2015-2016 förlorade också Spoon uppdraget från SvD.

Samtidigt som Spoon tycktes tappa mark fick koncernkollegan Bonnier Tidskrifter och dess nystartade dotterbolag BT Content våren 2015 i uppdrag att producera Schibstedägda Aftonbladets bilagor Härligt hemma, Resa och Wellness. ”Vi ser det här som en växande marknad, och nu växlar vi upp och erbjuder innehållsproduktion såväl inom som utom koncernen”, sa Bonnier Tidskrifters vd Mats Carleson i ett pressmeddelande. ”Det som tidigare skulle uppfattats som oheliga allianser är nu en del av mediemarknaden”, tillade han.

Även tidskriftsförlagen har börjat med outsourcing. 2015 beslutade Bonnier Business Media att överlämna sidproduktionen i bland annat Veckans Affärer och Miljöaktuell till TT Nyhetsbyrån. Och efter att först ha lagt ut redigeringen av ett antal titlar på TT, bestämde sig Talentums ledning vårvintern 2015 för att lägga ut delar av innehållet i tidningarna Affärsvärlden och Ny teknik på A Publiishing Partner (APP) – helägt av contentbyrå Appelberg. Det var ”framvagnen” och ”bakvagnen” av Affärsvärlden som skulle ut på entreprenad, förklarade redaktionschefen Erik Wahlin.²⁰ Ett träffande ordval med tanke på att Talentums produktionschef Peter Edhäll året innan förklarat att ”mediebranschen måste tänka som bilindustrin” när det kommer till rationalisering av produktionen.²¹ Uppdragstagaren Appelberg deklarerade för sin del att ”det står klart att redaktionell outsourcing kommit för att stanna”.

Inom tidningsvärlden, till skillnad från inom tv och radio, föregick emellertid utbudet efterfrågan. Flera företag som nu producerar text och redigerar på entreprenad har funnits relativt länge. De startade som reklambyråer, eller specialiserade sig på att göra kundtidningar och personaltidningar på uppdrag av företag, organisationer och myndigheter. På senare år har de mer eller mindre konvergerat under beteckningen contentbyråer, och sysslar till övervägande del med det som kallas content marketing – innehållsmarknadsföring eller innehållsreklam. Content marketing har blivit ett närmast självklart begrepp i branschen. ”Nu pratar alla content”, skriver Chiffer – ett av de större bolagen – på sin hemsida.²² Chiffer och andra contentbyråer producerar fortfarande kundtidningar, men också webbtex, webb-tv, nyhetsbrev, varumärkta bilagor, storytelling och kampanjer i sociala medier. Man sysslar med ”reklam som engagerar istället för att irritera” och hjälper ”uppdragsgivare att berätta verkliga historier som når ut, berör, engagerar, och skapar mätbara effekter”, som ett par byråer beskriver sitt gebit. Målet är att ”bygga ett varumärke, stärka en re-

lation eller sälja en produkt” genom att använda sig av ”ett journalistiskt hantverk”.²³ Även TT Nyhetsbyrån producerar numera ”innehåll för alla företag som vill kommunicera”.²⁴

Journalister och det journalistiska hantverket står högt i kurs, eftersom ”det är sättet du berättar det på som avgör hur intressant det är för potentiella kunder”, som contentbyrån Nyheter 365 uttrycker det. Och vidare: ”En artikel kan skrivas på oändligt många sätt, men har en utformning, dramaturgi och ton som nästan alltid skiljer dem från ’vanliga’ texter som till exempel det du läser nu. I och med att våra journalister har mångårig erfarenhet från att skapa just denna känsla, kan vi på samma sätt beskriva dina produkter på ett underhållande, trovärdigt och relevant – men samtidigt affärsdrivande – sätt.”²⁵

Samtidigt levererar contentbyråerna i allt högre, om än i varierande utsträckning, innehåll till publicistiskt oberoende dagstidningar, tidskrifter och magasin som Aftonbladet och Affärsvärlden. Vilket alltså kallas ”redaktionell outsourcing”.

Marknadsföring och journalistik smälter här samman – organisatoriskt och i medieutbudet. Något som Medieutredningen uppmärksammar i ett delbetänkande. Man kan se en växande gråzon mellan reklam och föregivet oberoende journalistik, och det blir allt svårare för ”medborgarna att särskilja olika typer av budskap”, menar utredarna, när företag – ofta via contentbyråer – ”med redaktionsliknande verktyg skriver om sina produkter och tjänster”.²⁶

Hur detta påverkar journalisters yrkesidentitet och Journalistförbundets möjligheter att rekrytera medlemmar och driva fram kollektivavtal, återkommer vi till.

Gråzonen illustreras också i årsredovisningarna, där företagens intäkter från marknadsföringsinsatser och redaktionell outsourcing inte skiljs åt. Hur mycket som härrör från det ena eller andra är alltså svårt att beräkna. Tillsammans omsatte de 20 största content- och nyhetsbyråerna – de flesta av dem medlemmar i branschorganisationen Swedish Content Agencies – hur som helst 1,6 miljarder 2014. Överlägset störst var TT (666 miljoner i omsättning 2014) – som närmat sig contentbranschen från nyhetsjournalistiken. Därefter kommer Spoon (217 miljoner), OTW (154 miljoner), Citrus Agency (132 miljoner), Intellecta Corporate (103 miljoner) och Appelberg (75 miljoner).²⁷

Det samlade rörelseresultatet för de 20 bolagen var 100 miljoner 2014 och den genomsnittliga rörelsemarginalen 6 procent. Lönsamheten varierar. TT Nyhetsbyrån redovisade till exempel ett rörelseresultat på 48 miljoner (rörelsemarginal 7 procent), man kunde dela ut 50 miljoner till aktieägarna och ledningen trodde på en ”fortsatt utveckling med god lönsamhet”. Även Mini Media, Chiffer Media, Nyheter 365, Global Times Group och Content Innovation gick bra, liksom OTW:s contentsegment. Andra bolag redovisade positiva men relativt svaga resultat (Spoon, Intellecta, Appelberg), alternativt förluster (Citrus, A4).

Bedömningen av marknaden skiljer sig en del mellan bolagen. ”Profileringen som content agency blir allt viktigare och marknaden för content marketing blir allt hetare och starkare. Tillväxten ser ut att fortsätta”, skriver Spoon i sin årsredovisning, medan Intellecta Corporate noterar att konkurrensen och prispressen är hård. ”Prisnivåerna, som pressats ner kraftigt under den utdragna lågkonjunkturen, visar inga tecken på återhämtning”, skriver man.

Flera contentbyråer är utlandsägda eller en del av en större mediekoncern. Men många drivs också av entreprenörer. Det har skett uppköp och sammanslagningar på senare år, men ägarkoncentrationen är inte lika långt gången som inom tv-produktionen.

Slimma och konkurrensutsätt

Orsakerna till outsourcingen i mediebranschen är flera: statliga direktiv till public service-företagen att lägga ut produktioner på externa bolag, en vilja att blåsa nytt liv i en produkt och skapa mer variation i utbudet, och insikten om att någon annan kanske kan utföra vissa uppgifter bättre. ”Det är troligt att drivkrafterna bakom de senaste årens outsourcing ... har varit den ökade grad av specialisering som möjliggjort en effektiviserad arbetsfördelning”, menar till exempel docenten i nationalekonomi Roger Svensson.²⁸ Man fokuserar på ”kärnverksamheten” och outsourcar resten, som det heter. ”Vi kommer kunna fokusera på det viktiga för oss”, som Affärsvärldens redaktionschef Erik Wahlin sa i samband med att samarbetet med Appelbergs A Publishing Partner offentliggjordes.²⁹

Den teknologiska utvecklingen – först datoriseringen sedan informations- och kommunikationsrevolutionen – har dessutom gjort det enklare att splittra upp produktionen organisatoriskt och geografiskt. Man ska inte heller underskatta den följa John-mentalitet som lätt uppstår. Det som börjar i en bransch – exempelvis bilindustrin – sprider sig till lätt andra branscher. Och om ett företag med viss framgång provar ett nytt grepp, tar andra gärna efter.

En helt avgörande drivkraft i sammanhanget är dock sökandet efter effektiviseringar och lägre kostnader.

– Mediebranschen går igenom en ekonomisk kris. Då måste man hitta olika sätt att minska kostnaderna samtidigt som man vill upprätthålla nivån på produktionen, och det är därför allt detta med outsourcing och liknande förekommer, säger Gunnar Nygren.

– Det är bara ytterligare ett sätt att kapa kostnader, det är allt de försöker göra, instämmer medieprofessorn Robert Picard.

För såväl uppdragsgivare som utförare förefaller detta uppenbart. ”Mediehusens skäl till att göra detta torde vara tydliga för alla med någon som helst inblick i branschen ... den som inte lyckas generera intäkter tvingas förr eller senare kapa fasta kostnader istället”, skriver Appelberg i en artikel om redaktionell outsourcing.³⁰

– Vi har sett att många mediehus har velat dra ner på sina fasta kostnader och få mer rörliga kostnader, och vi såg en affärsidé där, säger Göran Lind på Appelbergs bolag A Publishing Partner.

Han tror att fler medieshus kommer att ”köpa in yttre kompetens” i takt med att redaktionerna slimmas och den fasta personalen bantas.

Outsourcingen kan alltså ses som en del av mediebranschens bantningskur. En ny form av organisationsdiet, om man så vill. Genom att lägga ut saker på produktionsbolag och contentbyråer kan man nämligen krympa personalstyrkan – och framförallt göra sig av med tillsvidareanställda. Exempel på det är uppsägningen av merparten av personalstyrkan på Metro och den nedbemanning som skett på SvD, samtidigt som allt mer har lagts ut på TT. Även inom public service-företagen har personalen minskats i takt med att produktionsutläggningarna har ökat. Inte sällan har det ena aviserats tillsammans med det andra, vilket väckt debatt.

Genom att outsourca verksamhet kan man åberopa arbetsbrist och därmed komma runt LAS, vilket gör bantningskuren billigare. Nu har naturligtvis firmorna som tar över produktionen också anställda, men på det här sättet blir mediehuset av med en del av ”problemet”.

Om det ska vara ekonomiskt rationellt att outsourca måste det förstås – i det långa loppet – bli billigare än att göra det inhouse. Det är dock inte alltid givet att det blir så, enligt SVT:s strateg Jocke Norberg:

– I några fall kan det vara ekonomiskt lönsamt för oss att använda oss av produktionsutläggningar, för det är så sällan vi själva använder oss av vissa resurser. Men i många fall blir det dyrare för oss att använda produktionsbolag. Bland annat måste vi betala 6 procents moms, eftersom vi inte får dra av den. Och utöver det ska vi betala ett vinstpåslag till produktionsbolagen.

Det bör påpekas att vinsterna inte är särskilt höga bland underleverantörerna – i synnerhet inte inom radio och tv.

Bättre går det för de kommersiella kanalhusen. Det traditionella, linjära, tv-tittandet har visserligen minskat något på senare år och branschen genomgår en strukturomvandling. Men av de senaste årsrapporterna att döma går det inte att tala om en kris för tv-branschen som helhet. TV4-gruppen rapporterade en ökad omsättning och ett stärkt resultat 2015 jämfört med året innan,³¹ och senast i februari 2016 aviserade MTG höjd aktieutdelning.³² ”Våra produkter har aldrig varit starkare och ambitionen är att öka vår försäljning och vinst för 2016”, sa MTG:s koncernchef Jörgen Madsen Lindemann till Medievärlden.³³

I sin analys över tv-producenternas ekonomiska villkor lyfter Copenhagen Economics fram att ”mediehusen på den svenska marknaden har och utnyttjar en stark köparmakt, till nackdel för produktions-

bolagen”. Anledningen är att det finns ”många produktionsbolag och endast ett fåtal mediehus ... och att varje mediehus relativt enkelt kan byta från ett specifikt produktionsbolag till ett annat”. Givet att detta stämmer kan man alltså säga att produktionsbolagen – precis som frilansjournalister – agerar på en köparens marknad, där mediehusen drar nytta av sin starkare position och pressar priserna. Fenomenet kan beskrivas som ett marknadsmisslyckande, och är välkänt från till exempel den amerikanska dagligvaruhandeln och bokbranschen. När några få stora koncerner – som WalMart och Amazon – dominerar i inköpsledet, kan de som regel också diktera villkoren för underleverantörerna.

I Copenhagen Economics analys påpekas dessutom att ”SVT har särskilt stark köparmakt”, bland annat på grund av att man alltid kan ”substituera extern produktion mot intern produktion”, det vill säga ta det inhouse om priset för en produktion blir för högt.

Vad svarar SVT:s strateg Jocke Norberg på det?

– Vi är ju stabila i vår finansiering, vilket gör att vi är något av en garant för att produktionsbolagen har en något jämnare förfrågan på sina tjänster. Samtidigt är det viktigt att vi behåller resurser för att klara att producera själva så att vi inte blir helt beroende av produktionsbolagen. Om vi inte gjorde det skulle de kunna höja sina priser till nivåer som vida skulle överstiga vad vi själva kan producera för, säger han.

Köparmakten kanske inte alltid utnyttjas, men den är ändå en viktig faktor. Nationalekonomen Roger Svensson påpekar också att ”det är mer attraktivt att köpa in varor eller tjänster ju hårdare konkurrensen mellan underleverantörerna är”. Ju mer konkurrens, desto mer upplagt för prispress. Ett sätt att bemöta köparmakten är därför att aktivt minska konkurrensen. Det kan man göra genom kartellbildning – vilket är olagligt – eller genom att slå ihop konkurrerande bolag i koncerner och koncentrera ägandet. Något som också sker, särskilt bland tv-produktionsbolagen. Och fler uppköp och samgåenden är definitivt att vänta framöver, enligt en vd i ett större produktionsbolag: ”Det är i princip omöjligt för ett litet eller medelstort indie-bolag med de stora kanalerna som huvudkund att klara sig idag”, skriver han. ”Att bli uppköpt kan vara räddningen. För koncernerna ligger uppsidan i att samla starka varumärken i sin korg där administrativa funktioner kan slås samman för att få lägre kostnader och med det kunna möta prispress.”

Med ökad ägarkoncentration i produktionsledet är det möjligt, ja rent av sannolikt, att mediehusens köparmakt minskar, och att tv-produktionsbolagen kan förhandla fram mer fördelaktiga kontrakt. Men risken är att det sker till priset av minskad mångfald och variation, eftersom programformaten i jakten på stordriftsfördelar och ökad lönsamhet anpassas till en internationell marknad.

Nu är köparmakten inte den enda faktorn i sammanhanget. En för-

utsättning för att det ska löna sig att lägga ut saker på entreprenad är också att underleverantörernas kostnader kan hållas nere. Vilket i synnerhet gäller om underleverantörerna vill ha en viss vinstmarginal. Och i mediebranschen handlar den stora kostnadsposten om löner och andra arbetskraftskostnader.

Ur ett fackligt perspektiv är det ofta här skon klämmer. Man oroar sig för att den som jobbar för eller frilansar för underleverantörerna har sämre villkor än den som får sin lön eller sitt arvode direkt av mediehusen. I alla händelser ligger många av produktionsbolagen och contentbyråerna utanför den fackliga inflytelsesfären. De beskrivs som "vita fläckar på kartan". Frågan är därför given: hur ser det egentligen ut?

2. Outsourcingens konsekvenser

En förändrad arbetsmarknad

Outsourcingen har också påverkat arbetsmarknaden för journalister och andra mediearbetare. I takt med att fler produktioner har köpts in utifrån och delar av det redaktionella arbetet lagts ut på entreprenad, har mediehusens egna lönelistor blivit kortare och tidigare anställda tvingats söka jobb hos underleverantörerna. Flera journalister som intervjuats för den här rapporten har till exempel gått från mediehus och redaktioner som SVT, SR, TV4, DN och Dagens Industri till ett produktionsbolag eller en contentbyrå. Allt fler nyutbildade journalister kliver också rakt in i underleverantörskedjan. En uppföljning från Södertörns högskola visar att 5,5 procent av de tidigare journaliststudenterna (som jobbar med journalistik) arbetar för produktionsbolag eller nyhetsbyråer.³⁴

En sammanställning av ”medeltalet anställda” år 2014 i de 50 största produktionsbolagen, produktionsbolagsgrupperna och contentbyråerna ger siffran 2 485. I de 20 största tv-produktionsbolagen och produktionsbolagsgrupperna handlar det om sammanlagt 1 414. Motsvarande siffra för de tio största radioproduktionsbolagen är 75 och för de 20 största contentbyråerna 996. Siffrorna är hämtade från bolagens årsredovisningar.³⁵

Som anställd räknas, enligt Bokföringsnämndens allmänna råd, ”arbetstagare i företagets tjänst” – vilket motsvarar arbetstagarbegreppet i LAS.³⁶ Uppdragstagare, det vill säga frilansare med f-skatt eller a-skatt, ska inte ingå. Det framgår också att medeltalet anställda ”ska beräknas på individnivå och utvisa antalet heltidstjänster enligt de villkor som gäller på arbetsstället”. Men man kan också redovisa ”summan av antalet arbetade timmar dividerad med normal årsarbetstid” (1 920 timmar), eller ”ett genomsnitt av antalet anställda personer enligt mätningar vid minst två representativa tidpunkter”. Och eftersom deltider och tidsbegränsade anställningar läggs ihop till årsarbetstider torde det verkliga antalet anställda under ett år vara betydligt fler än 2 485.

Många har i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter. De är bland annat producenter, projektledare, programledare, reportrar, skribenter, redaktörer, researchers, fotografer, filmare och redigerare. 569 av Journalistförbundets 12 700 yrkesaktiva medlemmar – 4,5 procent – är enligt medlemsregistret (som bygger på självrapportering) anställda i ett av de 50 största produktionsbolagen eller contentbyråerna. Den absoluta merparten av dessa jobbar för Nyhetsbolaget (225) och TT Nyhetsbyrån (187). Mycket tyder samtidigt på att organisationsgraden är väsentligt lägre bland underleverantörerna (se del tre), vilket innebär att antalet anställda med journalistiska arbetsuppgifter sannolikt är fler än 569. Exakt hur många är dock svårt att beräkna.

Därutöver anlitar produktionsbolag och contentbyråer som regel olika former av frilansare. Närmare en femtedel av Journalistförbun-

dets drygt 1 800 frilansmedlemmar uppgav till exempel i en enkät utförd av TNS Sifo hösten 2015 att de jobbar regelbundet för produktionsbolag (16 procent) och contentbyråer (17 procent).³⁷

På löne- och uppdragstagarlistan finns förstås en rad yrkesgrupper som hamnar utanför Journalistförbundets radar – som IT-utvecklare, säljare, art directors, skådespelare, regissörer och maskörer, och vid sidan av Journalistförbundet har Unionen och Teaterförbundet medlemmar som jobbar i och på uppdrag av de aktuella bolagen.

Vanligt med lösa förbindelser

Medeltalet anställda säger inget om anställningsformerna. Av en rad intervjuer med anställda och chefer inom produktionsbolagen och contentbyråerna framgår dock att tidsbegränsade anställningar och korttidskontrakt är mycket vanligt. Särskilt inom tv och radio.

Två intervjuade tv-producenter (som inte velat bli citerade) har båda arbetat mer än tio år för bolag som Jarowskij, Meter Television, Strix, Titan, OTW och Baluba. Och enligt dem är lösa förbindelser norm i branschen. Projektledare kan vara tillsvidareanställda, producenter är det ibland, men de flesta går på tidsbegränsade kontrakt.

En vd för ett större produktionsbolag säger att de har skurit ner den fasta personalen rejält på senare år, och att det nu i huvudsak är ledningsfunktioner och administration som är fast:

– I övrigt jobbar vi med visstidsanställda på avtal som löper lika länge som respektive projekt. Kunderna ställer krav på vilken personal som ska finnas i ett projekt för att det ska bli av, samtidigt som olika genrer kräver olika kompetenser vad gäller producent, redaktör med mera. Därför behöver vi ha en flexibilitet vad gäller personal.

Under rubriken ”Så ska det levereras” berättar också Balubas grundare Peter Setzman öppenhetligt för tidningen *Projektvärlden* att det på Baluba finns cirka 30 fasta medarbetare av sammanlagt 100 årsanställda. De med ansvar för innovation, utveckling, försäljning, företagsledning och produktionskoordinering är fast anställda, resten plockas in tillfälligt. ”När ett projekt är insålt på kanalerna bemannas de med producent, projektledare, programledare och teknisk personal” skriver *Projektvärlden*. Under ett år anlitar Baluba 300 personer i ”olika frilansroller”. Det fungerar ”nästan som ett bemanningsföretag”.³⁸

I en enkät genomförd av *Journalisten* avslöjar två andra tv-produktionsbolag hur stor andel som är fast anställd. Meter Television hade 145 personer på den senaste lönelistan, varav 30 fast anställda, vilket ger fördelningen 20 procent fast och 80 procent på korttidskontrakt. Samma procentuella fördelning uppgavs av OTW. Man gav också liknande förklaringar som den ovan: ”Vi är helt i händerna på våra beställare tv-kanalerna och eftersom många produktioner är riktigt stora så blir det också stora variationer i antalet kontrakt”, kommen-

terade Meter Television. ”Branschen präglas av korta beställningskontrakt från kunderna och konsekvensen av detta blir övervikt på frilansbaserade uppdragsavtal”, skrev OTW.³⁹

Att döma av flera andra tv-produktionsbolags redovisning av ”medeltalet årsanställda” anlitar också de många frilansare. Antalet anställda är ofta försvinnande litet i relation till omsättningen.

Gränsen mellan frilansare och tidsbegränsat anställda, mellan uppdragstagare och arbetstagare, verkar också uppluckrad. En del ser sig som och betraktas som frilansare, trots att de har ett anställningskontrakt. Andra jobbar på f-skatt tillsammans med anställda i ett projekt i flera månader. Så tycks det ofta fungera i branschen. Man vandrar mellan produktioner och produktionsbolag. Rörligheten är stor och förhållandena i högsta grad skiftande.

En ekonomichef i ett större produktionsbolag menar att andelen tillsvidareanställda sannolikt är högre inom stora bolag än inom små.

– Vår ambition är att ha en relativt stor fast personalstyrka, och vi klarar det eftersom vi har många löpande produktioner. I ett mindre bolag med färre och tillfälliga produktioner är det mycket svårare. Även för oss är det svårt att planera, beställningarna kommer stötvis och vi vet inte från ett år till ett annat hur många beställningar vi får, men det är ändå enklare att planera ju större man är, säger hon.

På Nyhetsbolaget, som knoppades av från TV4 2012, är merparten tillsvidareanställda. På senare år har personalstyrkan bantats rejält, och enligt vd:n Åsa Tillberg har ingen tillsvidareanställd sagts upp, förutom när TV4 beslutade att lägga ner de lokala nyhetsredaktionerna. Istället har man dragit ner på vikarie- och frilansanvändningen.

– Förut använde man inte den fulla potentialen, istället tog man in en massa extra, säger Åsa Tillberg.

Men den nya ordningen på Nyhetsbolaget innebär inte att alla är tillsvidareanställda.

– Vi har många fasta anställda. Men vi har också många tillfälliga program, och där får vi ta in folk vid behov. Då blir det visstidsanställningar och, när det är korrekt, frilanskontrakt, säger Åsa Tillberg.

Maria Jörgensson (fingerat) är vikarie på Nyhetsbolaget. Men hon vill helst ha en tillsvidareanställning. Hon har vikarierat i många år för olika mediehus och känner att det räcker nu.

– I början visste jag att det skulle bli svårt att få fast jobb, så jag accepterade tillfälliga anställningar. Men det har alltid varit jobbigt att inte veta vad som ska hända. Och nu är jag supertrött på det. Det är otroligt jobbigt att vara vikarie, varför ska jag ge och ge utan att få något tillbaka? Som vikarie upplever man att man jobbar hårdare, ändå blir man utkastad till slut. Jag vill ha ett liv där jag inte behöver oroa

mig längre. Jag tjänar pengar, men det är ändå så att livet hela tiden är på paus – det är svårt att skaffa barn och gå vidare.

Hur är det med anställningsformerna i de bolag som producerar radioprogram för SR och UR?

Svaren från radioproduktionsbolagen i *Journalistens* enkät (fem svar) ger en delvis splittrad bild av anställningsförhållandena i branschen: "Flera av de kontrakt vi har är korta och i projektform", skriver Massa Media. Produktionsbolaget Munck uppger att de har 25 personer på kontoret, varav "cirka 20 procent tillsvidareanställda" och resten tidsbegränsat anställda. "Andelen visstidsanställda beror på att marknaden ser ut som den gör. Vi agerar i en begränsad och ganska oförutsägbar marknad", skriver Munck. A-one hävdar däremot att "de flesta av våra anställda har tillsvidareanställningar" och att bara "några går på korttidskontrakt". Och Umami skriver att deras "ambition är att kunna tillsvidareanställa fler", men också att "det hänger ihop med hur långa kontrakt vi kan få" med uppdragsgivarna.⁴⁰

Att personalpolitiken – och hur den upplevs av de anställda – varierar bland radioproduktionsbolagen framgår också av de intervjuer som gjorts med en rad anställda för den här rapporten.

Robert Asplund (fingerat) är programanställd producent på ett av de större radioproduktionsbolagen, och han vittnar om en situation som liknar den inom många tv-produktionsbolag.

– Det vanligaste är att man är programanställd eller projektanställd. Det är få som är fastanställda här.

Själv har han jobbat på samma bolag i flera år utan att få en tillsvidareanställning. Istället har han levt i ständig ovisshet.

– De har satt i system att byta ut folk. Man gör det man gör i x antal år, sedan kommer någon annan och tar över projektet och fortsätter göra samma sak. Man känner sig väldigt utbytbar.

Rotationen påverkar arbetsklimatet negativt, menar han.

– Det skapar dålig stämning. Det finns de som frilansar som verkar lugna med att ha den här typen av liv, för de är vana att ha det så. Men vi andra pratar hela tiden om hur fruktansvärt det är.

Cecilia Rydberg (fingerat) har tidigare varit projektanställd och vikarierat på ett par olika produktionsbolag, men har nu fast jobb som radioproducent på ett annat bolag. "Även innan jag blev fast anställd kände jag mig trygg, vi skrev helårskontrakt och jag upplevde att arbetsgivaren var nöjd med min insats och ville ha mig kvar så länge produktionen fortgick", skriver hon. I bolaget hon arbetar nu är hälften tillsvidareanställda på heltid, medan hälften är projektanställda i alltifrån ett år till en månad. Utöver det tas personal in på frilansbasis

för enstaka dagar eller veckor, och programledare tas in för tillfälliga produktioner. ”Det verkar vara vanligast att frilansa”, skriver hon. ”Under åren har jag träffat och jobbat med många frilansande journalister och mitt intryck är att de allra flesta har blivit frilansar för att det inte går att få jobb på annat sätt.”

Att döma av intervjuer med flera journalister i de största content-byråerna är det vanligare med tillsvidareanställningar där. Enligt en redaktör på Spoon är det mest fast anställda på arbetsplatsen, även om det också finns projektanställda.

Efter att först ha varit projektanställd ett år på Spoon blev också Lena Jakobsson (fingerat) tillsvidareanställd:

– Det är vanligt att man kommer in på projekt, men jag tror ändå att man har ambitionen att tillsvidareanställas om det funkar. Det är ingen ”vickhets”. Tanken är mer att man ska kunna gå mellan projekten.

Samtidigt som det finns en fast kärna av redaktörer och andra projektledare kontrakterar contentbyråer en hel del frilansare på f-skatt för skriv- och fotouppdrag. Och på så sätt uppnår man den eftersträvarsvärda flexibiliteten utan många tillfälligt anställda.

– Man försöker klara sig på minsta möjliga fasta personalstyrka, och så tar man in frilansare eftersom man inte har personal så det räcker, säger en före detta anställd på Spoon.

Men även här finns de som valt en annan väg. Till dem hör Chiffer Media, som enligt vd:n och ägaren Peter Söderberg har tillsvidareanställd personal, och därutöver ”ytterst få frilansare”.

Tuffa arbetsförhållanden

För några år sedan skrev journalisten Anna Sahlström en bok om villkoren i tv-produktionsbolagen. Den baserades på egna erfarenheter, men också på ett 80-tal intervjuer med anställda och chefer. Produktionerna var ofta pressade och arbetsdagarna långa. Folk kunde jobba tio till femton timmar per dag, och många av de intervjuade hade stressrelaterade problem som huvudvärk och ont i magen. De korta anställningarna spädde på stressen, dels för att de vållade oro, men också för att det skapade dubbelarbete.

– Samtidigt som man var mitt i en produktion så var man tvungen att börja jaga och förbereda nästa knäck, säger hon.

Att jobba deltid var det dummaste man kunde göra, eftersom det ändå blev heltid och ofta mer än så. Lönerna var samtidigt orimligt låga för många anställda, om än inte för alla.

– Det var stora skillnader, säger hon.

En tv-producent som intervjuats för den här rapporten vittnar också om tuffa arbetsförhållanden. Samtidigt som det kan vara stimulerande är det stressigt, menar hon. Man måste hela tiden prestera på topp, annars blir det svårt att få fler jobb, och att sjukskriva sig är inget alternativ för den som vill överleva. Samtidigt går många in i väggen och blir utbrända, med långsiktiga konsekvenser.

Andra intervjuade pekar på samma eller liknande problem: pressade tidsplaner, långa dagar, särskilt runt deadline.

Så även på radioproduktionsbolagen. Två radioproducenter berättar att de själva måste utföra mycket av det man på Sveriges Radio har flera anställda till: de bokar medverkande, gör research, leder inspelningen, klipper, jobbar med webben och sociala medier. Med mera.

”Jag har många olika arbetsuppgifter, det är varierande och roligt”, skriver Cecilia Rydberg i ett mejl. ”Men det är svårt att vara bra på allt, att täcka allt, och det är tufft att göra det helt själv. Om jag är sjuk, ja då jobbar jag i största möjliga mån ändå – jobbet måste ju göras, det finns ingen som kan täcka upp för mig och det blir bara jobbigt om jag skjuter upp saker.” I teorin är det flexibla arbetstider som gäller. Men det blir sällan fördelaktigt, enligt Cecilia. ”Ibland kräver jobbet att jag stannar längre, saker måste helt enkelt bli klara i tid, och det är jag helt ok med. Dessvärre är det sällan jag går hem tidigt, eftersom det alltid är något som måste göras. Vi anställda uppmuntras att ta ut komp-tid och även ta ledigt om vi vill. Det är väl menat! Men att ta ledigt är i praktiken svårt. För min del är produktionstakten så hög att det inte funkar att vara borta, då blir jobbet inte gjort. Kollegor som jobbar med mer tillfälliga produktioner kan heller inte kompa ut förrän projektet är över, men då kanske de går rakt på med nästa.”

Stina Bergman (fingerat), programanställd producent på ett radioproduktionsbolag, berättar att det blir mycket gratisarbete.

– Det är spontana grejer som händer sent på kvällen och på helger som man måste ta hand om. Och det blir ingen övertidsersättning för det. På tre år har jag fått övertidsersättning två gånger, fastän jag jobbat väldigt mycket mer än jag ska.

Inom bolaget är många anställda på deltid, berättar hon, men folk jobbar som regel mer än de ska.

– Det är alltid något oväntat som händer – ett program som ska klippas om, någon gäst som bokar av, extra research, eller att saker helt enkelt tar längre tid än man tidigare trott, och så vidare. Så det blir alltid mer. Och när man har projekt som överlappar varandra så är det väldigt svårt att hålla koll på exakt hur mycket tid man jobbar i varje projekt, och övertiden blir svår att rapportera till arbetsgivaren.

Tidigare var hon programanställd på Sveriges Radio.

– Där var det åtminstone tydligare hur mycket man skulle jobba, och på SR behöver du inte slåss med din arbetsgivare om övertidsersättning. Här är varje dag en kamp, och man måste hela tiden vara beredd på att arbeta mycket mer än vad man egentligen ska utan att få mer betalt för det. Vi jobbar väldigt mycket gratis.

Det är många som är missnöjda, berättar hon.

– Även om man inte hade varit det själv så blir man väldigt påverkad av hur andra mår och hur dåligt man ser att folk blir behandlade.

Lönen borde vara högre med tanke på ansvaret och arbetsbördan, men det har varit svårt att förhandla, trots att bolaget hon jobbar på har kollektivavtal. Hon hade behövt mer stöd av facket.

Produktionsbolagen har också kritiserats för att utnyttja praktikanter som billig eller gratis arbetskraft. 2007 skrev *Expressen* om hur tv-produktionsbolagen gjort till vana att ta in praktikanter som bland annat loggare och produktionsassistenter, utan att ge dem ersättning.⁴¹ Och enligt Anna Sahlström var detta mer regel än undantag i de bolag hon jobbade för. Det var rentav så att vissa produktionsbolag budgeterade för ett visst antal anställda i de produktionsplaner som visades för kanalhusen, för att sedan ersätta några av dem med oavlönade praktikanter. På så sätt skapades en marginal.

Oavlönade praktikanter har inte bara förekommit inom tv-produktionsbolagen. 2012 avslöjades att Tredje Statsmakten, som gör Medierna i P1, inte betalade sina praktikanter. ”Så är den hårda verkligheten”, sa Tredje Statsmaktens vd Lars Truedsson då.⁴²

Hur ser verkligheten ut 2016?

En tv-producent som jobbat på flera produktionsbolag säger det har skett en förändring, att praktikanter nu oftast får vettiga arbetsuppgifter och en chans att lära sig branschen.

En vd på ett större tv-produktionsbolag beskriver dock användningen av praktikanter i följande ordalag:

– Det händer att vi har oavlönade praktikanter från medieskolorna, men vi försöker i samråd med dennes handledare ha en plan. Jag ska heller inte sticka under stol med att även vi – ibland, inte ofta – behöver ta in någon oavlönad för att helt enkelt få ihop affären. Men vi försöker undvika att göra det och lyckas ganska bra med det.

En del bolag gör ingen som helst hemlighet av att de inte betalar sina praktikanter. I en aktuell annons på sajten praktikant.nu skriver till exempel Eyeworks, som ägs av den amerikanska mediejätten Warner Bros: ”Vi ska spela in ett nytt format från mitten av oktober ca 18 inspelningsdagar och söker 3 härliga praktikanter. 2 produktionsassistenter med körkort samt 1 loggare till efterbearbetningen ... Vi kan tyvärr inte erbjuda ersättning men kan garantera en jättespännande

erfarenhet och ett härligt gäng att jobba med på ett av Sveriges största produktionsbolag.”

Hur är det att jobba på en contentbyrå? Flera av de som intervjuats vittnar om att förhållandena kan vara tuffa även där. Amanda Axelsson (fingerat) jobbade i knappt ett år på en större byrå:

– Jag trivdes bra. Det var frihet under ansvar som gällde. Men arbetsbördan var enorm. Det var väldigt mycket arbete för ganska lite pengar. Jag hade lite över 30 000 i månaden och jobbade nästan dygnet runt, hade ensamt ansvar för tre varumärken. Och någon övertidserättning såg jag inte röken av.

Lena Jakobsson (fingerat), redaktör på Spoon, berättar att hon i början blev ”chockad” över hur låga lönerna var. Biträdande redaktörer har kanske 30 000 och redaktörer sällan över 35 000. Efter några års anställning har Lena närmast sig 35 000, men menar att det borde vara mer med tanke på att hon drar in mycket pengar till bolaget och i praktiken jobbar på uppdrag av stora kommersiella företag.

– Vi pratar mycket om detta, och efter den sista löneförhandlingen var många ganska bittra, folk upplevde att ledningen inte alls lyssnade. Löneförhandlingen gick genom gruppchefen och man fick inte riktigt framföra sina argument till den som hade makten att sätta lönen.

Lena beskriver en företagskultur som påminner om det frikyrkliga, med mycket applåderande. Men det är trots allt inga problem att framföra kritik, menar hon. Henrik Tingsten (fingerat), tidigare redaktör på Spoon, har dock en annan bild:

– Det finns en kultur av att ”vi ska vara den bästa arbetsplatsen”, men man känner aldrig det. Det är toppstyrt och man blir överkörd, och tar vi upp ett problem så blir det inga förändringar. De säger ”vi tar med oss den frågan”, men det händer inget. Man känner att det pågår saker bakom kulisserna som vi inte kan påverka. Det var ett helt annat klimat än inom public service som jag jobbat för innan. Det var högre takhöjd.

Inställningen att ”kunden alltid har rätt” är också problematisk för en journalist, menar han. Kommer man från journalistiken är man van att säga vad man tänker, men i contentbranschen vill man helst inte stöta sig med kunderna, vilket gör att man ”inte kan föra en kritisk diskussion eller föreslå upplägg som känns bättre”.

I sin bok beskriver Anna Sahlström arbetsplatskulturen i tv-produktionsbolagen: Å ena sidan har cheferna ofta en kamratlig ledarstil, å andra sidan är det svårt att framföra kritik. Den som uppmärksammar missförhållanden ses som en gnällspik. Samtidigt sker det en slags sortering. Många som vantrivs lämnar branschen.

– Jag tror att det utvecklas en kultur där man som personal har en

acceptans för villkoren. Gillar man det inte så slutar man.

Själv bröt hon upp och omskolade sig till psykolog.

– Jag kände att jag ville arbeta med något annat, vara på en arbetsplats där folk faktiskt vill ha mig, där man är uppskattad och inte åker ut med huvudet före om man kritiserar något, säger hon.

Ofta utan kollektivavtal

Kollektivavtal mellan fack och arbetsgivare är en central del av den svenska arbetsmarknadsmodellen. Avtalen reglerar löner och övriga anställningsvillkor, och skapar ett golv som varken arbetsgivaren eller löntagaren får gå under. Kollektivavtalen har en stark ställning i Sverige, vilket beror på en internationellt sett hög facklig organiseringsgrad, men också på att en överväldigande majoritet av löntagarna finns i företag som är anslutna till en arbetsgivarorganisation. 2014 täcktes 92 procent av arbetarna i privat sektor av kollektivavtal. Bland tjänstemän i privat sektor var andelen lägre, 79 procent. Samtidigt kan man förstås vända på siffrorna och konstatera att 21 procent av tjänstemännen arbetar utan kollektivavtal. Dessutom har kollektivavtalens täckningsgrad minskat något sedan 1990-talet – vilket delvis beror på att större företag och offentlig sektor har outsourcat en del av verksamheten till underleverantörer.⁴³

– Täckningsgraden är klart lägre bland underleverantörer. Det rör sig ofta om nya företag utan fackliga traditioner och arbetsgivare som inte vill ha kollektivavtal, bland annat för att det kostar pengar, säger Anders Kjellberg, professor i sociologi i Lund som årligen sammanställer statistik över den fackliga organisationsgraden och kollektivavtalens täckningsgrad till Medlingsinstitutet.

Samma mönster syns i mediebranschen. De flesta större medieföretag i Sverige har visserligen kollektivavtal. Bland de 15 största mediehusen är det bara Stenbecks MTG som inte har det.

Bland underleverantörerna är kollektivavtal däremot mindre vanligt.

26 av de 50 största produktionsbolagen, koncernerna och content-byråerna har kollektivavtal med Journalistförbundet, Unionen eller Teaterförbundet – via Medieföretagen eller genom hängavtal. Samtidigt har 24 bolag, med 966 årsanställda, inte kollektivavtal med något av förbunden.

Bland de 20 största tv-produktionsbolagen och koncernerna har Journalistförbundet – genom Medieföretagen – endast kollektivavtal med Nyhetsbolaget och Kanal 75. Unionen har avtal med Nyhetsbolaget, Kanal 75, Meter Television (Endemol Shine), Eyeworks och Onside. Teaterförbundet har avtal med något fler, nämligen åtta av de 20 största tv-produktionsbolagen och koncernerna. I merparten av dessa är Teaterförbundet ensamma om att ha kollektivavtal.

Kollektivavtal eller inte

	Bolag / Koncern	Ägare	Kunder	Anställda *	Kollektivavtal?
1	Nice Entertainment Strix Television Baluba, Titan Television	MTG (Stenbeck)	SVT, UR, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	4 86 60 78	Nej Nej Nej Nej
2	Banijay Zodiak Nordic Mastiff Jarowskij, Nordisk FilmTV, Yellow Bird	Banijay (Stéphane Courbits, De Agostini Group & Vivendi)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	60 81 46 7 26	Nej Nej Teaterförbundet Teaterförbundet Teaterförbundet
3	Nyhetsbolaget	Bonniers	TV4-gruppen, SBS Discovery, DI	351	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
4	Endemol Shine Nordics Meter Television FilmLance International Sto-Cph Produktion	Endemol Shine Group (21st Century Fox, Apollo)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	2 29 15 6	Nej Unionen (Medieföretagen), Teaterförb. Teaterförbundet Nej
5	Kanal 75	ATG	TV4-gruppen, Nyhetsbolaget	48	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
6	The Chimney Pot Group	Henric Larsson, Michal Kalinowski	SVT, TV4-gruppen, olika produktionsbolag	128	Nej
7	FremantleMedia	RTL Group (Bertelsmann)	MTG, TV4-gruppen	52	Nej
8	Tre Vänner Produktion	SF (Bonniers)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery, Egmont	16	Teaterförbundet
9	Eyeworks Sweden	Warner Bros (Time Warner)	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	61	Unionen (Medieföretagen), Teaterförbundet
10	Anagram Produktion	Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	SVT, TV4-gruppen	75	Teaterförbundet
11	Elk Production	Anna Rydin, Estelle Bodén, Jocke Millgård m.fl.	MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	29	Nej
12	Onside TV Production	Svenska Spel, Fotbollsförbundet	SVT, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	19	Unionen (Medieföretagen)
13	Nexiko Media	Filip Hammar, Fredrik Wikingsson, Lars Beckung	MTG, SBS Discovery	42	Teaterförbundet
14	FLX TV	Felix Herngren, Pontus Edgren, Niclas Carlsson	SVT, TV4-gruppen	4	Teaterförbundet
15	ITV Studios Nordic	ITV Studios	SVT, TV4-gruppen, SBS Discovery	28	Nej
16	Art89 Television	Mikael Hernström, Jonas Allassaad	SVT, UR, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	20	Teaterförbundet
17	Monkberry	Fredrik Skavlan, Marianne Torp-Kierulf	SVT, NRK	4	Nej
18	Thelma/Louise	Anders Helgesson, Karin af Klintberg Daniel Moll	SVT, Fortum, Ikano	15	Nej
19	Brand New Content	Pär Sundberg, Anders Sundberg	Aftonbladet, MTG, TV4-gruppen, SBS Discovery	13	Nej
20	Filmpoint Communication	Erik Fägerwall, Janne Åsäter, Lena Lewerentz	TV4, Volvo m.fl.	9	Nej
21	Munck	Jakob Munck	SR, UR	20	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
22	SMT Radio	Christer Jungeryd, Pia Jungeryd Kittel	SR	10	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
23	Filt	Roger Dackegård, Erik Roll	SR, SVT, UR	10	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
24	Massa Media	Li Skarin, Göran Hedemalm	SR, SVT, UR	7	Journalistförbundet (Hängavtal)
25	A-One Produktion	Anders Olsson, Anton Berg	SR	9	Nej
26	Tredje Statsmakten	Martin Wicklin, Petter Ljunggren, Lars Truedson	SR, SVT	2	Nej
27	Ljudbang	Mikael Brodén, Christoffer Demby, Tony Österholm	SR, SVT, TV4-gruppen	6	Nej
28	Rundfunk Media	Tommie Jönsson, Sara Lundin, Johanna Koljonen	SR	5	Nej
29	Produktionsbolaget Prata	Tobias Svanelid, Urban Björstadius	SR	2	Nej
30	Umami Produktion	Pernilla Ståhl, Fredrik Pålsson, Johan Chandorkar	SR, UR	4	Nej
31	TT Nyhetsbyrån	Schibsted & Bonniers (67 procent), andra mediehus	SvD, DN, Aftonbladet, Talentum m.fl.	348	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
32	Spoon	Bonnier Tidskrifter, (Bonniers)	Volvo, Electrolux, ABB, HSB, Scouterna m.fl.	148	Nej
33	OTW	Stampen	GP, ICA, SAS, Motormännen, TV4	80	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen. Dock inte TV-delen).
34	Sitrus Agency	Nordic Morning	Greenpeace, Gränges, Kinder, Ford m.fl.	111	Unionen (Medieföretagen)

35	Intellecta Corporate	Intellectakoncernen (på Nasdaq)	SIDA, SAS, Vasakronan m.fl.	51	Nej
36	Appelberg	Media Planet International (t.o.m. dec 2014 Stampen)	Talentum, SIS, Hjärt-lungfonden, Skoda m.fl.	61	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
37	Mini Media	Schibsted	SEB, Telia, Aftonbladet m.fl.	33	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
38	Roxx	Jakob Andersson m.fl. (Medarbetarägt)	Ladbroses, ICA Kvantum, Åbro m.fl.	38	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
39	Chiffer Media	Peter Söderberg	Granngården, Beckers, BMW, Temaresor	15	Nej
40	Nyheter 365	Johan Rikner, Stefan Persson, Björn Forsgren m.fl.	Nordicbets, Visit Norway, SvD m.fl.	15	Nej
41	Lovstrom Content	Håkan Löfström	SJ, Fotbollsförbundet, Green Cargo m.fl.	10	Journalistförbundet (Medieföretagen)
42	Åkesson & Curry	Bengt Åkesson	Swedavia, NCC m.fl.	17	Nej
43	Wasp Communication	Expressen (Bonniers)	Albert Bonnier, Apoteket, ATG, HBO m.fl.	7	Journalistförbundet, Unionen (Båda via Medieföretagen)
44	Make Your Mark	Aller Media	Unionen, MQ, Villaägarna, Försvarmakten m.fl.	11	Unionen (Medieföretagen)
45	Global Times Group	Oskar Lindholm	SvD, Aftonbladet, Expressen	10	Nej
46	Content Innovation	Andreas Leijon, Per Boström, Lars Frank	Svenska Spel, Bravida, Uppsala Universitet	10	Nej
47	Rubrik Media	More Ventures Group, Jan-Olof Ekelund	ICA, Honda, Göteborgs stad, Västra Götalandsreg	10	Nej
48	A4	Pelle Andersson	Dagens Samhälle, Aller, Kommunal, Egmont	8	Unionen (Hängavtal)
49	Final Content	Stina Lodén, Lisa Liberg, Helena Ohlsson	Sydsvenskan, Metro, HD, Brio, Granngården	7	Nej
50	Studio Desktop	Jauko Dahl	Volvo, Getinge Group, SEKO, Borås stad m.fl.	6	Journalistförbundet (Hängavtal)

* "Medeltalet anställda" enligt bolagens årsredovisningar 2014. Som anställd räknas, enligt Bokföringsnämndens allmänna råd, "arbetstagare i företagets tjänst". Frilansare med f-skatt eller a-skatt, ska inte ingå. Av Bokföringsnämndens allmänna råd framgår också att medeltalet anställda "ska beräknas på individnivå och utvisa antalet heltidstjänster enligt de villkor som gäller på arbetsstället". Men man kan också redovisa "summan av antalet arbetade timmar dividerad med normal årsarbetstid" (1 920 timmar), eller "ett genomsnitt av antalet anställda personer enligt mätningar vid minst två representativa tidpunkter".

På arbetsgivarorganisationen Medieföretagen är man medvetna om detta. Man har inte utrett orsakerna, men enligt förhandlingschefen Hans O Andersson beror det sannolikt på att många företag anser att de har mycket att förlora på att teckna kollektivavtal.

– Kollektivavtal ska ju vara en win-win-situation. Företagen ska också uppleva att de får fördelar. Men om vi tar journalistavtalen så fördyrar de i mångt och mycket, säger han.

Medieföretagens vd Charlott Richardson menar att avtalen inte är anpassade till branschens speciella villkor.

– De befintliga Journalistavtalen och avtalen med Unionen är inte ursprungligen skrivna för den här branschen, utan för andra verksamheter, och de har inte hängt med i utvecklingen, säger hon.

De hinder hon räknar upp är "arbetstidsregler, anställningsformer, uppsägningsregler och försäkringskostnader".

Avtalen är alltför "oflexibla", säger hon. De är uppbyggda kring en "relativt statisk organisation med tillsvidareanställningar", och de lämpar sig illa för de villkor som produktionsbolagen har att verka under, där olika produktioner kräver olika typer av personal.

– Man bedriver ju inte fullskalig produktion hela tiden, och olika produktioner ställer olika krav på de medverkande. Man kanske behöver en viss typ av fotograf, vissa typer av skådespelare och researchpersonal bakom kulisserna, beroende på om det är en lek-tv-serie eller en dramaproduktion. Och man måste kunna anpassa kostymen efter inflödet av manus och produktionsmedel.

Charlott Richardson menar att avtalet med Teaterförbundet är mer flexibelt och branschanpassat. Där har man avtalat bort turordningsreglerna i LAS, och anställningen varar så länge inspelningen pågår. Under tiden är det dock ”bra betalt”, menar hon.

– Det är en flexibilitet i förhållande till verksamhetens art.

En vd för ett större produktionsbolag som saknar kollektivavtal ger en liknande förklaring. Bolagen skulle sannolikt inte ”överleva”, skriver han. ”Det är en verksamhet som är svår att reglera i allmänna regler – under vissa perioder behöver du jobba dygnet runt för att sedan kunna gå veckor där du helt planerar din egen tid. Man vet aldrig hur/när.” Och det han har ”sett av kollektivavtal på tidigare arbetsplatser är att de inte är anpassade till hur vår verklighet är utformad. De är fortfarande alldeles för anpassade till en ’industriverksamhet’ och medieproduktion a la dagspress från förr”.

Johan Lif, förhandlingschef på Journalistförbundet, säger att det är en utmaning att anpassa avtalen så att de funkar och blir intressanta för produktionsbolagen, utan att gå med på dåliga villkor.

– Men vi är alltid öppna för en förutsättningslös diskussion om hur man kan utforma avtal som passar branschen bättre, säger han.

Den ovan citerade produktionsbolagschefen undrar om det ens är befogat med kollektivavtal. Han talar om en ”höglönebransch” där förhållandevis unga anställda tjänar mellan 40 000 och 75 000 i månaden, har fem till sex veckors semester och ”styr ganska fritt över sina egna arbetstider”. De två tv-producenter som intervjuats säger att de tjänar mellan 45 000 och 80 000, beroende på arbetsgivare och projekt. I det ingår eventuell övertid, och övertid blir det ofta. Många andra som anställs i produktionerna tjänar dock väsentligt mindre – mellan 20 000 och 40 000 i månaden, berättar de. Och att praktikanter ibland jobbar gratis har redan konstaterats.

En av dem tror att det blir svårt att få till ett bra kollektivavtal eftersom man hela tiden rör sig mellan olika bolag och produktioner. Dessutom är projekten så olikartade. Den andra skulle helst jobba under kollektivavtal. ”Det skulle kännas tryggare”, skriver hon. Men hon tror att det blir svårt att få med bolagen på båten, eftersom de knappast skulle klara det ekonomiskt. Och Anna Sahlström, som tidigare jobbade i branschen, håller med: Så länge kanalhusen pressar priserna så pressar också produktionsbolagen kostnaderna.

Ofta framställs det som att kollektivavtalen bara ligger i fackets och

löntagarnas intresse, men när det nu finns en ordning med kollektivavtal blir spelplanen för företagen ojämn om några har kollektivavtal samtidigt som resten frispelar.

– Det kan ju bli ojuste konkurrens, säger Anders Kjellberg.

För Nyhetsbolaget kan kollektivavtalet mycket väl vara en ”konkurrensnackdel”, enligt företagets vd Åsa Tillberg.

– Nu verkar vi också utanför TV4, på den reguljära produktionsbolagsmarknaden. En marknad där människor jobbar under helt andra villkor än man gör på traditionella journalistiska arbetsplatser. Man har sällan kollektivavtal och det är väldigt mycket användning av praktikanter och folk som gärna jobbar gratis eller näst intill gratis för att få in en fot. Och där har vi en ganska stor konkurrensnackdel ekonomiskt, säger hon.

Nyhetsbolaget har kollektivavtal för att man är en stor redaktion med många journalister förklarar hon.

– Det är bara så det är, det är inget att fundera över. Det innebär att vi har tillgång till en otrolig kompetens, till många erfarna och duktiga journalister, men det gör oss förstås också mindre flexibla.

Det är också dyrare med kollektivavtal, säger hon.

– Alla som jobbar här får betald social trygghet. Och det är inte säkert när man inte har kollektivavtal. Vi betalar justa löner, plus pension, försäkringar och så vidare, och det blir dyrare. Vårt etermedieavtal innebär också högre kostnader för övertid, och vi har inga praktikanter som går gratis. Vi varken kan eller vill sätta det i system.

Företag som är anslutna till Journalistförbundets avtal måste nämligen betala minst hälften av den avtalade lägsta lönen till alla praktikanter.

Kollektivavtal innebär dock inte bara problem, enligt Åsa Tillberg.

– I längden kan det nog vara en fördel för oss att vi erbjuder justa villkor och att vi är en bra arbetsplats på det sättet, säger hon.

Hur ser det ut bland Sveriges Radios underleverantörer? Av de tio största radioproduktionsbolagen har fyra – Munch, SMT, Filt och Massa Media – tecknat kollektivavtal med Journalistförbundet och Unionen, medan sex bolag inte har det.

A-one har till exempel inget avtal, men hävdar i Journalistens enkät att alla anställda ändå har ”kollektivavtalsliknande villkor vad gäller lön, tjänstepension, försäkringar, semestervillkor och så vidare”. Och Umami Produktion förklarar i ett mejl att de ännu är för små för att ha kollektivavtal. De tre delägarnas löner ”hänger samman med resultatet”, de projektanställdas löner höjs ”kontinuerligt”, och

”den anställda har givetvis tjänstepension, skriver delägaren Pernilla Ståhl. Företaget har också många som jobbar med kortare projekt på frilansbasis med egna firmor. ”Om vi blir fler anställda kommer vi säkert att överväga kollektivavtal”, skriver hon.

Bland de 20 största contentbyråerna har elva kollektivavtal. Resten – däribland Bonnierägda Spoon – har det inte. Dotterbolaget Spoon On Demand, som tagit uppdrag från GP och SvD, har visserligen haft kollektivavtal, men verksamheten i bolaget har i princip avvecklats. Huvudbolaget Spoon Publishing saknar i dagsläget avtal. En redaktör på Spoon berättar att frågan har varit uppe på bordet.

– Men det blev inget. Det svåra var att samla alla anställda, eftersom det är så många skrån i företaget – däribland journalister, designers, formgivare och säljfolk. Och företagsledningen var ovillig.

En annan Spoonanställd berättar om ett personalmöte där ledningen förklarade att kollektivavtal inte var aktuellt.

Spoons vd Anders Ribba säger att man har diskuterat frågan under en längre tid. Utmaningen har varit att ”harmonisera” de anställdas villkor, men i princip har han inget emot kollektivavtal.

– Vi ser inga egentliga nackdelar. Vi har hela tiden varit positiva till kollektivavtal. Ur arbetsgivarsynpunkt är det snarare en fördel att veta vad som gäller i olika lägen. Inom något år eller så kommer vi sannolikt att teckna kollektivavtal, och i så fall med Unionen, säger han.

En annan contentbyrå som saknar kollektivavtal är Chiffer Media. Enligt ägaren och vd:n Peter Söderberg har man diskuterat fördelar och nackdelar.

– Vi har inte funnit några fördelar för de anställda. Vi tror att det skulle innebära lägre löner. Vi har också bra pensionsavsättningar, på 8 procent. Vi är också så pass få. Samtidigt tittar vi på hur de stora kollektiven förhandlar och tar intryck av det, säger han.

Ett liknande resonemang för Anders Leijon, vd för Content Innovation. Man har inte kollektivavtal ”men väl tjänstepension på 10 procent till alla anställda, en riktigt bra vårdförsäkring och betydligt bättre löneutveckling än snittet”, skriver han i ett mejl. Han tycker att det är värt att påpeka eftersom det är långtifrån självklart med tjänstepension i contentbranschen.

Den större konkurrenten Appelberg, vars dotterbolag A Publishing Partner bland annat gör delar av Affärsvärlden på entreprenad, har däremot kollektivavtal med såväl Journalistförbundet som Unionen. Vilket redaktionschefen Göran Lind tycker är bra.

– Appelberg är ett ”ordning och reda-företag”, vilket inte alltid är fallet i medie- och kommunikationsbranschen.

Och i motsats till Åsa Tillberg ser inte Göran Lind någon nackdel med att kunna erbjuda sina anställda kollektivavtal.

– Snarare kan det vara en konkurrensfördel när man ska rekrytera personal, säger han.

Sämre villkor för frilansare

Många frilansjournalister jobbar på uppdrag för och säljer artiklar till produktionsbolag och contentbyråer. Och villkoren varierar.

Av rapporten "Frihetens pris" framgick att arvodespressen är hård i mediebranschen.⁴⁴ Men mycket tyder på att outsourcingen av radio- och tv-produktioner, tidningssidor, bilagor och hela publikationer har satt ytterligare press nedåt på arvoden och andra villkor för frilansjournalister. Ett uppmärksammat exempel är när arvoden för de frilansare som gjorde dokumentärer för P3 sänktes i samband med att SR hösten 2014 gjorde sig av med producenttjänsten och outsource uppdraget till tre produktionsbolag. "I princip kan man säga att P3 gick från att anlita frilansar direkt, till att anlita produktionsbolag som i sin tur fick anlita frilansar", skrev Journalisten.⁴⁵ Vissa produktionskostnader som legat inhouse i radiohuset hamnade istället hos produktionsbolagen, vilket gjorde att det blev mindre pengar över till frilansarvoden. Ett annat exempel är när contentbyrån Spoon tog över produktionen av Göteborgs-Postens helgbilaga Två Dagar 2014 och sänkte arvoden för de frilansjournalister som levererat material till tidningen. "Ett viktigt syfte med att lägga ut produktionen är ju att skapa en mer kostnadseffektiv produkt" och "det kan betyda lägre arvoden", förklarade chefen för Spoons Göteborgskontor.⁴⁶

Senast under vintern 2015/2016 rasade en strid mellan Journalistförbundet och Bonnier Tidskrifter, vars nya dotterbolag BT Content bland annat producerar innehåll till Aftonbladets bilagor Resa, Härligt Hemma och Wellness. Anledningen är att företaget uppmanat anlitade frilansare att skriva på vad facket och många frilansare beskriver som ett "fulavtal", som skulle ge företaget ensamrätt till vidarepublicering av frilansmaterial. Frilansaren ska alltså inte kunna sälja sitt material vidare efter den första publiceringen. Företaget ska också ha rätt att publicera och bearbeta materialet "ett obegränsat antal gånger och utan begränsning i tid, geografiskt eller i omfattning", liksom använda det i marknadsföring. Om materialet säljs vidare ska frilansaren få 10 procent av grundarvudet, eller ingen ersättning alls om Bonnier Tidskrifter skänker bort materialet.

De som frilansat en längre tid för olika produktionsbolag och contentbyråer har också märkt av en förändring. En av dem är Anita Stenmark (fingerat), som beskriver hur de företag som gjort kundtidningar och organisationstidningar ett tag var "den sista utposten arvodesmässigt". Men så är det inte längre, skriver hon i ett mejl. "Generellt har även dessa sänkt arvoden med hänvisning till sin budget ... eftersom de konkurrerar sinsemellan och ska täcka sina

kostnader och göra vinst måste pengarna tas någon stans ifrån”, och då är ”frilansjournalisterna den givna målgruppen”. Ett konkret exempel är när ”Göteborgsposten” la över produktionen av ekonomisidorna på sitt eget produktionsbolag OTW, som valde att arbeta med samma inkörda reportrar, men till ett 40 procent lägre arvode”.

Jörgen Axelsson (fingerat) är också frilansare och har jobbat mycket för contentbyråer och tv-produktionsbolag genom åren. Och han pekar på ett mönster: ”Generellt sett skulle jag säga att så länge det är en produktion åt ett företag, det vill säga en text för en kundtidning eller nyhetsbrev, så ligger arvoden helt ok, för det mesta i linje med frilansreken. Det finns en vilja att förhandla, och det går absolut att försörja sig på det. När det däremot har handlat om att byrå i fråga har tagit hand om ett uppdrag för en vanlig tidning, som till exempel när GP lade ut ekonomibilagan på OTW, så finns det helt plötsligt inga pengar. Då sjunker arvoden markant, och förhandlingsviljan försvinner. Så de produkterna har jag slutat att göra för det blir för dålig timpenning.”

Det som är en central drivkraft bakom outsourcingen – att sänka kostnaderna – skapar en kedjereaktion. Mediehusen pressar priserna, och underleverantörerna pressar i sin tur villkoren för de som arbetar i eller frilansar för produktionsbolag och contentbyråer för att få ner kostnaderna och skapa en viss vinstmarginal. Om det inte finns kollektivavtal eller facklig närvaro på arbetsplatsen, och om konkurrensen också mellan frilansjournalisterna är hård, blir ekvationen enklare att få ihop. Men det har sitt pris.

3. Nya fackliga utmaningar

Journalistförbundet i ny terräng

Outsourcing innebär en utmaning för facket. Plötsligt dyker nya arbetsgivare upp, utan fackklubb, kanske helt utan medlemmar och utan kollektivavtal. Det blir som att börja på ruta ett. Man måste kartlägga, analysera, rekrytera, organisera, bygga en relation till och kanske ta strid med nya chefer och ägare.

Mediebranschen är inget undantag. När de nya kommersiella etermedierna (särskilt de som ägdes av Stenbecks MTG) och tv-produktionsbolagen dök upp på scenen uppstod ”vita fläckar” på kartan, ett främmande landskap utan fackliga traditioner där Journalistförbundet ofta saknade insyn och medlemmar. Och med många företag som vägrade teckna kollektivavtal.

Under 00-talet, när också public service la ut allt mer på produktionsbolag, tog Journalistförbundet hotet på allvar. Agneta Lindblom Hultén, ordförande under åren 2000-2011, väckte debatt kring outsourcingen: ”Det alltmer utbredda användandet av produktionsbolag hotar själva tanken med public service”, sa hon 2002. ”Man kringgår lagen om anställningsskydd, skapar förfärliga förhållanden för de anställda – och förlorar möjligheten till kontinuitet och en egen uthållig produktionsapparat. Jag vill inte att mina skattepengar, mina licenspengar ska användas till detta. Och jag vill inte att det ske utan att folk är medvetna om vad som sker.”

Journalistförbundet krävde att de produktionsbolag som anlidades av public service-företagen skulle omfattas av kollektivavtal. Något man inte fick fullt gehör för. Det stannade vid en uppgörelse 2004 med SRAO (Sveriges Radios Arbetsgivarorganisation, som 2009 anslöt sig till Medieföretagen) om att SR, SVT och UR skulle ha som ”ambition” att bara anlita produktionsbolag som ”driver sin verksamhet i enlighet med god sed på arbetsmarknaden”.⁴⁷ Journalistförbundet såg det som ”en rätt bra skrivning”. Den fick dock en högst begränsad effekt på kollektivavtalstäckningen eftersom det blev upp till arbetsgivarerna att avgöra vad som var ”god sed”. Public service-företagen skrev också egna policydokument, men inte heller i dessa blev kollektivavtal ett villkor för samarbete. SR-klubben kunde begära förhandling vid ”anlitande av utomstående produktionsbolag”, men man ansåg sig inte ha makta att stoppa ett bolag som saknade kollektivavtal.⁴⁸ SR fortsatte därmed anlita bolag utan kollektivavtal. Liksom SVT och UR.

2007 väckte Journalistförbundet frågan på nytt genom att, i ett brev, uppmana 20 av SVT:s, SR:s och UR:s underleverantörer att ansluta sig till kollektivavtalen. Vid den tiden hade bara radioproduktionsbolaget Massa Media tecknat avtal. ”Få radiolyssnare och tv-tittare vet att många av de populäraste programmen i våra svenska radio- och tv-kanaler köps de in från bolag som pressar priserna genom att utnyttja visstidsanställda i otrygga anställningar med låga löner och

långa arbetsdagar”, sa Agneta Lindblom Hultén⁴⁹, och hon tillade att ”produktionsbolagen är med och proletariserar yrkeskåren”.

– Vi fick hela tiden in rapporter från anställda i produktionsbolagen om dåliga förhållanden, med alltifrån gratisarbete till sexuella trakasserier, och vi tyckte att public service-företagen hade ett ansvar, som de inte ville ta. Och produktionsbolagen ville definitivt inte ta något som helst ansvar, säger Agneta Lindblom Hultén idag.

2007 uppvaktade hon personligen en rad tv-produktionsbolag, bland annat tv-produktionsbolaget Strix, där vd:n Robert Aschberg gav beskedet att han bara skulle teckna avtal under pistolhot. ”Jag är direktör, inte fackföreningsman”, sa han till TT. ”I den mån fackföreningskampen ska drivas så får de anställda göra det ... Dessutom har jag ingen motpart – det finns ingen klubb på Strix.”⁵⁰

– Att få honom att ta frågan på allvar var väldigt svårt. Han tyckte att det var upp till de anställda att ta upp frågan, om de bara ställde krav kunde han tänka sig att teckna kollektivavtal. Men de var ju livrädda, med all rätt, för de hade ju åkt ut med huvudet före om de hade sagt pip på de här ställena, säger Agneta Lindblom Hultén.

Försöket att få produktionsbolagen att teckna kollektivavtal gick sådär.

– Vi gjorde allt som gick att göra och lite till. Att erövra dessa nya marknader visade sig vara svårt, säger Agneta Lindblom Hultén.

Det gäller särskilt bland tv-produktionsbolagen. Något bättre gick det bland radioproduktionsbolagen. Förutom Massa Media har också Filt, Munck och SMT Radio tecknat avtal, vilket åtminstone delvis beror på att Journalistklubben på Sveriges Radio upprepade gånger har lyft frågan i samtal och förhandlingar med SR:s ledning.

Även contentbyråerna har till stor del legat utanför fackets synfält, även om vissa företag varit mer bekanta och deras anställda mer organiserade. TT Nyhetsbyrån är sedan länge kollektivavtalsanslutet, liksom ett par företag som gör kund- och medlemstidningar.

Outsourcingen i mediebranschen innebär alltså en stor utmaning för facket. Det rör avgörande frågor som rekrytering, organisering och – inte minst – kollektivavtalen. Och allt hänger förstås ihop.

Svårt att rekrytera och organisera

Den svenska modellen bygger till stor del på starka fackförbund. Utan en hög organisationsgrad och fackklubbar på arbetsplatserna kan det till exempel blir svårare att få till kollektivavtal. Arbetsgivaren kan då – som Strix vd Robert Aschberg (2007) hävda att det inte finns någon ”motpart” att förhandla med. Den fackliga närvaron är dessutom viktig när det kommer till implementeringen och efterlevnaden av ingångna avtal. Inom Journalistförbundet sitter företagsklubben

på den lokala förhandlingsrätten, den har till uppgift ”att företräda medlemmarna i kontakter med motparten, vid förhandlingar och uppgörelser ... samt i övrigt biträda medlemmarna i fackliga angelägenheter”. Det är där många problem fångas upp och artikuleras. Eller som Ulrika Hyllert, ordförande i Sveriges Radios journalistklubb uttrycker det:

– Där det inte finns någon klubb är det ingen som bevakar villkoren, till exempel om man staplar visstidsanställningar.

Klubbarna ska dessutom rekrytera nya medlemmar, anordna fackliga studier och – som det står i stadgarna – ”verka för facklig medvetenhet. Kort sagt: ”klubbarna är basen i förbundets fackliga arbete”.

En viktig nyckel är därför hur många på arbetsplatsen som är fackliga medlemmar, och om de förenat sig.

Genom åren har Journalistförbundet, bland annat genom mejlutskick, annonskampanjer, informationsmaterial och möten, försökt rekrytera och organisera nya medlemmar bland produktionsbolagens och contentbyråernas anställda. Ett problem har varit att förbundet haft dålig koll på branschen och hur den har förändrats – nya aktörer har dykt upp, bolag har slagits ihop och bytt namn.

Och resultatet av insatserna är på det stora hela skalt.

Utanför TT Nyhetsbyrån och Nyhetsbolaget – som på olika sätt skiljer ut sig (TT är ett gammalt företag, Nyhetsbyrån en avknoppning från TV4) – är den fackliga organisationsgraden relativt låg bland mediebranschens underleverantörer. Journalistförbundet har bara 157 (självrapporterade) medlemmar i de övriga 48 listade produktionsbolagen och contentbyråerna, och i en del företag finns bara någon enstaka eller inga medlemmar. Och fackklubbarna går att räkna på ena handens fingrar. Även om Unionen också organiserar mediearbetare så är den fackliga närvaron i branschen dålig.

Varför är det så?

En förklaring som flera anställda lyfter fram är att det jobbar många unga i branschen, som ofta saknar kunskap om hur arbetsmarknaden fungerar, som finner sig i de villkor som erbjuds för att ”få in en fot”, och som ännu inte sett alla baksidor. ”Folk vet inte vad det innebär att vara med i facket”, är en vanlig synpunkt.

Andra menar att ett fackligt engagemang är det samma som att ”göra sig omöjlig”. En tv-producent, som själv är medlem i Journalistförbundet, säger att hon gått med för inkomstförsäkringens skull. Men hon skulle aldrig komma på tanken att kontakta facket och be om stöd i en eventuell konflikt med arbetsgivaren. Det skulle bara bränna broar för kommande jobb, menar hon.

Det kan alltså handla om en rädsla för att hamna på en informell

svart lista, eller att man skulle behandlas sämre av arbetsgivaren.

– Jag var rädd när jag fick för mig att vi skulle starta en klubb att jag skulle sätta käppar i hjulet för mig själv, säger Robert Asplund (fingerrat), som är programanställd på ett radioproduktionsbolag. Dessutom kan det – även där medlemsunderlaget, kunskapen, viljan och modet finns att bilda en fackklubb på en arbetsplats – vara knepigt att få till det. Vilket Robert påminner om.

– Vi ville starta en klubb, men det har varit svårt att få ihop. Folk har så konstiga anställningar, de jobbar i två månader, slutar och börjar på ett annat företag, och kommer tillbaka efter ett halvår.

Han tror att det hade varit till stor hjälp om ”facket gått in och tagit reda på vilka som är medlemmar i bolaget och samlat oss”.

Andra påpekar att det lär bli omöjligt att etablera hållbara fackklubbar på många produktionsbolag. Arbetsplatserna är ofta relativt små, och anställningarna korta. Producenter, redaktörer och andra kategorier av journalister kan hoppa mellan flera bolag inom loppet av några få år, ja inom några månader. Ett fackligt engagemang för att förbättra villkoren på en arbetsplats kan i en så flytande yrkestillvaro kännas avlägset. Man är ju hela tiden osäker på om man får stanna, och kan redan vara på väg till nästa jobb.

Det hela liknar också ett slags moment 22. En möjlig anledning till att få anställda bland underleverantörerna är medlemmar kan helt enkelt vara att det saknas fackliga traditioner och en facklig närvaro.

På större arbetsplatser – som SVT, Sveriges Radio, Aftonbladet och SvD, för att nämna några – har fackklubben decennier på nacken. Det finns rutiner, lokaler, pengar och inte minst erfarenhet som kan omsättas i information, rekrytering, förhandling och annan aktivitet. Om detta inte finns på plats minskar såväl medlemsnyttan som medvetenheten.

En radioproducent beskriver det så här:

– När jag har arbetat på större företag, som Sveriges Radio, har det på något sätt alltid märkts att facket finns närvarande, du hör alltid något om facket, om förhandlingar eller bara att någon är fackrepresentant. Så har jag inte upplevt det på små företag. Jag tror dessutom att kunskapen om kollektivavtal är väldigt låg.

Medlemskapets gränser

Ett problem som rör Journalistförbundet, och som har betydelse för både organisering och kollektivavtal, handlar om medlemskapets gränser. Enligt handlingsplanen ska man ”organisera alla som hör hemma i Journalistförbundet”. Men vilka är hemmahörande?

Journalistförbundet är både ett fackförbund och ett yrkesförbund.

I stadgarna står det att: "Medlem kan den vara som är anställd eller frilans, med i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter, vid svenskt eller i Sverige verksamt massmedium. Journalistiska arbetsuppgifter har den som självständigt framställer, väljer, bedömer eller bearbetar redaktionellt material för massmediers räkning eller har andra med Journalistförbundets yrkesregler förenliga journalistiska arbetsuppgifter. Hit räknas bland annat fotograferande, skrivande och/eller redigerande medarbetare, aspirant och fotoelev, tecknare, korrekturläsare, telefonmottagare, bildredaktör, arkivmedarbetare, researchmedarbetare, layoutmedarbetare och layoutelev, redaktionell arbetsledare, reporter och producent, oavsett journalistiskt medium. Även annan redaktionell medarbetare kan vara medlem om förutsättningarna i första och andra styckena är uppfyllda."

Det kan framstå som en utförlig och tydlig beskrivning av medlemskapets gränser. Men i takt med att medielandskapet har förändrats och gränserna blivit allt mer otydliga har det blivit allt mer av en utmaning att förena den fackliga ambitionen att företräda olika typer av journalister med ambitionen att värna yrkesetiken.

Stadgarna sätts på prov, inte minst när det handlar om arbetstagare och uppdragstagare som jobbar för produktionsbolag och content-byråer. Har en producent eller researcher för ett underhållningsprogram journalistiska arbetsuppgifter, eller är det förbehållet den som jobbar med en dokumentär eller ett samhällsprogram? Och "var går egentligen gränserna mellan content marketing, journalistik och reklam? Ingen verkar riktigt veta", skriver en redaktör på en större contentbyrå. Det kan tyckas självklart att den som bara sysslar med "varumärkt innehåll" inte har i Journalistförbundet att göra. Men faktum är att förbundet har den typen av medlemmar i content-branschen idag. Många går dessutom mellan olika arbetsgivare – från ett vikariat på Aftonbladet till en projektanställning på Sitrus, vidare till en programanställning på Sveriges Radio, till en redaktörstjänst på Spoon. Upphör man att vara journalist när man får i uppdrag att förbättra Volvos kundrelationer genom så kallad storytelling? I denna växande gråzon rör sig också alltfler frilansjournalister: "Egenföretagare kan göra både journalistik, reklam och information/PR för att dra ihop till månadens lön", skriver medieforskaren Gunnar Nygren.⁵¹ Vad är det som gäller i dessa fall?

Man kan avfärda content marketing som reklam och stänga dörren för den som ansöker om medlemskap, och i konsekvensens namn också utesluta medlemmar som går över till en contentbyrå och börjar jobba med marknadsföring. Eller så kan man ta fasta på det faktum att arbetstagaren, oavsett om hen jobbar på DN eller Appelberg, använder sig av journalistiska arbetsmetoder och kompetenser, och att graden av självständighet inte alltid hänger ihop med typen av företag.

I alla händelser kan det tyckas oklart – för såväl anställda som för Journalistförbundet – vad som egentligen gäller.

Genom åren har frågan om medlemskapets gränser lyfts flera gånger, och stadgarna ändrats. 1992 fattade till exempel kongressen beslut om att informatörer och kommunikatörer inte längre skulle kunna bli medlemmar Journalistförbundet. Runt millennieskiftet tillsattes "Nya Framtidsgruppen", som kom fram till att det förändrade medielandskapet krävde reviderade medlemskriterier och vidgade organisationsgränser. Nu uppmärksammades i synnerhet situationen inom etermedierna. Problemformuleringen refererades i tidningen Journalisten: "I nya medier som exempelvis privatägda radio- och tv-stationer och i produktionsbolag sysslar många med allt möjligt: de gör intervjuer, är programledare, sköter ljud och ljus etc. Eller de gör ena veckan research för en dokumentär för att nästa vecka arbeta med en såpa".⁵² Yrkesrollen hade helt enkelt blivit mer komplex och svårdefinierad. "Nya Framtidsgruppen" ville därför att definitionen för medlemskap skulle bli mer inkluderande, att hänvisningen till yrkesreglerna skulle tas bort och att i princip alla som var direkt inblandade i produktion av redaktionellt innehåll i massmedierna skulle välkomnas. Man föreslog således att medlemsvillkoret skulle vara "självtändiga arbetsuppgifter med tydlig redaktionell inriktning". Förslaget backades upp av Förbundsstyrelsen, men stötte på patrull på kongressen år 2000. Många uttryckte en rädsla för att yrket skulle urvattnas. Efter en lång debatt slutade det med ett till synes minimalt ingrepp, nämligen att formuleringen "Hit räknas fotograferande, skrivande och/eller..." ändrades till "Hit räknas *bland andra* fotograferande..." med ett så enkelt grepp skulle man kunna öppna dörren för nya sorters journalister med blandande tjänstebeskrivningar, var tanken. "Den önskade utvidgningen av förbundets representativitet i bland annat nya medier bör kunna uppnås med förändrad praxis", hette det.⁵³

Att det behövdes en organisatorisk gräns mot reklam, PR och lobbying var de flesta emellertid överens om. Den typen av arbetsuppgifter fick inte utföras av den som aspirerade på medlemskap. Kundtidningsmedarbetare fick dock bli medlemmar så länge de gjorde "journalistiska bedömningar med läsarens uppdrag som ledstjärna", och graden av redaktionell frihet skulle vägas in.⁵⁴

På kongressen 2008 väcktes frågan om medlemskapets gränser på nytt. Genom några smärre handgrepp skedde en breddning av kriterierna. Man slog fast att en medlem skulle ha "i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter", och "oavsett journalistiskt medium" skrevs in efter uppräkningslistan av arbetsuppgifterna. Förbundsstyrelsen fick samtidigt i uppdrag att till kongressen 2011 utreda vem som skulle kunna bli medlem, men också om det var dags att söka samarbete med andra fackförbund i ett nytt medieförbund. Utredningens slutsats blev att det inte fanns några förutsättningar för ett samgående med andra förbund, inte heller "för att kunna rekrytera tillräckligt många medlemmar från andra yrkesgrupper för att kunna bilda ett starkt medieförbund genom utvidgning av Journalistförbundets gränser". När det gällde medlemsvillkoren var grundhållningen att "reglerna för medlemskap i förbundet (stadgar och praxis)" måste "förändras i takt med yrkesrollen och villkoren i branschen", men

samtidigt menade man att gällande skrivningar var ”tillräckligt vida för att Journalistförbundet ska kunna fortsätta rekrytera dem som arbetar som journalister”. I praktiken var kriterierna redan flexibla, och man betonade att ”det är arbetsuppgifterna i sig som avgör vem som är journalist”, inte vad medieföretaget i fråga anser sig syssla med. Alla ”som yrkesmässigt framställer och utformar redaktionellt material för massmedier” kunde vara medlemmar, var förbundsstyrelsens bedömning.⁵⁵

På kongressen 2014 lyftes problemet igen. I en motion argumenterade ett antal medlemmar att SJF:s medlemsvillkor i en internationell jämförelse är rätt snäva och att det i framtiden kan bli nödvändigt att släppa principen om att Journalistförbundet ska vara ett yrkesförbund: ”Ett sätt att möta den kraftiga omstrukturering som pågår inom mediabranschen skulle kunna vara att SJF går från att vara både ett yrkes- och fackförbund, till att bli enbart det senare. Yrkesföreningar kan ju ändå finnas, till exempel för traditionella journalister, informatörer och kommunikatörer. Fördelen med ett brett samlande journalistförbund är ökad möjlighet att möta de krav som det nya medielandskapet kräver ... Roller som nyhetsreporter, kommunikatör och även eventarrangör flyter allt oftare in i varandra.”⁵⁶

Motionärerna föreslog en arbetsgrupp med uppdraget ”att förutsättningslöst och med ett brett anslag ventilerat SJF:s framtida organiserande roll i ett medielandskap i kraftig förändring”, något som Förbundsstyrelsen bejakade. Man höll med om ”att förbundets framtida organisering måste utredas i grunden”. Kongressen gav också förbundsstyrelsen i uppdrag att ”tillsätta en utredning i enlighet med andemeningen i motionen”, något som nu gjorts.⁵⁷

Att begära inkoppling

Att rekrytera och organisera nya medlemmar, och på det sättet bygga en starkt facklig rörelse, är förstås en nyckel. Samtidigt behöver inte den fackliga organisationsgraden vara avgörande för om det finns kollektivavtal eller inte. En annan och minst lika viktig faktor är organisationsgraden på arbetsgiversidan.

Att företag inte har kollektivavtal, trots att de är medlemmar i en arbetsgivarorganisation som tecknat kollektivtal, är nämligen ovanligt på svensk arbetsmarknad. Oftast har alla reguljära medlemmar kollektivavtal. Men i Medieföretagen är det inte så.

Alla produktionsbolag och contentbyråer som listas i den här rapporten är inte medlemmar i Medieföretagen. Men bland de som är medlemmar finns högst sannolikt flera som saknar kollektivavtal (oklart hur många, då Medieföretagen inte vill avslöja vilka som är medlemmar). Enligt de uppgifter som sociologiprofessor Anders Kjellberg har fått från Svenskt Näringsliv saknar totalt 68 medlemsföretag i Medieföretagen med sammanlagt 870 ”årsanställda i medeltal” kollektivavtal.

– Alla är inte inkopplade på kollektivavtalen. Företagen har den möjligheten att inte teckna kollektivavtal trots att de är medlemmar, säger Anders Kjellberg.

Men i dessa fall kan facket begära så kallad inkoppling. Eller som Medieföretagens vd Charlott Richardson beskriver det i ett mejl: ”Somliga kollektivavtal blir gällande för medlemsföretagen först efter ett inkopplingsförfarande med den fackliga organisationen medan andra gäller direkt genom medlemskapet.”

Det hänger på vilket avtalsområde företaget verkar inom. Enligt Journalistavtalet Dagspress gäller avtalet ”för medarbetare, anställda för huvudsakligen journalistiska arbetsuppgifter vid företag anslutna till Medieföretagen”. Det kan uppfattas som att kollektivavtalet då gäller så fort till exempel en ny dagstidning går med i arbetsgivarorganisationen. Medieföretagens förhandlingschef Hans O Andersson menar dock att ”frågan hur ett nystartat dagstidningsföretag som inträder i Medieföretagen ska hanteras i kollektivavtalshänseende är oreglerad”, och vidare att ”det är naturligt att dagspressavtalet ska tillämpas på ett sådant företag” men att det får bli ”en särskild överenskommelse mellan Medieföretagen och Journalistförbundet i varje enskilt fall, eftersom det inte finns någon inkopplingsparagraf i dagspressavtalet”. Det finns det däremot i etermedieavtalet och tidskriftavtalet. I de fallen är det upp till Journalistförbundet att begära inkoppling. Och det krävs ingen förhandskunskap om ett visst företag är medlem i Medieföretagen eller inte. Man kan begära inkoppling, och sedan har Medieföretagen att besvara begäran.

Vilka kriterier är det som gäller? När frågan ställs till Medieföretagens vd Charlott Richardson ger hon följande svar:

– Det ska finnas medlemmar i facket på arbetsplatsen så att facket har någon att företräda. Och det räcker att det finns en medlem. Då blir företaget inkopplat. Och vill man inte det så får man lämna oss.

Medieföretagen kan alltså säga nej med hänvisning till att facket saknar medlemmar på arbetsplatsen. Men det finns också ett annat skäl, enligt Hans O Andersson:

– Om Journalistförbundet begär inkoppling så kan det uppkomma en diskussion om det anses vara journalistisk verksamhet på företaget eller inte. Och det förekommer en del ”kantbollar” där, fall där vi inte riktigt är överens med motparten, säger han.

I och med att många produktionsbolag och contentbyråer verkar i ett växande gränsland blir de potentiella kantbollarna allt fler. Enligt Hans O Andersson ska ”huvudsaklighetsprincipen” (en princip som växt fram i arbetsdomstolens praxis) avgöra vilket kollektivavtal som ska tillämpas för en arbetstagare i företaget.

– Om man efter en noggrann analys kommer fram till att 51 procent av arbetsuppgifterna under en längre tid är åt det ena eller andra

hållet, till exempel om vi kommer fram till att det är 51 procent tjänstemannauppgifter, så går hela befattningen till Unionens tjänstemannaavtal, säger han.

Och om en arbetstagare över längre tid jobbar 49 procent med journalistiska arbetsuppgifter och 51 procent med reklam, så sker ingen inkoppling av den befattningen på journalistavtalen.

– Vi försöker lägga oss vinn om att verkligen hitta rätt, vare sig det är åt det ena eller andra hållet, för vi vill ju undvika att enskilda företag blir utsatta för en organisationsstrid, säger Charlott Richardson.

Men det är alltså inte givet att Journalistförbundet och Medieföretagen blir överens i dessa frågor. Tvärtom har parterna ofta olika uppfattningar, och samtal om inkoppling av ett företag kan pågå länge. Det bottnar i intressekonflikter, men inte bara. Man har också olika syn på vad som är ”journalistiska arbetsuppgifter”.

Hittills har Journalistförbundet begärt inkoppling av nio produktionsbolag och contentbyråer som är medlemmar i Medieföretagen (Eyeworks, Meter Television, OTW, Citrus, *Filt*, *Munck*, *SMT Radio*, *Appelberg och Iris*). Journalistförbundet hade vid tillfället medlemmar i samtliga företag. Fem av dem, de kursiverade, blev inkopplade. I fyra fall, de okursiverade, sa Medieföretagen nej till avtal. I fallet Eyeworks, som bland annat producerat Postkodmiljonären, Bingo-Lotto, Den stora resan, Faddergalan och Lotta på Liseberg, blev det nej på grund av att ”Eyeworks Sweden AB är ett produktionsbolag vars övervägande verksamhet består i att producera underhållningsprogram. Vid en genomgång med företagsledningen konstaterades att det för närvarande inte finns befattningar med huvudsakligen journalistiska arbetsuppgifter inom företagets administration där Etermedieavtalet i så fall skulle vara tillämpligt.” Dörren till de andra tv-produktionsbolagen stängdes med motsvarande motivering. Och ungefär så resonerar också ett par chefer som intervjuats för den här rapporten. En av dem påpekar att de flesta bolag i branschen i huvudsak ägnar sig åt underhållningsproduktion och inte åt journalistik. Och visst handlar det mycket om underhållning. Även om program som Efterlyst, Veckans brott, TV3 Dokumentär och andra samhällsprogram förekommer så är produktioner som Så ska det låta, Farmen, Dansbandskampen, Idol, Bonde söker fru, Halv åtta hos mig och liknande program betydligt vanligare på listorna.

Men är underhållning och journalistik två oförenliga storheter? Det anser inte Journalistförbundet. Även underhållnings- och nöjesproduktion inbegriper vanligtvis journalistiska arbetsuppgifter, menar man, och att det rör sig om underhållning är därmed inget hinder för kollektivavtal. När det gäller textproduktion brukar få hävda att en nöjesbilaga eller en featureartikel inte är journalistik, och varför skulle något annat gälla inom tv-produktion?

– Arbetsgivarna har en inte sällan snävare definition av journalistiska arbetsuppgifter än vad vi har. Vi gör en bedömning utifrån hur det

ser ut på andra bolag där vi har avtal, som exempelvis TV4. Huvudsaken är att det rör sig om någon form av redaktionell arbetsledning, säger Journalistförbundets förhandlingschef Johan Lif.

”De grupper inom etermedier som däremot inte anses arbeta journalistiskt är t.ex. manusförfattare och redaktörer verksamma vid produktion av drama och långfilm, liksom att medverka som skådespelare i sådana medieprodukter”, klargör Journalistförbundets förbundsstyrelse i ett yttrande över en motion till 2014 års kongress. Samma sak gäller förstås administration och sälj. Men många i en tv-produktion finns ofta journalistiska arbetsuppgifter.

I fallet Citrus, en av de större contentbyråerna, sa Medieföretagen också nej med motiveringen att det inte rörde sig om journalistiska arbetsuppgifter. Istället blev Citrus anslutna till Unionens avtal. Och det kan tyckas rimligt att de som jobbar på uppdrag av företag som Volvo och Getinge inte har journalistiska arbetsuppgifter. Men som framgick av resonemanget kring medlemskriterierna är det inte så enkelt.

– Det är viktigt att skilja mellan reklam och journalistik, där är vi överens, men man kan också på en kunds uppdrag bedriva journalistiskt arbete under redaktionell ledning, säger Johan Lif.

Inte sällan skär gränsen mellan reklam och journalistik rakt igenom såväl företaget som tjänstebeskrivningarna. En redaktör kan jobba med en företagskampanj ena månaden och med en kundtidning eller dagstidningsbilaga den andra. En redigerare kan layouta både annonsbilagor och tidskriftssidor. Folk sitter som regel i samma lokaler och arbetar gemensamt. På Minimedia jobbar till exempel ”journalister, it-utvecklare och säljare tätt ihop”, meddelar man på hemsidan.

I slutändan avgörs frågan i en förhandling mellan parterna. Och för Journalistförbundet är det viktigt att förhöra sig om vad medlemmarna i det aktuella företaget egentligen vill, betonar Johan Lif.

Hur inkoppling sker, hur arbetsgivarorganisationen resonerar, och hur facket brukar och kan agera, är hur som helst lite av flytande materia. Det gäller inte bara frågan om vad som är journalistiska arbetsuppgifter, utan också kravet att ett fackförbund ska ha medlemmar i ett företag för att kunna begära inkoppling.

Anders Kjellberg har till exempel studerat hur Handelsanställdas förbund har agerat när det kommer till detta.

– Inom handeln struntade facket tidigare i att begära inkoppling på arbetsplatser där man inte hade några medlemmar. Man menade att de som var anställda där men inte var med i facket inte skulle få gynnas av kollektivavtal. De fick gå med i facket om de ville ha kollektivavtal, resonerade man. Sedan har man svängt om och tycker att det är viktigt med kollektivavtal och den svenska modellen i sig, och

nu försöker man koppla in så många företag som möjligt på kollektivavtalet.

Motivet är egentligen uppenbart: kollektivavtalet är inte bara en förmån, utan också ett sätt att förhindra underbudskonkurrens och dumpning av villkor på arbetsmarknaden. Om anställda i alltför många företag inte omfattas av de framförhandlade kollektivavtalen kan avtalen undermineras. Företag som har kollektivavtal får en konkurrenssnackdel och riskerar att tappa marknadsandelar eller slås ut, med kända konsekvenser i form av uppsägningar och förlorade arbetstillfällen. Och större kollektivavtalsanslutna arbetsgivare kan lockas – eller rentav tvingas – att outsourca delar av verksamheten till företag som saknar kollektivavtal och som därför har lägre kostnader. Och ungefär så funkar det i mediebranschen för närvarande.

Att ställa krav på beställarna

Även i andra branscher sätter entreprenader och avtalsfria underleverantörer press på löner och andra villkor. Två exempel är byggbranschen och transportnäringen, och där har facken drivit frågan i många år. Transportarbetareförbundet har krävt ett långtgående beställaransvar, att den som köper en transport ska ansvara för att underleverantören (och dennes underleverantörer) följer lagar och regler. Ett sådant ansvar finns delvis redan i lag, men det omfattar inte krav på kollektivavtal, något Transportarbetareförbundet dock eftersträvar. ”Ett beställaransvar utan krav på löner och sociala villkor blir ganska urvattnat”, har Transports centrala ombudsman Lars Mikaelsson sagt.⁵⁸ Man för kontinuerliga samtal med arbetsgivarorganisationen, och i oktober 2015 gav regeringen Transportstyrelsen i uppdrag att utreda frågan om skärpt beställaransvar. Om det kommer landa i ett utökat ansvar för löner och arbetsvillkor bland underleverantörerna återstår att se.

I byggbranschen har Byggnadsarbetareförbundet redan lyckats driva fram det man kallar för huvudentreprenörsansvar, där kollektivavtal ingår i paketet. Efter hot om en byggstrejk gick arbetsgivarorganisationen Sveriges Byggindustrier med på kravet. Enligt facket innebär huvudentreprenörsansvaret att ”huvudentreprenören är skyldig att tillhandahålla en lista på alla underentreprenörer på byggarbetsplatsen. Denna lista har ditt lokala Byggnads rätt att ta del av. Om det visar sig att något företag på den listan inte har kollektivavtal, förhandlingsvägrar eller inte har underlag för att kunna bedöma om arbetstagare får korrekt lön och ersättning kan Byggnads, hos huvudentreprenören, se till att det startas en utredning för att lösa tvisten i Ordning- och redanämnden. Så om tvisten alltså inte kan lösas direkt hos den underentreprenör där personen är anställd så går det till nämnden och ersättning betalas till den anställda via en fond som Sveriges Byggindustrier finansierar.” Enligt Byggnads är resultatet betydande: ”Byggföretag ringer dagligen och vill teckna kollektivavtal. Huvudentreprenörer är redan med noggranna i sina val av underentreprenörer.”⁵⁹

Exemplen från transport- och byggbranschen har också uppmärksammat av Journalistförbundet. Är det möjligt att få till något liknande i mediebranschen? Och vilken väg är i så fall bäst att gå?

Journalistförbundet har, vilket redan beskrivits tidigare i rapporten, försökt förmå mediehusen att sätta press på sina underleverantörer. Man har främst riktat ljuset mot SVT, SR och UR. "Under tio års tid har Journalistförbundet i kollektivavtalsförhandlingarna krävt att Public Serviceföretagen enbart ska upphandla produktion från bolag med kollektivavtal", hette det till exempel i en kongresspropå 2011. Och kongressen krävde återigen att "styrelserna och företagsledningarna inom Public Service beslutar att endast upphandla produktion av företag som tecknat kollektivavtal". På senare år har man dessutom krävt att alla avtalsanslutna företag endast ska "anlita produktionsbolag som har kollektivavtal med Journalistförbundet". Och enligt förhandlingschefen Johan Lif har Journalistförbundet fortfarande den inställningen. Men arbetsgivarna har konsekvent vägrat.⁶⁰ Medieföretagen hävdar att de inte kan lägga sig i bolagens affärsförbindelser, och såväl SVT som SR meddelade senast i samband med artikelserien "Flexibilitetens pris" i Journalisten att de inte tänker ställa krav på kollektivavtal. Enligt SR:s programchef Björn Löfdahl "utgår" SR från att "produktionsbolagen håller sig till de lagar och regler och avtal som finns på arbetsmarknaden", men det ingår inte i SR:s "roll att kontrollera precis alla deras relationer med sina anställda. Det måste vara varje företags skyldighet att ta hand om sin verksamhet", sa han. Och Helena Åkerman, förhandlingschef för allmän-TV på SVT, menade att det står i SVT:s avtal med produktionsbolagen att de "ska utge skälig ersättning till samtliga medverkande/personal i produktionen av Programmet". Men "hur det är i verkligheten sen, det vet vi inte", enligt Helena Åkerman, eftersom SVT inte gräver djupare i förhållandena inom de bolagen man anlitar. "Ska vi detaljstyra dem som arbetsgivare? Det är alltid enklare när vi får konkreta fall, då tar vi alltid upp dessa med produktionsbolagen. Men ... vi tror bolagen är seriösa i de flesta fall", sa Helena Åkerman då.⁶¹

Vad säger SVT:s strateg Jocke Norberg? Frågor kring löner och anställningar finns med i diskussionerna, men man ställer inga krav på att bolagen ska ha avtal med de fackliga organisationerna.

– Vi uppmuntrar produktionsbolagen att ha kollektivavtal, men vi har ingen juridisk möjlighet att ställa krav på detta, säger han.

Journalistförbundet har tidigare krävt att "riksdagen sätter press på företagen i denna fråga".⁶² Hittills har det inte skett, men kanske finns nu en öppning? S-MP-regeringen har sagt sig vilja slå vakt om den "svenska modellen" med kollektivavtal, och civilminister Ardan Shekarabi har presenterat en revidering av upphandlingslagarna. Kärnan i lagförslaget är att upphandlande myndigheter och enheter ska "ställa villkor avseende lön, semester, arbetstid, försäkringar och tjänstepension", och "de obligatoriska villkoren som leverantören minst ska uppfylla ska anges enligt den lägsta nivå som följer av ett

centralt kollektivavtal som tillämpas i hela Sverige”.⁶³ Frågan är om regering och riksdag också är beredda att – exempelvis genom sändningstillståndet – ställa krav på public service-företagen?

Förutom att lyfta frågan i centrala avtalsförhandlingar och försöka påverka politiken har facket ytterligare verktyg att ta till för att förmå mediehusen att ta ansvar för villkoren inom de bolag man anlitar. MBL, närmare bestämt 11 §, 38 § och 39 §, ger nämligen fackklubben möjlighet att övervaka och påverka inköpen och intagen från externa bolag. Enligt 11 § ska arbetsgivaren ”på eget initiativ förhandla med arbetstagarorganisation i förhållande till vilken han är bunden av kollektivavtal” innan hen ”beslutar om viktigare förändring av sin verksamhet”. 38 § och 39 § reglerar mer specifikt det fackliga inflytandet vid inhyrning och anlitan av entreprenör. Enligt 38 § ”ska arbetsgivaren på eget initiativ förhandla med den arbetstagarorganisation i förhållande till vilken han är bunden av kollektivavtal för sådant arbete” om en entreprenör, exempelvis ett produktionsbolag, ska anlitas. Och då är arbetsgivaren ”skyldig att lämna den information om det tilltänkta arbetet som arbetstagarorganisationen behöver för att kunna ta ställning i förhandlingsfrågan”. Syftet med detta är att facket ska kunna avgöra om det finns skäl att avge en vetoförklaring mot entreprenaden enligt 39 §. Och om den ”tilltänkta åtgärden kan antas medföra att lag eller kollektivavtal för arbetet åsidosätts eller att åtgärden på annat sätt strider mot vad som är allmänt godtaget inom parternas avtalsområde, får åtgärden inte beslutas eller verkställas av arbetsgivaren”.

Journalistförbundets förhandlingschef Johan Lif menar att MBL erbjuder ofta utnyttjade möjligheter för klubbarna. Lagstiftningen tillkom just för att förhindra villkorsdumpning, menar han.

– Vi behöver bli bättre på att informera om och utnyttja den här lagstadgade förhandlingsregeln. Vi rekommenderar nu klubbarna att kräva att de externa bolag som anlitas har avtal. Det finns ingen garant för att det kommer att lyckas, det kräver mycket jobb för att hålla igång förhandlingarna och vetorätten är väldigt sällan utnyttjad, men det är absolut värt att testa detta oftare, säger han.

Utredarens rekommendationer

Den kartläggning, de intervjuer och de analyser som gjorts i rapporten leder fram till följande rekommendationer. De riktar sig till Journalistförbundets alla delar, och förhoppningen är att de kan bidra till att förbättra villkoren och skapa tryggare jobb.

1. Aktiv rekrytering, information och stöd

Journalistförbundet har alldeles för få medlemmar i många produktionsbolag och contentbyråer. Vägen till bättre villkor börjar därför med rekrytering och organisering. Tidigare insatser har inte varit tillräckliga, och det måste till ett mer genomtänkt och mer uthålligt

arbete för att förbättra organiseringsgraden. Att värva nya medlemmar genom att aktivt söka upp och kontakta anställda och frilansare i branschen är en viktig komponent. Man kan inte vänta på att folk ska visa intresse, det gäller för Journalistförbundets alla delar att visa sig, sprida kunskap, peka på fördelarna och betona poängen med ett medlemskap, samt att lyssna in och ge stöd. Flera anställda i produktionsbolag och contentbyråer vittnar om en bransch där många har dålig koll på fackliga frågor och på kollektivavtalens betydelse. Därför är information och ökad medvetenhet en nyckel, gärna genom kurser och möten, men också genom informationsmaterial särskilt riktat till denna målgrupp. Man kan med fördel kombinera information om "så funkade det att jobba i tv-produktionsbolag" med "så här kan du göra om du får problem" och "det här innehåller kollektivavtalet". Samtidigt är det viktigt att öka den fackliga närvaron i branschen och på arbetsplatserna, att bli mer relevanta i de anställdas och frilansarnas ögon, att i praktiken visa på poängen med organisering. Att ge bättre stöd till befintliga medlemmar har ett egenvärde. Många medlemmar i Journalistförbundet upplever facket som avlägset. Några har visserligen hört av sig till förbundskansliet och bett om råd, men flera efterlyser mer hjälp med allt ifrån löneförhandling och utlasningshot till att bilda fackklubbar. Även medlemmar som jobbar i bolag med kollektivavtal kan känna sig ensamma och utsatta i förhållande till arbetsgivaren. Detta glapp bör förbundskansliet, företagsklubbar hos beställarna (SR, SVT, TV4 etc.) och andra närstående klubbar och distrikt delvis fylla. Organisationen kan skaffa sig mer kunskap om villkoren i de berörda bolagen och erbjuda ett informerat stöd, gärna genom att aktivt söka upp medlemmar. Till syvende och sist behöver dock ett annat glapp, ett annat avstånd, minskas.

2. Initiera gemensamma klubbar

Arbetsplatsklubben är grunden i Journalistförbundets organisation. Det är där mycket av det fackliga arbetet sker. På klubbmöten dryftas och artikuleras problem, och klubben samlar enskilda medlemmar till ett kollektiv som kan ge uttryck för ett gemensamt intresse. Flera intervjuade medlemmar i produktionsbolag och contentbyråer skulle också vilja ha mer hjälp med saker som en klubbordförande eller annan förtroendevald normalt sett kan bistå med: råd och stöd i löneförhandlingar, koll på övertidsregler och att påtala brister i arbetsmiljön. När detta inte finns till hand minskar medlemsnyttan, men förstås också möjligheten att förbättra villkoren. Samtidigt kommer det att bli mycket svårt, för att inte säga omöjligt, att bilda arbetsplatsklubbar i alla företag. Problematiken – relativt små arbetsplatser, olika skrän, stor rotation, en rädsla för att "göra sig omöjlig" – gör uppförsbacken brant. Målet bör förstås vara att bilda arbetsplatsklubbar där det är möjligt. Men Journalistförbundets stadgar erbjuder också en annan, och sannolikt mer framkomlig, väg till en stärkt facklig närvaro och samordning i en medlems- och klubbgles bransch: "Medlemmar som har sin verksamhet förlagd där företagsklubb, arbetsplatsklubb eller riksklubbsektion ej finns, kan ingå i en *gemensam klubb* med medlemmar på andra likartade arbetsplatser

inom distriktet”, står det (utredarens kursivering). De vore möjligt att bilda en gemensam klubb för exempelvis ”projektnomaderna” i tv-produktionsbolagen, en för de som jobbar för radioproduktionsbolag och en för de som jobbar för contentbyråer, där människor kan förenas kring det de gör och de problem de upplever i branschen, snarare än kring den arbetsplats de befinner sig på för tillfället. Där de kan utbyta erfarenheter och agera tillsammans för bättre villkor. I sådana klubbar kan möjligen också frilansare ingå. Aktionsradien är i och för sig begränsad, eftersom ”den lokala förhandlingsrätten tillkommer företagsklubben”, som det formuleras i stadgarna, men det kan ändå göra skillnad att sluta sig samman i en branschgemensam klubb. Dessutom utesluter inte det ena det andra eftersom stadgarna tillåter den som tillhör en journalistklubb att också tillhöra en annan (intressemedlemskap). Snarare kan branschgemensamma klubbar fungera som katalysatorer i försöken att bilda företags/arbetsplatsklubbar, genom att erfarenheter och strategier sprids. En branschgemensam klubb förutsätter förstås att det finns folk som är beredda och mäktar med att engagera sig, och för att tröskeln inte ska bli för hög kan det hela börja som nätverk – på Facebook, via en mejllista, genom fysiska möten. Dessa kan initieras av lämpliga delar av Journalistförbundet. Men det är viktigt att villkoren och strukturen bestäms av medlemmar i branschen. Sannolikt måste nätverken också skapas under diskretion, så att folk kan gå med utan att behöva vara rädda för att arbetsgivaren ska få reda på det.

3. Se över medlemskapets gränser

På Journalistförbundets kongress 2014 diskuterades än en gång medlemskapets gränser, och det beslutades ”att förbundets framtida organisering måste utredas i grunden”.⁶⁴ Förbundsstyrelsen fick i uppdrag att tillsätta en utredning, vilket nu gjorts på förbundskansliet. En viktig del av uppdraget är att se över medlemskriterierna och lämna förslag på hur de kan förändras. Just denna problematik – som i allra högsta grad påverkar Journalistförbundets möjligheter att organisera och förbättra villkoren för anställda i produktionsbolag och contentbyråer – ligger därmed på den utredningens bord. Kartläggningen, rösterna och analysen i den här rapporten blir ett medskick – med tillägget att Journalistförbundet måste göra klart för sig själv och andra vilka man vill organisera, företräda och förhandla kollektivavtal för. Idag är det alldeles för otydligt vad som gäller. Och om man vill göra skillnad för anställda i produktionsbolag och contentbyråer bör Journalistförbundet blir mer inkluderande.

4. Begär inkoppling av relevanta bolag

Journalistförbundet bör vända sig till Medieföretagen och begära inkoppling på kollektivavtal av relevanta bolag på listan över de 50 största underleverantörerna. Om de är relevanta eller inte avgörs av Journalistförbundet, sedan har Medieföretagen att ta upp saken med sina medlemmar. Alla bolag som saknar kollektivavtal är inte

medlemmar i Medieföretagen, men sannolikt är flera det. Även om Medieföretagen tidigare har sagt nej bör Journalistförbundet begära inkoppling på nytt om Journalistförbundet vid en närmare analys bedömer att det finns befattningar med i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter bland företagets fast och löst anställda. Det senare är särskilt viktigt, då det i Medieföretagens tidigare svar antyds att bara de fast anställda ”inom företagets administration” har beaktats.

5. Dialog med underleverantörerna

Hur kan kollektivavtal bli verklighet på de bolag som inte är medlemmar i Medieföretagen? Som framgår av rapporten hävdar en del arbetsgivare att journalistavtalen som de ser ut idag är dåligt anpassade till underleverantörernas villkor, i synnerhet till tv-produktionsbolagens. Liknande synpunkter har framförts av några anställda. Journalistförbundet bör därför öppna för en dialog med bolagen om kollektivavtalen. Naturligtvis handlar det inte om att Journalistförbundet ska lägga sig platt – som fackförbund har man att se till och värna medlemmarnas intressen, både de som jobbar för bolagen och resten av journalistkåren – men en dialog kan öppna stängda dörrar, och i bästa fall kan utbytet av erfarenheter och synpunkter leda till bättre fungerande avtal, att kollektivavtalstäckningen ökar och att villkoren förbättras. Dialogen bör också inkludera de bolag som redan har kollektivavtal. Dels har de ett intresse av att spelreglerna blir mer jämlika, dels kan de ha relevanta synpunkter på avtalen.

6. Öka pressen på public service-företagen

Genom åren har Journalistförbundet ställt upprepade krav på public service-företagen att de bara ska anlita produktionsbolag som har kollektivavtal. Men utan resultat. Ändå har inte denna möjlighet uttömts. Förklaringarna från public service-företagens håll har skiftat, och argumentationen har brustit i koherens. Faktum är att man ställer detaljerade krav vid beställningar av produktioner, och det är knappast omöjligt att därutöver kräva att anställnings- och arbetsvillkoren för de som anställs i produktionerna ska vara i linje med de avtal som SVT- och SR-anställda jobbar under. Och värdet av ett sådant ställningstagande kan knappast överskattas. Om SVT och SR skulle kräva kollektivavtal eller kollektivavtalsliknande villkor i underleverantörskedjan skulle det sannolikt få stor effekt. Här kan Journalistförbundet med fördel kombinera fortsatta förhandlingar med en större kampanj där man uppmärksammar allmänheten (konsumenterna och finansierarna) och politikerna (de som bestämmer ramarna för public service) på hur det ser ut. Rapporten kan fungera som underlag för en sådan kampanj och debatt. Samtidigt bör det påpekas att underleverantörerna inte är ensamt skyldiga till att arbetsvillkoren i branschen ofta är tuffa och anställningsformerna lösa. Förutsättningsarna avgörs till stor del när beställarna pressar priserna utan att ta hänsyn till eller ansvar för vad prispressen och jakten på lägre kost-

nader leder till. Utifrån den vetenskapen bör Journalistförbundet också driva linjen att det bör ingå i beställaransvaret att inte pressa priserna på ett sätt som omöjliggör justa anställnings- och arbetsvillkor.

7. Utnyttja MBL:s förhandlingsregler flitigare

Sist men inte minst bör förbundskansliet sprida kunskap om de möjligheter som MBL ger det lokala facket att övervaka och påverka inköpen och intagen från externa bolag. Här finns en till stor del outnyttjad verktygslåda att utforska och använda sig av. Journalistförbundet bör därför uppmuntra journalistklubbarna i de större mediehusen att använda sig av förhandlingsreglerna i 11 §, 38 § och 39 §, och ge råd och stöd när en fackklubb vill agera. Detta arbete har redan påbörjats, men bör prioriteras upp och samordnas.

Källförteckning

- 1 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014
- 2 Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita, *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, Studentlitteratur, 2008.
- 3 Nygren, Gunnar, "Tillfällig och flexibel – Arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring", i *Nordicom-Information 34*, Nordicom 2012
- 4 "Redaktionell outsourcing är här för att stanna", Appelberg, 3/9 2015
- 5 Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela, *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, Ekerlid, 2014
- 6 Prop. 2000/01:94, "Radio och TV i allmänhetens tjänst 2002-2005"
- 7 Sundin, Staffan, "Koncentration och utländskt ägande på de nordiska mediemarknaderna", *Nordicom-Information 33*, 2011
- 8 Redogörelsen över uppköpen baseras på artiklar i Dagens Media och Medievärlden, samt på pressmeddelanden och bolagens hemsidor.
- 9 Egen intervju
- 10 *Undersökning av marknaden för svensk tv-produktion*, Film&TV-Producenterna, 2015
- 11 Film&TV-Producenternas Branschindex 2014
- 12 "Utslagning hotar tv-bolagen", *Dagens Media*, 16/9 2015
- 13 Prop. 2000/01:94, "Radio och TV i allmänhetens tjänst 2002-2005"
- 14 "Produktionsbolag het fråga på SR", *Journalisten* 23/4 2002
- 15 "SR sparar inget på utlagd produktion", *Journalisten* 3/2 2003
- 16 "Fortsatt kritik mot SR", *Journalisten* 15/9 2006
- 17 "Örn vill lägga ut SR:s underhållning", *Journalisten* 16/2 2006
- 18 Public Service-redovisning 2010, 2013, 2015, Sveriges Radio
- 19 "Fredric Karén om flytten av redigeringen till TT", *Medievärlden* 10/2015
- 20 "Det handlar inte om neddragningar", *Journalisten* 4/2 2015
- 21 "Mediebranschen måste tänka som bilindustrin", *Resumé* 12/9 2014
- 22 <http://chiffer.se/om-oss/>
- 23 <http://glorydays.se/varfor-content-marketing/>, <http://spoonagency.com/se/>, <http://tidningsmakarna.se/>
- 24 <https://tt.se/om-oss/>
- 25 <http://www.nyheter365.com/>
- 26 *Medieborgarna & medierna. En digital värld av rättigheter, skyldigheter – möjligheter och ansvar*, SOU 2015:94

- 27 Bolagens årsredovisningar 2014
- 28 "Outsourcing av producenttjänster", *Ekonomisk Debatt* 6/2010
- 29 "Det handlar inte om neddragningar", *Journalisten* 4/2 2015
- 30 "Redaktionell outsourcing är här för att stanna", Appelberg, 3/9 2015
- 31 "TV4-gruppen ökar omsättningen", *Dagens Media* 5/2 2016,
- 32 "MTG rusar efter höjd utdelning och halv miljard i vinst", *VA Finans*, 3/2 2016
- 33 "En halv miljard i vinst för MTG sista kvartalet", *Medievärlden* 3/2 2016
- 34 Siffror från Gunnar Nygren, professor vid Institutionen för samhällsvetenskaper, Södertörns högskola
- 35 Bolagens årsredovisningar 2014. Anställda i olika bolag inom en koncern har räknats ihop.
- 36 BFN:s allmänna råd 2006:11
- 37 <https://www.sjf.se/lon-och-villkor/otryggheten-i-mediembranschen/frihetens-pris>
- 38 "Peter Setzman – Så ska det levereras", *Projektvärlden* 3/2014
- 39 "4 av åtta produktionsbolag har inte kollektivavtal", *Journalisten* 13/2014
- 40 "4 av åtta produktionsbolag har inte kollektivavtal", *Journalisten* 13/2014
- 41 "Så utnyttjar tv-branschen unga", *Expressen* 6/11 2007
- 42 "Praktik är en utbildningsinsats", *Journalisten* 24/4 2012
- 43 Kjellberg, Anders, *Kollektivavtalens täckningsgrad samt organisationsgraden hos arbetsgivarförbund och fackförbund* (uppdaterad 2016) <http://lup.lub.lu.se/record/1545448/file/1545800.pdf>
- 44 Werne, Kent, *Frihetens pris*, Journalistförbundet 2015
- 45 "P3 Dokumentär görs av lågavlönade", *Journalisten* 2/12 2015
- 46 "Frilansarvoden sänks när GP-bilaga görs externt", *Journalisten* 15/5 2014
- 47 "Produktionsbolag ska följa god sed", *Journalisten* 3/6 2004
- 48 "SR skärper kraven på externa bolag", *Journalisten* 16/6 2003
- 49 "Journalistförbundet kräver bättre villkor", *Sveriges Radio*, 5/11 2007
- 50 "Krav på avtal för produktionsbolag", *DN* 5/11 2007
- 51 Nygren, Gunnar, "Tillfällig och flexibel – Arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring", i *Nordicom-Information* 34, Nordicom 2012
- 52 "SJF släpper in fler medlemmar", *Journalisten* 8/6 2000
- 53 Förbundsstyrelsens förslag, Journalistförbundets kongress 2011
- 54 "Förbundet öppnar sig för nya journalistgrupper", *Journalisten* 25/10 2000

- 55 Förbundsstyrelsens förslag, Journalistförbundets kongress 2011
- 56 Motioner med yttranden, Journalistförbundets kongress 2014
- 57 Beslutsprotokoll, Journalistförbundets kongress 2014
- 58 "Transport vill se krav på beställaransvar i alla led", *Transportarbetaren*
22/12 2015
- 59 <http://huvudansvar.byggnads.se/>
- 60 Svenska Journalistförbundets verksamhet 2010
- 61 "Det ligger inte i vår roll att kontrollera deras relationer", *Journalisten*
14/2014
- 62 Uttalande från kongressen 2011: "Public Serviceföretagen ska enbart upphandla produktion av bolag med kollektivavtal."
- 63 Utkast till lagrådsremiss: Miljö-, social- och arbetsrättsliga hänsyn vid upphandling
- 64 Beslutsprotokoll, Journalistförbundets kongress 2014

Journalistfabriken

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #4

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startade våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen "Vem tjänar på otrygga jobb?". Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok "Ofärdsland – livet längs arbetslinjen" handlar om den växande otryggheten och utsattheten.
Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord: Överproduktion i journalistfabriken	4
Allt färre journalistjobb	5
En tydlig professionalisering	5
Journalistutbildning – en översikt	6
Journalistutbildningarna i siffror	7
Stort överskott på journalister	13
Systemskifte i högskolevärlden	14
Efterfrågestyrd utbildning	16
”Våra journaliststudenter får jobb”	18
Fria folkhögskolor	19
Diskussion och rekommendationer	21
1. Lyft frågan i offentligheten	22
2. Initiera dialog med utbildningsanordnarna	23
3. Uppvakta utbildningsdepartementet	23
Källförteckning	24

Förord: Överproduktion i journalistfabriken

I mediekrisens spår ökar konkurrensen om jobben, liksom otryggheten – något som beskrivits och analyserats i rapporten ”Köparens marknad”. I rapporterna ”Frihetens pris” och ”Outsourcad journalistik” har också de ofta undermåliga villkoren för frilansare och anställda i underleverantörskedjan kartlagts.

Men att mediebranschen förvandlats till en köparens marknad där arbetsgivaren fått övertaget och villkoren pressas beror inte bara på att jobben blivit färre och efterfrågan på arbetskraft minskat. Det finns också en utbudssida. Varje år fylls landets journalistutbildningar på universitet, högskolor och folkhögskolor med nya studenter och deltagare. Varje år kliver nyutbildade journalister ut på arbetsmarknaden och blir en del av arbetsutbudet.

Var erbjuds journalistbildningar idag? Hur många nya journalister utbildas varje år? Hur är utbildningarna, för att använda ett begrepp från högskolevärlden, ”dimensionerade”? Hur och varför har utbildningsutbudet förändrats? Bör det förändras?

Det är de här frågorna som diskuteras i rapporten. Och bilden som framträder är tydlig: Under många år har det utbildats avsevärt fler journalister än det funnits behov av. Från myndighetshåll har signalerna varit tydliga: arbetsmarknadsutsikterna är dåliga, vi ser ett växande överskott av journalister. Ändå har det rullat på ungefär som vanligt ute på universiteten, högskolorna och folkhögskolorna.

Journalistfabriken har fortsatt att överproducera.

På senare år har antalet antagna och registrerade visserligen minskat. Några kurser har ställts in, ett par folkhögskolor har lagt ner sina journalistlinjer. Men tappet är mindre än vad man skulle kunna tro, och mismatchningen mellan utbud och efterfrågan fortsätter.

I rapportens andra del diskuteras orsakerna: ett system som styrs av studenternas efterfrågan och speciella ekonomiska incitament, ett system där ingen har ett övergripande ansvar.

Rapporten avslutas med utredarens rekommendationer – där olika initiativ till samordning står i fokus.

Kent Werne, Stockholm, november 2016

Allt färre journalistjobb

”130 tjänster bort från Mittmedia.” ”Hallpressen skär ned 33 tjänster.” ”Skånskan säger upp var femte journalist.” ”13 journalister ska bort från Sydsvenskan.” Fyra rubriker från 2016 som signalerar kris, bantade redaktioner och förlorade journalistjobb.¹

Mediebranschens kris – som i hög grad är dagspressens – är förstårs ingen nyhet. Enligt tidningen Journalisten försvann sammanlagt 1300 redaktionella tjänster under 2013, 2014 och 2015.² Decenniet innan det krympte redaktionerna med 20 procent.

Krisen, strukturuomvandlingen och de försvunna jobben avspeglar sig i Journalistförbundets medlemsutveckling. Mellan 2006 och 2016 minskade antalet yrkesaktiva medlemmar från 14 728 till 12 078, ett medlemstapp på cirka 2 700, eller 18 procent.³ Bedömningen är att det i första hand beror på att antalet arbetstillfällen har blivit färre, även om det finns studier som pekar på att även organisationsgraden har sjunkit (den är dock fortfarande hög, omkring 85 procent).⁴

Får man tro medieföretagen ser inte heller framtiden så ljus ut. I SCB:s senaste arbetskraftsbarometer bedömer bara 13 procent av de intervjuade arbetsgivarna att antalet anställda kommer öka under de närmaste tre åren, medan 20 procent tror att antalet anställda kommer minska. Resten svarar ”oförändrat”.

Samtidigt försöker många arbetsgivare kapa kostnader och uppnå flexibilitet genom att ersätta fasta anställningar med tidsbegränsade, eller genom att anlita frilansande F-skattare. Den köparens marknad som uppstår på grund av den hårda konkurrensen om jobben bäddar dessutom för press på löner, arvoden och andra villkor.

Journalistjobben blir helt enkelt färre, samtidigt som de lösa förbindelserna och otryggheten på arbetsmarknaden ökar.

Alltmedan arbetstillfällen försvinner och arbetsmarknaden krymper så utbildas nya journalister varje år, vilket förstärker också påverkar relationen mellan utbud och efterfrågan.

En tydlig professionalisering

Man behöver inte ha en journalistutbildning, eller ens högre studier, i bagaget för att arbeta som journalist. Det går inte att utestänga någon genom krav på examen eller legitimation. I den meningen är det inte en klassisk profession. Forskarna brukar istället beskriva journalistyrket som en ”semiprofession”.⁵ ”Det finns många vägar in i journalistyrket och så har branschen velat ha det”, påpekar Maria Edström, lektor vid JMG vid Göteborgs Universitet. Ändå kan man se en ”tydlig professionalisering av yrket” på senare år.⁶

”Med tanke på den begränsade examination som skett från etablerade journalistutbildningar under de senaste decennierna är det uppen-

bart att en stor del av dagens journalistkår saknar en yrkesspecifik utbildning”, konstaterade det dåvarande Högskoleverket i en rapport i slutet av 90-talet.⁷ Men sedan dess har mycket hänt.

I JMG:s regelbundna journalistundersökningar, som baseras på ett slumpmässigt urval av Journalistförbundets medlemmar, ökade andelen med formell journalistutbildning på universitet, högskola, folkhögskola eller journalistinstitut från 42 procent 1989 till 74 procent 2011.⁸ Siffror från JMG:s journalistpanel, en webbaserad enkät som även den baseras på ett slumpmässigt urval av Journalistförbundets medlemmar, pekar på en fortsatt professionalisering. 2016 hade 81 procent av de tillfrågade en journalistutbildning, 54 procent från ett svenskt universitet.⁹ En undersökning genomförd 2013 av Gunnar Nygren vid Södertörns högskola gav ett liknande resultat: 81 procent angav att de gått en journalistutbildning, 56 procent på akademisk nivå och 25 procent på folkhögskola eller institut. Och bland journalister under 35 år hade nio av tio, 88 procent, en journalistutbildning.¹⁰

Utbudet av journalister på arbetsmarknaden hänger därför ihop med utbildningsutbudet, det vill säga vilka program, kurser och linjer som ges på olika lärosäten, hur många som antas till utbildningarna varje år och hur många som examineras.

Journalistutbildning – en översikt

Förr i tiden var aspirantutbildningen, som reglerades i kollektivavtal mellan fack och arbetsgivare och innebar 18 månaders handledd praktik på en tidningsredaktion, en vanlig väg in i yrket.

Den första formella journalistutbildningen startades 1959 på initiativ av Journalistförbundet, Tidningsutgivarna och Publicistklubben i form av Journalistinstitutet i Stockholm. Tre år senare tog staten över ansvaret, även om branschen hade fortsatt stort inflytande över utbildningen. Samtidigt startades ett motsvarande institut i Göteborg. 1967 ombildades instituten till Journalisthögskolor, och i samband med universitetsreformen 1977 integrerades de med universiteten.¹¹

De tidigare journalisthögskolorna finns idag som enheten för journalistik, medier och kommunikation (JMK) på Institutionen för mediestudier vid Stockholms Universitet, och institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs Universitet. Treåriga, tvååriga och ettåriga journalistutbildningar (program) ges också på Mittuniversitetet, Linnéuniversitetet, Umeå universitet, Luleå tekniska universitet, Lunds universitet, Uppsala universitet och Södertörns högskola. Flera av lärosätena har dessutom ett utbud av kortare och längre kurser i journalistik. Kurser erbjuds också av Karlstads universitet och Malmö högskola.¹²

1947 startades också Poppius journalistiska skola, och under de närmaste decennierna drog en rad folkhögskolor igång journalistlinjer. En

statlig utredning 1975 listar fem sådana folkhögskolor: Skurups folkhögskola, Folkhögskolan i Kalix, Nordiska folkhögskolan i Kungälv, Tornedalens folkhögskola och Nordens folkhögskola Biskops-Arnö.¹³

Idag finns ett- eller tvååriga journalistlinjer (formellt långa särskilda kurser) på Jakobsbergs folkhögskola, Tollare folkhögskola, Kaggeholms folkhögskola, Ljungskile folkhögskola, Södra vätterbygdens folkhögskola, Skurups folkhögskola, Strömbäcks folkhögskola, Kalix folkhögskola, Bollnäs folkhögskola, Vara folkhögskola och Nordens fotoskola/Biskops Arnö. Det är också möjligt att genomgå en utbildning på Poppius Journalistskola och på yrkeshögskolan GTV TV-produktion.

Man kan alltså gå en journalistutbildning i form av program eller kurs på 11 universitet och högskolor, 11 folkhögskolor, samt på Poppius Journalistskola och GTV TV-produktion.

Journalistutbildningarna i siffror

Läsåret 2015/16 (höst- och vårtermin) var 1 640 studenter registrerade på program och kurser klassificerade som journalistik (medie- och kommunikationsvetenskap borträknat). Det rör sig om alltifrån treåriga program på 180 poäng till kurser på 7,5 poäng.

Siffrorna har sammanställts av Universitetskanslerämbetet (UKÄ). Det handlar om det totala antalet studenter ("nettoräknade individer") som går dessa program och kurser under ett år – de som läser sin första termin, sin sista, och allt däremellan.

– Registrerade studenter ett visst läsår är en blandning av nya och återkommande studenter, men om man antar att den blandningen ser ungefär likadan ut år från år så kan man titta på trenden, förklarar Aija Sadurskis, statistiker och utredare på UKÄ.

Trenden är tydlig (se diagram 1 nedan). I början av 00-talet ökade antalet registrerade studenter kraftigt. Mellan läsåren 1999/00 och 2004/05 fördubblades antalet från drygt 1 000 till över 2 000. Sedan planade kurvan ut, nådde en toppnotering på 2 210 registrerade studenter 2010/11, för att därefter sjunka. De senaste fem åren har antalet registrerade studenter minskat med 26 procent till 1 640, men ligger ändå på en hög nivå jämfört med läsåret 1999/00.

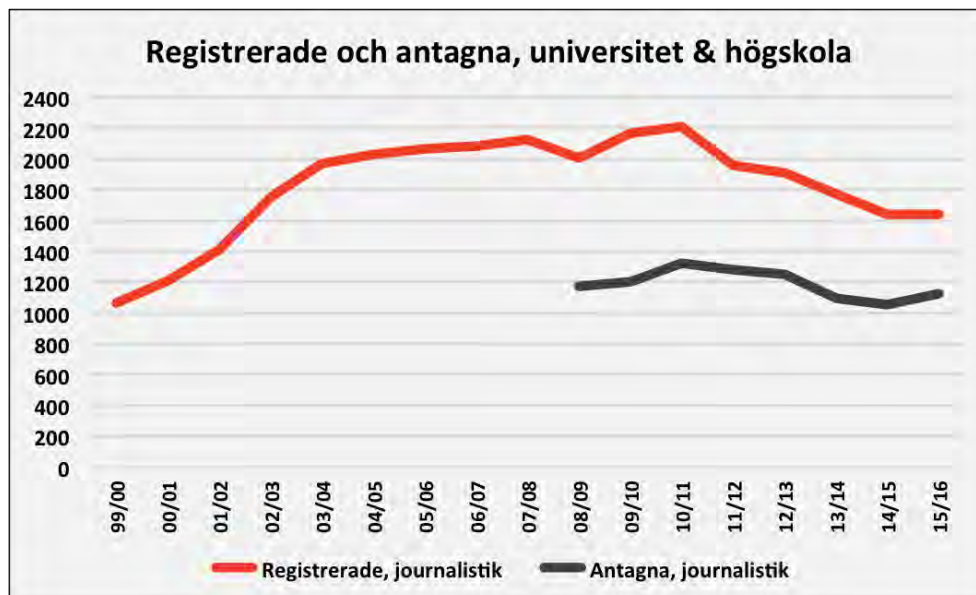


Diagram 1: Registrerade och antagna till universitet & högskola, journalistik.
Källa: UKÄ, UHR

Trenden liknar den för det totala antalet registrerade studenter på universitet och högskolor. Även där skedde en betydande ökning mellan läsåren 2008/09 och 2011/12 – vilket till stor del berodde på att fler sökte sig till högre utbildning när finanskrisen och arbetslösheten slog till. Därefter har kurvan pekat nedåt, om än inte lika tvärt som för journalistutbildningarna.

Antalet registrerade kan liknas vid vattennivån i en uppdämd sjö. Och nivån beror på det årliga inflödet och utflödet.

För att få en bättre uppfattning om inflödet till journalistutbildningarna har statistik över antalet antagna tagits fram. Siffrorna har hämtats från Universitets- och högskolerådets (UHR) databas och gäller program och kurser i journalistik (sökord "journ").¹⁴

Jämförelser över tid är bara möjliga från 2008 och framåt, eftersom det saknas statistik över antalet antagna på kurser för tidigare år.

Vad visar då siffrorna?

Under de senaste åtta åren antogs 10 292 studenter till journalistutbildningar på universitet och högskolor, vilket ger ett snitt på 1 287 antagna per läsår (höst- och vårtermin). Av dem antogs 6 345 (62 procent) till program och 3 947 (38 procent) till kurser. Snittet per läsår var 793 antagna till program och 493 till kurser.



Diagram 2: Antagna till universitet & högskola, journalistik. Källa: UHR

Läsåret 2015/16 antogs 1 123 studenter till journalistutbildningarna, 757 till program och 366 till kurser. Trenden liknar den över antalet registrerade. Antalet antagna till journalistutbildningarna ökade från 1 170 till 1 320 mellan 2008/09 och 2010/11, och har sedan minskat. Sett över hela perioden (2008/09–2015/16) har det totala antalet antagna till journalistprogrammen ökat något, från 686 till 757, men då JMK vid Stockholms Universitet har omvandlat längre kurser till program under samma tid bedöms antalet antagna till de längre journalistutbildningarna ändå som relativt oförändrat. Däremot har antalet antagna på kurser minskat, särskilt jämfört med toppåret 2011/12 (555 antagna). Även här ska man dock ha i åtanke att de längre kurserna på JMK har blivit program.

På senare år har det skett en allmän ”programmifiering av svensk högskola”, enligt en statlig utredning. Nya program har skapats, kurser har lagts ner och många längre fristående kurser har omvandlats till program. Journalistutbildningarna är inget undantag.¹⁵

UKÄ har också ställt samman statistik över antalet examinerade journalister från universitet och högskolor åren 1999–2015. Man bör komma ihåg att det svenska högskolesystemet har förändrats en del till följd av den europeiska Bolognaprocessen, och att högskolan fick en ny utbildnings- och examensstruktur i och med 2007 års högskolereform. Då infördes bland annat masterexamen som en påbyggnad på kandidatexamen. Detta orsakar också ett brott i tidsserien. Till och med 2007 redovisas siffrorna per kalenderår, därefter per läsår.

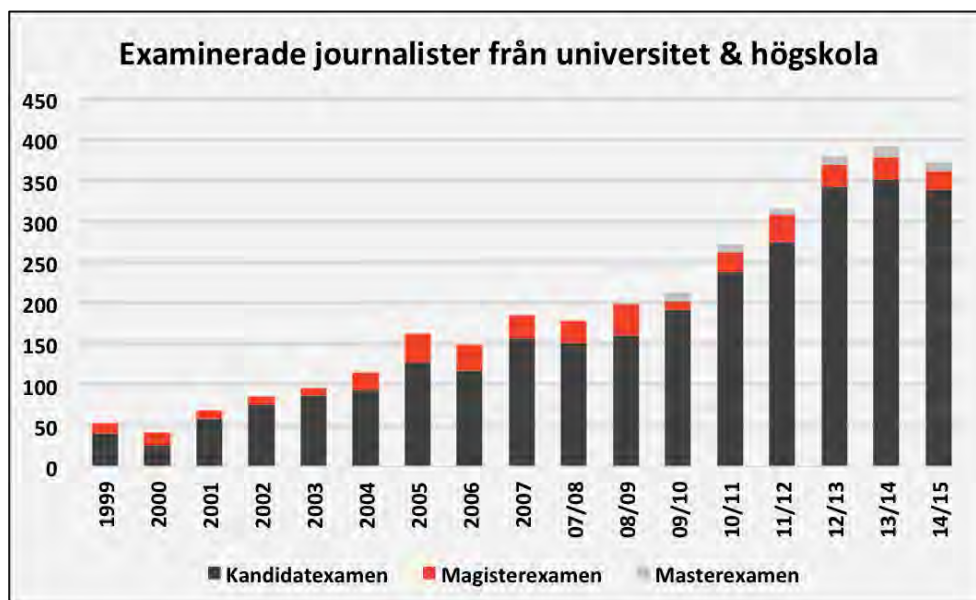


Diagram 3. Examinerade journalister från universitet & högskola. Källa: UKÄ

Hur som helst har antalet som examineras med journalistik som huvudområde ökat stadigt de senaste 15 åren, från 53 examinerade 1999 till 373 examinerade 2014/15. Men det betyder inte att antalet journalister som lämnar universiteten och högskolorna för yrkeslivet har ökat i samma takt.

Det verkar till exempel som att antalet nyutexaminerade journalister var fler än 50 vid millennieskiftet. 1999 skrev Högskoleverket i en rapport att det "vid den traditionella journalistutbildningen examineras ungefär 80 individer årligen", och att "antalet generella examina med huvudämnena journalistik, kommunikation och information som tagits ut under 1997/98 är cirka fem gånger så många". Några av de senare (400 examinerade) bör ha haft journalistik som huvudämne.

Antalet examinerade ger inte heller hela bilden av antalet journalistutbildade som kliver ut på arbetsmarknaden, vilket påpekas i ovan nämnda statliga utredning: "Att mäta genomströmning genom examensfrekvens är relevant för legitimationsutbildningar, men för andra utbildningar innebär låga examensfrekvenser inte per automatik att studenterna inte har fullföljt utbildningen", skriver man.¹⁶ "Examensbevis måste initieras av studenten", och om arbetsgivarna inte efterfrågar ett sådant minskar förstås incitamentet.

Journalister utbildas dessutom på en rad folkhögskolor.

På utredarens begäran har Folkbildningsrådet tagit fram statistik över antalet deltagare på folkhögskolornas långa särskilda kurser i journalistik. Det handlar om såväl ettåriga som tvååriga utbildningar.

¹⁷

Hösten 2015 hade dessa kurser 675 deltagare, en minskning med 32 procent jämfört med 2005, då kurserna hade 990 deltagare. Trenden har varit stadigt nedåtgående sedan 2011, då siffran var 963.

Under de senaste åren har också ett antal folkhögskolor lagt ner (Bona, Molkoms) eller tvingats ställa in journalistlinjer (Kalix, Nordiska folkhögskolan).

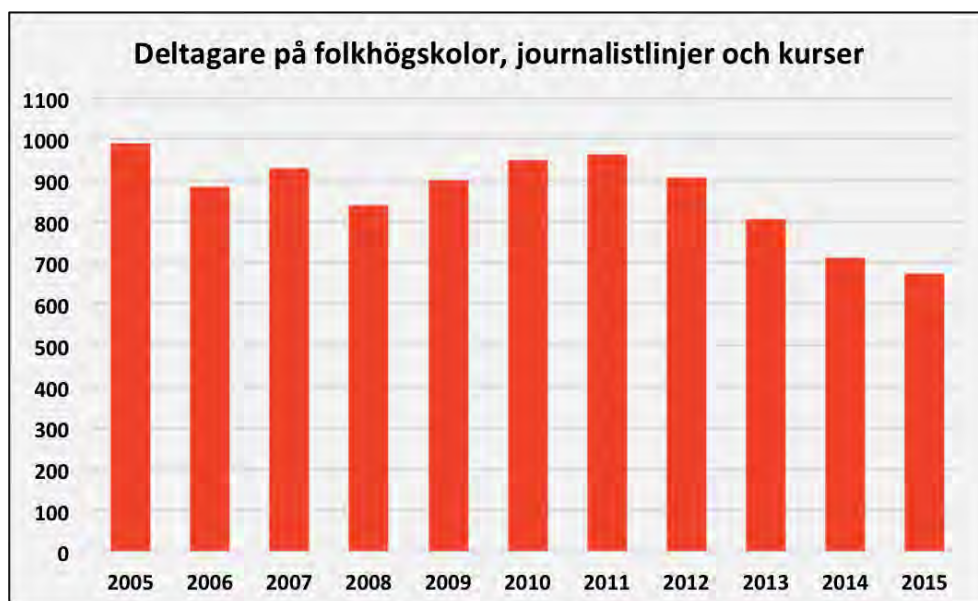


Diagram 4. Deltagare på folkhögskolor, långa särskilda kurser i journalistik.
Källa: Folkbildningsrådet

Det är möjligt att slå ihop antalet deltagare i folkhögskolornas särskilda kurser i journalistik med antalet studerande på universitetens och högskolornas journalistutbildningar. Då får man syn på antalet studenter/deltagare under ett visst år, som är i "pipeline".

Sammantaget gick omkring 3 000 personer en journalistutbildning under varje läsår mellan 2005 och 2011.¹⁸ Därefter pekar kurvan neråt. Läsåret 2015/16 var siffran 2 315, en minskning med 27 procent sedan (rekord)läsåret 2010/11 då siffran var 3 158. Procentuellt sett har folkhögskolorna tappat mer (– 29 procent) än universiteten och högskolorna (– 26 procent).

De senaste årens minskning är påtaglig, men skymmer samtidigt den kraftiga ökningen av antalet registrerade journaliststudenter på universiteten och högskolorna i början av 00-talet, en ökning som sannolikt hade sin like inom folkhögskolevärlden.

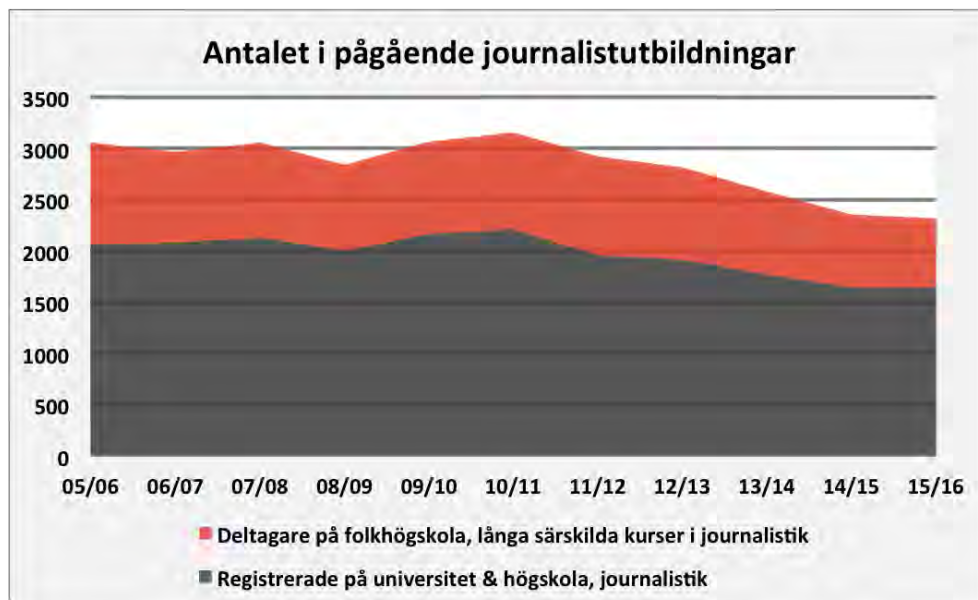


Diagram 5. Antalet i pågående journalistutbildningar, universitet, högskola och folkhögskola. Källa: UKÄ, Folkbildningsrådet

Hur stort har det totala inflödet varit till journalistutbildningarna?
Hur många har antagits varje år?

Tyvärr finns bara offentlig statistik över antalet deltagare på ettåriga och tvååriga kurser på folkhögskolorna, inte över antalet antagna till kurserna varje år. Men förutsatt att relationen mellan antalet antagna och antalet deltagare på folkhögskolorna är densamma som mellan antagna och registrerade på universitet och högskolor är det ändå möjligt att göra en uppskattning.

En försiktig uppskattning är att drygt 1 500 personer antogs till landets journalistutbildningar läsåret 2015/16. Det är en minskning med cirka 350 individer (20 procent) sedan toppåret 2010/11, men en minskning med bara cirka 150 individer (10 procent) sedan 2008/09.



Diagram 6. Antagna till journalistutbildningar totalt. Källa: UHR, Folkbildningsrådet, egna beräkningar

De senaste åtta åren bedöms närmare 14 000 personer ha antagits till en journalistutbildning på universitet, högskola eller folkhögskola, vilket ger ett genomsnitt på cirka 1 700 per läsår.

Prestationsgraden för svenska studenter (universitet och högskola) ligger på 82 procent, vilket grovt räknat betyder att åtta av tio fullföljer sin utbildning.¹⁹ Givet att de som går journalistutbildningar på universitet, högskolor och folkhögskolor presterar som genomsnittet av universitets- och högskolestudenterna landar vi på knappt 1 400 i snitt de senaste åtta åren och drygt 1 200 läsåret 2015/16.

Många som går en kortare kurs på ett universitet eller en högskola läser förstås fler kurser eller ett program innan de går ut i arbetslivet. Om endast de som antas till universitets- och högskoleprogram och till folkhögskolornas långa särskilda kurser tas med i beräkningen landar vi på knappt 1 200 antagna till journalistutbildningarna 2015/16, varav knappt 1 000 kan antas slutföra sin utbildning.

Om vi utgår ifrån förra läsårets antagningsvolym fylls alltså arbetsmarknaden varje år på med omkring 1 000 nyutbildade journalister som är redo att ta ett jobb. Kanske fler.

Problemet är bara de berörda myndigheterna bedömer rekryteringsbehovet som betydligt lägre än så.

Stort överskott på journalister

I Arbetskraftsbarometern pekar SCB ut ett antal yrken där arbetsgivarna rapporterar stor brist på nyutexaminerade. Störst brist är det på lärare och sjukvårdspersonal. Den utbildningsgrupp som det råder *minst* brist på är journalister. 67 procent av arbetsgivarna uppger att det är "god tillgång" på nyutexaminerade journalister.

Det har sett ungefär likadant ut i flera år. 2005 konstaterade SCB att "branschen präglas av ett stort överskott på journalister. Det är svårt att få arbete och de arbeten som finns är ofta elva månaders vikariat med liten möjlighet till förlängning." Man bedömde också att överskottet skulle öka fram till 2020 "om antalet utbildningsplatser är samma som idag".²⁰ 2011 konfirmerades prognosen: "Journalistutbildade möter en svår arbetsmarknad", skrev SCB, och "eftersom tillgången även på sikt beräknas överstiga efterfrågan finns det risk för ett växande överskott". Och i den senaste långtidsprognosen (2014) förutspås ett "kraftigt överskott på sikt" eftersom "tillgången beräknas öka i betydligt större takt än efterfrågan". Journalistik är rentav ett av yrkesområdena där "överskottet beräknas bli som störst".

Sedan millennieskiftet har också Högskoleverket, och senare UKÄ, följt trenderna på arbetsmarknaden och försökt jämföra utbud och efterfrågan. 2004 noterar man att antalet registrerade till journalistutbildningarna har ökat rejält sedan slutet av 90-talet och att det "utbildas dubbelt så många journalister som behövs varje år". Detta

”innebär att journalister i större utsträckning än hittills måste söka sig till andra områden”, skriver UKÄ, och bedömer samtidigt att efterfrågan på kommunikatörer och informatörer kommer öka.²¹

I en rapport 2006 varnar Högskoleverket för ”ett växande överskott”, 2010 talas det om ett ”fortsatt överskott” och 2015 gör UKÄ följande krassa analys: ”Sedan flera år överstiger antalet nytexaminerade rekryteringsbehovet på arbetsmarknaden”, och ”då tillgången beräknas öka betydligt snabbare än efterfrågan väntas ett kraftigt överskott av journalist- och medievetenskapligt utbildade år 2035”.²²

– Journalistutbildningen är en av de kända överproducerande utbildningarna, som drar många fler än vad det finns behov av på arbetsmarknaden, säger den tidigare universitetskanslern Lars Haikola, som nyligen ledde en statlig utredning om högskolans utbildningsutbud.²³

Man kan alltså tala om en rejäl mismatchning mellan utbud av och efterfrågan på journalister.

Matchningsproblematiken på högutbildades arbetsmarknad har diskuterats allt oftare på senare år. Debatten har bland annat kretsat kring det Daniel Berlin, utredare vid Göteborgs universitet, i en översiktsrapport beskriver som ”felfördelningar mellan utbildningsinriktningar, det vill säga att studenter väljer utbildningar inom områden där det finns överskott av arbetskraft, men väljer bort sektorer där det idag råder brist på kompetent personal”.²⁴

Men när matchningsproblem diskuteras handlar det vanligtvis om bristyrken som lärare och sjuksköterskor, inte om överskottsutbildningar, påpekar Lars Haikola.

Varken arbetsgivarorganisationen Medieföretagen eller Utgivarna har lyft frågan om de överproducerande journalistutbildningarna. Journalistförbundet har däremot hissat varningsflagg i många år. Det utbildas fler journalister än vad som behövs, har man menat, ett överutbud som bidragit till att skapa en köparens marknad.

I en krönika i Medievärlden 2015 undrade Journalistförbundets ordförande Jonas Nordling hur det kom sig att produktionen av nya journalister går för högtryck på universitet, högskolor och folkhögskolor samtidigt som alla vet att de utbildas för ”en bransch i kris, med löpande redaktionella nedskärningar i tvåsiffriga procenttal”. ”Vem har ansvar för helhet och samordning?” frågade Nordling.²⁵

Ja, vem har ansvar för helheten? För samordningen? Vad eller vem styr över utbildningsutbudet?

Systemskifte i högskolevärlden

Den grundläggande utbildningen på universitet och högskolor har genomgått två stora reformer de senaste decennierna: 1977 och 1993.

De var båda barn av sin tid.

Med högskolereformen 1977 centraliserades styrningen och planeringen; all högskoleutbildning organiserades i utbildningslinjer med en tydlig anknytning till arbetsmarknaden. Så här beskrivs systemet i Högskoleverkets (nu UKÄ) historiska översikt:

”Regeringen bestämde inför varje budgetår antalet nybörjarplatser (planeringsramar) för varje allmän utbildningslinje och lärosäte. Dessutom kunde lokala linjer inrättas av lärosätet. Även lokala linjer skulle vara inriktade mot ett visst yrkesområde.”²⁶

Universitets- och högskoleämbetet (UHÄ) stod för den övergripande planeringen. Det fanns vidare en regional beslutsnivå med sju regionstyrelser som svarade för ”samordnande planering av den grundläggande högskoleutbildningen i syfte att skapa ett allsidigt utbildningsutbud”. De fördelade också pengar till lärosätena. Det fanns även linjenämnder vid varje högskola, underordnade Högskolestyrelsen. På olika nivåer fick anställda och studenter, men också ”företrädare från samhället” inflytande. I linjenämnderna bereddes till exempel plats för yrkeslivsrepresentanter.²⁷

Högskolelagen slog fast att ”utbildningen inom högskolan skall planeras med hänsyn till samhällets behov av utbildade och individens behov och önskemål” och att ”samma hänsyn skall tagas när resurserna för utbildning fördelas inom högskolan”.²⁸ Ambitionen var att uppnå en balans mellan samhällets behov, vilket inbegrep arbetsmarknadens, och individens önskemål. Men i slutändan var det statsmakterna som hade ansvaret, som styrde.

1993 genomfördes den andra stora högskolereformen, som i mångt och mycket vände upp och ner på den då drygt 15 år gamla ordningen, särskilt på dimensioneringssystemet.

Det var en ny tid, med nya ideal. Stora delar av statsförvaltningen övergick från centralplanering och regelstyrning till mål- och resultatstyrning, samtidigt som individens valfrihet betonades.

Även högskolan decentraliserades och avreglerades. Statens inflytande minskade kraftigt. Planeringen och beslut om utbildningsutbud och antagning flyttades i huvudsak till lärosätena. Linjer förvandlades till program och kurser. Samtidigt blev studenternas efterfrågan avgörande för lärosätenas planering och dimensionering. Studenterna förvandlades i hög grad till kunder i ett marknadsliknande system (en kvasimarknad, eftersom en tredje part, staten, betalar) där lärosätena hädanefter tvingades konkurrera med varandra.

Staten hade gett intryck av att ”kunna förutse arbetsmarknadens krav på ett sätt som inte var möjligt”, menade den moderate utbildningsministern Per Unckel i propositionen. Istället antogs studenten själv ha förmåga att informera sig om och bedöma arbetsmarknadsutsikterna, och låta detta styra valet av utbildning: ”Jag vill i detta

sammanhang framhålla att studenternas val måste få stor betydelse för universitetens och högskolornas utbildningsutbud”, skrev Unckel. ”Det måste också vara en strävan att tillse att studenterna är så välinformerade att de själva kan ta ansvar för sina utbildningsval och därmed för sin framtida yrkesverksamhet. ... Fördjupade kunskaper inom av studenterna fritt valda områden är den bästa förberedelsen för framtiden.” Och ”i den nya universitets- och högskoleorganisationen avstår regeringen ... från att i detalj ange hur många studenter som skall utbildas på respektive område vid varje universitet och högskola ... Det blir istället studenterna, universiteten och högskolorna som genom sina egna val och prioriteringar avgör detta.”²⁹

– Det var en vändning 180 grader, säger den tidigare universitetskanslern Lars Haikola. 1977 års reform gjorde högskolan till ett stort socialt ingenjörsexperiment. Systemet undergrävdes dock under 1980-talet, och 1993 lämnade man den här modellen och gick över till den raka motsatsen, lite väl långt kan man väl tycka. Nu fick lärosätena bestämma, och de skulle i sin tur låta sig styras av vad studenterna ville.

Efterfrågestyrd utbildning

Resultatet blev en efterfrågestyrd utbildning ”där studenternas efterfrågan blev den avgörande dimensioneringsprincipen i och med att resurstilldelningssystemet helt kopplades till studenternas deltagande och prestation”, skriver Haikola i sin utredning. Staten behöll bara rätten att styra över ett fåtal utbildningsområden som ansågs särskilt viktiga, som lärar-, sjuksköterske- och civilingenjörsutbildningen. I den utvalda skaran ingick dock inte journalistutbildningarna.³⁰

Den här ordningen gäller i allt väsentligt fortfarande, även om högskolereformen 2007 – med den nya examensordningen – medförde ett tydligare krav på yrkesförberedelse.

– Systemet bygger på studenternas efterfrågan, och detta ska lärosätena reagera på, säger Lars Haikola. Även arbetsmarknadens behov ska spela in, och det har blivit ett större fokus på det på senare år, men i grunden är det alltså individens val som styr.

Erik Arroy, utbildningspolitisk utredare på TCO, ger en liknande beskrivning, och menar att detta är grunden till att det skapas ett överutbud inom vissa populära utbildningar.

– Den viktigaste mekanismen som styr utbudet inom högskolan är studentens val. Politiken vill bara styra om det uppstår brist på utbildad arbetskraft inom något yrkesområde. Det omvända, att styra om det blir ett överskott på utbildade, förekommer överhuvudtaget inte.

Utbildningar inom journalistik, medie- och kommunikationsvetenskap (de särredovisas inte i det här fallet) har länge tillhört de popu-

lärare, med ett relativt högt sökandetryck. Och ”intresset för dessa utbildningar är fortfarande mycket stort, sökandetrycket är nästan tre förstahandssökande per antagen”, noterar UKÄ.³¹

Dimensioneringen påverkas inte bara av sökandetrycket, utan också av resurstilldelningen, som beskrivs så här av UKÄ: ”För utbildning på grundnivå och avancerad nivå får lärosätena ett anslag som innehåller ett så kallat takbelopp, den maximala ersättningen för utbildningen. Utifrån antal studenter (omräknade till helårsstudent) och antal avklarade högskolepoäng (omräknade till helårsprestationer) beräknas hur stor del av takbeloppet som använts.” Ersättningsbeloppen för helårsstudenter och helårsprestationer skiljer sig mellan olika utbildningsområden (16 stycken). Journalistutbildningarna ingår i kategorin ”övrigt”, som ligger näst längst ner i ersättnings-skalan.³² Samtidigt är journalistutbildningar jämförelsevis billiga, och kostnaderna (för lokaler, lärare, utrustning etc) inte på ett självklart sätt kopplade till antalet utbildningsplatser. Man kan till exempel ta in några fler på ett program utan att det behövs fler lärare.

– Systemet premierar genomströmning, förklarar Erik Arroy. Därför drar utvecklingen mot att lärosätena vill ha populära programutbildningar som är relativt billiga att genomföra och som dessutom är säkra i termer av genomströmning.

Lars Haikola drar en liknande slutsats.

– Risken är att systemet perverteras, att lärosätena prioriterar utbildningar som det är lätt att rekrytera studenter till och där kostnaderna är låga. Därtill kommer risken som finns med all utbildning, att lärosätena tenderar att bli konservativa.

De bygger upp en institution, sitter på ett visst antal anställda, och det är svårt att krympa kostymen – åtminstone på kort sikt.

Visserligen har regeringen på senare år, i olika skrivelser, uppmanat lärosätena att prioritera utbildningar inom diverse bristyrken. Samtidigt har det saknats ekonomiska stimulanser för detta, konstaterar Lars Haikola: ”En satsning på utbildning för arbetsmarknadens behov och där studenterna inte visar intresse för denna utbildning leder direkt till en ekonomisk förlust för högskolan”, skriver han i den statliga utredningen.³³

Det omvända gäller förstås också.

– Det finns inga incitament att dra ner på populära utbildningar, säger Erik Arroy.

Regeringen har även gett UKÄ (och tidigare Högskoleverket) i uppdrag att ”informera universitet och högskolor samt blivande studenter om arbetsmarknadens framtida behov i relation till utbildningsutbudet”, samt ”att följa upp hur lärosätena arbetar med dimensionering utifrån studenternas efterfrågan och arbets-

marknadens behov”.³⁴ Vilket UKÄ har gjort, och man har upprepade gånger påpekat att det utbildas alldeles för många journalister i relation till behovet på arbetsmarknaden. Men UKÄ kan inte förvänta sig att universiteten och högskolorna rättar sig efter myndighetens rekommendationer, eftersom bestämmanderätten över dimensioneringen ytterst ligger på lärosätena. Det enda man kan göra är att erbjuda ett ”planeringsunderlag”.

Flera lärosäten uppger dock att de främst förhåller sig till sökandetrycket. Dessutom ifrågasätts UKÄ:s dystra prognoser på sina håll. För enligt de uppföljningar som gjorts av lärosätena själva får många av de journalister som går utbildningarna jobb.

”Våra journaliststudenter får jobb”

Tre lärosäten med populära journalistutbildningar – JMG, Södertörns högskola och Mittuniversitetet – har gjort kontinuerliga uppföljningar av hur det har gått för studenterna efter avslutad utbildning.

Av de tidigare studenterna på JMG:s journalistprogram åren 2002-2015 har 8 av 10 fått ”journalistjobb” (90 procent av dessa uppger att de har ”klassiska journalistiska arbetsuppgifter”), medan 2 av 10 har annat arbete. 6 av 10 som avslutade journalistprogrammen på Södertörns högskola åren 2009-2014 har journalistjobb, medan 2 av 10 jobbar med information och PR och resten jobbar med annat, är arbetslösa eller studerar. Av de som avslutade journalistutbildningen på Mittuniversitetet åren 2008-2015 jobbar 7 av 10 som journalist, medan 1 av 10 sysslar med PR/marketing, 1 av 10 med annat och resten är arbetslösa eller studerar. De tre uppföljningarna visar också att de flesta har vikarierat, varit projektanställda eller frilansat de första åren, men att majoriteten efter hand har fått fast jobb.

Ingemar Åttingsberg, programansvarig på Mittuniversitetet, har därför svårt att ta UKÄ:s prognoser och rekommendationer på allvar.

– Våra journaliststudenter får ju jobb, säger han. Vår utbildning är jättebra och de som går den är väldigt eftertraktade. Det är svårt att få fast jobb i början, men ungefär 70 procent får journalistjobb och de andra får infojobb eller inom content marketing.

Samtidigt visar UKÄ:s uppföljning av de som tog ut en kandidatexamen i journalistik läsåret 2007/2008 att 63 procent hade etablerat sig på arbetsmarknaden 2009 och att något fler hade gjort det 2013. 64 procent av dessa hade etablerat sig som journalist eller i liknande yrken (författare, informatörer med flera). Av de som examinerades läsåret 2011/2012 var en lägre andel, 58 procent, etablerade 2013, och av dessa hade 64 procent etablerat sig som journalist eller i liknande yrken. Av de som examinerats från samtliga universitetsutbildningar låg snittet på omkring 80 procent etablerade.

En möjlighet är förstås att nyutbildade journalister till viss del vinner i konkurrensen om jobben mot de som saknar formell journalistutbildning – vilket i så fall förklarar den påtagliga professionaliseringen av yrkeskåren på senare år. En ytterligare möjlighet är att nyutbildade journalister tillägnat sig kompetens som en del äldre journalister med längre yrkeserfarenhet saknar. En ytterligare möjlighet är att de som får jobb i första hand kommer från universiteten och högskolorna, och att de vinner i konkurrensen mot de som läst journalistlinjen på en folkhögskola.

En nog så viktig iakttagelse är också att allt fler journalistutbildade söker sig till, eller drivs till att ta jobb inom, närliggande branscher. De arbetar som informatörer, kommunikatörer, med PR eller reklam. Dessa branscher har av allt att döma haft en bättre tillväxt än mediebranschen, samtidigt som gränserna mellan klassisk journalistik och närliggande yrken suddas ut allt mer.

– Det har varit stor efterfrågan på informatörer och kommunikatörer på senare år, och det är nästan bara tidigare journalister som får de jobben, vi ser en väldigt tydlig övergång, säger Peter Nofors, arbetsmarknadsanalytiker på Arbetsförmedlingen.

Journalister har en utbildning och erfarenhet som gör dem eftertraktade även utanför mediebranschen, påpekar han.

Så tycks det vara. Men samtidigt kan man fråga sig om det inte är lämpligare att satsa mer på informatörs- och kommunikatörsutbildningar om det är där jobben finns, istället för att låta journalistutbildningarna sörja för behovet.

Fria folkhögskolor

Folkhögskolorna är tillsammans med studieförbunden en del av den svenska folkbildningstraditionen, de ägs och drivs som regel av folkrörelser och andra organisationer, men finansieras av staten (via Folkbildningsrådet), landstingen och kommunerna.

Även styrningen av folkhögskolorna genomgick en omvandling i början av 90-talet, från detaljstyrning till målstyrning. Den socialdemokratiska regeringen överlät då ”till folkbildningens organisationer att själva, genom Folkbildningsrådet, fördela och ange villkor för statens stöd”, skriver Folkbildningsrådet i en rapport. Förutom ett antal övergripande mål och syften – som att ”stärka och utveckla demokratin” och ”utjämna utbildningsklyftor” – har folkhögskolorna sedan dess ”fått ett stort förtroende att själva organisera sin verksamhet, utan att staten utvecklat någon tydlig kontrollinstans”.³⁵

Statsbidraget avgör förstås ramarna för hela folkbildningen, men själva dimensioneringen – antalet kurser i ett visst ämne och antalet deltagare – bestäms av folkhögskolorna själva, deras huvudmän och i slutändan av människors efterfrågan. Det gäller också för journalistlinjerna.

Någon direkt koppling till arbetsmarknaden finns inte. Istället betonades det i propositionen som låg till grund för omvandlingen i början av 1990-talet att folkbildningen skulle vara ”obunden av stat och marknad, skild från samhällets läroplansstyrda utbildning och arbetsgivarnas produktionsanpassade personalutbildning. Den skall vara ett forum där deltagarna själva väljer ämne och arbetsformer och där de egna erfarenheterna och behoven styr studierna.”³⁶

De utvärderingar som ändå gjorts av deltagarnas fortsatta öden i arbetslivet står folkhögskolorna själva för. En uppföljning från Molkoms folkhögskola 2011 visade att 70 procent av de kursdeltagare som fullföljt den ettåriga journalistutbildningen de föregående sju åren jobbade helt eller delvis som journalister, att 15 procent hade studerat vidare på universitetsnivå med inriktning mot journalistik/information och att 15 procent jobbade med annat än journalistik.³⁷ Och en undersökning utförd av Södra Vätterbygdens folkhögskola visade att cirka 80 procent av de som gått skolans journalistlinje jobbade i branschen fem år efter avslutade studier.³⁸

Detta tyder på att folkhögskolorna inte behöver vara sämre på att leverera kvalificerade och konkurrenskraftiga journalister till arbetsmarknaden än universiteten och högskolorna.

Statistiken från Folkbildningsrådet visar emellertid att antalet deltagare på journalistlinjerna minskat på senare år, om än från en hög nivå. En anledning till detta torde vara att söktrycket har minskat. En rundringning som P1 Kulturnytt gjorde våren 2016 visade just att antalet sökande har blivit färre till flera journalistutbildningar på landets folkhögskolor, och att ett par rentav tvingats lägga ner.³⁹

Sist ut var Molkoms folkhögskola, som beslutade lägga ner journalistutbildningen i november 2016. ”De senaste två åren har det varit svårt att fylla platserna med de krav vi ställer”, sa läraren Helena Söderqvist när beskedet kom. Journalistförbundets ordförande Jonas Nordling kommenterade också nedläggningen: ”Det är inte konstigt att branschens tillbakagång nu också påverkar utbudet av utbildningar. Men det är inte bra om det bara är folkhögskolornas utbud som förändras, eftersom de har bidragit positivt till en större mångfald på redaktionerna, inte minst ur ett socioekonomiskt perspektiv”, sa han.⁴⁰

Diskussion och rekommendationer

Vad kan och bör göras för att komma tillrätta med mismatchningen på journalisters arbetsmarknad?

Efterfrågestyrda utbildningssystem har helt klart sina brister. Samtidigt som universitet, högskolor och folkhögskolor bidrar till ett stort överskott i vissa yrken genom att överproducera nyutbildade, råder det skriande brist på utbildad personal i andra yrken. Det är knappast bra ur ett samhällsekonomiskt perspektiv, det är inte resurseffektivt, och det bidrar till att skapa en köparens marknad i branscher där efterfrågan på arbetskraft viker, som i mediebranschen.

Man kan undra om det verkligen är rimligt att lägga huvudansvaret för dimensioneringen av utbildningarna på enskilda studenter och enskilda lärosäten? Om inte hela systemet borde reformeras och staten ta ett större grepp om dimensioneringen av högskolan?

Det är dock få som förespråkar en återgång till centralplanering. Även det gamla systemet hade sina brister. Principer som lärosätenas relativa autonomi och studentens valfrihet har dessutom slagit rot och försvaras av olika intressen inom högskolevärlden – inte minst av studentorganisationer. Principen om folkbildningens frihet från statlig detaljstyrning är dessutom närmast tagen för given.

En utvärdering av hela utbildningssystemet ligger utanför den här rapportens syfte och räckvidd. Att föreslå ett systemskifte är sannolikt inte heller den mest framkomliga vägen. Och även om den statliga utredaren Lars Haikola lyfter fram systemets baksidor är hans slutsats trots allt ”att de styrningsmekanismer som infördes med reformen 1993 fungerar” och ”att studenters efterfrågan i grunden utgör det bästa sättet att planera utbildningsutbud”. Samtidigt slår han fast att ”åtgärder av justerande karaktär bör ... vidtas för att bättre tillfredsställa arbetsmarknadens behov”.⁴¹

Redan idag är det möjligt för staten att använda sig av ekonomiska styrmedel för att i viss mån påverka dimensioneringen. 2012 beslutade regeringen att utöka antalet platser på vissa utbildningar (civilingenjörs-, högskoleingenjörs-, läkar-, tandläkar-, sjuksköterske- och lärarutbildning). Resurser togs från lärosätenas takbelopp. Staten begränsar också en del populära utbildningar, något som påpekas i den statliga utredningen. ”Även om systemet i grunden är efterfrågestyrt så finns det vissa fall då studenters efterfrågan inte tillfredsställs. Detta är fallet i ett flertal dyrbara utbildningar som är starkt eftersökta, exempelvis läkarutbildning, psykologutbildning, veterinärutbildning och skådespelarutbildning. För vissa sådana dyrbara utbildningar har statsmakterna lagt begränsningar i hur många utbildningsplatser som får finansieras genom tilldelade medel ... Därtill kan lärosätena hämma studenternas efterfrågan genom att av olika skäl begränsa översökta utbildningar.”⁴²

Ett problem är att journalistik inte är ett eget utbildningsområde, utan ingår i kategorin ”övrigt”. En begränsning skulle därför

också drabba en rad andra utbildningar. Ett annat problem är att journalistutbildningen inte tillhör de mest kostsamma. En begränsning skulle vara utanför boxen. Säkert möjlig, men svårmotiverad utifrån ett kostnadsperspektiv (vilket ofta är det mest gångbara).

En annan variant är att ändra ersättningsbeloppen. Hittills har det gjorts i syfte att höja kvaliteten på vissa utbildningar, och därför har det handlat om höjningar. Det kan tyckas motsägelsefullt att höja ersättningsbeloppen till en utbildning där antalet platser behöver minskas, men kanske kan det skifta lärosätenas fokus – från att anta många för att täcka omkostnaderna och skapa en marginal till att istället anta något färre och öka kvaliteten i utbildningen.

Såväl fack som näringsliv har efterlyst en reformering av resurstilldelningssystemet, i syfte att stärka arbetslivsanknytningen och förmå lärosätena att på ett tydligare sätt koppla utbildningsutbudet till arbetsmarknadens behov. Bland annat skrev TCO och Svenskt Näringsliv en gemensam debattartikel på temat 2015.⁴³

Samtidigt finns det andra åtgärder som kan stärka arbetslivsanknytningen. En viktig sådan rör samverkan och dialog mellan lärosätena och arbetsmarknadens parter. Stärkt samverkan har efterlysts av fack och arbetsgivare i flera branscher, och är ett centralt förslag i Lars Haikolas utredning. Det är värt ett längre citat:

”I en decentraliserad sektor med autonoma lärosäten finns det få naturliga, systematiska och återkommande arenor för dialog kring utbildningens dimensionering. Det är angeläget att arenor för återkommande och systematisk dialog mellan lärosäten och berörda arbetslivsorganisationer finns både regionalt och nationellt. I den mån det saknas i dag bör de skapas och i den mån de finns bör de stärkas. Formerna för samverkan och vilka intressenter som bör delta i sådan samverkan kan inte standardiseras – det är beroende av lärosäte, utbildning, arbetslivsbranscher med flera faktorer.”⁴⁴

Redan idag har flera lärosäten och institutioner där journalistutbildningar ges en viss, kontinuerlig, samverkan och dialog med branschen. Men de tycks i första hand röra frågor kring utbildningens innehåll, inte dess dimensionering. Dessutom spelar Journalistförbundet en alltför begränsad roll.

Resonemanget ovan mynnar slutligen ut i följande rekommendationer till Journalistförbundet:

1. Lyft frågan i offentligheten

Problemet med överproducerande utbildningar har knappt diskuterats tidigare, åtminstone inte i bredare kretsar. Journalistförbundet bör därför – med rapporten i ryggen – lyfta frågan i offentligheten; diskutera konsekvenserna för journalistkåren, orsaker och möjliga åtgärder. Det finns tre adressater: utbildningsanordnare (universitet, högskolor, folkhögskolor), studenter och politiker.

2. Initiera dialog med utbildningsanordnarna

Samverkan och dialog mellan utbildningsanordnarna och mediebranschens organisationer/parter är en nyckel. Journalistförbundet bör ta initiativ till den typen av dialog och samverkan. Man kan uppmana universitet, högskolor och folkhögskolor att inrätta branschråd (fysiskt eller på nätet) där Journalistförbundet kan medverka och delta i dialogen. Men framförallt bör Journalistförbundet – gärna tillsammans med exempelvis TCO och arbetsgivarorganisationen Medieföretagen – lägga grunden till en dialog på region- och/eller rikspanet. Man kan tänka sig en årlig konferens med fokus på journalistutbildningarna i ett föränderligt medielandskap, dit utbildningsanordnare, lärare, studeranderepresentanter, branschfolk, fackligt aktiva, myndighetsrepresentanter, forskare och politiker bjuds in. En sådan konferens kan fokusera på dimensionering kopplat till arbetsmarknaden, men också på innehålls- och kvalitetsfrågor.

3. Uppvakta utbildningsdepartementet

Frågor kring resurstilldelning och riktlinjer visavi högskolan ligger förstas på regeringens och utbildningsdepartementets bord. Journalistförbundet bör därför, förslagsvis tillsammans med TCO, uppvakta utbildningsdepartementet och lyfta fram problemet med överproducerande utbildningar och diskutera relevanta åtgärder – i första hand ekonomiska styrmedel.

Källförteckning

- 1 <http://www.resume.se/nyheter/artiklar/2016/03/10/90-tjanster-bort-fran-mittmedia/>, <https://www.medievarlden.se/2016/10/hallpressen-skar-ned-33-tjanster/>, <http://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/13-journalister-ska-bort-fran-sydsvenskan-6795378>, <https://www.medievarlden.se/2016/05/skanskan-sager-upp-var-femte-journalist/>
- 2 <http://www.journalisten.se/nyheter/398-jobb-borta-i-ar-minst>, <http://www.journalisten.se/nyheter/sa-manga-jobb-forsvann-under-aret>
- 3 2006 var antalet yrkesaktiva medlemmar 14 772 (varav 12 771 anställda), 2016 (i oktober) var antalet 12 078 (varav 10 106 anställda).
- 4 Nygren, Gunnar & Appelberg, Jonas, "Swedish journalists – a profession in decline", i *Journalists in three media systems - Polish, Russian and Swedish journalists about values and ideals, daily practice and the future*, Moscow: Journalism faculty, 2013
- 5 Nygren, Gunnar, *Journalist – och sen då? En undersökning av vilka som lämnar Journalistförbundet och varför*, Södertörns Högskola, 2010
- 6 Asp, Kent (red.), *Svenska journalister: 1989-2011*, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet, Göteborg, 2012
- 7 Högskoleutbildade – tillgång och efterfrågan, Högskoleverket 1999
- 8 Asp, Kent (red.), *Svenska journalister: 1989-2011*, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet, Göteborg, 2012
- 9 Siffrorna har tagits fram av JMG på förfrågan.
- 10 Nygren, Gunnar & Appelberg, Jonas, "Swedish journalists – a profession in decline", i *Journalists in three media systems - Polish, Russian and Swedish journalists about values and ideals, daily practice and the future*, Moscow: Journalism faculty, 2013
- 11 Gardeström, Elin, *Att fostra journalister: journalistutbildningens formering i Sverige 1944-1970*, Daidalos, 2011
- 12 Universitets- och högskolerådet
- 13 *Journalistutbildningsutredningen, Å jour: om journalistutbildning : betänkande*, Stockholm, 1975
- 14 Siffrorna från Universitets- och högskolerådets databas gäller antalet antagna efter andra urvalet. Kurser i medie- och kommunikationsvetenskap har sorterats bort även om de till viss del kan inbegripa journalistik. Likaså har de kortaste kurserna på 7,5 poäng, varav merparten är på distans, uteslutits. En rundringning till några lärosäten visar att siffrorna inte alltid överensstämmer med lärosätenas egna. Det tycks bero på olikartade antagningsförfaranden, där vissa lärosäten tillämpar ett initialt överintag eftersom de räknar med bortfall, medan vissa istället fyller på med reserver när de initialt antagna uteblir från uppropet eller hoppar av. Avvikelserna bedöms dock på det stora hela ta ut varandra eftersom några lärosäten uppger lägre siffror än de som finns i Universitets- och högskolerådets databas, och andra högre.
- 15 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*
- 16 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*
- 17 Siffrorna från Folkbildningsrådet gäller långa särskilda kurser med CSN-kod 321A, "journalistik". Det handlar om deltagare på höstterminen, vilket enligt Folkbildningsrådet gör att man undviker dubletter i statistiken, då utbildningarna som regel är minst ettåriga.

- 18 Eftersom Folkbildningsrådet bara har statistik över journalistutbildningarna på folkhögskolorna från 2005 (siffror baserade på CSN-kod har inte rapporterats tidigare än 2005) och framåt är det omöjligt att veta hur det såg ut innan dess.
- 19 2015 var prestationsgraden 82 procent, vilket också var snittet för åren 2006-2015. <http://www.uka.se/statistik--uppfoljning/statistikdatabas-om-hogskolan/nyckeltal/fraga.html?sv.url=12.47d578b144bbf7abd13&struts.portlet.action=/nudev/resultat&>
- 20 *Trender och prognoser 2005*, SCB
- 21 *Arbetsmarknad och högskoleutbildning 2004*, Högskoleverket
- 22 *Högskoleutbildningarnas dimensionering – Ett planeringsunderlag inför läsåret 2006/07*, Högskoleverket. *Högskoleutbildningarna och arbetsmarknaden dimensionering – Ett planeringsunderlag inför läsåret 2010/11*, Högskoleverket. *Högskoleutbildningarna och arbetsmarknaden*, UKÄ 2015.
- 23 U 2014:09. Slutbetänkande: SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*.
- 24 Berlin, Daniel, Matchningsproblem på högutbildades arbetsmarknad – en översikt av den svenska debatten, Rapport 2014:02, Enheten för analys och utvärdering, Göteborgs universitet
- 25 "Just nu utbildas 1 880 journalister", *Medievärlden* 1/4 2015
- 26 *Högre utbildning och forskning 1945-2005 – en översikt*, Rapport 2006:3 R, Högskoleverket.
- 27 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*.
- 28 *Högre utbildning och forskning 1945-2005 – en översikt*, Rapport 2006:3 R, Högskoleverket.
- 29 Prop. 1992/93:1
- 30 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*.
- 31 www.uka.se
- 32 www.uka.se
- 33 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*.
- 34 *Högskoleutbildningarna och arbetsmarknaden Ett planeringsunderlag inför läsåret 2015/16*, UKÄ
- 35 *Folkbildningens frihet och värde – metaperspektiv på folkhögskolor och studieförbund*, Folkbildningsrådet utvärderar, no 2 2016.
- 36 Prop. 1990/91:82
- 37 <https://folkhogskola.qa.meridium.se/Nyheter/Nyheter-fran-folkhogskolor-na/2011/Molkoms-journalistelever-far-jobb/>
- 38 <http://journalistlinjen.nu/om-oss/>
- 39 "Få söker till folkhögskolornas journalistutbildningar", SR P1, 18/5 2016.
- 40 SJF: "Inte bra – linjerna bidragit positivt", VF, 21/11 2016
- 41 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*

- 42 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*
- 43 <http://www.gp.se/nyheter/debatt/fler-f%C3%A5r-jobb-om-h%C3%B6gskola-n%C3%A4ringsliv-samverkar-b%C3%A4ttre-1.152366>
- 44 SOU 2015:70, *Högre utbildning under tjugo år*

Omställningen

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #5

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startade våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen ”Vem tjänar på otrygga jobb?”. Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok ”Ofärdsland – livet längs arbetslinjen” handlar om den växande otryggheten och utsattheten.
Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord. Omställning i behov av förändring	4
Tusentals uppsagda journalister	5
En viktig länk i omställningskedjan	5
Omställningsavtalet och TRR Trygghetsrådet	7
”Kompetensutveckling är a och o”	9
”Jag visste inte att man kunde få så mycket hjälp”	12
Sämre resultat för journalister	15
Ny arbetsmarknad, gammalt avtal	19
I väntan på ett nytt avtal	21
Diskussion och rekommendationer	24
Källförteckning	26

Förord: Omställning i behov av förändring

Varje år förlorar hundratals journalister jobbet när arbetsgivarna skär ner eller omorganiserar. Den här rapporten tittar närmare på det omställningsstöd som många har rätt till enligt kollektivavtal.

Omställningsavtalen och de omställningsorganisationer som administrerar dem för en relativt undanskymd tillvaro. Samtidigt spelar de en central roll på arbetsmarknaden. Ja, i takt med att andra länkar i omställningskedjan har försvagats har de blivit allt viktigare. Inte minst för uppsagda journalister.

Journalister berörs av det omställningsavtal som slutits mellan Svenskt Näringsliv och Förhandlings- och samverkansrådet PTK, som Journalistförbundet är en del av. Och avtalet administreras av omställningsorganisationen TRR Trygghetsrådet.

För många journalister som förlorar jobbet blir TRR den första hållplatsen. Här får de träffa en rådgivare, här får de vägledning och stöd i omställningen.

Hur jobbar TRR med uppsagda journalister? Hur väl fungerar omställningen idag? Vad kan förbättras? Dessa frågor diskuteras i rapporten. Slutsatsen är att stödet fyller en viktig funktion och att resultaten är relativt goda, även om det ser sämre ut för journalister än för resten av tjänstemannakollektivet. Framförallt får en betydligt mindre andel fast jobb. Majoriteten får en osäker anställning eller startar eget.

Samtidigt har omställningsavtalet luckor och brister. Varken tidsbegränsat anställda eller de som sägs upp på grund av ohälsa omfattas. Något som har stor betydelse i mediebranschen, där uppskattningsvis nära hälften av de som förlorar jobbet är tidsbegränsat anställda – och därmed står utan stöd från TRR.

Avtalet lägger inte heller tillräcklig vikt vid kompetensutveckling och utbildning. Samtidigt är detta a och o på en arbetsmarknad där teknikutvecklingen går snabbt och där den kompetens som var värdefull igår kan vara gammal imorgon.

Förhandlingarna mellan Svenskt Näringsliv och PTK om ett utökat och förändrat omställningsavtal bröt samman 2015. Men behovet av ett nytt avtal växer för varje år. Och för Journalistförbundet bör detta vara en prioriterad fråga.

Samtidigt kan en del göras inom ramen för nuvarande avtal. TRR kan fokusera mer på kompetensutveckling och utbildning, liksom på förebyggande arbete.

Kent Werne, Stockholm, maj 2017

Tusentals uppsagda journalister

Mediebranschen genomgår en kris, med minskade intäkter och ständiga nedskärningar. Det gäller särskilt dagspressen. ”Nära nog samtliga svenska tidningsföretag har tvingats att genomföra omfattande sparprogram under senare år”, konstaterar den statliga Medieutredningen i sitt slutbetänkande.¹

I jakten på samordningseffekter har mindre tidningar köpts upp eller slagits ihop, medan delar av produktionen har outsourcats till produktionsbolag, contentbyråer och frilansare. Dessutom har tekniska landvinningar, nya rutiner och internet fungerat arbetsbesparande och effektiviserat nyhetsproduktionen.²

Resultatet är kraftigt bantade redaktioner och tusentals uppsagda.

Mellan 2004 och 2014 försvann var fjärde redaktionell tjänst från landets dagstidningar,³ och bara under de senaste fyra åren – 2013, 2014, 2015 och 2016 – har drygt 1 500 journalister förlorat jobbet inom dagspressen.⁴

Även andra medieföretag har krympt kostymen: nyhetsbyråer, tv-bolag, månadsmagasin, veckotidningar. Faktum är att sju av tio journalister jobbar på redaktioner där kollegor har sagts upp på grund av arbetsbrist de senaste 5–10 åren.⁵

Med uppsägningarna har stressen ökat bland de som blivit kvar. I en enkät som Medieutredningen gjort i samarbete med Journalistförbundet anger fyra av fem journalister att de förväntas göra mer på samma tid.⁶ Andra undersökningar har visat att skrivande reportrar måste producera fler artiklar per dag jämfört med tidigare, och att arbetsuppgifter som förr krävde flera tjänster nu ryms i en.⁷

”Nedskärningarna har gjort att jag – från att ha varit bara redigeringsledare – nu är redigeringsledare, nattchef, nyhetschef, bildredaktör och redigerare – på samma arbetstid, med samma lön”, skriver en av de intervjuade i Medieutredningens enkät.

För de journalister som sägs upp och förlorar jobbet väntar dock, åtminstone till en början, en helt annan tillvaro: En period av omställning. Med olika vägval, olika former av hinder och stöd längs vägen, och olika slutstationer.

En viktig länk i omställningskedjan

Varje år förlorar omkring 450 000 personer i Sverige jobbet genom att arbetsgivarna skär ner på antalet anställda. Men samtidigt skapas förstås jobb när andra arbetsgivare nyanställer. Den här jobbomsättningen uppgår till omkring 20 procent av den totala sysselsättningen – en internationellt sett hög nivå.⁸

Av tradition har fackföreningsrörelse och politiker i Sverige bejakat strukturuomvandling och rationalisering i näringslivet. Man har gått på linjen ”trygghet i omställning” istället för ”rädda jobben till varje pris”.

Den svenska modellen har inbegripit vad TCO-utredaren Mats Essemyr kallat en ”omställningskedja”.⁹ Kedjans första länk är arbetsrätten, som tvingar arbetsgivaren att förhandla med facket när det vankas uppsägningar. Arbetsrätten är formellt stark, med regler om uppsägningstid, företrädesrätt till återanställning och turordning (”sist in, först ut”). Reglerna är semidispositiva, vilket innebär att arbetsgivarna och facket i avtal kan enas om andra regler, på förhand eller då uppsägningarna aviserats. I förhandlingarna ”vägs arbetsgivarens önskan om att behålla vissa personer mot arbetstagarnas rätt till trygghet”, konstaterar Essemyr. ”Resultatet är ofta en kompromiss där arbetsgivarens önskemål får större genomslag i utbyte mot att de arbetstagare som får lämna företaget eller organisationen erbjuds lösningar som ska underlätta för dem att vara kvar på arbetsmarknaden och hitta ett nytt jobb.”

Arbetslöshetsförsäkringen, eller a-kassan, är kedjans andra länk. Tanken har varit att den som blir arbetslös ska ha en inkomsttrygghet under omställningen. Sedan 90-talskrisen har dock ersättningsnivåerna sänkts rejält och a-kassan ”glidit från en inkomstbortfallsförsäkring mot ett grundtrygghetssystem”, som Inspektionen för socialförsäkringen uttrycker det i en rapport.¹⁰ 2015 höjdes visserligen taket i a-kassan, och fler får nu 80 procent av den förlorade lönen än innan, men fortfarande får stora delar av tjänstemannakollektivet betydligt mindre än 80 procent. Dessutom står hundratusentals svenskar helt utanför systemet. Anslutningsgraden har sjunkit, samtidigt som hårdare villkor gör att många nekas ersättning.

Den tredje länken är den statliga arbetsmarknadspolitiken – där ambitionen länge var att folk som förlorade jobbet i olönsamma företag och branscher skulle omskolas, utbildas och erbjudas arbete på annat håll. Det handlade om en uppgradering av arbetskraften, även om rena beredskapsjobb också fanns med i bilden. Men tiderna och politiken har förändrats. Idag satsas bara drygt 1 procent av BNP på arbetsmarknadspolitiska åtgärder, jämfört med 2-3 procent innan millennieskiftet.¹¹ Omskolning och kompetenshöjning har till stor del lämnat plats för jobbcoachning, matchning och arbetsträning, och Arbetsförmedlingen fokuserar mest på de utsatta grupper som står längst ifrån ett reguljärt arbete. Den som precis har förlorat ett jobb har betydligt mindre att hoppas på från Arbetsförmedlingens håll.¹²

Två länkar i omställningskedjan – arbetslöshetsförsäkringen och arbetsmarknadspolitiken – har alltså försvagats. Vilket innebär att den fjärde länken har kommit att bli ”en helt avgörande del av de samlade insatserna på arbetsmarknaden” under senare år, menar Mats Essemyr. Det handlar till viss del om de fackliga inkomstförsäkringarna, men framförallt om omställningsavtalen.

Majoriteten av alla anställda i Sverige täcks av omställningsavtal – en typ av kollektivavtal som slutits mellan arbetsmarknadens parter i syfte att ge anställda som blir uppsagda stöd i omställningen. Det handlar om ekonomisk ersättning, men framförallt om praktiska insatser för att öka chanserna till nytt jobb.

Journalister ingår i det avtal som slutits mellan Svenskt Näringsliv och Förhandlings- och samverkansrådet PTK, som Journalistförbundet är en del av, ett avtal som administreras av omställningsorganisationen TRR Trygghetsrådet.

”Tanken med omställningsavtalet är att det ska komplettera och inte ersätta Arbetsförmedlingens insatser och åtgärder”, skriver Svenskt Näringsliv och PTK i en gemensam rapport, men faktum är att ”avtalet i praktiken har tagit över en del av Arbetsförmedlingens insatser”.¹³

Omställningsavtalet och TRR Trygghetsrådet

De första omställningsavtalen kom till i början av 70-talet. På den tiden drabbades privatanställda tjänstemän allt oftare av uppsägningar, samtidigt som arbetsmarknadens parter var kritiska till Arbetsförmedlingen, ”som man ansåg vara alltför inriktad på det stora arbetarkollektivet och därför dåligt rustad att hantera uppsagda tjänstemän och deras särskilda behov” – som företagsekonomerna Christina Mauléon och Lars Walter beskriver det.¹⁴ En viktig förutsättning var också Lagen om anställningsskydd, LAS, som gav arbetsgivarna och facken incitament att förhandla om alternativ till principen ”sist in, först ut” vid uppsägningar – alternativ som förlängd uppsägningstid och avgångsvederlag, men också omställningsstöd.

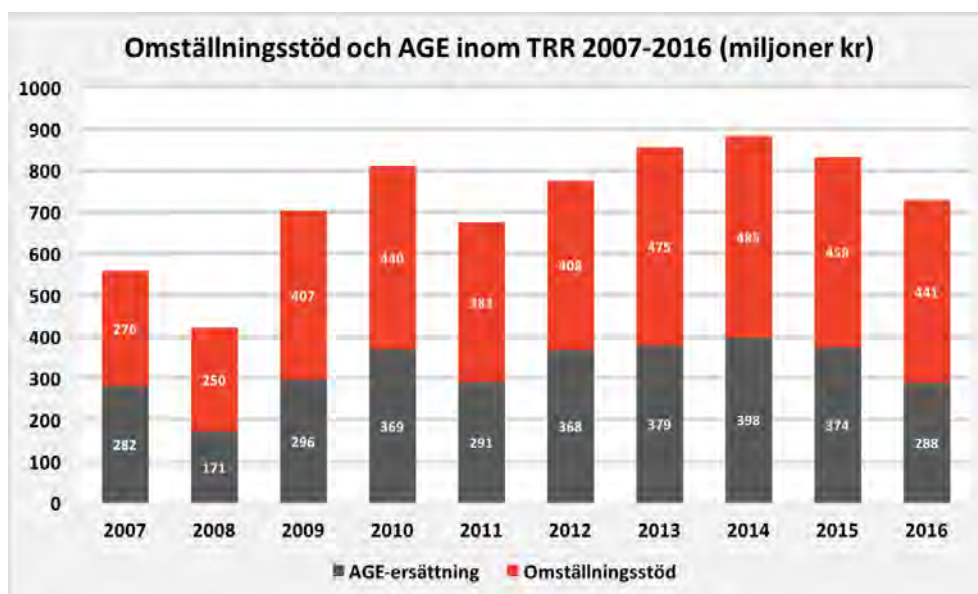
Redan 1969 startade SAF och en rad tjänstemannaförbund en fond för avgångsersättning, förkortat AGE, till uppsagda tjänstemän. 1973 bakades AGE:n in i ett nytt och banbrytande trygghetsavtal mellan SAF, som Svenskt Näringsliv hette då, och Privattjänstemannakartellen, det dåvarande PTK. Men nu ville man något mer än att bara värna de uppsagdas ekonomiska trygghet. 1974 bildades därför omställningsorganisationen TRR Trygghetsrådet, som fick i uppdrag att administrera AGE:n, men också ge praktiskt stöd och rådgivning till uppsagda tjänstemän, samt arbeta med ”uppsägningsförebyggande åtgärder”, eller kort och gott ”förebyggeri”. Det sistnämnda handlade främst om bidrag till avtalspensioner och ”åtgärder som skulle uppmuntra och ge stöd till utbildning” av de anställda. Till kompetensutveckling.¹⁵

Mot slutet av 80-talet kritiserades de förebyggande åtgärderna och stödet till kompetenshöjning av arbetsgivarna. Det gav fördelar till företag som gick dåligt och snedvred konkurrensen, menade man. Under 90-talskrisen exploderade också TRR:s kostnader, vilket drev fram besparingar. 1993 ändrades därför TRR:s stadgar så att förutsättningarna för ”förebyggeri” försvann.

1994 slöts ett nytt avtal som pekade ut en delvis annan riktning. TRR skulle nu ägna sig åt att administrera AGE:n och ge aktivt omställningsstöd till uppsagda, redan vid risk för uppsägning, samt ge rådgivning och utbildning till chefer och fackliga representanter vid uppsägningar. 1998 omförhandlades avtalet igen, med smärre justeringar. Och det nu 19 år gamla avtalet gäller alltjämt, trots försök att förhandla fram ett nytt.

Idag omfattar omställningsavtalet mellan Svenskt Näringsliv och PTK omkring 950 000 privatanställda tjänstemän i 35 000 företag. Varje år betalar de anslutna företagen 0,3 procent av lönesumman (0,7 procent för de företag som har hängavtal) till TRR Trygghetsrådet, pengar som går till AGE och aktivt omställningsstöd.¹⁶

TRR:s omsättning var knappt 1,3 miljarder 2016. 288 miljoner gick till AGE, och 441 miljoner till omställningsstöd.



Fackligt medlemskap är inget krav för stöd, det räcker med att arbetsgivaren är ansluten till TRR. Både den som blivit uppsagd och arbetsgivaren måste ansöka till TRR. Och om ansökan blir godkänd kontaktas man av en av TRR:s rådgivare.

För att få omställningsstöd ska man vara tillsvidareanställd när man sägs upp, man ska ha arbetat minst 16 timmar i veckan i företaget under ett år, och ha blivit uppsagd på grund av arbetsbrist eller slutat genom en överenskommelse.¹⁷

AGE får den som fyllt 40 år, som har varit anställd i företaget i mer än fem år under en sammanhängande tid. AGE:n baseras på den tidigare lönen och kompletterar a-kassan upp till 70 procent av den förlorade inkomsten i 130 dagar (vilket betyder att man måste ha haft en månadslön på minst 27 100 för att få AGE, eftersom man idag får 70 procent av den lönenivån av a-kassan), efter det upp till 50 procent. Omställningsstödet gäller i två år, utöver uppsägningstiden.¹⁸

2016 sökte 12 592 tjänstemän stöd av TRR, en minskning med 15 procent från året innan. Under 90-talskrisen stöttade TRR så många som 30 000 personer per år, men under det senaste decenniet har antalet pendlat mellan 9 000 och 19 000.¹⁹

Ungefär 2 procent av dem har varit journalister. Under de senaste fem åren har 1 481 journalister sökt stöd av TRR. Uppdelat på varje år ser det ut som nedan.



”Kompetensutveckling är a och o”

TRR är en relativt stor organisation, med cirka 240 medarbetare på ett fyrtiotal platser runt om i landet. Av dem är drygt 150 rådgivare som jobbar direkt med uppsagda tjänstemän och följer dem under hela omställningsprocessen. Och vissa har fått ett särskilt ansvar för journalister. En av dem är Erik Sjögren, rådgivare på TRR:s lokalkontor i Stockholm.

Erik har själv ett förflutet inom media. Han jobbade länge på Expressens HR-avdelning och marknadsavdelning, men valde att sluta då hans tjänst försvann.

– I juni 2012 blev jag arbetslös för första gången och kom i kontakt med TRR, som på sikt blev min nya arbetsgivare, säger han.

Under de här åren förlorade allt fler journalister jobbet, inte minst i Stockholm, och TRR behövde en rådgivare som kunde branschen och journalistrollen.

– Med tanke på min bakgrund och utbildning hade jag en matchande profil och har sedan arbetat här sedan mars 2012 och mött mängder av journalister som hamnat i omställning, många av dem från Stockholms större mediehus.

Det rör sig om människor med vitt skilda utgångspunkter och förutsättningar, som dessutom vill helt olika saker, berättar han.

– En del mår ganska bra och har redan klart för sig vad de vill, de är startklara redan när de kommer hit, medan en del kan vara ganska stukade och bittra. Så man får utgå ifrån var de befinner sig.

Till en början handlar det därför mycket om att lyssna och stödja. Klienterna får också en del praktisk information om vad TRR:s omställningsstöd innebär och de olika aktiviteter och seminarier som man kan delta i. Det kan handla om "Motivation och självförtroende", "Målbildsvisualisering", och "Jobbsökarstrategi".

– Efter det brukar vi se över vad de har med sig i form av yrkeskunskaper, kompetens och utbildning, få ordning på papperen, och utifrån det titta på arbetsmarknaden, hur den ser ut. Sedan blir frågan "vill du vara kvar i branschen eller vill du göra något annat?" Och ska man vara kvar i branschen behöver man ofta uppdatera sin utbildning och stärka sin kompetens. Det handlar förstås också om att få till ett CV och att komma igång med verktyg som LinkedIn, men det är ganska få som tar klivet till ett nytt jobb utan utbildning idag, oavsett hur duktiga de har varit i sitt yrke.

Journalister blir i allt högre utsträckning "multireportrar" – de förväntas skriva, fota, filma, redigera, lägga ut på webben och sprida materialet i sociala medier. Det beror inte bara på sparkrav, utan också på den framrusande informations- och kommunikationsteknologin. "Med nya digitala redskap har journalister tagit över alla led i produktionen, och dessutom ska de som tidigare också göra research och ta reda på vad som hänt", konstaterar medieprofessorn Gunnar Nygren i Medieutredningens forskarantologi.²⁰ Med detta följer ökade kompetenskrav. Det talas om multikompetens, om att man måste behärska en rad färdigheter och verktyg, särskilt digitala. Och många äldre journalister har haft svårt att hänga med i utvecklingen. En del av den yrkeskunskap de har jobbat upp är närmast oanvändbar. "Den kompetens du har var bra igår, men inte i morgon", som TRR:s tidigare vd Carl-Gustaf Leinar uttrycker det.²¹

– Inom media är det tydligt – ska man vara kvar måste man uppgradera sin kompetens, säger Erik Sjögren.

Något man kan få hjälp med. Dels kan TRR bistå med utbildning. Erik och de andra rådgivarna sitter med en egen budget och kan köpa utbildningar av olika leverantörer. Det kan handla om kurser i exempelvis rörlig bild, webbredaktörskap, Wordpress och Episerver. Sedan har Arbetsförmedlingen ett oväntat bra paket med arbetsmarknadsutbildningar för den som är inne i deras rullor, med kurser i programvaror som Indesign, Photoshop, Illustrator, Wordpress och liknande. De har också just nu en webbredaktörsutbildning och en videoreporterutbildning, berättar Erik.

Men mediebranschen är förstås svår. Konkurrenten om jobben är stenhård, det är många kvalificerade som söker till samma tjänster.

En del försöker istället frilansa. Även de kan få hjälp av TRR. Ett antal rådgivare jobbar parallellt med starta eget-spåret. Man kan också delta i en längre workshop om att starta eget företag, och TRR ordnar en rad informationsdagar.

– Men det var vanligare för några år sedan att de journalister som kom hit valde att börja frilansa. Nu har det lagt sig lite, för det är ju rätt tufft, säger Erik Sjögren.

Just det tuffa läget i mediebranschen, bristen på jobb och framförallt fasta jobb, gör att många också kommer fram till att de är klara med journalistiken, att de vill bredda sitt jobbsökande och prova på något annat, berättar Erik Sjögren.

– Då får man öppna upp nästa palett, och det kan vara jättespännande, särskilt om man har kraften och viljan att ta steget. En del vill gå till närliggande yrken som informatör, kommunikatör, pressekreterare, presschef. Jag har haft flera som har lyckats med det, och kommunikatörer med journalistbakgrund är eftertraktade. Samtidigt är konkurrensen rätt hård även där numera, för det finns ett flöde från högskolan.

En del är också beredda att satsa på något helt annat, som att bli lärare. Och just läraryrket är särskilt intressant för journalister, menar Erik Sjögren. Behovet av lärare är stort och många journalister har såväl utbildning i samhällsämnen som färdigheter i svenska – kompetenser som är högst relevanta i skolan.

– Man borde öppna upp lärarspåret för journalister. KTH har på prov öppnat ett snabbspår för civilingenjörer mot NO-ämnena. Då måste man läsa in 90 poäng pedagogik, så kallad KPU. Har man då redan rätt grundämnen kan man få ut en lärarlegitimation. Och har man öppnat upp för civilingenjörer borde man kunna öppna upp för journalister.

Men även idag är det förstås möjligt att sätta sig i skolbänken och läsa till lärare eller något annat yrke som ligger nära eller längre bort ifrån journalistiken.

Vilka är då de största hindren för den som vill omskola sig?

– De inre hindren är ofta stora. Man kan ha dåligt självförtroende. Men ofta handlar det om ekonomin. Hur ska man få ihop det? Så till de som kommer hit med långa uppsägningstider och kanske avgångsvederlag brukar jag säga ”tänk till nu, är det något du vill plugga, du har ett gyllene tillfälle nu”. Många har inte tänkt på det.

De flesta som väljer att hoppa på en längre utbildning efter att ha fått omställningsstöd av TRR finansierar studietiden med studielån

från CSN, sparade medel, extrajobb och avgångsvederlag – eller en kombination av dessa. TRR kan bidra med ett ekonomiskt stöd i vissa lägen, i form av studielön, även om det är begränsat. TRR kan också finansiera sånt som resor och kurslitteratur vid behov.²²

Om det är något Erik Sjögren ser att ett behov av är det just mer resurser till kompetensutveckling och omskolning.

– TRR har ett fantastiskt grundpaket. Men det skulle behövas mer utbildningspengar. Kompetensutveckling är a och o. Speciellt om man ska ställa om.

”Jag visste inte att man kunde få så mycket hjälp”

De journalister som sökt omställningsstöd har förstås skilda erfarenheter. Här följer några medlemmar i Journalistförbundet som varit i kontakt med TRR:

Eva Renntun blev av med jobbet när tidningen Arbetet i Malmö gick i konkurs vid millennieskiftet.

– Vi var många som kastades ut i arbetslöshet, men tack vare den hjälp jag snabbt fick av Trygghetsrådet kom jag snabbt på banan igen, säger hon.

Efter att ha kontaktat TRR i Malmö dröjde det inte länge innan hon fick träffa en rådgivare. Eva bestämde sig tidigt för att starta egen firma, och TRR hjälpte henne med det, gav vägledning och stöd. Hon fick en fråga från Livsmedelsverket om hon kunde bevaka Danmark när det gällde livsmedelsfrågor. TRR gick då snabbt in och betalade en tvåveckorskurs i danska hos Berlitz i Köpenhamn.

– Sedan rullade det på bra med jobb i tio år. Jag är fortfarande tack-sam. Det räddade mina drygt tio år fram till pensioneringen.

Tommy Söderlund, som är bildjournalist, blev uppsagd på grund av arbetsbrist från Gotlands Tidningar för drygt ett år sedan. Efter en del turer slutade det med en överenskommelse som innebar 15 månaders uppsägningstid med bibehållen lön.

– Det var en orolig tid, främst innan, när jag insåg utgången och det spel som fördes, säger han.

TRR kom in i bilden ganska snabbt, men en kallelse till ett personligt möte. Det följdes av frågor om hur det kändes och hur han såg på framtiden. Och så blev det ett par seminarier, bland annat om sociala medier. TRR stod också för avgiften till en kurs i filmredigering. Även Tommy bestämde sig för att börja frilansa, och fick stöd i det.

– Jag är nöjd med relationen. De jag har haft att göra med har varit duktiga och trevliga, med hög servicegrad.

Problemet nu är att han är frilans med egen firma, vilket inte rimmar med a-kassans regler. Därför måste han upphöra med frilansandet.

– Att avstå a-kassa när man är 62 år, bor på Gotland och är bildjournalist går bara inte. Särskilt efter att jag betalat för den tryggheten hela livet, också med extra inbetalningar, säger han.

Ylva Eriksson arbetade länge som redigerare på Dagens Nyheter. Hon berättar att det under många år hade blivit allt tuffare på redaktionen:

– Vi blev färre och färre och skulle göra samma arbete och ännu mer. Vi hann knappt äta lunch, ta en kopp kaffe eller prata med varandra. Dessutom skulle vi lära oss nytt hela tiden. Vi pappersredigerare som var kvar pratade hela tiden om ”reservplanen”, vad man skulle göra den dagen ens arbete försvann. Och det gjorde det, mitt arbete försvann bokstavligen. Det rationaliserades bort och när jag och övriga redigerare fick se den nya bemanningsplanen för redigeringen var min tjänst borta.

Hon blev uppsagd och fick ett avgångsvederlag.

– Det var tufft, men kom vid ett bra tillfälle i livet. Det var inte för sent att göra något nytt.

Redan innan hon skrev på avtalet om uppsägning fick Ylva en kontaktperson på TRR, och hon har bland annat gått kurser i LinkedIn och hur man skriver ett CV. Och fått pengar till kurslitteratur. Planen är nämligen att omskola sig. Hon är nu inne på fjärde terminen på studie- och yrkesvägledarprogrammet.

– Det var det här med reservplanen. Jag hade funderat på lärare, tycker av någon anledning att det yrket ligger nära journalistyrket, men slumpen gjorde att det blev studie- och yrkesvägledare. En vän som studerar till det tyckte att jag skulle passa som vägledare och när jag började läsa på om yrket så kändes det rätt. Jag har mycket yrkeserfarenhet och i det här jobbet får man prata mycket med människor och bör vara allmänbildad och kunna en del om samhället.

Det stora hindret har varit ekonomin.

– Nu fick jag förstås en del pengar, men de kommer inte att räcka hela studietiden även om jag har försökt spara. Det kommer att bli tufft ekonomiskt, säger hon.

Ändå rekommenderar hon andra journalister att omskola sig.

– Jag tror verkligen på omskolning då det inte finns så många jobb i mediebranschen, inte heller i informationsbranschen. Jag älskade

verkligen det jag gjorde, redigerare kultursidor, men det jobbet fanns ju inte kvar. Att studera igen är dessutom roligt och verkligen utmanade. Just nu längtar jag efter examen, men jag har redan fått in en fot i branschen och jobbar 20 procent på en grundskola som vägledare. Så det känns som att det kommer att fixa sig i framtiden.

Ann-Louise Wikman (fingerat) blev nyligen uppsagd på grund av arbetsbrist från en landsortstidning. Hon var sist anställd, och stod först på tur när det blev nerdragningar. Det blev rörigt vid uppsägningen, och Ann-Louise blandade in facket.

– De upplyste mig om jag hade rätt till hjälp av TRR, vilket jag inte visste innan. Jag hade bara haft en vag uppfattning, jag visste inte att man kunde få så mycket hjälp.

Hon anmälde sig till TRR på nätet och kontaktades av en rådgivare. Sedan dess har det blivit kompetensinventering, en genomgång av LinkedIn och ett par intressanta föreläsningar. Och hon är nöjd med såväl bemötandet som det konkreta stödet.

– Jag har fått en mycket positiv uppfattning om TRR. Jag var rädd att det skulle vara som att gå till Arbetsförmedlingen, förnedrande och skuldbeläggande, men det var inte alls så. Det har varit framåtsträvande och sakligt. De man träffar har en bra attityd. Man blir behandlad som en vuxen och professionell människa.

Det enda som har varit lite oklart är om man har rätt att gå på TRR:s aktiviteter under arbetstid eller inte, medan uppsägningstiden löper.

– Man vet inte riktigt vad som gäller där. Det hade varit bra med tydliga regler, säger Ann-Louise.

Ann-Louise är 55 plus, och var orolig för att det skulle vara svårt att få ett arbete inom media igen. Funderingar fanns på att söka sig till andra yrken, som informatör eller presschef. Men helst ville hon jobba kvar inom media, och det dröjde bara ett par månader innan Ann-Louise fick napp i sitt sonderande. Nu har hon fått ett vikariat på en annan landsortstidning, med gott hopp om en fast tjänst så småningom.

– Jag tror inte att jag hade kommit igång så snabbt med jobbsökandet utan TRR. Rådgivaren höll mig ovanför vattenytan, säger hon.

Bara en av de intervjuade journalisterna har dåliga erfarenheter av TRR. Inte av verksamheten, men av bemötandet och regelverket.

Lars-Gunnar Wolmesjö slutade på Göteborgsposten genom ett frivilligt avgångsprogram 2012, och fick ett avgångsvederlag samt rätt till omställningsstöd. Han träffade en kontaktperson på TRR i Göteborg, som informerade honom om vilket stöd han kunde få. Enligt Lars-Gunnar berättade hon också att han kunde välja att flytta fram stödet ett och ett halvt år och aktivera tvåårsperioden senare.

– En sådan framflyttning passade mig bra eftersom jag hade avgångsvederlag från GP och därmed hade möjlighet att på egen hand pröva mig fram på arbetsmarknaden eller som frilans. Framflyttningen bekräftades av TRR genom ett mejl från min kontaktperson. Jag fick ingen information om att det skulle finnas några förbehåll eller villkor kring framflyttningen, säger han.

Men det fanns det. Lars-Gunnar startade firma och började frilansa, men kom inte upp i så hög sysselsättningsgrad att det räckte till. Efter ett och ett halvt år kontaktade han därför TRR för att aktivera stödperioden. Men när han angav att han frilansade i eget företag och jobbade cirka 35 procent fick han beskedet att det inte var möjligt att aktivera perioden eftersom TRR betraktade hans situation som ”löst”.

– Jag protesterade förstås – och det på två grunder. För det första informerades jag aldrig om att det inte gick att frilansa i eget företag om man vill skjuta fram stödet. För det andra ansåg jag inte att min ”situation är löst”, då jag var klart undersysselsatt samtidigt som avgångsvederlaget från GP var på väg att upphöra.

Men förgäves. TRR sade sig följa regelverket, och Lars-Gunnar fick bara ursäkter till svar. Något annat gick inte att göra.

– Jag vet inte om jag hade kunnat driva detta vidare på något sätt, men jag kände att en sådan strid inte var värd den kraft som skulle krävas. Jag kastade in handduken.

TRR ger följande kommentar efter att de fått ta del av Lars-Gunnar Wolmesjös berättelse: ”I det här fallet var vår bedömning att vi, utifrån det regelverk vi har, inte kunde besluta på annat sätt. Möjligheten att skjuta upp sin rådgivningstid för att utnyttja rådgivningstiden (24 månader) inom 5 år gäller vid till exempel studier, sjukdom och föräldraledighet. När man startar företag gäller våra efterskyddsregler, det vill säga möjligheten att komma tillbaks till oss efter att ha provat på ny anställning eller start av egen verksamhet. Om man startar egen verksamhet är efterskyddet 18 månader, vilket i den här personens fall blev för lite då han strax efter att den tiden löpt ut återkom och ville påbörja sin, som han trodde, uppskjutna rådgivning.”

TRR understryker att de beklagar missförståndet. Lars-Gunnar Wolmesjö känner sig likväl ”blåst på konfekten” och vill varna andra för att skjuta fram sitt stöd.

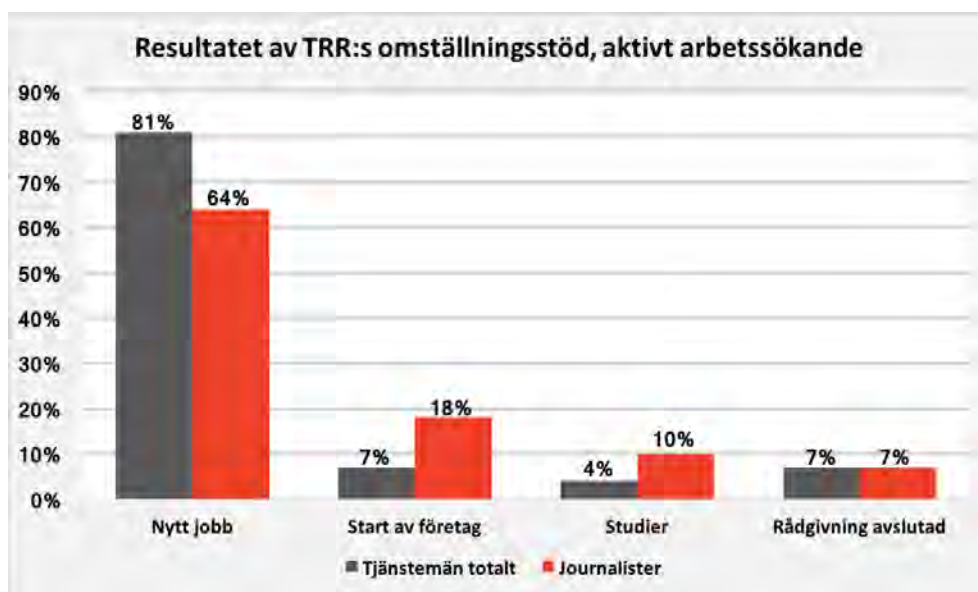
– Det är säkrast att utnyttja det direkt. Det är en läxa och en varning jag gärna vidarebefordrar till andra, säger han.

Sämre resultat för journalister

Enligt statistiken har utfallet av TRR:s insatser varit relativt gott. Ungefär nio av tio ”aktivt arbetssökande” som fått rådgivning hos TRR har gått vidare till nytt jobb, till start av eget företag eller till studier inom sju månader.²³

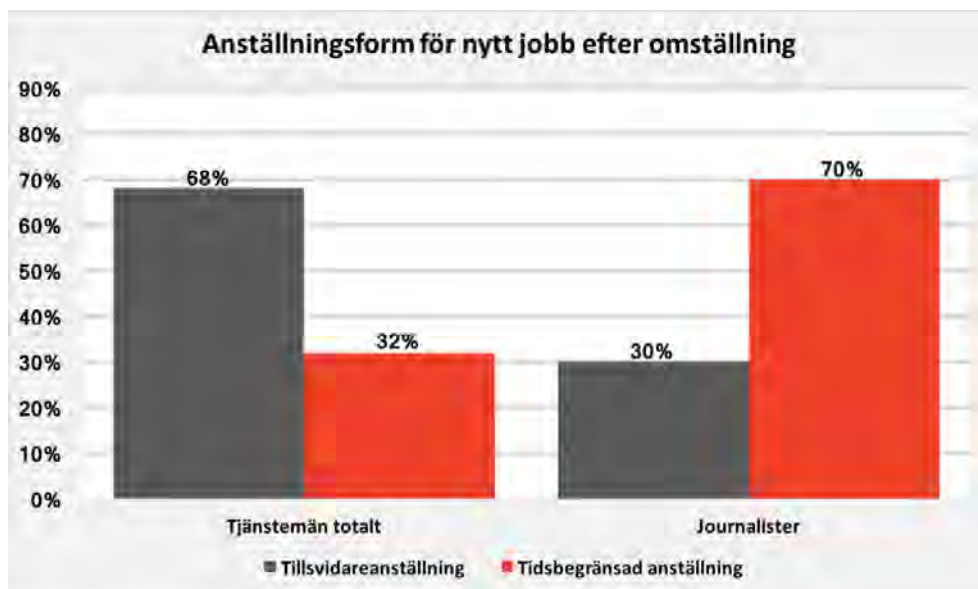
Av de aktivt arbetssökande som TRR stöttade under 2016 (alla siffror gäller 2016) fick 81 procent en anställning, 7 procent startade eget företag och 4 procent började studera.²⁴ För 7 procent upphörde rådgivningen, antingen för att klienten avbrutit eller för att hen förbrukat det tvååriga stödet utan att det lett till någon sysselsättning.

För sju av tio som fick nytt jobb rörde det sig om en tillsvidareanställning, för tre av tio om en tidsbegränsad anställning. Ungefär en tredjedel fick högre lön än förut, en tredjedel samma och en tredjedel lägre lön. Och de hittade främst jobben genom egna nätverk (51 procent), men också via Internet och sociala medier (30 procent).



För journalister blev utfallet annorlunda än för tjänstemännen i stort. Bara 64 procent fick nytt jobb, medan 18 procent startade eget företag, 10 procent började studera och 7 procent hamnade i kolumnen ”rådgivning avslutad”. Detta visar att det är svårare för journalister att snabbt ställa om till ett nytt jobb, samtidigt som det illustrerar den tidigare uppmärksammade trenden (i rapporten *Frihetens pris*) att anställda som förlorar jobbet i hög grad försöker sig på att frilansa.

Den största skillnaden mellan journalister och övriga rör dock anställningsformen för de nya jobben. Bara tre av tio journalister som hittade ett nytt jobb lyckades få en tillsvidareanställning, resten fick en tidsbegränsad anställning – alltså omvända proportioner jämfört med alla som fick stöd av TRR.



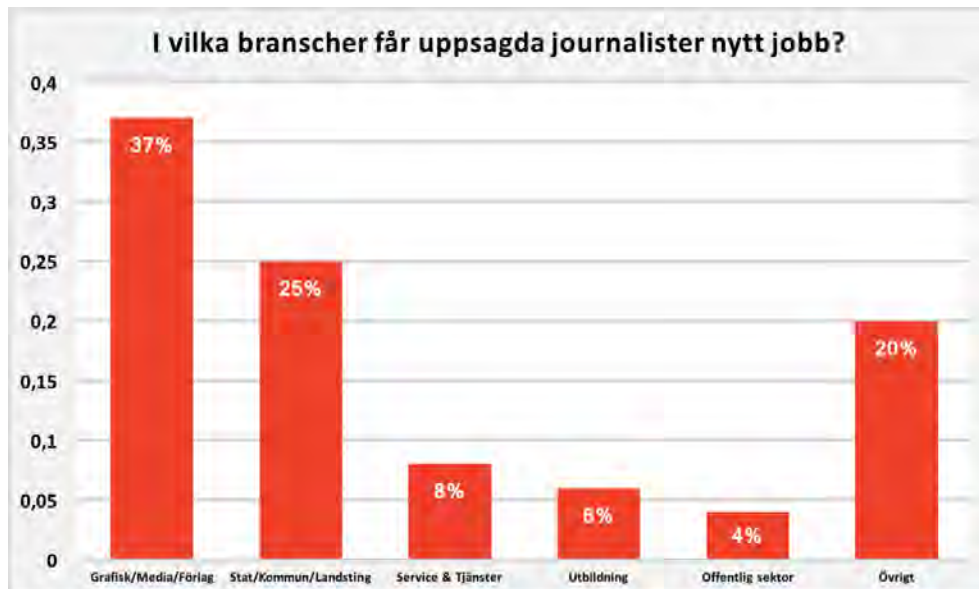
Det avspeglar förstås läget i mediebranschen, där de tidsbegränsade anställningarna blivit vanligare och otryggheten ökat. Krisen, nedskärningarna och jakten på lönsamhet gör att arbetsgivarna föredrar lösa anställningar framför fastare, och när utbudet på arbetskraft kraftigt överstiger efterfrågan skapas en köparens marknad där arbetsgivarna sätter tonen och kan pressa villkoren – en situation som tidigare har analyserats i rapporterna *Köparens marknad* och *Frihetens pris*.

– Det är en marknad där arbetsgivarna har total dominans, där makten ligger på arbetsgivarsidan, säger Carl-Gustaf Leinar, mångårig vd för på TRR.

Det pressade läget i branschen är förmodligen också en förklaring till att en stor andel av de stöttade journalisterna fick ett jobb med lägre lön än de haft tidigare (42 procent), vilket är mer än för samtliga stöttade, där 35 procent fick lägre lön.

Nätverken var viktigare för journalister än för samtliga stöttade. Hela 71 procent fick reda på jobbet genom egna nätverk, medan 23 procent använde Internet och sociala medier. Resterande kanaler var närmast försumbara.

37 procent av de som fick nytt jobb stannade inom mediefären (kategorin grafisk/media/förlag), medan resten fick jobb i angränsande eller helt andra yrken. Vanligast vid sidan av media var stat/kommun/landsting (25 procent) – vilket kan röra sig om alltifrån presschef och kommunikatör till socialsekreterare. Andra betydande yrkeskategorier var service & tjänster (8 procent) och utbildning (6 procent).



Sammantaget vittnar siffrorna om en snabb omvandling, där fast anställda sägs upp eller slutar med avgångsvederlag – och där de nya jobben till stor del är tidsbegränsade och med lägre lön. Av tvång eller fri vilja startar också tidigare anställda eget och försöker frilansa. Samtidigt försvinner många journalister från mediebranschen.

Det kan vara värt att notera att siffrorna inte säger något om hur det gått i längden för de som fått omställningsstöd. TRR följer nämligen inte upp detta. När någon får ett jobb, startar eget företag eller påbörjar en längre utbildning anses situationen ”löst” och stödet avslutas. Den som fått stöd har visserligen ett så kallat efterskydd, och har möjlighet att återaktivera rådgivningen och AGE:n om hen blir uppsagd från sin nya anställning – förutsatt att det sker inom de första tolv månaderna. Ungefär en tiondel av klienterna har också återaktiverat sitt stöd efter tidigare avslut. Men i statistiken kommer man då in som en ny klient, med ett nytt möjligt avslut.

Det här gäller inte bara för TRR, utan är ett generellt fenomen. Omställningsorganisationernas resultatredovisning ”bygger på uppgifter om de arbetssökandes status i samband med att omställningsåtgärderna avslutas”, påpekar företagsekonomen Lars Walter, vilket gör det svårare att bedöma effekterna av deras verksamhet. De anställningar som redovisas som ”fasta” är i praktiken provanställningar som i arbetsrättslig mening blir fasta först efter sex månader. Och ”för att kunna bilda sig en uppfattning om omställningsåtgärdernas långsiktiga utfall krävs en uppföljning av de uppsagdas arbets-situation och anställningsvillkor efter en längre tidsperiod”.²⁵

Kriterierna för vad som räknas som ett jobbavslut skiljer sig visserligen mellan olika trygghetsorganisationer. TRR räknar till exempel inte visstidsanställningar kortare än sex månader som ett jobbavslut, vilket påverkar siffrorna. Men bristen på ett längre tidsperspektiv i uppföljningen av de som får jobb är ändå betydande.

Hur det gått för de som börjat frilansa framgår inte heller. Och den som valt att starta eget och som vill återaktivera stödet från TRR måste dessutom, inom 18 månader, avsluta företaget eller lägga det vilande, och samtidigt anmäla sig till Arbetsförmedlingen. Att komma tillbaks till TRR medan man har ett aktivt företag är inte möjligt, även om det ger otillräckliga inkomster.

Ny arbetsmarknad, gammalt avtal

Det nuvarande omställningsavtalet mellan Svenskt Näringsliv och PTK slöts 1998. Sedan dess har det gått två decennier, och mycket har förändrats på arbetsmarknaden. De otrygga anställningarna och det ofrivilliga F-skattandet har blivit vanligare. Samtidigt har något hänt med inställningen till uppsägningar, menar TRR:s tidigare vd Carl-Gustaf Leinar. Han märkte av en förskjutning under sina år i omställningsvärlden.

– Tidigare sågs det som ett misslyckande om man tvingades säga upp folk. Numera gör sig arbetsgivare inte sällan av med äldre kompetens och nyanställer för att höja kompetensen istället för att kompetensutveckla, säger han.

Så är det inte minst i mediebranschen, där många arbetsgivare har gjort sig av med äldre anställda för att få in en ny digital generation.

Frågan är hur omställningsavtalet rimmar med dagens arbetsmarknad.

– Det är ett bra avtal, men den största bristen är att det inte omfattar visstidsanställda, säger Ann Lundberg Westermarck, chef för förhandlings- och avtalsgruppen på PTK.

I dagsläget är det bara tillsvidareanställda som kan få stöd av TRR. Den som är tidsbegränsat anställd eller frilansar står utanför avtalet. Problemet är förstås störst i branscher med en hög andel otrygga jobb, som mediebranschen.

Hur många av de journalister som förlorar jobbet lämnar en tillsvidareanställning och hur många blir av med en tidsbegränsad anställning? Man kan få en indikation genom att titta på fördelningen bland de som anmält sig som arbetslösa hos Bliwa, som förvaltar Journalistförbundets inkomstförsäkring. Sedan 2008 har fördelningen varit 55 procent tillsvidareanställda och 45 procent tidsbegränsat anställda. Detta antyder att en stor andel, enligt dessa siffror närmare hälften, av de journalister som faktiskt är i behov av omställningsstöd inte får det. Åtminstone inte av TRR.²⁶ (De kan dock få stöd av Arbetsförmedlingen Kultur Media).

– När det gäller journalister är det väldigt olyckligt att visstidsanställda inte omfattas, säger Ann Lundberg Westermarck.

Det är inte självklart att det måste vara så. Såväl Trygghetsstiftelsen, som ger omställningsstöd till statsanställda, som Trygghetsrådet TRS, omställningsorganisationen för den ideella sektorn och kulturområdet, omfattar även tidsbegränsat anställda.²⁷

– Vi tycker också att det är tråkigt att avtalet inte omfattar de som sägs upp eller riskerar att sägas upp på grund av ohälsa, säger Ann Lundberg Westermark.

Även den gruppen omfattas av TRS omställningsstöd, så det är fullt möjligt.

Journalistförbundet har också påtalat de här bristerna i avtalet, och man vill att tidsbegränsat anställda och de som sägs upp på grund av ohälsa inkluderas.

– Det skulle innebära en ökad trygghet för dessa grupper, säger Journalistförbundets förhandlingschef Johan Lif.

Dessutom finns det ett stort behov av förebyggande insatser, menar han, i form av en kontinuerlig kompetensutveckling under pågående anställning.

Omställningsavtalet skulle därför behöva omförhandlas. Det finns en hel del att förbättra, för att få det mer i takt med tiden.

Faktum är att ett nytt avtal var på gång för några år sedan. Mellan 2011 och 2015 satt Svenskt Näringsliv och PTK i förhandlingar om ett ”utökat omställningsavtal”. På bordet låg en inkludering av tidsbegränsat anställda tjänstemän och de som blivit uppsagda på grund av ohälsa. Det fanns också ett detaljerat förslag till en kompetensstiftelse, för att öka möjligheterna att ställa om vid en uppsägning, men också för att stärka de förebyggande insatserna. Kompetensstiftelsen skulle finansieras med 0,3 procent av lönesumman, vilket totalt skulle innebära 0,6 procent till omställning. I utbyte ville arbetsgivarna få till en förändring av turordningsreglerna så att kompetens fick större betydelse vid urvalet av vem som skulle få stanna kvar vid arbetsbrist.

Samtal fördes också med regeringen, bland annat om skattelagstiftning och studiemedelsregler för att underlätta kompetensutveckling.

Men det blev inget nytt avtal. Svenskt Näringsliv avslutade förhandlingarna hösten 2015. Orsaken var att tre förbund inom PTK vägrade gå med på Svenskt Näringslivs krav. Akademikerförbunden Sveriges Ingenjörer, Jusek och Civilekonomerna motsatte sig förändringarna av turordningsreglerna i utbyte mot en större satsning på kompetensutveckling. De ville inte äventyra möjligheterna att lokalt förhandla fram avgångsångsvederlag.²⁸ ”Vågskålar i förhandlingen vägde inte jämt”, förklarade Camilla Frankelius, förhandlingschef på Sveriges Ingenjörer. ”Svenskt Näringsliv ville göra mer omfattande förändringar i spelreglerna på den svenska arbetsmarknaden än vi

kan gå med på. I praktiken handlar det om att avskaffa las, lagen om anställningsskydd. Det skulle ta bort våra möjligheter att tillvarata våra medlemmars intressen vid uppsägningar.”²⁹ ”En minoritet inom PTK prioriterar avgångsvederlag före kompetensutveckling”, kommenterade Svenskt Näringsliv i ett pressmeddelande.³⁰

– Turordningsfrågorna stod i vägen, och några fackförbund såg att det skulle bli en maktförskjutning lokalt, säger TRR:s tidigare vd Carl-Gustaf Leinar. Om företagen i större utsträckning skulle kunna bestämma vem som slutar och villkoren beslutas centralt, vad skulle man då förhandla om?

Journalistförbundets förhandlingschef Johan Lif, som representerade TCO-ö (en gruppering inom PTK där Journalistförbundet ingår tillsammans med Teaterförbundet, Symf, Lärarförbundet och Vårdförbundet) beklagar att man inte nådde ända fram:

– De saker som låg i vågskålen på arbetstagarsidan i förhandlingarna – det vill säga utökat stöd till kompetensutveckling och en utvidgning av omställningsavtalets omfattning – är sådant som generellt hade gynnat våra medlemmar väl. Detta sagt utan att värdera det som låg i arbetsgivarnas vågskål, det vill säga ändrade turordningsregler. Avvägningen är komplicerad.

Johan Lif tror ändå att det är möjligt att få till nya förhandlingar om ett utökat omställningsavtal inom överskådlig framtid.

– Behovet av omställning på arbetsmarknaden lär inte minska, så jag är övertygad om att förhandlingarna kommer att upptas igen – även om det naturligtvis är svårt att sja om något tidsperspektiv, säger han.

Ann Lundberg Westermarck, chef för förhandlings- och avtalsgruppen på PTK, menar också att det finns förutsättningar för att titta på detta igen.

– Drömmen finns kvar att vi ska kunna göra något, säger hon.

I väntan på ett nytt avtal

Många är överens om att TRR i högre grad borde fokusera på kompetensutveckling i omställningsarbetet, och att ett modernare avtal borde komma på plats som lägger betydligt större vikt vid kompetensfrågorna.

Frågan är vad som går att göra i väntan på ett nytt avtal?

Det är delvis en fråga om hur man tolkar det befintliga avtalet, menar Lennart Hedström, som tog över som vd för TRR sommaren 2016.

– Det finns egentligen ingen begränsning i själva avtalsformuleringen, säger han.

Många företag har ett kontinuerligt behov av kompetensväxling. Och enligt Lennart Hedström har flera kundföretag signalerat att de gärna ser att TRR kommer in tidigare och stöttar upp, även när det inte råder en uttalad arbetsbristsituation.

– Då är frågan om vi kan och får gå in i det läget, eller om det måste vara så att företaget har ett uttalat eller planerat varsel om uppsägning. Jag menar att vi kan gå in tidigare även inom ramen för det befintliga avtalet, säger han.

Man kan också undra om det inte är motiverat med en särskild insats för just mediebranschen, ett särskilt fokus på journalister – något i stil med det som brukar bli av när större industriföretag varslar tusentals om uppsägning eller går i konkurs. Skillnaden är att nedskärningarna i mediebranschen inte kommer stötvis och lokalt. Det handlar snarare om en utdragen och landsomfattande process.

– Vi måste nog fördjupa oss i olika branscher, säger Lennart Hedström. Vi är breda, vilket är bra, men också generella. Vi har en allmän kunskap om hur arbetsmarknaden ser ut för tjänstemän. Men vi behöver bli mer specialinriktade, även på rådgivarsidan.

TRR:s utmaning är att inte luta sig tillbaks, peka på de goda resultaten och vara nöjda med vad man åstadkommit.

– Vi är bra, men vi kan bli bättre, vi måste ifrågasätta vårt sätt att jobba och vara beredda att förändra organisationen, säger Lennart Hedström.

TRR har också bättre förutsättningar att satsa på omställningsinsatser nu jämfört med tidigare. Højningen av taket i a-kassan har nämligen avlastat AGE:n, vilket frigör resurser som kan användas till kompetensutveckling.

Samtidigt måste frågor om kompetensutveckling och möjligheterna att omskola sig till ett annat yrke lyftas till en högre nivå, en politisk.

Dagens Utbildningssverige är inte anpassat för omställning efter en uppsägning, påpekar den tidigare vd:n Carl-Gustaf Leinar. Det gäller inte minst studiemedelssystemet.

– Det behövs en finansiering för de som vill eller måste ställa om mitt i livet. Det måste finnas förutsättningar för att göra ett omtag, i form av studielön, förslagsvis 80 procent av lönen under tiden man pluggar, säger han.

I den förra rapporten *Journalistfabriken* analyserades också dimensioneringen av utbildningarna på högskolor och universitet, och vad som styr utbudet. Det som blev tydligt var att universitet och högskolor främst fokuserar på grundutbildningar, medan utbildningsutbudet är betydligt sämre för redan yrkesverksamma.

Detta understryks i ett par rapporter från TCO. Man konstaterar att "utbudet inom såväl högskolan som yrkeshögskolan är bristfälligt i flera avseenden när det gäller vidareutbildning för yrkesverksamma, samt att utvecklingen är på väg åt fel håll".³¹ Det finns för få platser på korta utbildningar, utbudet på kvällar och helger är för skalt och antalet utbildningsplatser på distans och deltid i högskolan minskar, konstaterar TCO. Vilket är extra oroväckande med tanke på att behovet av vidareutbildning och omställning bedöms öka i framtiden. TCO vill därför "ge den eftergymnasiala utbildningen ett omställningsuppdrag som på olika sätt innebär att statsmakterna, lärosätena och berörda myndigheter i högre grad beaktar yrkesverksammas behov av vidareutbildning". Eftersom högskolornas utbildningsutbud till stor del styrs av resurstilldelningssystemet ger TCO tre förslag till reformer: "Särskilda anslag till utbildning för yrkesverksamma", "högre ersättning för studenter registrerade för vidareutbildning" och "anslag fördelade efter ansökan från lärosäten". Man förslår också att kortare högskoleutbildningar ska kunna användas som arbetsmarknadsutbildning, och att "trygghetsorganisationerna och fackliga organisationer ska ges möjlighet att köpa uppdragsutbildning från högskolor och universitet" (något som i TRR:s fall nyligen också blev möjligt).³²

Det är intressanta förslag som också bör lyftas i en större diskussion kring omställningen och kompetensutvecklingen för journalister.

Diskussion och rekommendationer

Informations- och kommunikationsteknologin, den hårdnande konkurrensen, jakten på lönsamhet – allt detta driver på omvandlingen av näringslivet och arbetslivet. Och mediebranschen är lite av kanariefågeln i kolgruvan. Den radikala omstöpning som mediebranschen gått igenom kommer också att drabba andra branscher. Vilket ställer krav på den svenska modellen och på omställningskedjans alla länkar.

Eftersom staten och politiken delvis har backat från sitt tidigare ansvar för trygghet och omställning har omställningsavtalen och organisationer som TRR fått en allt viktigare roll. Utvecklingen är förstås inte huggen i sten, och en renovering av omställningskedjan är både motiverad och möjlig. A-kassan kan stärkas och breddas, mer pengar kan satsas på arbetsmarknadspolitiska utbildningar, och den högre utbildningen kan anpassas till behovet av omställning mitt i livet. Journalistförbundet kan också, på egen hand och via TCO, driva dessa frågor. Samtidigt kan omställningsavtalet och TRR:s verksamhet ses över, utvidgas och förstärkas. Det senare är också mer i Journalistförbundets händer. Här har man direkta möjligheter att påverka utvecklingen.

Utredaren rekommenderar därför följande:

1. Omställningsavtalet mellan Svenskt Näringsliv och PTK har nu nära två decennier på nacken och behöver uppgraderas. Om omställningsstödet även i framtiden ska kunna spela en viktig roll måste tidsbegränsat anställda och de som sägs upp på grund av ohälsa inkluderas. Samtidigt bör kompetensutveckling få större plats i avtalet, för att öka möjligheterna till omställning vid uppsägning, men också för att skapa en plattform för förebyggande insatser. Journalistförbundet bör därför, i och genom PTK, driva på för förhandlingar om ett utökat omställningsavtal. Lärdomar bör dras från de havererade förhandlingarna 2011–2015 – framförallt att enighet inom PTK är en förutsättning för att komma i mål. Ett första steg torde därför vara att lyfta frågan tillsammans med närstående fackförbund och inleda en dialog med resten av PTK. En annan nyckel i sammanhanget är politiken. En treparts-lösning – arbetsgivare, fack, stat – är förmodligen nödvändig för att skapa praktiska och ekonomiska förutsättningar för omställning, och särskilt för byte av yrke. Här kan Journalistförbundet spela en roll i opinionsbildning och samtal.
2. Idag handlar omställningsstödet till stor del om personlig coaching. Uppenbarligen med ett gott utfall. Men i mediebranschen, där det är ont om jobb och där kompetenskraven förändras i snabb takt, räcker det inte. Omställningsstödet till journalister (och säkert också till andra yrkesgrupper) bör därför inriktas mer mot utbildning för att höja kompetensen eller byta yrke. Redan inom ramen för rådande omställningsavtal verkar det vara möjligt att satsa mer på kompetensutveckling. Här bör Journalistförbundet ta del av de pågående diskussionerna inom TRR och göra klart vilken

typ av utbildning journalister behöver för att kunna stanna inom yrket, men också för att ha möjlighet att ställa om till ett annat yrke.

3. TRR har inget särskilt fokus på mediebranschen. Med tanke på att den genomgår en kris, med ständiga nerdragningar, hårdnande konkurrens om jobben, pressade villkor och en växande andel lösa förbindelser, kan det tyckas märkligt. Det finns helt klart ett behov av ett organiserat erfarenhetsutbyte och en samordnad insats. Varslen är inte lika många och omskrivna som när exempelvis Ericsson genomför en massuppsägning, men läget är ändå allvarligt. Enskilda rådgivare inom TRR har samlat på sig viktiga erfarenheter från sitt arbete med uppsagda journalister, och dessa delas inom och mellan olika kontor, men inte på ett större plan. Man skulle kunna tänka sig en nationell arbetsgrupp inom TRR, konferenser eller andra typer av forum för erfarenhetsutbyte och arbetsmarknadsanalys, en referensgrupp med arbetsgivare och fack – för att ge några exempel på åtgärder. Journalistförbundet kan bidra med input till en sådan satsning. Samtidigt bör TRR inkluderas i den dialog på nationell nivå (exempelvis i form av en årlig konferens) som Journalistförbundet i den förra rapporten *Journalistfabriken* rekommenderats att ta initiativ till. Frågan om omställning och kompetensutveckling för uppsagda och anställda hänger nämligen intimt ihop med frågan om journalistutbildningarnas dimensionering och utbildningsutbudet på universitet, högskolor och folkhögskolor.

Källförteckning

- 1 *En gränsöverskridande mediepolitik. För upplysning, engagemang och ansvar*,
SOU 2016:80
- 2 Se de tidigare rapporterna *Köparens marknad, Frihetens pris och Outsourcad
journalistik*.
- 3 Althén, Kajsa & Nygren, Gunnar, *Landsbygd i medieskugga – nedmonteringen av
den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*, Södertörns högsko-
la, 2014
- 4 <http://www.journalisten.se/nyheter/398-jobb-borta-i-ar-minst>, [http://
www.journalisten.se/nyheter/tusen-tjanster-farre-pa-tre-ar](http://www.journalisten.se/nyheter/tusen-tjanster-farre-pa-tre-ar)
- 5 Hök, Jöran, "Changing working conditions", i Nygren, Gunnar m.fl. (red.), *Jour-
nalism in change. Journalistic culture in Poland, Russia and Sweden*, 2015
- 6 [http://www.medieutredningen.se/sa-svarar-journalisterna-medieutredning-
ens-enkatundersokning/](http://www.medieutredningen.se/sa-svarar-journalisterna-medieutredningens-enkatundersokning/)
- 7 Hök, Jöran, "Changing working conditions", i Nygren, Gunnar m.fl. (red.), *Jour-
nalism in change. Journalistic culture in Poland, Russia and Sweden*, 2015
- 8 Essemyr, Mats, *Omställningskedjan – håller den?* TCO granskar # 7 2014
- 9 Essemyr, Mats, *Omställningskedjan – håller den?* TCO granskar # 7 2014
- 10 *Rapport 2014:4: Utvecklingen av socialförsäkringsförmåner sedan 1990-talet*,
Inspektionen för Socialförsäkringen
- 11 Essemyr, Mats, *Tjänstemannagrupper i arbetsmarknadspolitiken och i omställ-
ning*, TCO granskar # 5 2015
- 12 Werne, Kent, *Ofärdsland – livet längs arbetslinjen*, Bokförlaget Atlas, 2014
- 13 Hedlund, Helena, Rudeberg, Sverker, *Faktiska konsekvenser av turordningsreg-
lerna i LAS och avtal*, partsgemensam rapport SN & PTK, 2011
- 14 Walter, Lars (red.), *Mellan jobb – Omställningsavtal och stöd till uppsagda i Sve-
rige*, SNS Förlag, 2015
- 15 Walter, Lars (red.), *Mellan jobb – Omställningsavtal och stöd till uppsagda i Sve-
rige*, SNS Förlag, 2015
- 16 <https://www.trr.se/om-trr/>
- 17 <https://www.trr.se/uppsagd/vem-kan-fa-stod/>
- 18 <https://www.trr.se/uppsagd/vem-kan-fa-stod/>
- 19 [https://www.trr.se/om-trr/press/pressmeddelanden/2016-basta-arbets-
marknaden-sedan-finanskrisen/](https://www.trr.se/om-trr/press/pressmeddelanden/2016-basta-arbetsmarknaden-sedan-finanskrisen/), samt erhållen statistik från TRR
- 20 *Människorna, medierna & marknaden: Medieutredningens forskningsantologi
om en demokrati i förändring*, SOU 2016:30
- 21 Intervjuad för den här rapporten
- 22 *Efter en uppsägning: Studier leder till nytt jobb*, TRR, 2014
- 23 <https://www.trr.se/om-trr/statistik/>. " Med aktivt arbetssökande tjänstemän
avses den grupp uppsagda tjänstemän som återstår när till exempel föräldralediga, de

som hinner gå i pension eller lämnar arbetsmarknaden av något skäl, är långtidssjuka eller faktiskt avlider, har räknats bort. Det är ett naturligt bortfall och brukar ligga mellan tio och 15 procent av totala antalet tjänstemän som sökt stöd hos TRR. (Mild Nygren, Gunilla & Sjöberg, Ann-Sofi, Omställningsavtal – Det extra stödet mellan jobb, TCO Granskar # 3 2015)

24 <https://www.trr.se/om-trr/press/pressmeddelanden/2016-basta-arbetsmarknaden-sedan-finanskrisen/>

25 Walter, Lars (red.), *Mellan jobb – Omställningsavtal och stöd till uppsagda i Sverige*, SNS Förlag, 2015

26 Siffror från Bliwa. Gruppen "okänd" är stor, vilket beror på att det inte är obligatoriskt att uppgge tidigare anställningsform, så siffrorna är ganska osäkra.

27 Mild Nygren, Gunilla & Sjöberg, Ann-Sofi, *Omställningsavtal – Det extra stödet mellan jobb*, TCO Granskar # 3 2015

28 https://www.svensktnaringsliv.se/fragor/las/svenskt-naringsliv-och-ptk-avslutar-omstallningsforhandlingar_625541.html

29 <http://www.lag-avtal.se/arbetsratt/darfor-gav-svenskt-naringsliv-upp-om-omstallningsavtalet-6551668>

30 https://www.svensktnaringsliv.se/fragor/sjukfranvaro/avslutade-forhandlingar-om-omstallningsavtalet_628110.html

31 Bender, German, *Ny kunskap för nya jobb – Eftergymnasialt utbildningsutbud för yrkesverksamma*, TCO Granskar # 4 2015

32 Arroy, Erik & Engblom, Samuel, *Återkommande utveckling – Förslag till ett omställningsuppdrag för högskolan*, TCO Granskar # 1 2017

Tryggare journalistjobb

Kent Werne



Otryggheten i mediebranschen #6

Otryggheten i mediebranschen

På Journalistförbundets kongress i oktober 2014 fick frågan om otrygga jobb ett stort utrymme. Att minska otryggheten blev ett tydligt uppdrag från kongressen till förbundsstyrelsen, och är också en av sex huvudpunkter i den handlingsplan kongressen antog.

Journalistförbundet startade våren 2015 ett långsiktigt arbete med fokus på otryggheten i mediebranschen. Målet är att presentera ett antal konkreta förslag till åtgärder som syftar till att minska otryggheten för journalister.

En arbetsgrupp bestående av förbundsordförande Jonas Nordling, förbundsjurist Katarina Dahlskog samt den oberoende utredaren Kent Werne kommer att presentera ett antal utredningsrapporter fram till nästa kongress.

Crowdsourcing bland medlemmar och andra berörda ska vara en självklar del av informationshämtningen för arbetsgruppen. Du kan alltså själv vara med och påverka vilka problemområden och ämnen som Journalistförbundet ska undersöka.

Så här kan du bidra:

- Gå med i Facebook-gruppen "Vem tjänar på otrygga jobb?". Diskutera, kommentera, kom med förslag.
- Skicka dina tankar och idéer till: otryggajobb@sjf.se

Twittra med hashtagarna #otryggimedia och #otryggajobb

För mer information kontakta arbetsgruppen:

Kent Werne är frilansjournalist och författare med fokus på samhällsreportage och granskande artiklar. Han har publicerats i bland annat Dagens ETC, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet Kultur. Hans senaste bok "Ofärdsland – livet längs arbetslinjen" handlar om den växande otryggheten och utsattheten. Kontakt: kentwerne@gmail.com

Katarina Dahlskog är förbundsjurist på Journalistförbundet sedan 2009. Specialiserad på arbetsrätt och förbundets expert på rättsområdet. Katarina har examen från juristprogrammet på Stockholms Universitet. Kontakt: kd@sjf.se

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet sedan 2011. Han är också styrelseordförande för tidningen Journalisten, kolumnist i Medievärlden, en av tre ordförande i biståndsorganisationen Union to Union och styrelseledamot i PTK och TCO. Jonas har tidigare arbetat på bland annat SVT och Vår bostad. Kontakt: jn@sjf.se

Innehåll

Förord. Otrygghetens dimensioner	4
Den prekära mediebranschen	6
Köparens marknad	7
Frilansandets osäkra villkor	9
Sämre frilansarvoden	11
Facket och frilansarna	13
Outsourcingens baksidor	14
Fackligt arbete i okänd terräng	15
Överproduktion i journalistfabriken	17
Bristande stöd i omställningen	19
Ett föråldrat omställningsavtal	22
 Rekommendationer för tryggare jobb	 24
1. En aktionsgrupp för bättre frilansarvoden	25
2. Arvodesansvarig inom Servicebolaget	25
3. Ett lägsta accepterat frilansarvode	25
4. Avtal med enskilda företag om frilansarvoden	26
5. Organisera och stötta de som jobbar för underleverantörerna	27
6. Vidga och förtydliga kriterierna för medlemskap	28
7. Begär inkoppling av relevanta bolag	29
8. Uppmuntra gemensamma klubbar/intresseföreningar	29
9. Sätt press på public service-företagen	30
10. Utnyttja MBL:s förhandlingsregler vid inköp	31
11. Ett uppgraderat omställningsavtal	31
12. En konferens om utbildning och kompetensutveckling	32
 Källförteckning	 34

Förord. Otrygghetens dimensioner

I fem rapporter har jag skildrat och analyserat otryggheten i mediebranschen. Dussintals intervjuade journalister har vittnat om en växande otrygghet, som både gör det svårt att få tillvaron att gå ihop och att upprätthålla journalistikens kvalitet. Rapporterna har också byggt på enkäter, nyhetsrapportering, offentlig statistik, akademisk forskning, samt en rad utredningar från myndigheter och organisationer.

I den sista rapporten sammanfattas de centrala iakttagelserna, resonemangen och slutsatserna, samtidigt som en del statistik och siffror har uppdaterats.

Den större bilden som framträder är tydlig: branschen genomlider en strukturkris, många medieföretag är hårt pressade ekonomiskt, och i jakten på marginaler försöker ägare och chefer kapa kostnader genom sammanslagningar, bantade redaktioner, outsourcing, tidsbegränsade anställningar, inhyrning och sänkta frilansarvoden.

Under tiden har universitet, högskolor och folkhögskolor utbildat långt fler journalister än vad det funnits behov av. Vilket tillsammans med de många förlorade jobben har skapat ett stort överskott av arbetsvilliga journalister.

När utbudet av arbetskraft kraftigt överstiger efterfrågan uppstår en köparens marknad där arbetsgivaren får övertaget och journalisterna försvagas som kollektiv, där facket tappar kraft och får svårare att försvara goda anställningsvillkor.

Vissa grupper av journalister är särskilt utsatta i krislandskapet. Frilansarna skyddas normalt varken av arbetsrätt eller gängse kollektivavtal, och kan därför utnyttjas av uppdragsgivare som vill slippa socialt ansvar och kapa kostnader. En hårdnande konkurrens om uppdragen har också drivit ner arvoden, vilket inte bara försämrat tillvaron för många frilansare, utan också bäddat för sämre villkor för alla.

Samtidigt har många medieföretag outsourcat en hel del till produktionsbolag och contentbyråer. Och i underleverantörskedjan har facket dribblats bort. Många bolag saknar kollektivavtal, lönerna är ofta låga, osäkra anställningar är norm och facket har färre medlemmar här än i resten av mediebranschen.

Med tillfälliga anställningar, avtalslöshet och underbetalda frilansuppdrag följer som regel också lägre ersättning vid arbetslöshet och sjukdom, liksom undermåliga pensioner. Frilansare och tidsbegränsat anställda är dessutom utestängda från de omställningsavtal som förhandlats fram mellan fack och arbetsgivare. Vilket gör uppförsbacken brantare än för tillsvidareanställda som blir av med jobbet.

Men även för många tillsvidareanställda, särskilt äldre journalister, väntar en osäker tillvaro efter en uppsägning. Och det omställningsstöd de erbjuds är ofta otillräckligt.

En stor del av rapporten handlar om framtiden. Hur kan otryggheten i mediebranschen minska? Vad kan facket göra för att värna medlemmarnas intressen i tider av försämrade förutsättningar? Hur kan Journalistförbundet verka för bättre villkor?

I de tidigare rapporterna har en rad rekommendationer lagts fram. Den här rapporten innehåller ett reviderat urval. Tolv rekommendationer, tolv nycklar till en tryggare mediebransch, till tryggare jobb, ja till tryggare journalister.

Kent Werne, Stockholm, januari 2018

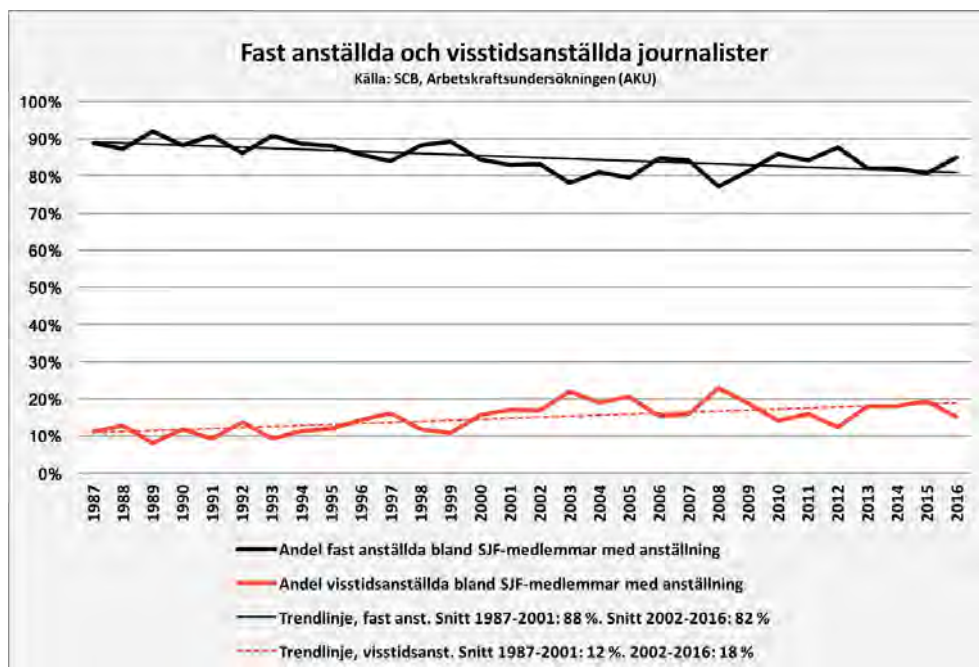
Den prekära mediebranschen

Otrygga journalistjobb är inget nytt fenomen. Branschen har genomgått strukturförändringar förr. Problemet med ”utlasning” – att arbetsgivaren gör sig av med tidsbegränsat anställda innan de får företrädesrätt till lediga tjänster enligt LAS – har funnits och debatterats länge.¹ Frilansandets osäkra villkor har utretts och diskuterats i olika omgångar sedan millennieskiftet. Men på senare år har de tillfälliga och mer otrygga anställningarna blivit vanligare. Förbindelserna blivit lösare.

För att få syn på förändringen bad Journalistförbundet SCB ta fram statistik över fördelningen mellan fasta och tidsbegränsade anställningar de senaste trettio åren. Den tidigare statistiken har nu kompletterats med åren 2015 och 2016.²

Skattningarna är något osäkra och nivån från år till år varierar. Men den långsiktiga trenden är tydlig: Andelen visstidsanställda bland medlemmar i Journalistförbundet med jobb har ökat från omkring 10 procent i slutet av 80-talet till över 15 procent idag.

Åren 1987-2001 var i snitt 12 procent visstidsanställda. Åren 2001-2016 låg snittet på 18 procent. En förändring med 6 procentenheter. Den stora ökningen av visstidsanställningarna skedde under 1990-talet och det tidiga 2000-talet, även om de senaste fyra åren har uppvisat oroväckande höga siffror.



De tidsbegränsade anställningarna har också ändrat karaktär, från längre vikariat till kortare visstidsanställningar med svårförutsägbart schema och osäker inkomst.

Samtidigt har ett nytt fenomen tillkommit: personaluthyrningen. Bemanningsföretagen har växt fram som ett svar på arbetsgivarnas strävan efter större flexibilitet och viljan att komma runt LAS. Uthyrd personal kan antingen vara tillsvidare- eller visstidsanställd.

I mediebranschen har det till stor del handlat om koncerninterna bemanningsbolag som Bonnierägda Marieberg Media och Schibsted Media, som snarare fungerat som personalpooler än som traditionella bemanningsföretag.

2014 hade Journalistförbundet 424 bemanningsanställda medlemmar. 35 procent av dem var visstidsanställda.³ Året efter, i Medieutredningens enkät, angav 4,3 procent av de anställda medlemmarna – 458 personer – att de var bemanningsanställda.⁴

Såväl tidsbegränsat anställda som inhyrda vittnar om otrygghet och utsatthet, en känsla av att vara utbytbar, att befinna sig i en beroendesituation. Journalistförbundets undersökningar visar också att de ofta har lägre löner, och att många ofrivilligt jobbar deltid, vilket sänker inkomsten ytterligare. Många vet inte från ena månaden till den andra om de har jobb eller lön. ”Det är däri otryggheten ligger”, säger en visstidsanställd.⁵ Mycket tyder också på att journalistiken blir lidande av det ständiga ”runthoppandet”. Eller som en bemanningsanställd formulerar det: ”Som reporter hinner man inte bygga kontakter innan man måste vidare till nästa redaktion eller avdelning. Kontinuiteten finns inte där.”⁶

Journalister med otrygga jobb kan ses som en del av vad britten Guy Standing beskrivit som ett ”prekariat”, en växande grupp på arbetsmarknaden som lever i ”kronisk osäkerhet”. Men vad ligger egentligen bakom prekariseringen i mediebranschen?⁷

Köparens marknad

Det är frestande att citera en tidigare amerikansk president: ”It’s the economy stupid.” Det har blivit vanligare att betrakta medierna som ekonomisk bransch, ett sätt att tjäna pengar. Vinstintresset styr allt mer, affärskulturen och marknadstänket har trängt sig in på redaktionerna och påverkat såväl personalpolitiken som journalistiken.

Samtidigt har många medieföretag fått det allt kämpigare med lönsamheten. Ja att mediebranschen går igenom en omfattande kris som knappast kan ha undgått någon inblandad. Det gäller särskilt dagspressen, men också tidskrifterna. Upplagorna faller, läsarna sviker, och med dem annonsörerna. Sedan millennieskiftet har annonsintäkterna mer än halverats. Digitaliseringen har lett till en utbudsexplosion som har skapat en situation där publiken och annonsörerna kan välja och vraka och där tidningsföretagen inte hängit med, där istället Google och Facebook tillhör vinnarna.

Presstödet har bromsat fallet, men inte stoppat det. Många mindre tidningar har lagts ner. Andra har slagits ihop eller köpts upp i en

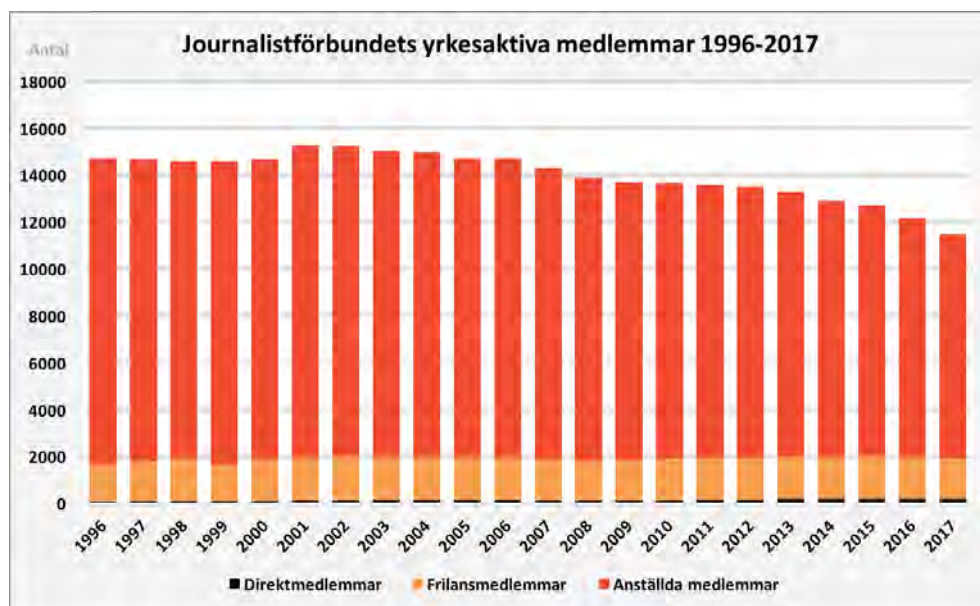
strävan att uppnå samordningsvinster och minska kostnaderna. Koncentrationen till större koncerner och mediehus går rasande snabbt.

I krisens spår har redaktioner lagts ner, slagits ihop eller bantats kraftigt. Dessutom har tekniska landvinningar, nya rutiner och internet fungerat arbetsbesparande och effektiviserat nyhetsproduktionen, vilket gjort det möjligt att ”nedbemanna”.

Mellan 2004 och 2014 försvann var fjärde redaktionell tjänst från landets dagstidningar,⁸ och bara under 2013, 2014, 2015 och 2016 förlorade drygt 1 500 journalister jobbet inom dagspressen.⁹ Även andra medieföretag har krympt kostymen: nyhetsbyråer, tv-bolag, månadsmagasin. Public service är inget undantag. Uppräkningen av medelstilldelningen från licensavgifterna har inte hängt med löneutvecklingen, och man har tvingats spara, med reducerad personal, outsourcing och mer tillfälligt anställda som följd.

Nerskärningarna har slagit brett. Faktum är att sju av tio journalister jobbar på redaktioner där kollegor har sagts upp på grund av arbetsbrist de senaste 5–10 åren.¹⁰

De försvunna journalistjobben avspeglar sig också i Journalistförbundets medlemsutveckling. Mellan 2007 och 2017 minskade antalet anställda medlemmar från 12 390 till 9 563. Ett bortfall på 2 827 personer, eller 23 procent.¹¹



Ett annat, kompletterande, sätt att spara pengar är att satsa mer på lösa förbindelser. Tidsbegränsat anställda och inhyrd personal har som regel flera ”kostnadsfördelar”, menar Guy Standing: ”Lönerna är lägre, erfarenhetsgrundande tillägg kan undvikas, rätten till tjänsteförmåner är mindre och så vidare.” Man kan göra sig av med dem relativt snabbt och enkelt om man vill. De med tillfälliga kontrakt kan också ”pressas till hårdare arbete” och de är ”lättare att

kontrollera genom fruktan ... Om de inte står ut med de krav som ställs på dem kan de uppmanas att gå, utan något tjafs och utan stora kostnader”.¹²

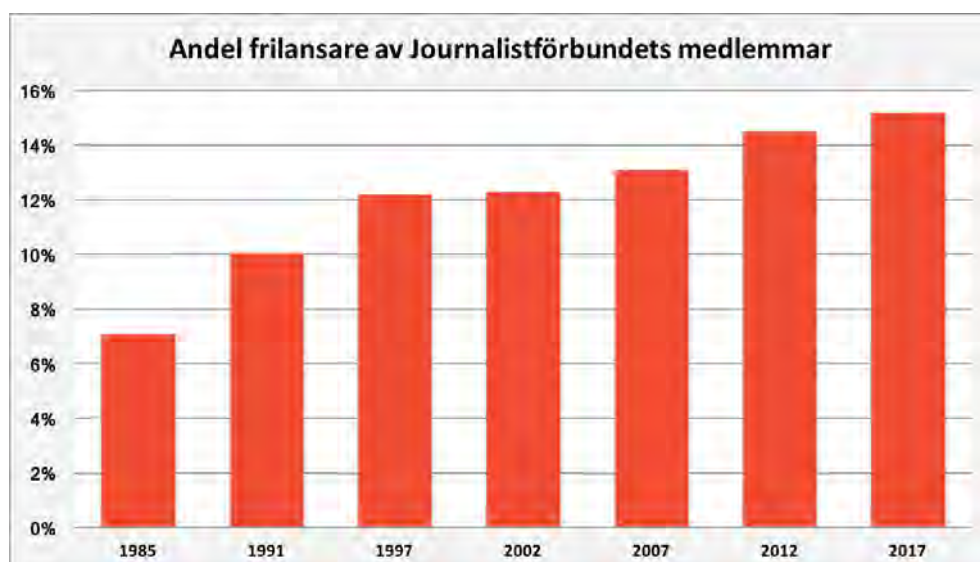
Med andra ord kan arbetsgivarna försöka minska lönekostnaderna och kringgå LAS (som också kostar pengar) genom att ta in visstidsanställda, bemanningsanställda och frilansare. Det här stärker också arbetsgivarnas kort. Den som sitter löst befinner sig nämligen i en svagare förhandlingsposition och tvingas ofta gå med på sämre villkor.

I nerskärningarnas spår har mediebranschen dessutom blivit en köparens marknad, där det finns betydligt fler som vill jobba än arbetstillfällen, där utbudet kraftigt överstiger efterfrågan. Och på en sådan marknad har arbetsgivaren/arbetsköparen övertaget – vilket bäddar för försämrade villkor och exploatering. Det finns alltid någon annan som är villig att ta jobbet om det inte passar, och facket får svårare att försvara yrkeskårens intressen. Det gäller inte minst de journalister som jobbar utan kollektivavtal.

Frilansandets osäkra villkor

Aldrig tidigare har en så hög andel, 15 procent, av Journalistförbundets medlemmar varit frilansare. Samtidigt som redaktioner slimmats, folk sagts upp och de anställda medlemmarna blivit färre, har antalet frilansare legat stabilt runt 1 800 i flera år, och andelen ökat. 1985 hade Journalistförbundet drygt 800 frilansmedlemmar, vilket var 7 procent av de yrkesaktiva medlemmarna. 2017 var antalet 1 747 och andelen 15 procent. De allra flesta av dem, 97 procent, är egenföretagare med aktiebolag eller enskild firma. Den tid då en betydande del av frilansarna enbart hade A-skattsedel är alltså passerad.

Sett till hela medlemskåren i Journalistförbundet innebär det att ungefär 30 procent, nästan en av tre, är visstidsanställd eller frilansar. Och andelen frilansare har ökat mest.



**Visstidsanställda och frilansare som andel av
Journalistförbundets medlemmar – snitt 2014-2016**



Källa: SCB, AKU(anställda), SJF (frilansare)

För egenföretagare med F-skattsedel gäller varken arbetsrätten eller gängse kollektivavtal, och de är därmed mer utsatta för marknadslogiken. Och F-skattandet blir ett särskilt påtagligt problem när egenföretagare utnyttjas av arbetsgivare som vill komma runt arbetsrätten, sänka kostnaderna, slippa skatt och sociala avgifter, liksom när en betydande del av F-skattandet är relativt ofrivilligt, när folk som egentligen vill ha ett vanligt jobb startar firma i ett försök att försörja sig. Då uppstår lätt ett exploateringsmönster med underbudskonkurrens och social dumpning.

Exploatering och underbudskonkurrens är betydligt vanligare inom arbetaryrken än bland professionella grupper som exempelvis läkare, advokater och IT-konsulter, yrkeskategorier som ofta har en stark förhandlingsposition. Men mönstret kan ändå uppstå om branschen i fråga blir just en köparens marknad, vilket är fallet i mediebranschen.

Frilansare/egenföretagare är ingen enhetlig grupp. De kan vara ett vandrande varumärke med gott om uppdrag och hög inkomst, men också någon som kämpar för sin överlevnad och har svårt att ställa krav på bra arvoden, som lever i otrygghet.

Egenföretagare betalar inte bara sociala avgifter själva, utan måste också stå för alla kostnader i form av arbetsplats, dator, kamera, kontorsmaterial, böcker, resor, avgifter, eventuella redovisningstjänster, fortbildning och så vidare.

Det arvode man får som uppdragstagare, alltså det man fakturerar uppdragsgivaren, ska täcka allt detta och dessutom ge pengar

över – en vinst – som motsvarar bruttolönen för en anställd. På den deklarerade inkomsten betalar företagaren sedan skatt.

Så vad tjänar frilansjournalisterna? Den enkät som Journalistförbundet lät SIFO göra bland förbundets frilansmedlemmar till rapporten *Frihetens pris* (2015) visade att många har väldigt låg inkomst.¹³ De intervjuade fick ange hur mycket de kan ta ut ur firman för att leva på en genomsnittlig månad, alltså motsvarande den summa som en anställd får in på sitt lönekonto. Hälften av frilansarna fick ut mindre än 15 000 i månaden. 15 000 kronor netto motsvarar en månadslön för en anställd före skatt på cirka 19 000 kronor, vilket var en bra bit under lägstalönen i Journalistavtalet på 24 111 kronor för de med akademisk examen och 21 923 kronor för övriga medarbetare (2015).

Med lägre inkomst blir såväl den allmänna pensionen som premiepensionen lägre, liksom den sjukpenningsgrundande inkomsten, SGI, som ligger till grund för såväl sjukpenning som föräldrapenning. Dessutom är regelverken i trygghetssystemen anpassade för tillsvidareanställningar. Skyddet är sämre för de med tillfälliga anställningar, för F-skattare och ”kombinatörer” – de som varvar egenföretagande med kortare anställningar.

Egenföretagare måste i hög grad själva finansiera sin trygghet. Men med en låg inkomst blir det förstås svårt att få pengar över till semester, pensionssparande och försäkringar

Endast hälften av frilansarna i enkäten angav att de tar ut fyra veckors semester eller mer, medan en fjärdedel tar ut mindre än två veckors semester och många ingen alls. Bara varannan frilansjournalist sätter regelbundet av till pensionen, och sällan särskilt mycket. Och bara fyra av tio har en företagsförsäkring.

Frihetens pris är alltså ofta en låg och osäker inkomst, dålig sjukpenning, utebliven semester, usel pension och svagt skydd vid skada.

Anledningen till att många har det svårt är att de har få eller inga fasta uppdragsgivare, men också att uppdragsgivarna ofta betalar ett alltför lågt pris för den frihet det innebär att köpa in frilansmaterial. Och priset som betalas – arvodet – är givetvis centralt för frilansarnas möjligheter att försörja sig. Men som en frilansjournalist säger: ”Med de låga arvoden som är nu är det omöjligt att komma upp i en bra lön, som det går att försörja sig på.”¹⁴

Sämre frilansarvoden

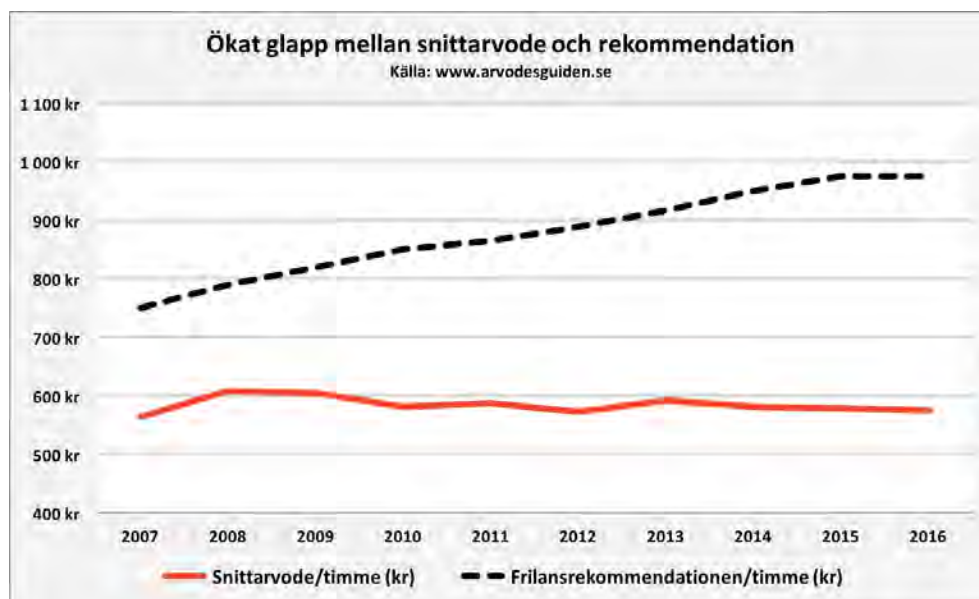
Många frilansmedlemmar vittnar om en hårdnande konkurrens om uppdragen och en tilltagande arvodespress. Hälften av frilansarna uppgav i enkäten att arvodena hade blivit sämre de senaste tre åren. Bara en tiondel upplevde en förbättring. Arvodena har försämrats på olika sätt. De har inte höjts med inflationen, man får betalt för

färre timmar eller tvingas jobba mer för samma arvode, eller så har arvoden sänkts i kronor räknat.

Uppgifter från Arvodesguiden – en webbplats där Journalistförbundets frilansmedlemmar kan rapportera betalning och tidsåtgång för genomförda uppdrag – bekräftar bilden. Den genomsnittliga arvodesnivån har närmast stått stilla eller rentav sjunkit nominellt, beroende på om man tar 2007 eller 2008 som utgångspunkt. Det genomsnittliga arvodet per arbetad timme var 564 kronor 2007 och 609 kronor 2008. År 2015 var snittarvode 579 kronor och 2016 landade det på 575 kronor. Snittarvode har alltså fastnat strax under 600 kronor i timmen, vilket blir mindre än 4 800 kronor om dagen.¹⁵

Under samma tid höjdes Journalistförbundets frilansrekommendation – som räknas upp med löneutvecklingen i branschen – från 750 kronor i timmen 2007 (6 000 kr/dag) till 975 kronor i timmen 2016 (7 800 kr/dag). 2018 har den höjts till 996 kronor i timmen).

2007 var snittarvode 75 procent av frilansrekommendationen (skillnaden var 200 kronor). 2016 var snittet 59 procent av rekommendationen, ett glapp på nästan 400 kronor.



I enkäten berättade också många medlemmar att det är svårt om inte omöjligt att få betalt enligt rekommendationen, och att det blivit allt tuffare att förhandla om arvodet. Flera uttryckte en växande maktlöshet. ”Det finns ingen förhandlingsmån. Jag får ett pris och måste välja att acceptera det eller förlora uppdraget”, skrev en frilansare. ”Om man inte accepterar lägre arvoden får man inga fler uppdrag”, menade en annan.

Frilansarna brottas med ett klassiskt dilemma: ska man tacka nej till uppdrag med usla arvoden, eller acceptera? En del säger nej, även om det kan få konsekvenser i form av färre uppdrag och lägre sammanlagd inkomst. Och medan en del vägrar acceptera arvodessänkningar

menar andra att de inte har något val. De måste ta uppdragen för att överleva i det korta loppet. Eller som en medlem beskriver det hela: ”Det är svårt att säga nej till ett lågt arvode när räkningarna måste betalas.” Och det finns ju ändå alltid någon annan som är villig att ta uppdraget om man tackar nej.

Resultatet blir underbudskonkurrens, prispress, prekarisering, otrygghet. Något som inte bara påverkar frilansarna som grupp, utan även anställda journalister. För som en frilansjournalist uttrycker det: ”Får mediebolagen så billig journalistik från frilansar, sparkar de egen personal.” Och i förlängningen undermineras kollektivavtalen och fackets möjligheter att värna de anställdas löner och rättigheter.

Facket och frilansarna

Det är inte självklart att facket ska vara öppet för och företräda egenföretagare. Och relationen mellan frilansarna och Journalistförbundet har varit långt ifrån problemfri genom åren. Förr försökte förbundet motverka övergången från A-skatt till F-skatt bland frilansmedlemmarna. Men sedan 1990-talet har Journalistförbundet bejakat utvecklingen, och numera företräder facket såväl anställda som egenföretagare. Linjen är till stor del att stötta frilansarna som just företagare, främst genom Servicebolaget. På senare år har man gått in för att skilja mellan frilansare som verkligen är självständiga uppdragstagare och ”den som anlitas som frilans på ett felaktigt sätt” av arbetsgivare som vill runda LAS. Den senare kategorin kallas ofta ”fastlansar” – F-skattare som arbetar under ett ”anställningsliknande förhållande” och därmed bör ses som arbetstagare med rätt till anställning.

Mycket fokus har legat på upphovsrätsfrågor. Journalistförbundet och Frilans Riks har kampanjat för frilansarnas upphovsrätt och mot ”fulavtal” – när medieföretagen försöker få frilansjournalister att skriva under oskäligen avtal där uppdragsgivarna försöker skaffa sig rätt rätten att utnyttja materialet på alla möjliga sätt, utan skälig betalning.

Från 2015 finns också ett framförhandlat frilansavtal mellan Journalistförbundet och arbetsgivarorganisationen Medieföretagen. Det omfattar dock inte arvodesnivåer.

Det har förekommit försök att försvara hyggliga arvodesnivåer. Men den minimirekommendation som funnits, som 2014 döptes om till frilansrekommendation, har till stor del varit skriven i vatten. Det har aldrig funnits något bindande avtal med någon arbetsgivarorganisation som gällt nivåerna på arvodet för egenföretagare. Arbetsgivarna hart vägrat, med argumentet att detta skulle klassas som kartellbildning.

I flera fall har dock frilansare bildat nätverk och lyckats sätta stopp för arvodessänkningar eller förhandla upp arvoden. Men då med enskilda uppdragsgivare som motpart, inte någon arbetsgivar-

organisation. Vissa uppdragsgivare har också förpliktigt sig att tillämpa frilansrekommendationen. Senaste exemplet var DN.

Annars har Journalistförbundet försökt flytta fokus från ett rekommenderat arvode till frilanskalkylatorn – ett verktyg för beräkning av rimligt arvode.

I Journalistförbundets frilansstrategi lyfts också arbetsplatsklubbarnas roll och ansvar fram. Klubbarna uppmanas bland annat att informera inköpare och frilansare om frilansrekommendationen och kalkylatorn, att förhandla med arbetsgivaren om budgeten för inköp, och att förhandla om frilansintag med stöd i § 38 i MBL. Men en enkät till klubbarna 2015 visade att få arbetsplatsklubbar har utnyttjat dessa möjligheter.

Outsourcings baksidor

För 30 år sedan producerades i stort sett alla svenska radio- och tv-program inhouse. Likadant såg det ut inom dagspressen och i tidskriftbranschen.

Numera producerar de stora kommersiella kanalhusen nästan ingenting i egen regi. De köper istället program från produktionsbolag inom och utanför den egna ägarsfären. SVT har fortfarande mycket egen produktion, men sedan 1980-talet har allt mer lagts ut och köpts in. Trenden syns också inom SR och UR, även om volymerna är betydligt mindre. Och trots att de stora tidningskoncernerna var jämförelsevis sena till start har outsourcingen tagit fart också där på senare år. Såväl textproduktion som redigering läggs i allt större utsträckning ut på nyhetsbyråer och contentbyråer, om än i varierande grad.

Orsakerna är flera. Statliga direktiv till public service-företagen att lägga ut mer på externa bolag för att garantera mångfald, en managementfilosofi som uppmuntrar företag att fokusera på kärnverksamheten och låta andra sköta resten, en teknisk utveckling som gjort det hela möjligt. Men den avgörande drivkraft i sammanhanget är ändå – än en gång – sökandet efter effektiviseringar och lägre kostnader.

Outsourcingen kan ses som en del av mediebranschens bantningskur. Genom att lägga ut saker på underleverantörer kan man nämligen krympa personalstyrkan – framförallt göra sig av med tillsvidareanställda. Genom att outsourca verksamhet kan man återöppna arbetsbrist och därmed komma runt LAS, vilket gör bantningskuren billigare.

Nu har naturligtvis firmorna som tar över produktionen också anställda, men på det här sättet blir mediehuset av med en del av ”problemet”. Och de som jobbar i underleverantörskedjan kostar ofta mindre, eftersom de har sämre villkor.

Sedan 1980-talet har en ganska vild flora av produktionsbolag och contentbyråer växt fram, där vissa är betydligt större än andra, där företag startats, lagts ner, döpts om, slagits ihop och köpts upp i snabb takt. Och dessa företag har numera tusentals anställda. En sammanställning av "medeltalet anställda" år 2014 i de 50 största produktionsbolagen, produktionsbolagsgrupperna och contentbyråerna gav siffran 2 485.¹⁶ Och eftersom deltider och tidsbegränsade anställningar läggs ihop till årsarbetstider torde det verkliga antalet anställda under detta år ha varit betydligt fler än 2 485.

Av en rad intervjuer med anställda och chefer inom produktionsbolagen och contentbyråerna framgår att tidsbegränsade anställningar och korttidskontrakt är mycket vanligt.¹⁷ Särskilt inom tv och radio, där de är mer regel än undantag. I flera produktionsbolag är omkring 20 procent av personalstyrkan fast anställd, medan 80 procent har projektanställningar, programanställningar eller andra former av tillfälliga anställningar. De kan beskrivas som projektnomader som vandrar mellan olika produktioner och bolag. Gränsen mellan visstidsanställda och frilansare är också suddig. Rörligheten är stor och förhållandena i högsta grad skiftande. "De har satt i system att byta ut folk", säger en programanställd producent. Flera anställda vittnar om konstant otrygghet.¹⁸

Arbetsförhållandena är ofta tuffa. Pressade tidsplaner, långa dagar, mycket gratisarbete, lätt att gå in i väggen, och samtidigt svårt att sjukskriva sig. Lönerna varierar kraftigt. Vissa har bra betalt, andra ligger under lägstalönen i kollektivavtalen. Och inte sällan tar bolagen in oavlönade praktikanter, utnyttjar dem som billig eller gratis arbetskraft.

Anställda på contentbyråerna berättar också om problem. Här är det vanligare med tillsvidareanställningar, men i intervjuer berättar anställda om relativt låga löner, obefintlig övertidsersättning och tunga arbetsbördor.

Att samtliga intervjuade journalister i branschen velat vara anonyma vittnar samtidigt om en tystnadskultur där anställda och anlitade är rädda att prata öppet om missförhållandena, något som förstås hänger ihop med de otrygga jobben, den skeva maktbalansen, och att den outsource miljö till stor del är fackföreningsfritt land.

Fackligt arbete i okänd terräng

Outsourcingen har inneburit en utmaning för facket. När produktionsbolagen dök upp på scenen uppstod "vita fläckar" på kartan, ett främmande landskap utan fackliga traditioner, där Journalistförbundet saknade insyn och medlemmar. Genom åren har man på olika sätt försökt ta sig in och skapa en facklig närvaro, försökt angripa de dåliga villkoren och otryggheten. Men det har varit svårt att navigera i den föränderliga underleverantörskedjan, svårt att rekrytera nya medlemmar, svårt att få till fungerande fackklubbar,

svårt att få produktionsbolag och contentbyråer att teckna kollektivavtal.

Organisationsgraden är alltför låg, i många bolag har Journalistförbundet bara ett fåtal medlemmar eller inga, och antalet fackklubbar går att räkna på den ena handens fingrar. Många har vittnat om att kunskapen om fackets betydelse är dålig i branschen, och om att fackligt engagemang är det samma som att "göra sig omöjlig" och bli utan jobb. Andra påpekar att det lär bli svårt att etablera hållbara fackklubbar. Arbetsplatserna är ofta små och anställningarna korta. Producenter, redaktörer och andra kategorier av journalister kan hoppa mellan flera bolag inom loppet av några år eller månader. Ett fackligt engagemang för att förbättra villkoren på en arbetsplats kan i en så flytande tillvaro kännas avlägset. Det hela liknar också ett slags moment 22: Att alltför få är medlemmar kan helt enkelt bero på att det saknas fackliga traditioner och en facklig närvaro. På större arbetsplatser har fackklubben funnits länge. Det finns rutiner, lokaler, pengar och inte minst erfarenhet som kan omsättas i information, rekrytering, förhandling och annan aktivitet. Om detta inte finns på plats minskar såväl medlemsnyttan som medvetenheten. Dessutom skyddas bara lokalt fackligt arbete av förtroendemannalagen om det finns kollektivavtal.

Kollektivavtal är en bristvara. Kartläggningen i rapporten *Outsourced journalistik* (2016) visade att bara 26 av de 50 största produktionsbolagen och contentbyråerna hade kollektivavtal med Journalistförbundet, Unionen eller Teaterförbundet – via Medieföretagen eller genom hängavtal. 24 företag, med 966 årsanställda, saknade kollektivavtal. Journalistförbundet hade bara avtal med 14 av 50 företag. Värst såg det ut bland tv-produktionsbolagen, där det bara fanns avtal med två.¹⁹

I några fall hänger avtalsbristen ihop med att få eller inga anställda anses ha i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter, åtminstone enligt arbetsgivarna. Och visst rör sig många i en växande gråzon, där journalistik, information, reklam och underhållning smälter ihop, där det för arbetsgivare och anställda – men också för facket – ofta är oklart var medlemskapets gränser går, där signalerna är otydliga och parterna oeniga.

Har en producent eller researcher för ett underhållningsprogram journalistiska arbetsuppgifter, eller är det förbehållet den som jobbar med en dokumentär eller ett samhällsprogram? Och "var går egentligen gränserna mellan content marketing, journalistik och reklam? Ingen verkar riktigt veta", skriver en redaktör på en större contentbyrå. Det kan tyckas självklart att den som bara sysslar med "varumärkt innehåll" inte har i Journalistförbundet att göra. Men faktum är att förbundet har den typen av medlemmar idag. Många går dessutom mellan olika arbetsgivare – från ett vikariat på Aftonbladet till en projektanställning på Sitrus, vidare till en programanställning på Sveriges Radio, till en redaktörstjänst på Spoon. Upphör man att

vara journalist när företaget man jobbar på får i uppdrag att förbättra Volvos kundrelationer genom så kallad storytelling?

Inte sällan skär gränsen mellan reklam och journalistik rakt igenom såväl företaget som tjänstebeskrivningarna. En redaktör kan jobba med en företagskampanj ena månaden och med en kundtidning eller dagstidningsbilaga den andra. En redigerare kan layouta både annonser och tidskriftssidor. Folk sitter som regel i samma lokaler och arbetar gemensamt.

Enligt flera produktionsbolag och contentbyråer hänger oviljan att teckna kollektivavtal med Journalistförbundet också ihop med att avtalen rimmar illa med branschens förutsättningar och villkor, att de inte är nog flexibla. En del chefer på produktionsbolag och contentbyråer medger också att det är en ekonomisk fråga. Att det skulle bli för dyrt med kollektivavtal. Att man inte skulle överleva i konkurrensen.

Att ekonomin spelar in är otvetydigt. Produktionsbolagens vinstmarginaler är relativt små. Prispressen från kanalhusen är stor. Även här råder något av en köparens marknad. Och på denna ofta avtalsfria marknad är de tillfälligt anställda särskilt utsatta.

Överproduktion i journalistfabriken

Att mediebranschen förvandlats till en köparens marknad där arbetsgivaren fått övertaget och villkoren pressas beror inte bara på att jobben blivit färre och efterfrågan på arbetskraft minskat. Det finns också en utbudssida. Varje år fylls landets journalistutbildningar på universitet, högskolor och folkhögskolor med nya studenter och deltagare. Varje år kliver nyutbildade journalister ut på arbetsmarknaden och blir en del av arbetsutbudet.²⁰

Under många år har det utbildats avsevärt fler journalister än det funnits behov av. Från myndigheter och arbetsgivare har signalerna varit tydliga: arbetsmarknadsutsikterna är dåliga, vi ser ett växande överskott av journalister. I Arbetskraftsbarometern pekar SCB ut ett antal yrken där arbetsgivarna rapporterar stor brist på nyutexaminerade. Störst brist är det på lärare och sjukvårdspersonal. Den utbildningsgrupp som det råder minst brist på är journalister. 97 procent av arbetsgivarna uppger att det är ”god tillgång” på nyutexaminerade och yrkeserfarna journalister.²¹ Och i den senaste långtidsprognosen (2017) ser man även en ”risk för ökat överskott på utbildade journalister”.²² Och detta är inget nytt. Varningslampan har blinkat länge: överskott, överskott, överskott! Ändå har journalistfabriken fortsatt att överproducera.

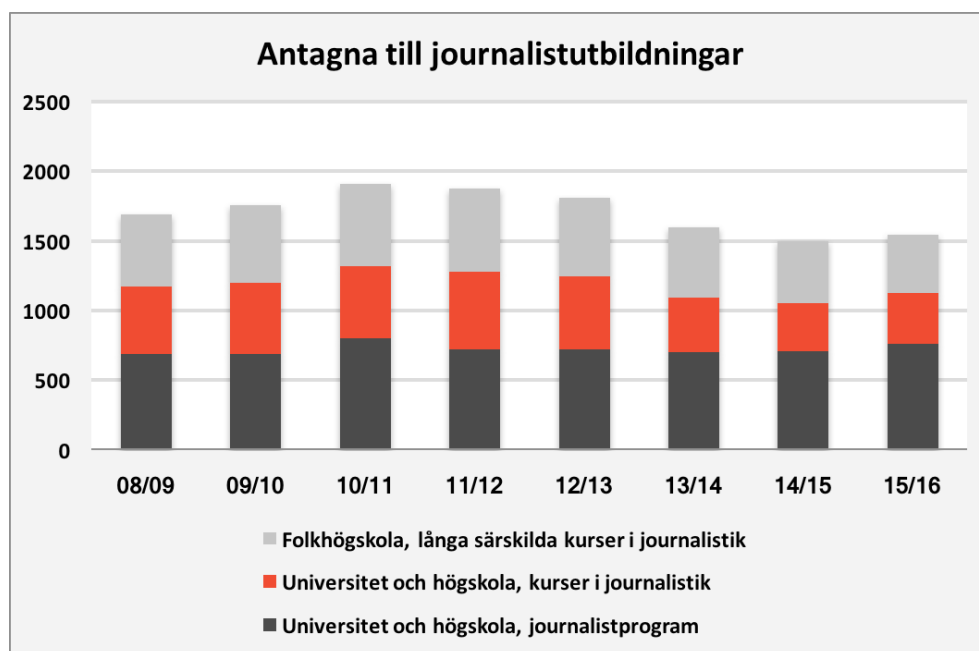
Läsåret 2015/16 (höst- och vårtermin) var 1 640 studenter på högskolor och universitet registrerade på program och kurser klassificerade som journalistik (medie- och kommunikationsvetenskap borträknat). Det rör sig om alltifrån treåriga program på 180 poäng till kurser på 7,5 poäng.²³

Antalet journaliststudenter fördubblades under 00-talet, från 1 000 till över 2 000, och har sedan minskat något – men ligger fortfarande långt över nivån för 15 år sedan.

Inflödet har varit omfattande. Mellan läsåren 2008/09 och 2015/16 antogs mer än 10 000 studenter till journalistutbildningar på universitet och högskolor – ett snitt på 1 287 per år.²⁴

Samtidigt har tusentals nya journalister utbildats på landets folkhögskolor. Det senaste decenniet har folkhögskolornas journalistlinjer och kurser mönstrat i snitt 869 deltagare per läsår. På senare tid har dock deltagarantalet sjunkit rejält.²⁵

Läsåret 2015/16 bedöms totalt omkring 1 500 personer ha antagits till landets journalistutbildningar. Om endast de som antas till universitets- och högskoleprogram och till folkhögskolornas långa särskilda kurser tas med i beräkningen landar vi på knappt 1 200 antagna till journalistutbildningarna 2015/16, varav knappt 1 000 slutförde sin utbildning. Om vi utgår ifrån antagningsvolymen 2015/16 fylls alltså arbetsmarknaden varje år på med minst 1 000 nyutbildade journalister som är redo att ta ett jobb. Resultatet blir en rejäl mismatchning mellan utbud och efterfrågan på journalister.



Bakom överproduktionen och mismatchningen ligger ett systemskifte i utbildningsvärlden på 1990-talet, då planering och dimensionering efter arbetsmarknadens och samhällets behov ersattes med ett system styrt av de studerandes efterfrågan. Lärosätena rättar sig efter studenternas val och anpassar utbildningsutbudet efter söktrycket. Det är alltså ytterst lärosätena och studenterna som avgör vilka utbildningar som erbjuds och hur många som antas.

Politiken har bara för vana att lägga sig i dimensioneringen om det uppstår brist på utbildad arbetskraft inom något område. Men man har inte gjort något åt överproducerande utbildningar. Och resurstilldelningssystemet premierar ”genomströmning”, vilket gör att relativt billiga utbildningar som många slutför blir attraktiva för lärosätena. Man har inga incitament att dra ner på populära utbildningar där söktrycket är högt, vilket är fallet med grundutbildningarna i journalistik. Söktrycket har visserligen minskat på sistone, men är fortfarande mer än tillräckligt för att fylla platserna. Dessutom visar lärosätenas uppföljningar att merparten av studenterna får jobb efter avslutad utbildning.

En möjlighet är förstås att nyutbildade journalister till viss del vinner i konkurrensen om jobben mot de som saknar högre utbildning – vilket sannolikt är en förklaring till den påtagliga professionaliseringen av yrkeskåren på senare år, med en allt större andel som har en formell journalistutbildning. Dessutom kan nyutbildade journalister ofta uppvisa en digital kompetens som en del äldre journalister saknar.

Journalister blir i allt högre utsträckning ”multireportrar” – de förväntas skriva, fota, filma, redigera, lägga ut på webben och sprida materialet i sociala medier. Det beror inte bara på sparkrav, utan också på den framrusande informations- och kommunikationsteknologin. Det talas om multikompetens, om att man måste behärska en rad färdigheter och verktyg, särskilt digitala. Och många äldre journalister har haft svårt att hänga med i utvecklingen. En del av den yrkeskunskap de har jobbat upp är närmast oanvändbar.

Kompetensutveckling kostar förstås pengar. Arbetsgivare som vill uppgradera personalstyrkan och samtidigt minska kostnaderna kan därför lockas att ersätta äldre journalister med nyutbildade som viss-tidsanställs eller hyrs in, istället för att satsa på kompetensutveckling av befintlig personal.

Bristande stöd i omställningen

Majoriteten av alla anställda i Sverige täcks av omställningsavtal – en typ av kollektivavtal som slutits mellan arbetsmarknadens parter i syfte att ge anställda som blir uppsagda stöd i omställningen. En viktig förutsättning är LAS, som ger arbetsgivarna och facken incitament att förhandla om alternativ till principen ”sist in, först ut” vid uppsägningar – som förlängd uppsägningstid och avgångsvederlag, men också omställningsstöd.

Omställningsavtalen och de omställningsorganisationer som administrerar dem för en relativt undanskymd tillvaro. Många känner inte ens till att de finns. Men i takt med att andra länkar i omställningskedjan – a-kassan och arbetsmarknadspolitiken – har försvagats har de blivit allt viktigare. Inte minst för uppsagda journalister.

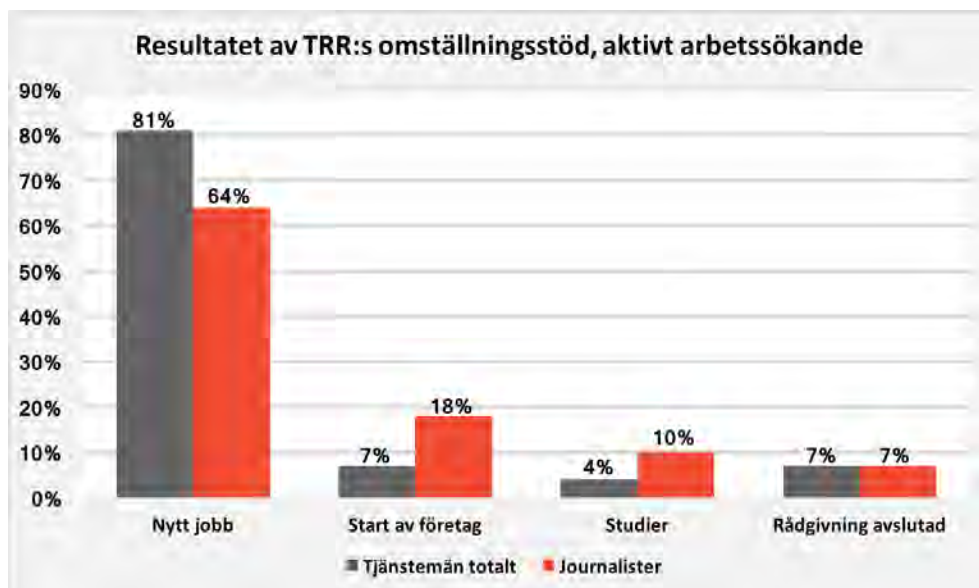
Journalister ingår i det avtal som slutits mellan Svenskt Näringsliv och Förhandlings- och samverkansrådet PTK, som Journalistförbundet är en del av, ett avtal som administreras av omställningsorganisationen TRR Trygghetsrådet. Det omfattar omkring 950 000 privatanställda tjänstemän i 35 000 företag. Varje år betalar de anslutna företagen 0,3 procent av lönesumman (0,7 procent för de företag som har hängavtal) till TRR Trygghetsrådet, pengar som går till AGE (avgångsersättning) och aktivt omställningsstöd i form av rådgivning och kompetenshöjande insatser. TRR omsatte knappt 1,3 miljarder 2016. 288 miljoner gick till AGE, 441 miljoner till stöd.²⁶

För att få omställningsstöd ska man vara tillsvidareanställd när man sägs upp, man ska ha arbetat minst 16 timmar i veckan i företaget under ett år, och ha blivit uppsagd på grund av arbetsbrist eller slutat genom en överenskommelse. Omställningsstödet gäller i två år, utöver uppsägningstiden. AGE får den som fyllt 40 år, som har varit anställd i företaget i mer än fem år under en sammanhängande tid. AGE:n baseras på den tidigare lönen och kompletterar a-kassan upp till 70 procent av den förlorade inkomsten i 130 dagar.

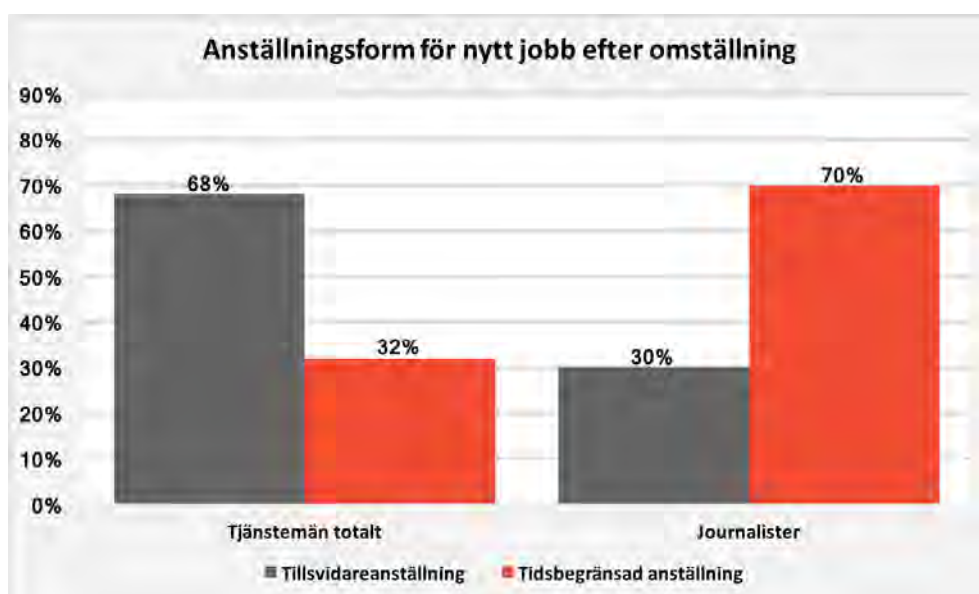
För många journalister som förlorar jobbet blir TRR den första hållplatsen. Här får de träffa en rådgivare, här får de vägledning och stöd i omställningen. Under de senaste fem åren har 1 481 journalister sökt stöd av TRR.

Enligt statistiken har utfallet av TRR:s insatser varit relativt gott. Av de aktivt arbetssökande som TRR stöttade under 2016 (alla siffror gäller 2016) fick 81 procent en anställning, medan 7 procent startade eget företag och 4 procent började studera. För nio av tio slutade alltså omställningen förhållandevis väl. För sju av tio som fick nytt jobb rörde det sig också om en tillsvidareanställning, för tre av tio om en tidsbegränsad anställning.²⁷

Det gick dock sämre för journalister än för tjänstemännen i stort. Bara 64 procent fick nytt jobb, medan 18 procent startade firma och 10 procent började studera. Vilket visar att det är svårare för journalister att snabbt ställa om till ett nytt jobb, samtidigt som det illustrerar trenden att anställda som förlorar jobbet i hög grad försöker sig på att frilansa.



Den största skillnaden rör dock anställningsformen. Bara tre av tio journalister som hittade ett nytt jobb lyckades få en tillsvidareanställning, resten fick en visstidsanställning – alltså omvända proportioner jämfört med övriga tjänstemän, vilket förstås speglar de speciella omständigheterna i den krisande mediebranschen.



Samtidigt fick 42 procent av journalisterna ett jobb med lägre lön än de haft tidigare, vilket är mer än för samtliga tjänstemän, där 35 procent fick lägre lön.

Bara 37 procent av de journalister som fick nytt jobb stannade inom mediesfären (kategorin grafisk/media/förlag). Resten började arbeta i angränsande eller helt andra yrken.

Sammantaget vittnar siffrorna om en snabb omvandling, där fast anställda sägs upp eller slutar med avgångsvederlag – och där de nya jobben till stor del är tidsbegränsade och med lägre lön. Av

tvång eller fri vilja startar också tidigare anställda eget och försöker frilansa. Bristen på jobb och framförallt fasta jobb gör samtidigt att många lämnar journalistiken, att de försöker bredda sitt jobbsökande och prova på något annat. Eller så är de så illa tvungna att byta yrke efter många månader av idogt jobbsökande.

Inte sällan är det fråga om bristande kompetens och ett behov av utbildning, oavsett om folk vill stanna kvar i mediebranschen eller byta yrke. Här kan TRR till viss del bistå med stöd. Rådgivarna kan köpa utbildning av olika leverantörer. Arbetsförmedlingen erbjuder också en del matnyttiga arbetsmarknadsutbildningar. TRR kan också ge ekonomiskt stöd till högre studier, även om det är högst begränsat. Ofta är det just ekonomin allt kokar ner till. Hur ska man få ihop till en okej inkomst medan man omskolar sig?

De flesta i omställning som väljer att hoppa på en längre högskoleutbildning finansierar studietiden med studielån från CSN, sparade medel, extrajobb och avgångsvederlag – eller en kombination av detta. Men det räcker långtifrån alltid.

Ett föråldrat omställningsavtal

Det finns ett uppenbart behov av mer resurser till kompetensutveckling och omskolning, mer resurser än vad TRR avsätter i dagsläget och vad omställningsavtalen tillåter. Dessutom finns det ett växande behov av förebyggande insatser, i form av en kontinuerlig kompetensutveckling under pågående anställning.

Omställningsavtalen har också andra brister. Visstidsanställda och de som sägs upp på grund av ohälsa omfattas inte. Det första har stor betydelse i mediebranschen, där uppskattningsvis nära hälften av de som förlorar jobbet är visstidsanställda, och därmed står utan stöd från TRR. En stor andel av de journalister som skulle behöva stöd i omställningen blir alltså utan.

Det rådande omställningsavtalet är föråldrat och bör omförhandlas. Mellan 2011 och 2015 satt Svenskt Näringsliv och PTK visserligen i förhandlingar om ett utökat omställningsavtal. På bordet låg en inkludering av tidsbegränsat anställda tjänstemän och de som blivit uppsagda på grund av ohälsa. Det fanns också ett förslag till en kompetensstiftelse, för att öka möjligheterna att ställa om vid en uppsägning, men också för att stärka de förebyggande insatserna. Kompetensstiftelsen skulle finansieras med 0,3 procent av lönesumman, vilket totalt skulle innebära 0,6 procent till omställning. I utbyte ville arbetsgivarna få till en förändring av turordningsreglerna så att kompetens fick större betydelse vid urvalet av vem som skulle få stanna kvar vid arbetsbrist. Samtal fördes också med regeringen, bland annat om skattelagstiftning och studiemedelsregler för att underlätta kompetensutveckling. Men det blev inget nytt avtal. Svenskt Näringsliv bröt förhandlingarna. Orsaken var att tre förbund inom PTK vägrade gå med på Svenskt Näringslivs krav.

Samtidigt måste frågor om kompetensutveckling och möjligheterna att omskola sig till ett annat yrke lyftas till en högre nivå, en politisk. Dagens Utbildningssverige är inte anpassat för omställning efter en uppsägning. Det gäller inte minst studiemedelssystemet. Det finns ett behov av någon form av studielön i nivå med a-kassan. Men det rör också universiteten och högskolorna, som främst fokuserar på grundutbildningar, medan utbildningsutbudet för redan yrkesverksamma är betydligt sämre. Det finns för få platser på korta utbildningar, utbudet på kvällar och helger är för skalt och antalet utbildningsplatser på distans och deltid i högskolan minskar. Vilket är extra oroväckande med tanke på att behovet av vidareutbildning och omställning bedöms öka i framtiden.

Rekommendationer för tryggare jobb

Journalistförbundet har inte stått handfallet medan otryggheten i mediebranschen har brett ut sig. Man har tagit fajten mot arbetsgivarnas överanvändning av visstidsanställningar och koncerninterna bemanningsbolag. Man har drivit kampanjer, däribland ”Vem tjänar på otrygga jobb?”. Man har förhandlat hårdare om inlasningar och tagit fall gällande missbruk av visstidsanställningar och ”fastlansar” till arbetsdomstolen, däribland det uppmärksammade målet ”Linn Olsson”. Man har lyft otrygghetsfrågorna i avtalsförhandlingarna, drivit fram ett nytt – om än alltför begränsat – frilansavtal, försvarat frilansarnas upphovsrätt, uppmärksammat arvodespressen i olika kampanjer, satt press på public service-företagen om krav på kollektivavtal vid utlägg på underleverantörer, begärt inkoppling på kollektivavtal, försökt rekrytera fler medlemmar, informerat, utbildat och debatterat. Men det har inte räckt. Mycket beroende på läget i branschen, att det råder en köparens marknad och att arbetsgivarna har överhanden. Men man har inte heller gjort allt som är möjligt att göra, och ibland missat viktiga fokuspunkter.

I fyra av de fem första rapporterna om otryggheten i mediebranschen presenterades ett antal rekommendationer till Journalistförbundet. De är värda att ta del av i sin helhet. Men vissa har förlorat lite av sin aktualitet och relevans, bland annat på grund av att förbundsstyrelsen, förbundskansliet och i vissa fall distrikten har agerat. I ett par fall har jag gjort bedömningen att förutsättningarna har skiftat, eller att rekommendationerna bör revideras, sammanfogas eller omformuleras.

Sammantaget ges här tolv rekommendationer utifrån de problem som har belysts. Som synes ligger tyngdpunkten på produktionsbolag, contentbyråer och frilansare. Vilket inte är en slump. Här är otryggheten som mest utbredd och påtaglig. Och det är här Journalistförbundet har haft svårast att göra sig gällande. Här finns de svagaste länkarna, svagheter som arbetsgivarna utnyttjar i jakten på lägre kostnader, till ett högt pris för de direkt berörda journalisterna men också för resten av yrkeskåren. För att motverka underbudskonkurrensen och den sociala dumpningen bör mer kraft läggas på att organisera de delar av kåren där anslutningsgraden är låg, på att bli mer synliga där facket idag är alltför osynligt, på att pressa fram kollektivavtal där de inte finns, på att verka för skäliga frilansarvoden, på att uppmana och stötta arbetsplatsklubbarna att agera, på att sätta press på de större medieföretagen i dessa frågor, på att väcka debatt.

Men förslagen handlar också om att försöka påverka journalistutbildningarna och omställningsavtalet. Just frågor om kompetensutveckling och utbildning är viktiga nycklar i sammanhanget. Det går knappast att hejda bantningen av redaktionerna. Och användandet av visstidsanställningar kommer fortgå även om missbruket motverkas. Därför är rätten till kompetensutveckling, utbildning och kvalificerat stöd i omställningen a och o. Det handlar om omställningsavtalet och TRR:s arbete, men också om utbildningsutbudet.

1. En aktionsgrupp för bättre frilansarvoden

En aktionsgrupp bör tillsättas inom Journalistförbundet som planerar, samordnar, driver och följer upp det gemensamma arbetet för förbättrade frilansarvoden – bestående av förtroendevalda och funktionärer från Förbundsstyrelsen, förbundskansliet, Servicebolaget, Frilans Riks och eventuellt andra distrikt/riksklubbar samt frilansklubbar. Gruppen kan till stor del bestå av arvodesansvariga som utses i respektive styrelser. Den bör dock inte bli för stor. Det viktiga är att den samlar relevanta resurser och funktioner. Aktionsgruppen kan förbättra utformningen, implementeringen och uppföljningen av frilansstrategin med fokus på just arvodesfrågor. Detta skulle också skicka en viktig signal till frilansmedlemmar, arbetsplatsklubbar, inköpande medlemmar och medieföretag om att Journalistförbundet tar arvodesfrågan på största allvar och är beredd att agera.

2. Arvodesansvarig inom Servicebolaget

I rapporten Frihetens pris uppmanades Journalistförbundet att tillsätta en frilansombudsman. Behovet av en person som samordnar och skapar bättre kontinuitet i arbetet för bättre frilansvillkor kvarstår. Frilans Riks har visserligen en arbetande styrelse, men den byts ut med jämna mellanrum och viktig erfarenhet går lätt förlorad, samtidigt som det är svårt att jobba långsiktigt med centrala frågor som arvodesnivåerna. Men denna person behöver inte nödvändigtvis kallas frilansombudsman och vara anställd på Förbundskansliet. Hen kan också finnas i Servicebolaget.

Hittills har Servicebolaget erbjudit service kring rena företagarfrågor, som juridisk rådgivning, redovisningsstöd, försäkringslösningar och kurser. Men man har inte stöttat frilansare i förhandlingar om arvodesnivån. Istället har frilansarna uppmanats att kontakta förbundets förhandlingsjour för rådgivning kring arvodesfrågor. På sistone har dock en tjänst tillsatts på Servicebolaget som kan få en samordnande roll i stil med en frilansombudsman. Rekommendationen är därför att denna person ges en nyckelroll i arbetet för bättre frilansarvoden, bland annat genom att leda aktionsgruppens arbete.

3. Ett lägsta accepterat frilansarvode

Att döma av Arvodesguiden får långt färre än hälften av frilansarna betalt enligt frilansrekommendationen. En stor andel av arvodena faller dessutom under den nivå som motsvarar lägstalön i Journalistavtalet. Det senare kan – ur en facklig synvinkel – inte beskrivas som något annat än lönedumpning, vilket drabbar såväl frilanskollektivet som resten av journalistkåren. Journalistförbundet bör därför etablera ett lägsta accepterat frilansarvode som motsvarar lägstalönen i kollektivavtalen och som räknas upp med löneut-

vecklingen. En nivå som det kan anses vara osolidariskt, oetiskt och rentav skamfyllt att gå under, för såväl enskilda frilansare som inköpande medieföretag och redaktioner. I Frilanskalkylatorn ges nu information om vad som motsvarar lägsta lönen, vilket är bra. Kanske bör också en varningstext införas när ett timarvode hamnar under lägsta lönen.

Ett lägsta accepterat arvode som kommuniceras tydligt skulle också kunna motivera arbetsplatsklubbarna att försöka pressa upp arvoden, då det rör sig om ren underbudskonkurrens om arvoden ligger lägre. Beroende på hur löneläget ser ut på arbetsplatsen/i företaget kan också lokala lägsta arvodesnivåer beräknas, som inte undergräver avtalade löner. Idag ges många arvoden också per tecken, per artikelform eller per bild. Ofta har de slagits fast i arvodestabeller och arvodeslistor. Arbetsplatsklubbarna och frilansarna kan i de fallen tillsammans översätta dessa arvoden till arvoden baserade på nedlagd tid, så att de kan jämföras med de rekommenderade arvodesnivåerna.

4. Avtal med enskilda företag om frilansarvoden

På vilket sätt kan och kan inte frilansare organisera sig och ta fajten för bättre arvoden? På vilket sätt kan och kan inte Journalistförbundet stödja detta? Under vilka förhållanden kan och kan inte överenskommelser och avtal slutas? I rapporten *Frihetens pris* uppmanades Journalistförbundet utreda dessa frågor, eller snarare frågan om "kartellbildning". Även Frilans Riks uppmanade förbundets ledning att utreda saken, då man ansåg att "kollektiva strategier i frilansfrågan är ett viktigt verktyg i dagens situation av underbudskonkurrens".

I en PM har Journalistförbundets förhandlingschef Johan Lif analyserat frågan, och skissat på möjliga vägar framåt. Han konstaterar att avtal om minimiarvoden mellan Journalistförbundet och en annan branschorganisation, som Medieföretagen, sannolikt är oförenligt med konkurrenslagstiftningen och därmed otillåtet. Däremot borde avtal om minimiarvoden som träffas direkt mellan Journalistförbundet och ett medieföretag (eller en enskild medieorganisation) vara tillåtet. Liksom kollektiv handling för att uppnå den här typen av avtal eller mer informella överenskommelser. Det finns därför "anledning för Journalistförbundet att fortsätta att söka möjligheter att gentemot enskilda företag reglera frilansarvoden", skriver Lif. "Konkurrensreglerna bör här inte innebära något reellt hinder." Hindren utgörs istället av "motpartens inställning till ett sådant avtal". Förbundet har små möjligheter att vidta stridsåtgärder av klassisk typ. Men dels kan avtalen utformas så att motparten också ser fördelar med det, dels kan de drivas fram på andra sätt.

På senare år finns flera exempel på hur frilansjournalister har gått samman, bildat nätverk och protesterat mot arvodessänkningar. Man har också samlats och försökt förhandla fram högre arvoden. Den typen av kollektiv handling kan vara effektiv och bör uppmuntras.

Det kan vara en väg till avtal med enskilda företag om frilansarvoden. Dylika initiativ bör därför stöttas av arvodesansvariga på olika nivåer och av arbetsplatsklubbarna. Man kan också tänka sig att frilansare formaliserar samarbetet och nätverken i intresseföreningar av det slag som finns med i förbundsstyrelsens förslag till nya stadgar.

5. Organisera och stötta de som jobbar för underleverantörerna

Journalistförbundet har alldeles för få medlemmar i många produktionsbolag och contentbyråer. Vägen till bättre villkor börjar därför med rekrytering och organisering. Tidigare insatser har inte varit tillräckliga, och det måste till ett mer genomtänkt och uthålligt arbete. Att värva nya medlemmar genom att aktivt söka upp och kontakta anställda och frilansare i branschen är en viktig komponent. Man kan inte vänta på att folk ska visa intresse, det gäller för Journalistförbundets alla delar att visa sig, sprida kunskap, peka på fördelarna och betona poängen med ett medlemskap, samt att lyssna in och ge stöd.

Flera anställda i produktionsbolag och contentbyråer vittnar om en bransch där många har dålig koll på fackliga frågor och på kollektivavtalens betydelse. Därför är information och ökad medvetenhet en nyckel, gärna genom kurser och möten, men också genom informationsmaterial särskilt riktat till denna målgrupp. Man kan med fördel kombinera information om ”så funkar det att jobba i tv-produktionsbolag” med ”så här kan du göra om du får problem” och ”det här innehåller kollektivavtalet”.

Att ge bättre stöd till befintliga medlemmar har ett egenvärde. Många medlemmar i Journalistförbundet upplever facket som avlägset. Några har visserligen hört av sig till förbundskansliet och bett om råd, men flera efterlyser mer hjälp med allt ifrån löneförhandling och utlasningshot till att bilda fackklubbar. Att förtroendemannalagen bara gäller där det redan finns kollektivavtal gör förstås att det blir särskilt svårt för de anställda att ta strid mot missförhållanden i avtalslösa företag. Men även medlemmar som jobbar i bolag med kollektivavtal kan känna sig ensamma och utsatta i förhållande till arbetsgivaren. Detta glapp kan och bör förbundskansliet, företagsklubbar hos beställarna (SR, SVT, TV4 etc.) och andra närstående klubbar delvis fylla. Organisationen kan skaffa sig mer kunskap om villkoren i de berörda bolagen och erbjuda ett informerat stöd, gärna genom att aktivt söka upp medlemmar. På så sätt blir också nyttan med medlemskap uppenbar.

Möjligen har #metoo öppnat upp en yta för facklig organisering. Problemen med sexuella trakasserier och övergrepp i produktionsbolagen, och särskilt den tystnadskultur som omgett detta, hänger till viss del ihop med de otrygga arbetsförhållandena och fackets frånvaro. Med fackligt arbete, tryggare jobb och kollektivavtal kan

förhoppningsvis problemen artikuleras och angripas på ett mer effektivt sätt.

6. Vidga och förtydliga kriterierna för medlemskap

Ett problem som har betydelse för både organisering och kollektivavtal handlar om medlemskapets gränser. Journalistförbundet vill "organisera alla som hör hemma i Journalistförbundet". I de nuvarande stadgarna står det att: "Medlem kan den vara som är anställd eller frilans, med i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter, vid svenskt eller i Sverige verksamt massmedium." Det kan förefalla tydligt, men i takt med att medielandskapet har förändrats har gränserna mellan journalistik, reklam och underhållning blivit allt mer otydliga, och det har blivit en utmaning att förena den fackliga ambitionen att företräda olika typer av journalister med ambitionen att värna yrkesetiken. Vilket i synnerhet påverkar organisationsgraden i produktionsbolag och contentbyråer.

Många som jobbar för dessa företag är osäkra på om de är välkomna i Journalistförbundet eller inte. Och även förbundet själv tycks sväva på målet. Journalistförbundet måste därför göra klart för sig själv och andra vilka man vill organisera, företräda och förhandla kollektivavtal för. Idag är det alldeles för otydligt vad som gäller. Man måste välja väg, bli tydligare. Man kan avfärda content marketing som reklam och stänga dörren för den som ansöker om medlemskap, och i konsekvensens namn också utesluta medlemmar som går över till en contentbyrå och börjar jobba med marknadsföring. Eller så kan man ta fasta på det faktum att arbetstagaren, oavsett om hen jobbar på DN eller Appelberg, använder sig av journalistiska kompetenser och att arbetet sker under redaktionella former.

2014 beslutade kongressen "att förbundets framtida organisering måste utredas i grunden". Förbundsstyrelsen fick i uppdrag att tillsätta en utredning, vilket gjordes. I uppdraget ingick att se över medlemskriterierna och lämna förslag på hur de kan förändras. Utifrån den utredningen har förbundsstyrelsen lagt ett förslag till stundande kongress om ändrade stadgar, där kriteriet för medlemskap är "anställd eller frilans, med journalistiska och/eller andra redaktionella arbetsuppgifter, vid svenska eller i Sverige verkssamma medier". De redaktionella arbetsuppgifterna ska vara "förenliga med Journalistförbundets yrkesetiska regler så långt möjligt, eller i tillämpliga delar". Man motiverar ändringen med att förbundet måste bredda rekryteringsbasen och att man redan idag har en mer liberal syn på begreppet "journalistiskt arbete" än vad stadgarna ger sken av. Formuleringen "redaktionella arbetsuppgifter" blir därmed en anpassning till den nya verkligheten. Den nya formuleringen är tillräckligt bred för att "kunna fånga in alla som, på olika sätt, arbetar i gränslandet till den traditionella journalistiken", menar man, och med den markerar Journalistförbundet att "medlemmar som blandar journalistiska och andra redaktionella arbetsuppgifter har fullvärdig ställning inom förbundet".

Den nya skrivningen innebär på samma gången ett förtydligande och en vidgning av medlemskapets gränser. Vill Journalistförbundet göra skillnad för anställda i produktionsbolag och contentbyråer, och samtidigt motverka den underbudskonkurrens som outsourcingen lätt leder till, är detta rätt väg att gå.

7. Begär inkoppling av relevanta bolag

Kollektivavtal ska inte bara ses som en konsekvens av organisering. Kollektivavtal kan också bädda för höjd organisationsgrad och facklig aktivitet. Dessutom är företag utan kollektivavtal i sig ett hot mot den svenska modellen. De underminerar branschstandarden och bidrar till underbudskonkurrens.

Flera produktionsbolag och contentbyråer som saknar kollektivavtal är medlemmar i Medieföretagen. Journalistförbundet bör därför vända sig till Medieföretagen och begära inkoppling på kollektivavtal av relevanta underleverantörer. Om de är relevanta eller inte avgörs av Journalistförbundet, sedan har Medieföretagen att ta upp saken med sina medlemmar. Alla bolag som saknar kollektivavtal är inte medlemmar i Medieföretagen, men sannolikt är flera det. Även om Medieföretagen tidigare har sagt nej bör Journalistförbundet begära inkoppling på nytt om Journalistförbundet vid en närmare analys bedömer att det finns befattningar som stämmer överens med medlemskriterierna bland företagets fast och löst anställda. Det senare är särskilt viktigt, då det i Medieföretagens tidigare svar antyds att bara de fast anställda ”inom företagets administration” har beaktats. Att begära inkoppling på nytt kommer bli extra aktuellt om stadgarna ändras av kongressen och medlemskapets gränser formellt vidgas, från journalistiska arbetsuppgifter till redaktionellt arbete.

8. Uppmuntra gemensamma klubbar/ intresseföreningar

Arbetsplatsklubben är grunden i Journalistförbundets organisation. Där sker mycket av det fackliga arbetet. På klubbmöten dryftas och artikuleras problem, och klubben samlar enskilda medlemmar till ett kollektiv som kan ge uttryck för ett gemensamt intresse. Flera intervjuade medlemmar i produktionsbolag och contentbyråer skulle också vilja ha mer hjälp med saker som en klubbordförande eller annan förtroendevald normalt sett kan bistå med: råd och stöd i löneförhandlingar, koll på övertidsregler och att påtala brister i arbetsmiljön. När detta inte finns till hand minskar medlemsnyttan, men förstås också möjligheten att förbättra villkoren. Samtidigt kommer det att bli mycket svårt, för att inte säga omöjligt, att bilda arbetsplatsklubbar i alla företag. Problematiken – relativt små arbetsplatser, olika skrän, stor rotation, en rädsla för att ”göra sig omöjlig” – gör uppförsbacken brant

Målet bör vara att bilda arbetsplatsklubbar där det är möjligt. Men inledningsvis bör förbundet pröva andra vägar till en stärkt facklig närvaro och samordning i en medlems- och klubbgles bransch.

Redan idag erbjuder stadgarna en sådan möjlighet: "Medlemmar som har sin verksamhet förlagd där företagsklubb, arbetsplatsklubb eller riksklubbsektion ej finns, kan ingå i en *gemensam klubb* med medlemmar på andra likartade arbetsplatser inom distriktet", står det (utredarens kursivering). I Förbundsstyrelsens förslag till nya stadgar försvinner den skrivningen, men där blir det istället möjligt att bilda en *intresseförening*, som inte är bunden till ett distrikt. Den ska "tillvarata medlemmars intressen inom ett visst intresseområde" och föreningen ska själv få avgöra om verksamheten ska bedrivas i traditionell föreningsform eller som nätverk. Vilket antagligen skulle fungera bättre för ändamålet. Man skulle kunna bilda en intresseförening för exempelvis "projektnomaderna" i tv-produktionsbolagen, en för de som jobbar för radioproduktionsbolag och en för de som jobbar för contentbyråer, där människor kan förenas kring det de gör och de problem de upplever i branschen, snarare än kring den arbetsplats de befinner sig på för tillfället. Där de kan utbyta erfarenheter och agera tillsammans för bättre villkor. I intresseföreningarna kan också frilansare ingå. Aktionsradien är i och för sig begränsad, eftersom "den lokala förhandlingsrätten tillkommer företagsklubben", som det formuleras i stadgarna, men det kan ändå göra skillnad att sluta sig samman i en intresseförening, eller flera.

Gemensamma klubbar eller intresseföreningar kan fungera som katalysatorer i försöken att organisera de som jobbar i underleverantörskedjan och bilda företags/arbetsplatsklubbar, genom att erfarenheter och strategier sprids. Detta förutsätter förstås att det finns folk som är beredda att engagera sig, och för att tröskeln inte ska bli för hög kan det hela börja som informellt nätverk – på Facebook, via en mejllista, genom fysiska möten. Dessa kan initieras med stöd av förbundskansliet. Men det är viktigt att villkoren och strukturen bestäms av medlemmar i branschen. Sannolikt måste nätverken också skapas under diskretion, så att folk kan gå med utan att behöva vara rädda för att arbetsgivaren ska få reda på det.

9. Sätt press på public service-företagen

Genom åren har Journalistförbundet ställt upprepade krav på public service-företagen att de bara ska anlita produktionsbolag som har kollektivavtal. Men utan resultat. Möjligheten är dock knappast uttömd. Förklaringarna från public service-företagens håll har skiftat, och argumentationen har brustit i koherens. Faktum är att man ställer detaljerade krav vid beställningar av produktioner, och det är knappast omöjligt att kräva att anställnings- och arbetsvillkoren för de som anställs i produktionerna ska vara i linje med de avtal som SVT- och SR-anställda jobbar under. Värdet av ett sådant ställningstagande kan knappast överskattas. Om SVT, SR och UR skulle kräva kollektivavtal eller kollektivavtalsliknande villkor i underleverantörskedjan skulle det sannolikt få stor effekt.

Här kan Journalistförbundet med fördel kombinera fortsatta förhandlingar med en större kampanj där man uppmärksammar allmänheten (konsumenterna och finansierarna) och politikerna

(de som bestämmer ramarna för public service) på hur det ser ut. Journalistförbundet har tidigare krävt att "riksdagen sätter press på företagen i denna fråga", utan resultat. Kanske är möjligheterna större nu, med en regering som har sagt sig vilja slå vakt om den svenska modellen och propagerat för just beställaransvar. Rapporten *Outsourced journalistik* kan fungera som underlag för detta. Det bör också påpekas att underleverantörerna inte är ensamt skyldiga till att arbetsvillkoren i branschen ofta är tuffa och anställningsformerna lösa. Förutsättningarna avgörs till stor del när beställarna pressar priserna utan att ta hänsyn till vad prispresen och jakten på lägre kostnader leder till. Utifrån den vetskapen bör Journalistförbundet också driva linjen att det bör ingå i beställaransvaret att inte pressa priserna på ett sätt som omöjliggör justa anställnings- och arbetsvillkor.

10. Utnyttja MBL:s förhandlingsregler vid inköp

Facket har ett ofta outnyttjat verktyg för att förmå mediehusen att ta ansvar för villkoren inom anlitade företag. MBL, närmare bestämt 11 §, 38 § och 39 §, ger nämligen fackklubben möjlighet att övervaka och påverka inköpen och intagen. Enligt 11 § ska arbetsgivaren "på eget initiativ förhandla med arbetstagarorganisation i förhållande till vilken han är bunden av kollektivavtal" innan denne "beslutar om viktigare förändring av sin verksamhet". 38 § och 39 § reglerar mer specifikt det fackliga inflytandet vid inhyrning och anlitande av entreprenör. Enligt 38 § "ska arbetsgivaren på eget initiativ förhandla med den arbetstagarorganisation i förhållande till vilken han är bunden av kollektivavtal för sådant arbete" om en entreprenör, exempelvis ett produktionsbolag, ska anlitas. Och då är arbetsgivaren "skyldig att lämna den information om det tilltänkta arbetet som arbetstagarorganisationen behöver för att kunna ta ställning i förhandlingsfrågan". Syftet är att facket ska kunna avgöra om det finns skäl att avge en vetoförklaring mot entreprenaden enligt 39 §. Om den "tilltänkta åtgärden kan antas medföra att lag eller kollektivavtal för arbetet åsidosätts eller att åtgärden på annat sätt strider mot vad som är allmänt godtaget inom parternas avtalsområde, får åtgärden inte beslutas eller verkställas av arbetsgivaren".

Förbundskansliet bör sprida kunskap om de möjligheter som MBL ger det lokala facket att övervaka och påverka inköpen och intagen, samt ge råd och stöd när en fackklubb vill agera. Arbetet har redan påbörjats, men bör prioriteras upp och samordnas.

11. Ett uppgraderat omställningsavtal

Omställningsavtalet mellan PTK och Svenskt Näringsliv har nu nära två decennier på nacken och behöver uppgraderas. Om omställningsstödet ska kunna spela en viktig roll på dagens arbetsmarknad och motverka otryggheten måste tidsbegränsat anställda inkluderas. Dessutom måste kompetensutveckling och utbildning ges större plats i avtalet, för att öka möjligheterna till omställning vid uppsäg-

ning, men också för att skapa en plattform för förebyggande insatser. Journalistförbundet bör därför, i och genom PTK, driva på förhandlingar om ett utökat omställningsavtal. Lärdomar bör dras från de havererade förhandlingarna 2011–2015 – framförallt att enighet inom PTK är en förutsättning för att komma i mål. Sedan rapporten *Omställningen* lades fram har såväl PTK som Svenskt Näringsliv öppnat dörren för förhandlingar om ett nytt avtal, vilket förstås är positivt. En annan nyckel i sammanhanget är politiken. En trepartslösning – arbetsgivare, fack, stat – är nödvändig för att skapa praktiska och ekonomiska förutsättningar för omställning, särskilt för byte av yrke. Här kan Journalistförbundet spela en roll i opinionsbildningen.

I väntan på ett nytt avtal bör Journalistförbundet också uppmana TRR att i högre grad fokusera resurserna och ansträngningarna på utbildning och kompetensutveckling, i synnerhet när det handlar om de som förlorar jobbet i krisbranscher som just mediebranschen. Redan inom ramen för nuvarande avtal ska det vara möjligt, särskilt i ett läge då arbetslösheten i övrigt är låg och kostnaderna för AGE är låg.

12. En konferens om utbildning och kompetensutveckling

Frågan om omställning och kompetensutveckling för uppsagda och anställda hänger intimt ihop med frågan om journalistutbildningarnas dimensionering och utbildningsutbudet på universitet, högskolor och folkhögskolor. Utbildningsanordnarna har prioriterat grundutbildningar, att producera nya journalister, medan utbildningsutbudet för redan yrkesverksamma är betydligt sämre. Platserna är alltför få på korta utbildningar, liksom på distans- och deltidsutbildningar. Utbudet på kvällar och helger är skralt. Samtidigt saknas till stor del de ekonomiska förutsättningarna för yrkesverksamma journalister att fortbilda sig och utveckla sin kompetens. Här spelar omställningsavtalets utformning, TTR:s prioriteringar, samt politiska överväganden och reformer in.

Journalistförbundet har all anledning att gå i bräsch för en förändring på det här området. Dels för att frågan är central för att motverka mismatchningen mellan utbud och efterfrågan och den köparens marknad som har uppstått, men också för att mediebranschen är något av kanariefågeln i kolgruvan. Den strukturkris och de stora omställningsbehov som finns i mediebranschen kommer snart aktualiseras i andra branscher.

Samverkan och dialog mellan utbildningsanordnare, omställningsorganisationer, myndigheter och mediebranschens organisationer/partner är en nyckel. Journalistförbundet bör ta initiativ till den typen av dialog och samverkan. Ett konkret förslag är att Journalistförbundet tar initiativ till en återkommande konferens med fokus på journalistutbildningar och kompetensutveckling i ett föränderligt medielandskap, dit utbildningsanordnare, lärare,

studeranderepresentanter, arbetsgivare, chefer och rådgivare i TRR, fackligt aktiva, myndigheter, forskare och politiker bjuds in. En sådan konferens kan fokusera på dimensionering kopplat till arbetsmarknaden, men också på innehållsfrågor – hur 2020-talets journalistutbildningar bör utformas.

Källförteckning

- 1 Enligt LAS (1982:80) har man så kallad "företrädesrätt till återanställning", det vill säga lediga tjänster som man har tillräckliga kvalifikationer för, efter sammanlagt mer än tolv månaders anställning under en treårsperiod. Det brukar kallas för "inlasning". Samma regler gäller inom public service med undantag för den särskilda formen "programanställning" där gränsen går vid 24 månader. Vanligtvis brukar arbetsgivaren se till att göra sig av med visstidsanställda innan gränsen passerar, vilket går under namnet "utlasning".
- 2 Siffrorna baseras på SCB:s Arbetskraftsundersökningen (AKU), där 29 500 svenskar intervjuas varje månad om sina sysselsättnings- och anställningsförhållanden. En variabel är facklig tillhörighet bland anställda. Antalet observationer – det vill säga antalet intervjuade journalister – är relativt få, varför siffrorna för varje enskilt år är ganska osäkra (dock tillräckligt många för att siffrorna ska vara statistiskt relevanta). Mer säkerställd är den långsiktiga trenden, med en ökning av andelen tidsbegränsat anställda.
- 3 <https://www.sjf.se/nyheter/201406/stor-otrygghet-drabbar-bemanningsanstallda-journalister>
- 4 <http://www.mediutredningen.se/sa-svarar-journalisterna-mediutredningens-enkatundersokning/>
- 5 Werne, Kent, *Köparens marknad – Otryggheten i mediebranschen # 1*, SJF, 2015
- 6 Werne, Kent, *Köparens marknad – Otryggheten i mediebranschen # 1*, SJF, 2015
- 7 Standing, Guy, *Prekariatet: den nya farliga klassen*, Daidalos, 2013
- 8 Althén, Kajsa & Nygren, Gunnar, *Landsbygd i medieskugga – nedmonteringen av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*, Södertörns högskola, 2014
- 9 <http://www.journalisten.se/nyheter/398-jobb-borta-i-ar-minst>, <http://www.journalisten.se/nyheter/tusen-tjanster-farre-pa-tre-ar>
- 10 Hök, Jöran, "Changing working conditions", i Nygren, Gunnar m.fl. (red.), *Journalism in change. Journalistic culture in Poland, Russia and Sweden*, 2015
- 11 Journalistförbundet
- 12 Standing, Guy, *Prekariatet: den nya farliga klassen*, Daidalos, 2013
- 13 Resultaten från enkäten finns att ta del av i sin helhet på Journalistförbundets hemsida under fliken "Otrygg i Media". 622 av 1 832 registrerade frilansmedlemmar svarade på enkäten. 35 intervjupersoner fick inte avsluta enkäten – de jobbade "inte alls med/övervägande med annat än" journalistik, eller var "anställda och arbetar åt en eller flera arbetsgivare". 587 medlemmar slutförde enkäten, en svarsfrekvens på 34 procent.
- 14 Werne, Kent, *Frihetens pris – Otryggheten i mediebranschen # 2*, SJF, 2015
- 15 Tillgång till tjänsten ges till alla frilansmedlemmar inom Journalistförbundet. Huvudansvarig för sajten är Frilans Riks styrelse. För att få en rättvisande bild av arvode-trenden har alla arvoden som gällt A-skatt rensats bort, samt de uppdrag som tagit väldigt lång tid – upp till ett halvår (det gäller uteslutande TV-dokumentärer, som ett par år fanns med i ett fåtal rapporter och förändrade snittet avsevärt.).
- 16 Siffrorna är hämtade från bolagens årsredovisningar. Som anställd räknas, enligt Bokföringsnämndens allmänna råd, "arbetstagare i företagets tjänst" – vilket

motsvarar arbetstagarbegreppet i LAS. Uppdragstagare, det vill säga frilansare med f-skatt eller a-skatt, ska inte ingå. Det framgår också att medelantalet anställda "ska beräknas på individnivå och utvisa antalet heltidstjänster enligt de villkor som gäller på arbetsstället". Men man kan också redovisa "summan av antalet arbetade timmar dividerad med normal årsarbetstid" (1 920 timmar), eller "ett genomsnitt av antalet anställda personer enligt mätningar vid minst två representativa tidpunkter". Och eftersom deltider och tidsbegränsade anställningar läggs ihop till årsarbetstider torde det verkliga antalet anställda under ett år vara betydligt fler än 2 485.

17 Werne, Kent, *Outsourcad journalistik – Otryggheten i mediebranschen # 3*, SJF, 2016

18 Werne, Kent, *Outsourcad journalistik – Otryggheten i mediebranschen # 3*, SJF, 2016

19 Werne, Kent, *Outsourcad journalistik – Otryggheten i mediebranschen # 3*, SJF, 2016

20 Werne, Kent, *Journalistfabriken – Otryggheten i mediebranschen # 4*, SJF, 2017

21 <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/utbildning-och-forskning/analyser-och-prognoser-om-utbildning-och-arbetsmarknad/arbetskraftsbarometern/pong/statistiknyhet/arbetskraftsbarometern-2017/>

22 SCB, *Trender och Prognoser 2017*

23 Universitetskanslerämbetet (UKÄ)

24 Universitets- och högskolerådets (UHR)

25 Folkbildningsrådet. Siffrorna gäller långa särskilda kurser med CSN-kod 321A, "journalistik". Det handlar om deltagare på höstterminen, vilket enligt Folkbildningsrådet gör att man undviker dubletter i statistiken, då utbildningarna som regel är minst ettåriga. Eftersom Folkbildningsrådet bara har statistik över journalistutbildningarna på folkhögskolorna från 2005 (siffror baserade på CSN-kod har inte rapporterats tidigare än 2005) och framåt är det omöjligt att veta hur det såg ut innan dess.

26 Werne, Kent, *Omställningen – Otryggheten i mediebranschen # 5*, SJF, 2017

27 <https://www.trr.se/om-trr/statistik/>. "Med aktivt arbetssökande tjänstemän avses den grupp uppsagda tjänstemän som återstår när till exempel föräldralediga, de som hinner gå i pension eller lämnar arbetsmarknaden av något skäl, är långtidssjuka eller faktiskt avlider, har räknats bort. Det är ett naturligt bortfall och brukar ligga mellan tio och 15 procent av totala antalet tjänstemän som sökt stöd hos TRR.