

INHYRDA JOURNALISTER

Stefan Koskinen
Henrik Bäckström
Jonas Nordling

APRIL 2012

© Författarna och Timbro 2012

ISBN 978-91-7566-889-5

www.timbro.se

info@timbro.se

<http://www.timbro.se/innehall/?isbn=9175668895&flik=4>

Innehåll

Inledning	4
Stefan Koskinen: Bemanningsbranschens intåg i medievärlden.....	6
Henrik Bäckström: Det nya mediejobbet – i centrum eller periferi?	14
Jonas Nordling: Inhyrda journalister en bekväm lösning – men hur länge?	20

Inledning

För min del började det förra året, när ett journalistteam från SVT kom till Timbro för att göra ett inslag med mig. Vi småpratade en del medan tekniken ordnades, och jag förstod att reportrarna som sänts ut var inhyrda av sin redaktion. Och de var inte nöjda med situationen.

Till min förvåning skyllde de på LAS. Kanske ville de bara göra en högerman välvilligt inställd inför intervjun, men min känsla var att deras irritation var äkta. Den ena berättade: "Jag förklarade för en kompis från USA hur det låg till, och han undrade om det kunde stämma: 'You have a law so you can't get fired, and instead it means that you can't get hired?' "

Det var ju alldeles utmärkt. Jag är inte van vid att hitta LAS-kritiska människor med hjärtat till vänster (nå, vad beträffar den politiska hemvisten spekulerar jag, men det var ett enkelt induktionsslut) och såg genast möjligheten till en ohelig allians. Tänk om jag kunde sy ihop en rapport och ett seminarium om saken som diskuterade bemanningsfrågan inom mediebranschen och samtidigt få igång en diskussion om LAS från ett oväntat håll. Och för att vara tydlig: jag är mycket kritisk till LAS utformning.

Det gick sådär. Dels är det uppenbarligen så att journalister som är inne i bemanningssvängen ofta är oroliga för att framstå som bråkiga. Personligen tror jag att den oron är överdriven, men efter att ha ägnat en del tid åt saken vore det idiotiskt att förneka att den är reell. Dels insåg jag snart att frågan om bemanningsföretag inom mediebranschen i sig är genuint intressant. Jag valde att inrikta mig på att helt enkelt försöka belysa den i egen rätt, utan några övriga arbetsmarknadspolitiska baktankar.

Jag har för länge sedan själv arbetat både som journalist och chef i olika funktioner på redaktioner. Min första tanke var att systemet med inhyrda journalister borde lämpa sig sällsynt dåligt för en sådan verksamhet. Att komma in på en redaktion och känna att man måste leverera från första dagen skulle kunna riskera inte bara långsiktigheten, utan dessutom det kritiska omdöme som måste finnas i varje led inför ett publicistiskt beslut. Hur roligt är det att som inhyrd spräcka ett jobb? Och sedan ett till? Skulle inte det leda till attityden att leverera till nästan varje pris, där talesättet "kolla aldrig en bra nyhet" riskerade bli närmast ett tillvägagångssätt? Driver det inte fram ett sensationalistiskt tänkande? Och hur länge vågar man arbeta med ett spår utan att leverera?

Uppenbarligen är jag inte ensam om den sortens funderingar. Exempelvis har Sveriges Radio tagit ett policybeslut som går ut på att man inte hyr in till redaktionella funktioner. Och uppenbarligen finns det andra som tänker annorlunda. Exempelvis tillåter Sveriges Television inhyrda journalister. Utöver public service-företagen är det såklart en vanlig praktik på snart sagt varje redaktion av betydelse i Sverige, och det finns inom de stora medieorganisationerna egna bemanningsföretag som serverar de olika redaktionerna.

Jag tog kontakt med människor som arbetar med bemanningsfrågan och som ser ett stort värde i systemet. Givetvis innebar det att jag fick lära mig saker och upplystes om nya perspektiv som gjorde mig högst osäker på mina första slutsatser. Dels finns det anställningstekniska fördelar med bemanningssystemet, som innebär

större flexibilitet i den notoriskt svårförutsägbara branschen. Dels finns det exempel på hur bemanningssystemet leder till ökad specialisering, kompetensutveckling och till och med nya branscher.

Viktigast kanske är förhoppningen att bemanningsbranschen kan bidra till att behålla lönsamheten inom medieorganisationer, med den goda konsekvensen att vi kan fortsätta åtnjuta kvalitetsjournalistik i ett medielandskap som alltmer tycks präglas av trams och ytlighet.

Att villkoren för journalister blir osäkrare är såklart en konsekvens, men ärligt talat: den stör mig inte. För det första vill jag betrakta den goda journalistiken som något av ett kall. Jag vet att det är en kontroversiell hållning, men tjänstemannafieringen av journalistiken under de senaste fyrtio åren har åtminstone jag uppfattat som delvis problematisk. För det andra ser jag inget större problem i att unga och oerfarna journalister får göra några hundår innan de etablerar sig och kan kräva större förutsägbarhet och bättre villkor – och är de inte bra nog för det finns det andra branscher. Jag är högerman. Sådan är min politiska världsbild. För det tredje måste det väl vara bättre att vara journalist under osäkra villkor än att inte vara journalist alls – om det nu är journalist man vill vara. För verkligheten är ju sådan: om inte medieföretag finner vägar att rationalisera sin verksamhet kommer de inte att finnas kvar som arbetsgivare.

Samtidigt övergav mig inte min inledande oro. Att vara journalist är inte att sälja däck eller klippa hår. Kalla mig romantiker, men drivkrafterna bakom de bästa yrkesmännen är unika inom journalistiken. För att ta ett extremt exempel: skulle det vara möjligt för Bonniers och Atlantis att hyra in en författare? En sak vet jag, och det är att när jag skrivit mina böcker har jag låtit skägget växa och klätt mig i basker. Att vara författare kräver att jag gör mig till en särskild sorts människa. Det finns beröringspunkter med journalistiken i detta, tror jag.

Nå, nog om mina funderingar. Jag bjöd in tre experter att skriva om saken. Stefan Koskinen är förbundsdirektör och VD för Almega Tjänsteföretag och har levt i utvecklingen från båda sidor av saken, och har skrivit en spännande och personlig historia om framväxten av bemanningsföretag inom mediebranschen.

Henrik Bäckström är förbundsdirektör för Bemanningsföretagen och har skrivit en närmast filosofisk betraktelse över olika företags kärnverksamheter och perifera verksamheter, och analyserar hur bemanningsföretag inom media kan förstås och försvaras utifrån ett sådant perspektiv.

Jonas Nordling är ordförande för Journalistförbundet och är inte bara förhandlande motpart till arbetsgivarna, utan dessutom mottagare av sina medlemmars intryck efter några år med den snabbt växande bemanningsbranschen inom journalistiken. Han är oroad och djupt kritisk till utvecklingen.

Några anser att bemanningsföretagens inträde inom medievärlden kommer att leda till den goda journalistikens marginalisering. Andra drar den rakt motsatta slutsatsen, att systemet är en räddning för den goda journalistiken. Hur man än vänder på saken tror jag att alla kan vara ense om att detta är en av ödesfrågorna för många svenska redaktioner.

Roland Poirier Martinsson, fil.dr,
chef för Timbro Medieinstitut

Stefan Koskinen, förbundsdirektör och VD för Almega Tjänsteföretagen

Bemanningsbranschens intåg i medievärlden

För en tid sedan fick jag frågan om jag kunde skriva något om bemanningsföretag och mediebranschen.

Utgångspunkten var: Varför var det under många år så att uthyrning av journalister var helt frånvarande vid redaktionerna, för att sedan under kort tid bli en vanlig företeelse. Varför blev det så? Och vilka är konsekvenserna av utvecklingen?

När jag fick frågan sammanföll det med att jag ett halvt år tidigare, för första gången i mitt vuxna liv, valt att arbeta utanför mediebranschen.

Som 19-åring blev jag 1983 in som tillfällig sportmedarbetare på Radio Gävleborg i Gävle. Därefter blev det en lång resa bland annat som reporter vid landsortstidningar i Norrland och kvällstidningarna i Stockholm. Kriminalreporter på Svenska Dagbladet och nyhetschef på Sundsvalls Tidning. Chefredaktör och VD på Ulricehamns Tidning och därefter motsvarande befattning på Norrtelje Tidning. Sedan förhandlare och rådgivare först vid Tidningsutgivarna och därefter vid mediebranschens nybildade arbetsgivarorganisation Medieföretagen.

Den mediebransch jag nu lämnat 28 år senare är en helt annan än den där jag började en gång. Berättelsen om mediebranschens förändring och bemanningsföretagens intåg är också min personliga berättelse om vad jag upplevt i den redaktionella världen.

Skolan brukar ibland pekas ut som det område som under 1970-talet var mest utsatt för tidsandans överdrivna experimentlusta och önskan om att bryta mot gällande normer. Men min undran är om det inte var värre på redaktionerna.

Jag minns hur nyhetsbevakning bestämdes vid stormöten där alla journalister satt i ring och talade ut med varandra. Samtalen var många och långa och ofta gränslösa och integritetskränkande. Det var vardag att reportrar lämnade mötena storgråtande. Självt fick jag följande fråga en morgon efter ett reportage som kraftigt kritiserats av kollegerna:

– Vilken relation hade du egentligen till din far?

Hovmästaren fick hämta VD

Att det kunde bli en sådan lekstuga på redaktionerna berodde även till en stor del på frånvarande ägare och bristande styrning av medieföretagen.

Det finns ett talande exempel från Norrtelje Tidning. Tidningen ägdes på 1970-talet av representanter från den andra eller tredje generationen av de lokala ägarfamiljerna, som saknade ett genuint intresse att driva tidningen. Chefredaktören var djupt invecklad i journalistikens utveckling inom högskolevärlden och tillbringade mycket av sin tid vid Stockholms universitet. Var den verkställande direktören fanns visste ingen.

När styrelsen slutligen med omedelbar verkan entledigade direktören fick styrelseordförande ringa upp hovmästaren på Operakällaren, som fick hämta direktören till telefonen så att beskedet kunde framföras.

Att det under den här tiden kom ut en tidning fem dagar i veckor får man nog tillskriva journalistklubbens styrelse, som på eget initiativ tog kommandot och organiserade arbetet.

Det här var inte någon ovanlig situation. Det var till exempel på den här tiden vanligt att journalistklubben efter medlemsomröstning föreslog vem som skulle tillsättas som redaktionschef eller nyhetschef.

På flera tidningar hade redaktionen bestämt att VD inte skulle äga tillträde till redaktionen. I bakgrunden fanns hela tiden outtalade hot om maskning eller vild strejk.

Anekdoterna och historierna är många och jag skulle kunna fortsätta med många fler. Men det har i sig inget egenvärde. Det viktiga är att ge en bild av den historia som redaktionerna bär på.

Det var 1993 som det blev tillåtet med bemanningsföretag och de första verksamheterna med personaluthyrning drog igång. Det fanns ingen redaktionsledning eller företagsledning som då skulle ha vågat använda sig av inhyrda journalister. Det hade inte fungerat. Det skulle dröja femton år till innan det tog ordentlig fart.

Från monopol till knivskarp konkurrens

Att det kunde fungera och att medieföretagen kunde leverera vinster trots att det såg ut så här berodde uteslutande på en faktor: Frånvaron av konkurrens. De flesta tidningarna verkade på en monopolmarknad eller möjligen en oligopolmarknad. Och inträdesbiljetten var hög – den som ville konkurrera fick börja med att köpa sig en tryckpress för uppskattningsvis några tiotals miljoner kronor. Det här var innan det fanns direktreklam, privata radiostationer, TV3, TV4, text-TV, Internet, appar och så vidare.

För lokaltidningarna kom en allvarlig konkurrent när direktreklamen gjorde sitt intåg. Det tog den gratisutdelade reklamen bara några år att nå en lika stor sammanlagd intäkt som landsortspressen och i dag är deras intäkt större. Det som hände var att mediebranschen på något decennium gick från att vara en av de minst konkurrensutsatta branscherna, till en av de mest konkurrensutsatta branscherna.

I dag behöver man inte bygga ett eget tryckeri för att konkurrera. Det finns ett antal tryckerier där vem som helst redan nästa vecka kan köpa sig trycktid. Men den verkliga utmaningen kommer inte därifrån, utan från de nya digitala medierna.

Det som driver utvecklingen är att ny teknik ger förändrade vanor när det gäller nyheter och journalistik. Allt färre är också beredda att betala för journalistik som i digital form finns omkring oss att få gratis. Dit läsare, lyssnare och tittare flyttar sig, dit flyttar sedan också annonsörerna sina pengar.

Alltid fler – aldrig nog

Frågan om inhyrning av journalister och anlitande av bemanningsföretag är även en fråga om anställningsformer och hur redaktionerna bemannats. Redaktionell verksamhet är cyklisk, med arbetstoppar och dalar. En del är förutsägbart och kan planeras, som kronprinsessbröllop, OS eller ett politiskt val. Andra arbetstoppar beror på händelser som inte kan förutses, till exempel olyckshändelser eller naturkatastrofer.

Problemet var att det förr i stort sett bara fanns två anställningsformer i kollektivavtalet som arbetsgivaren kunde använda sig av, nämligen tillsvidareanställningar och vikariat när någon ordinarie medarbetare hade tjänstledigt, semester eller var sjuk.

Journalistförbundets uppfattning på den tiden var att arbetsgivaren skulle bemanna redaktionen med tillsvidareanställda medarbetare i den omfattning som behövdes vid arbetstopparna.

I slutet av 1990-talet lyckades Tidningsutgivarna förhandla sig fram till att vikarier fick anlitas även när ordinarie medarbetare till exempel jobbade med olika projekt eller prövade andra tjänster inom redaktionen.

Från Journalistförbundet har situationen för visstidsanställda hela tiden beskrivits som ett "visstidselände" och "missbruk" av vikarier.

Journalistförbundet har väl haft rätt på så sätt att det genom åren dribblats en hel del med anställningsformen vikariat. Men det har inte heller varit så konstigt, när till exempel en redaktion med sextio anställda journalister under ett år har ett behov av arbetskraft som kanske varierar mellan 55 och 75 journalister. Det är inte rimligt att tro att en sådan redaktion ständigt skulle bemannas på heltid av 75 journalister.

Men Journalistförbundet har också haft fel i sin argumentation. Undersökningar gjorda av såväl Tidningsutgivarna som Medieföretagen har visat att andelen visstidsanställda inte på något sätt är anmärkningsvärt högt i jämförelse med övriga arbetsmarknaden.

Det som också fått Journalistförbundet att driva frågan om att det borde vara fler fast anställda journalister är journaliststudenterna. Jobben på redaktionerna blir inte fler, men antalet journalister som utbildas är fler.

Journalistutbildningarna är populära bland ungdomar och studenterna kan bli medlemmar i

Journalistförbundet redan under studietiden. Det är klart att det då också blir ett medlemskrav att facket ska trycka på för fler fasta jobb.

Medling och konflikt

Mellan 1998 och 2007 var det medling, varsel om konflikt eller utbruten strejk mellan Journalistförbundet och Tidningsutgivarna i varje avtalsrörelse. Frågorna som stod i fokus var upphovsrätt, löneläget på landsortstidningarna och anställningsfrågorna.

Konflikten 2007 strejkade sig Journalistförbundet till framgångar på anställningsområdet som kom att bli avgörande för bemanningsbranschens utveckling på medieområdet. Det går inte beskriva det annat än som att den konflikten blev en riktig pyrrhusseger för Journalistförbundet.

Resultatet av medlingen blev att den som var visstidsanställd och uppnådde en anställningstid om 24 månader under de senaste fem åren omedelbart fick anställningen konverterad till en fast anställning.

Varken medlare eller någon av parterna hade nog insett hur regeln skulle komma att fungera i kombination med en annan regel i kollektivavtalet, som sade att den som blivit anställd under det senaste året och blev uppsagd på grund av arbetsbrist skulle ha förlängd uppsägningstid. Men kort tid efter att avtalet tecknats blev det uppenbart vilken moment 22-situation som skapats i kollektivavtalet.

När företaget sade upp medarbetare på grund av arbetsbrist hade den uppsagde en återanställningsrätt under nio månader från att denne slutat. Eftersom tidningarnas verksamhet är cyklisk och medarbetare emellanåt blir sjuka eller tvingas vara frånvarande på grund av vård av barn, så uppstår det alltid akuta vikariatsbehov. Eftersom den som tidigare sagts upp på grund av arbetsbrist hade återanställningsrätt var arbetsgivaren skyldig att erbjuda det hastigt uppkomna vikariatet till den som tidigare blivit uppsagd.

Det som hände var att första dagen som personen i fråga arbetade så uppnådde denne då en anställningstid om 24 månader under de fem senaste åren och anställningen blev därmed från dag ett konverterad till en tillsvidareanställning. När vikariatet sedan tog slut efter någon vecka hade arbetsgivaren för många anställda och tvingades säga upp samma person på grund av arbetsbrist igen. Det var då den andra regeln slog till. Eftersom personen anställdes under det senaste året och sedan sagts upp på grund av arbetsbrist hade personen rätt till sex månaders uppsägningstid trots att det bara rört sig om någon veckas vikariat. När uppsägningstiden löpt ut kom samma händelseförlopp att upprepas under de kommande nio månaderna som personen hade återanställningsrätt.

Under våren 2008 insåg ett antal dagstidningsföretag att situationen blivit ohållbar. Resultatet av konflikten 2007 hade blivit att det i praktiken inte var möjligt att minska den redaktionella organisationens bemanning.

Bemanningsföretagens intåg

Innan vi närmare går in på vad som händer våren 2008 kan det faktiskt vara värt att berätta att det några år tidigare faktiskt startats två bemanningsföretag inom mediebranschen, om än i blygsam skala.

Redan 2001 startade Ida Johnsdotter, med bakgrund som chef på Skånska Dagbladet, ett litet bemanningsföretag, Media Resurs. En lite större satsning gjorde Thomas Lundkvist tillsammans med några kända personer från mediebranschen, som 2005 tillsammans med Proffice drog igång Mediakompetens.

Thomas Lundkvist hade bland annat varit chef för SVT:s samhällsredaktion och programledare i Striptease. De övriga två var Joachim Berner, tidigare chefredaktör för Dagens Nyheter och Expressen, och Lars Weiss, tidigare programdirektör för TV4. Det fanns därmed en mycket tung publicistisk trovärdighet i satsningen.

Det blev också Mediakompetens som tecknade ett första kollektivavtal för bemanning inom mediebranschen genom att teckna ett företagsavtal med Journalistförbundet.

Även om Mediakompetens växte något var osäkerheten stor ute i branschen. Var det tillåtet att hyra journalister? Vad skulle redaktionen säga? Skulle det över huvud taget komma ut en tidning om man började hyra in journalister? Tveksamheten var stor och de allra flesta valde att avstå.

Sydsvenskan satsar för fullt

Men under våren 2008 ringde allt fler företag till Tidningsutgivarna och diskuterade det dysfunktionella regelverket för anställningsfrågor som blivit resultatet av konflikten året innan. Företagen tvingades nyanställa utan att man tänkt sig det, och sade man upp några medarbetare var de snart anställda igen – detta trots att företagets resurser krympte och besparingar måste göras.

En av de bekymrade chefer som ringde var Jonas Gruvö, redaktionschef vid Sydsvenska Dagbladet. Vi vred och vände på problematiken och jag konstaterade att arbetsrättsligt fanns det bara en sak att göra, nämligen att använda sig av bemanningsföretag.

Jonas Gruvö viftade inte bort förslaget som omöjligt, utan vi vred och vände på problematiken. Hur skulle det kunna fungera? Skulle Sydsvenskan själv kunna äga och driva ett bemanningsföretag? Skulle Sydsvenskan kunna göra så att alla vikarier och visstidsanställda erbjöds anställning i ett bemanningsföretag och sedan hyrdes in?

Vi på Tidningsutgivarna utredde problematiken och samtidigt förankrade Jonas Gruvö frågan i Sydsvenskans högsta ledning där han fick beskedet att köra igång så snabbt som möjligt.

I maj och juni 2008 träffade jag Journalistförbundets dåvarande förbundsjurist för att diskutera hur snart det skulle kunna gå att få till ett kollektivavtal för uthyrning av journalister inom dagstidningsvärlden. Det var inget jubel som utbröt på den fackliga sidan.

Men det fanns ett latent och mycket reellt hot för Journalistförbundet. Bemanningsföretagen hos Almega var det förbund som, tillsammans med Unionen, tecknade kollektivavtal för bemanning för tjänstemän, oavsett yrkesgrupp. Det fanns en oro hos Journalistförbundet att Unionen även skulle försöka lägga beslag på uthyrning av journalister. Det skulle ha hotat Journalistförbundets ställning som yrkesförbund för journalister.

Att skriva ett helt kollektivavtal med Journalistförbundet före sommaren 2008 var dock inte möjligt och Sydsvenskan hade bestämt sig för att sommarens vikarier skulle hyras in. Lösningen fick bli ett temporärt avtal mellan parterna som tillät anställning för uthyrning.

Det fanns i huvudsak två skäl att journalistklubben på Sydsvenska Dagbladet inte satte sig på tvären och försökte stoppa planerna. Det ena var att de journalister som varit visstidsanställda under längre tid på Sydsvenskan faktiskt erbjöds tillsvidareanställning på det nybildade bemanningsföretaget Kompetens i Skåne. Det andra var att journalistklubben kände sig lugnade av att Sydsvenskan själv ägde bemanningsföretaget.

Kris och tvärnit 2008 och 2009

Utgångspunkten för de fortsatta förhandlingarna mellan Tidningsutgivarna och Journalistförbundet var det företagsavtal som Thomas Lundkvist och Mediakompetens slutit med Journalistförbundet. Thomas Lundkvist hade i sin tur använt sig av kollektivavtalet mellan Bemanningsföretagen och Unionen.

Det fanns dock några enstaka frågor som skilde sig åt jämfört med Bemanningsföretagens avtal. En av dem var den stora frågan om upphovsrätten, som i decennier varit en svår stridsfråga mellan Tidningsutgivarna och Journalistförbundet. Den eleganta lösning som Mediakompetens använt var att arbetsgivaren (bemanningsföretaget) fick rätt att tillämpa samma upphovsrättsregler för den anställde som gällde på den inhyrande arbetsplatsen.

Därmed kunde ett företag som hyrde in en journalist använda artiklar i de publiceringsformer man tillämpade, men även överlåta artiklarna i enlighet med de överenskommelser och samarbeten som man hade.

I november 2008 kunde Tidningsutgivarna och Journalistförbundet slutligen skriva under kollektivavtalet. Då hade finanskrisen redan börjat och börsern hade fallit, men värre skulle det bli under 2009. När fallet var som värst tappade en del tidningar 30–40 procent av sina annonsintäkter på några månader.

Eftersom företagen dessutom redan var satta under stadig press av strukturomvandlingarna i branschen blev det i en del fall panikbromsningar. Och fortfarande omöjliggjorde avtalet från 2007 personalneddragningar under ordnade former, vilket fick till följd att företagen nu på löpande band började använda sig av bemanningsföretag. Därmed var isen bruten och frågan var inte längre kontroversiell.

Bonnierkoncernen kom att starta Marieberg Media för sina verksamheter i Stockholm. Kompetens i Skåne började även hyra ut journalister till andra medieföretag i Skåne, däribland till konkurrenter. Mediakompetens och Media Resurs såg en kraftig tillströmning av kunder.

Nytt var att även etablerade bemanningsföretag utanför mediebranschen började intressera sig för att hyra ut journalister. Det handlade om till exempel Manpower, Addici och Academic Work. Särskilt hos SVT kom flera av dessa företag att bli aktiva. Det var också något som störde Journalistförbundet eftersom dessa uthyrda journalister arbetade under kollektivavtalet mellan Bemanningsföretagen och Unionen.

Nya avtalsförhandlingar 2010

När det återigen blev dags att förhandla om kollektivavtalen hade rollerna förändrats. Tidningsutgivarnas arbetsgivarandel hade brutits loss och slagits samman med Medie- och Informationsarbetsgivarna och bildat Medieföretagen. Public service-företagen hade lagt ned sin arbetsgivarorganisation, SRAO, och gått in i Medieföretagen. Medieföretagen var ett av sju förbund inom Almega och fanns därmed under samma hatt som Bemanningsföretagen.

När förhandlingarna 2010 inleddes konstaterade Journalistförbundet att frågan om visstidsanställda var en "icke-fråga" eftersom företagen nu använde sig av bemanningsföretag.

Den linje arbetsgivarsidan drev var att anställningsparagrafen måste anpassas så att företagen inte av den orsaken tvingades anlita bemanningsföretag. Så blev också resultatet av förhandlingarna. Sexmånadersregeln om förlängd uppsägningstid för nyanställda ströks. Tiden man kunde vara vikarie utan att automatiskt bli tillsvidareanställd utökades från två år till fyra år. Det infördes en helt ny anställningsform som med två inskränkningar motsvarade lagens allmänvisstidanställning.

Det blev också den lugnaste avtalsrörelsen för dagstidningsbranschen på över tio år och avtalet tecknades utan såväl medling, varsel som konflikt. Därmed hade kollektivavtalet anpassats så att företagen inte av den anledningen tvingades gå över till att använda bemanningsföretag. Därmed minskade tillströmningen, men den slutade inte...

Pandoras ask var öppnad. Det var inte längre kontroversiellt för ett medieföretag att anlita bemanningsföretag och det var inget konstigt längre att det arbetade inhyrda journalister på redaktionen. Dessutom hade företagen lärt sig att inhyrd personal var ett användbart verktyg i vissa situationer, för vissa behov eller för viss kompetens.

Hur påverkas journalistiken av att journalister hyrs in?

Om jag gör några reflektioner över förändringarna i mediebranschen så måste man som vid all omvärldsanalys nuförtiden ta avstamp i globaliseringen och internationalisering och påverkan från EU-samarbetet.

Teknikutvecklingen är global. Människors mediekonsumtion förändras efter globala mönster.

Mediekoncernerna blir alltmer globala. Vi kommer att tvingas fortsätta förändra självbilden att vi svenskar skulle vara särskilt unika.

Journalistiken förändras så att allt fler journalister jobbar med att snabbt och i många kanaler ta fram, bearbeta och publicera händelsenyheter. Nyheterna flödar i allt högre grad under dygnets alla timmar och från alla håll. Samtidigt finns paradoxalt nog en mindre grupp, ofta väldigt erfarna journalister, som gör tvärtom. De ska göra det egna, som sticker ut och profilerar och gör redaktionen unik. Ofta fördjupande och reflekterande.

Det är ofta unga journalister som hyrs in för att göra den snabba och korta händelserapporteringen, medan de profilerade journalisterna är tillsvidareanställda. De blir ju en del av företagets varumärke, vilket företaget gärna vill ha kontroll över.

Det är i och för sig inget konstigt. Den här uppdelningen har alltid funnits mellan yngre och äldre medarbetare. Utomlands, och framförallt i de anglosaxiska länderna, har den varit väldigt tydlig. I USA är det vanligt att de allra mest erfarna reportrarna har en hel stab med yngre reportrar omkring sig som gör grovjobbet.

Jag har svårt att se att det skulle finnas en negativ påverkan i att de yngre reportrar som bevakar händelsenyheter i högre grad är inhyrda. De skaffar sig viktiga erfarenheter och rutin och det är ur den gruppen som de "seniora reportrarna" kommer att rekryteras.

Journalistförbundet brukar med jämna mellanrum hävda att anställningsvillkoren för journalisterna skapar ett A- och ett B-lag. Därmed menar Journalistförbundet att en följd av att fler hyrs in är att villkoren trycks nedåt ur en facklig synvinkel.

Nu tror jag inte att det handlar så mycket om bemanningsföretagen som en generell anpassning till övriga arbetsmarknaden utanför mediebranschen. I en alltmer konkurrensutsatt värld kan inte Journalistförbundet räkna med att behålla de förmånliga särregleringar som man skaffade sig under de gyllene åren på 1970- och 1980-talen.

Jag har all respekt för att man kan tycka vad man vill om den beskrivna utvecklingen och kanske görs det bäst över ett glas öl. Det viktiga har varit att hela tiden hantera utvecklingen för medieföretagens och kvalitetsjournalistikens bästa. Och ingen kan säga något annat än att journalistiken genomgått en omfattande och nödvändig professionalisering.

Det har varit en omvälvande resa. Hade det kommit in inhyrda journalister på redaktionen när jag började för 28 år sedan hade de omedelbart åkt ut med fötterna före. Och jag är rädd att jag hade varit en av dem som hjälpt till att slänga ut dem...

Det nya mediejobbet – i centrum eller periferi?

Specialiseringen bland alla typer av organisationer har tilltagit under många år. Det må sedan gälla industriföretag, kommuner, tidningar, sjukhus, myndigheter eller banker. Eller, för den delen, medieorganisationer.

Specialiseringen innebära ofta att organisationer av alla de slag koncentrerar sig på sin kärnuppgift – den centrala uppgiften. Resten av de funktioner som behöver utföras för att stödja, och även ibland utföra, kärnverksamheten överlämnas åt andra verksamheter.

En intressant fråga blir då hur kärnuppgiften definieras för olika typer av verksamheter. Den generella, och också klassiska, frågeställningen gäller vem som jobbar i kärna respektive periferi. Och naturligtvis vilka företag som karaktäriseras som kärna eller periferi.

Vad är kärnuppgiften för exempelvis medieföretaget Folkets TV? Vad är kärnverksamheten för bemanningsföretaget M-bemanning? Och följaktligen: Vad är perifera uppgifter för dessa företag?

Motsvarande resonemang kan tillämpas på medarbetarna. Innebär fokusering på en viss kärnuppgift för ett specifikt företag att utvecklingen för en viss yrkesgrupp obönhörligen försämras? Eller kan den rentav förbättras?

Innebär samma fokusering, ur företagsperspektivet, att utvecklings- och konkurrenskraften försämras? För en del analytiker av arbets- och näringslivet verkar försämringar vara av naturen givna. Andra ser stora möjligheter för såväl företag som medarbetare. Vi ska återkomma till dessa frågeställningar.

Vi kan dock redan inledningsvis konstatera att gränsen mellan att utföra sitt jobb i en traditionell organisation som Folkets TV och att utföra sitt jobb i ett specialiserat företag som M-bemanning, blir allt vagare.

Bilden av arbetslivet

För många är bilden av dagens arbetsliv att all personal som bidrar till att en viss organisation kan utföra sin kärnuppgift, det vill säga leverera sina tjänster eller varor, är (ofta bör vara) anställd av samma organisation.

Denna bild medför också tanken att alla utvecklingsaktiviteter sker inom ramen för den organisationen, som i sin tur oftast beskrivs som att den verkar i tomt intet. Alla andra organisationer blir perifera. De klassas i bästa fall som underleverantörer och medarbetarna som tillhörande B-laget. Det är en förlegad och inte minst ytterst förenklad bild av företagande, medarbetare och yrken som även forskning lämnat för länge sedan.

Vi kan ta exemplet på statligt ägda Folkets TV. Den allmänna bilden är att allt som Folkets TV producerar och sänder görs uteslutande av Folkets TV och dess egen personal. Studerar man bolaget lite närmare blir bilden genast mera komplex. En myriad av frilansare, fristående produktionsbolag, utländska programbolag,

webbproducenter, programledare med egna firmor, med flera, medverkar i de komplexa processer och nätverk av aktörer som i slutänden resulterar i att TV-program sänds. För att nämna några få.

Vi kan också betrakta situationen ur företaget M-bemannings perspektiv. Den allmänna bilden är att M-bemannings verksamhet är perifer och att företaget är en underleverantör till andra företag som har medieverksamhet som sin centrala uppgift. Men studerar man M-bemanning närmare märker man snabbt att företaget erbjuder avancerade medietjänster och kvalificerad mediepersonal. Företaget har skapat sig en position som en av flera centrala aktörer inom sitt område. I vissa fall är till och med de medieproducerande kunderna mer perifera än M-bemanning.

Att verkligheten ser ut på detta sätt är sannerligen inget nytt. Omfattande forskning, såväl nationell som internationell, har i decennier visat att utveckling av såväl företag som verksamhet sker i komplexa företagsnätverk.

I dessa nätverk är det svårt att säga vilka företag som är mer respektive mindre viktiga. Eller med andra ord, vilka som är centrala respektive perifera. Läs gärna forskning från den så kallade Uppsalaskolan med rötter i 1960-talet. Boken *Företag i nätverk – ny syn på konkurrenskraft* från 1982 (sic!) ger en enkel, bra introduktion. Jag rekommenderar starkt att ta del av denna kunskapsbank under devisen "no business is an island".

Med Uppsalaskolans glasögon blir tidigare mer eller mindre fristående och isolerade företag, organisationer, tidningar, myndigheter samt utbildnings- och forskningsinstitutioner sammankopplade med varandra på många olika sätt. Det är i dessa relationer som utveckling sker – både av företag och yrkesgrupper.

Att se närings- och arbetsliv i detta perspektiv får naturligtvis implikationer för hur man förstår dagens arbets- och näringsliv. Vad som ses som kärna/centrum och vad som betraktas som periferi blir med ens mycket svårare att bestämma.

Vad är kärna och vad är periferi?

En arbetsgivare kan ha IT-funktion, städning, fordonspark, ekonomifunktion, fastighetsservice, personalfunktion, forskning & utveckling, distribution och bevakning i egen regi.

Samma arbetsgivare kan dock också välja att anlita IT-konsultföretag, tekniska konsulter, städbolag, finansbolag, bemanningsföretag, billeasingföretag, fastighetsbolag, vakt- och säkerhetsbolag och så vidare.

För dessa levererande företag blir just IT, städning, finansieringslösningar, varuproduktion, bevakning- och säkerhet, fordonsadministration och personalförsörjning till kärnverksamheter.

Detta är centralt. De företag som, med gängse terminologi, anses vara perifera blir centrala eller egna kärnor. Till och med så centrala att företag som oftast betraktas som kärnor snarare uppfattas som perifera. De blir till några av många tusentals kundföretag.

Poängen är att när verksamheter och yrken som tidigare varit en integrerad del i företag bryter sig loss och skapar nya specialiseringar, då uppstår också flera och nya kärnor. Det som är periferi för någon blir kärna för någon annan.

Specialisering på kärnuppgiften innebär att de företag som utför tjänster eller tillverkar varor, som av ett annat företag anser ligga utanför dess kärnverksamhet, i sin tur specialiserar sig och därigenom skapar sina egna kärnverksamheter.

Flera levererande företag skapar nya branscher med nya företag som växer och utvecklar tjänster inom respektive gebit. Ur ett yrkesperspektiv innebär utvecklingen att yrkesgrupper som bidrar till kärnuppgiften förs samman i nya företag, som vi ska se i exemplet nedan.

Ett exempel på specialisering – bevakningsbranschen

Ett exempel på denna utveckling är bevakningsbranschen. För något decennium sedan utgjorde bevaknings- och säkerhetsfunktionen en integrerad del i företags, organisationers eller kommuners organisation. De anställda inom denna funktion hade en perifer roll i organisationen och utvecklingsmöjligheterna var kringskurna.

Bevakningsjobb organiseras i dag av specialiserade företag, varav en del har utvecklats till stora internationella företag. Exempelvis har "svenska" Securitas 295 000 anställda i 49 länder. I Sverige har företaget 9 000 anställda. G4S har 4 000. Sammanlagt finns det 290 auktoriserade bevakningsföretag. Det har också utvecklats delbranscher som värdetransporter med många företag och anställda.

Denna utveckling har inneburit att bevakningsjobbet har professionaliserats. Det är möjligt att genomgå särskilt säkerhetsgymnasium, initierat av bevakningsbranschen. Det är möjligt att göra karriär inom bevakningsbranschen på ett helt annat sätt än i går.

Ur företagsperspektiv har utvecklingen av bevaknings- och säkerhetstjänster gått från en utspridd verksamhet med enkelt tjänsteinnehåll till uppkomsten av en bransch med mycket utvecklat tjänsteinnehåll och internationaliserad verksamhet.

Medielandskapet och bemanningsbranschen

Vi kan tillämpa motsvarande resonemang kring bemanningsbranschens uppkomst och utveckling, specifikt när det gäller specialiserade bemanningsföretagstjänster inom olika yrkesområden.

I traditionellt perspektiv är personaladministration och försörjning en funktion (precis som bevakningsfunktionen ovan) som organiserats i respektive arbetsgivares egen regi. Personalen som behövs för verksamhetens utförande är anställd av respektive arbetsgivare.

För många arbetsgivare är dock inte personalförsörjning kärnuppgiften. Även om personal behövs för att kärnuppgiften ska kunna förverkligas.

Specialiserade mediebemanningsföretag har växt fram. De samlar mediepersonal som härigenom får en ny arena för karriär och yrkesutveckling i arbetslivet. Personalen utför sitt jobb på olika mediearbetsplatser och har därmed en ny möjlighet att bredda sin meritlista, men även utveckla sin egen unika kompetens. Detta i jämförelse med att stanna på en och samma redaktion hela sin karriär. Och ändå har personalen på mediebemanningsföretaget en och samma anställning hos en arbetsgivare.

Medieyrket i dag består av en mängd plattformar (t.ex. webb, video, sociala media) som de flesta mediebolag använder, oavsett om det gäller TV-bolag, radio eller tidningskoncerner. För yrkesmannen eller yrkeskvinnan har det blivit viktigt att ha kompetens inom många medieplattformar.

Denna kompetens går effektivt att skaffa sig genom att vara anställd på specialiserat mediebemanningsföretag och utföra det vardagliga arbetet på en mängd olika arbetsplatser. Arbetsplatserna behöver dessutom inte vara i mediebranschen i strikt bemärkelse. Behovet av mediekompetens finns i dag på många olika arbetsplatser. Därmed sker en expansion av såväl jobbmöjligheter som jobbinnehåll.

Ur mediebolagets perspektiv föreligger en mängd skäl till att bedriva sin kärnverksamhet med hjälp av specialiserade mediebemannare, ibland i större utsträckning, ibland i mindre.

Ett OS eller ett VM tarvar ofta specialsatsningar. I synnerhet om ett kronprinsessbröllop äger rum samtidigt. Ett valår är behovet av specialistkompetens stort. Val sker dock inte varje år. Det kan också handla om en omgörning av en tidningsbilaga eller andra förändringar i den redaktionella produkten.

Vi kan också erinra oss om extrema, oförväntade och plötsliga nyhetshändelser, exempelvis den hemska massakern i Norge förra sommaren. För att mediebolaget ska kunna utföra sin kärnuppgift, att leverera snabba och sakliga nyheter, behövs plötsligt extremt stor mediepersonal, som journalister, redigerare, teknisk personal och fotografer. Våldigt snabbt.

Om vi drar parallellen till utvecklingen av personallösningar inom industriell verksamhet är det också möjligt att inom medieverksamhet sia om betydligt mer omfattande och långsiktiga uppdrag. Jag tänker då exempelvis på kvalificerade och avancerade funktioner inom forskning och utveckling, som löpande och i allt större utsträckning genomförs i samarbete med uppköpande industriföretag och levererande bemanningsföretag.

Arbetsmarknad och bemanningsföretag

Med den förenklade bilden av arbetsmarknaden får man bilden av att yrkesgrupper bäst utvecklas i traditionella isolerade organisationer. Må det sedan vara Volvo, Umeå kommun, Uppsala landsting eller Skatteverket. Denna slutsats är helt felaktig. Nu har det ju visat sig att flera yrkesgrupper har fått ökade möjligheter att etablera sig och vidareutvecklas på arbetsmarknaden genom specialiseringen.

Specialisering av personalförsörjning är bemanningsbranschens kärnverksamhet. I dag tillhör dessa företag världens största arbetsgivare i internationellt perspektiv, men även i svenskt perspektiv tillhör några de största arbetsgivarna i Sverige. Samtidigt finns många mindre, lokala och/eller specialiserade bemanningsföretag.

I bemanningsbranschen kommer de anställda från andra anställningar (54 procent), från studier (24 procent) och från arbetslöshet (10 procent), och går i relativt stor utsträckning vidare till andra anställningar, vilket forskarna Eskil Wadensjö och Pernilla Andersson Joona vid Stockholms universitet visat i rapporten *Hur fungerar bemanningsbranschen?*. Som en väg till andra jobb fungerar också branschen bra. Omkring en tredjedel går till andra jobb inom ett år.

För andra arbetsgivare är exakt denna verksamhet – att koppla samman efterfrågan och utbud av arbetskraft – perifer. För bemanningsbranschen är all typ av personalförsörjning kärnverksamheten.

I ett tidigt skede av den här beskrivna specialiseringen gällde anlitaandet av leverantörer de mer kringliggande stödtjänsterna som alla verksamheter behöver.

Över tid, och i takt med leverantörers specialisering, har alltmer avancerade tjänster, och därmed yrken, kommit att bli föremål för bemanningslösningar. Därmed utvecklas även innehållet i jobbet och olika yrkesgruppers roll på arbetsmarknaden. För yrkesgrupperna inom dessa nyare specialiseringsområden har utvecklingen inte inneburit en sämre utveckling.

För industriföretag kan även själva tillverkningsfunktionen i dag bedömas vara en verksamhet som inte tillhör kärnuppgiften. Att ett varutillverkande industriföretag för tjugo år sedan skulle ha överlämnat sin egen tillverkning, lagerhållning och distribution i andra företags regi var knappast tänkbart.

Dessa specialiseringssträvanden är en omfattande förändring av arbetslivet som skett steg för steg över lång tid. Successivt har allt fler företag och organisationer tagit beslutet att i stället för att "tillverka själv" välja att "köpa in" från en leverantör som man bedömer kan leverera den efterfrågade tjänsten eller varan på ett effektivare sätt.

Specialiseringen har därmed inget specifikt att göra med bemanningsföretag, bemanningskonsulter eller andra konsulter, utan gäller en generell specialisering av företags verksamhet och anställdas yrken och kompetenser.

Det handlar om hur vi förstår företags verksamhet och hur värde skapas genom företagande. Antingen ser man arbetsplatser som isolerade öar eller ser man dem som noder i komplexa nätverk. När forskarna studerar arbets- och näringsliv är det den senare bilden de ser.

Bemanning inom medieområdet

Låt oss då övergå till frågorna jag formulerade inledningsvis. Om Folkets TV har definierat "att leverera god public service" som sin kärnuppgift är det inget som säger att all personal som ska bidra till att förverkliga denna kärnuppgift bör vara anställd av Folkets TV. Tvärtom kan man tänka sig att exempelvis journalister är anställda i specialiserade bemanningsföretag som erbjuder sina tjänster till flera olika medieföretag.

Ur Folkets TV-perspektivet uppstår möjligheter att för olika uppdrag välja bland olika, specialiserade mediebemanningsföretag. Ur personalperspektivet uppstår möjligheten att utföra sina arbetsuppgifter och tillämpa sin specialkompetens hos en mängd olika uppdragsgivare inom medieområdet och även i ännu vidare kretsar.

På så sätt kan ett specialiserat mediebemanningsföretag ha som kärnverksamhet att erbjuda högt kompetenta medarbetare med fokus på public service eller någon annan medial inriktning, till exempel fokuserad kommersiell journalistik. Det tidigare beskrivna bemanningsföretaget M-bemanning har inte public service som kärnuppgift, men blir ändå en av de centrala spelarna för att Folkets TV ska leverera sin kärnuppgift.

För mediepersonalen blir då arbetsmarknaden och utvecklingsmöjligheterna mera varierade. Även om jobbet kan utföras på Folkets TV, Folkets radio, Nya pressen eller någon annan arbetsplats.

Motsvarande gäller för bevakningstjänstemannen, som i dag inte behöver stå utanför en klädbutik hela yrkeslivet. Lika lite måste den högt specialiserade IT-ingenjören alltid förbli anställd på Bilindustri AB eller Telekom AB, utan kan i stället välja att vara anställd på IT-konsultföretaget. Lika lite måste kirurgen vara anställd uteslutande på landstinget. Lika lite måste bolagsjuristen vara anställd på Industri AB. Lika lite måste revisorn vara anställd av kommunen.

En intressant tanke väcks även specifikt i medieyrket, genom möjligheten till ökad kvalitet och oberoende. I det ena scenariot jobbar journalisten från examen till pension på samma redaktion med samma kolleger och chefer. I det andra scenariot växlas arbetsuppgifter, kolleger och arbetsställe under arbetskarriärens gång, med kollektivavtalade villkor. Det låter onekligen mera intressant.

Avslutning

Vi kan studera bransch efter bransch, yrkesområde efter yrkesområde, och konstatera en tilltagande specialisering över lång tid, och därigenom ett tätt samarbete mellan företag och andra organisationer. Specialiseringen har också medfört att yrkesgrupper och icke-branscher som tidigare levit i skymundan, där det inte funnits kraft för utveckling, över tid utvecklats till nya branscher och yrkesgrupper. De har med andra ord tagit sig från periferin till centrum. Det kan också bli fallet i än större utsträckning med mediebemanningsföretag och mediepersonal.

Jonas Nordling, ordförande i Svenska Journalistförbundet

Inhyrda journalister en bekväm lösning – men hur länge?

Tonen i rösten var i närheten av panik. Framför mig hade jag en mycket skärrad arbetsledare. Efter ett tag förstod jag var problemet låg.

Sensommaren 2008 varslade min dåvarande arbetsgivare SVT om uppsägning av 120 tjänster i Stockholm. Jag förhandlade för Journalistklubbens räkning, och när den första listan på namn presenterades av arbetsgivaren blev en sak tydlig: Varje arbetsledare hade satt ihop sitt drömlag. De som blev över fanns nu på listan, de som skulle sägas upp. Alldeles för många av dem hade arbetat 25–30 år på företaget. Nu ansågs de plötsligt vara omöjliga att ha anställda.

Det blev naturligtvis tuffa förhandlingar och i de flesta fall backade arbetsgivaren från sina första planer. Men likväl var det några medlemmar som sades upp, trots att vi motsatte oss det, på grund av bristande kvalifikationer. För den som, efter flera decennier på samma arbetsplats, sägs upp är det en personlig tragedi. När det sker med hänvisning till bristande kvalifikationer är det närmast förödmjukande.

Förhandlingsprocessen tog ett antal månader och ledde till många uppsplitande samtal. Och skakade arbetsledare som alltså inte var beredda på effekten av att sätta ihop ett drömlag.

SVT beklagade efteråt att ansvariga chefer mått dåligt av den uppsplitande processen, och att en liknande situation skulle undvikas i framtiden. Antalet tillsvidareanställda fick därför inte öka igen. Kort därefter tecknade SVT ett avtal med ett bemanningsföretag för att täcka upp behovet av journalister på redaktionerna.

Som företrädare för Journalistförbundet har jag ofta försökt finna vilka drivkrafter som kan finnas för en redaktionell arbetsgivare att anlita bemanningsföretag för sin huvudverksamhet. Flexibilitet brukar vara ett mantra som återkommer, och det kanske finns behov som inte går att lösa på annat sätt, men jag har ännu inte sett något konkret exempel på det.

Men jag undrar om detta verkligen är skälet till att bemanningsföretagen tågar in på svenska redaktioner. Behovet av flexibel arbetskraft har inte ändrats nämnvärt över tid, och går i dag att lösa genom tidsbegränsade anställningar.

Ett annat argument, som dock sällan framförs offentligt, är att det är dyrt att göra sig av med anställd personal. Det trygghetssystem som finns via våra kollektivavtal har naturligtvis ett värde även om det i dessa sammanhang tycks överdrivas, av grumliga orsaker.

Men de som kritiserar dessa avtal, gemensamt tecknade med arbetsgivarna, glömmer att vi avstått annat, som exempelvis löneutveckling, för att få dem. Genom att anlita bemanningsbolag för att runda befintliga avtal underminerar arbetsgivarna den svenska modellen, och tar oss åttio år tillbaka i tiden. Och det vill ju

naturligtvis ingen, hoppas jag. En riktigt ansvarstagande arbetsgivare har anställda för sin huvudverksamhet, och klarar av att såväl anställa som att säga upp.

Nej, jag är rädd att det finns en annan drivkraft bakom etableringen av bemanningsföretag.

För vilka incitament pratar vi egentligen om? Det är egentligen inte en billigare lösning än att anställa. Men det är bekvämare. För den som vill att någon annan ska säga upp personal. För den som vill skydda sina arbetsledare. Och det är bekvämare för den som vill slippa ansvaret för kompetensutveckling. Och det är naturligtvis mänskligt att söka det som är bekvämast för stunden. Men är det så moderna, ansvarstagande, företag egentligen ska fungera?

Jag ingick i den förbundsstyrelse som 2005 tecknade Journalistförbundets första kollektivavtal i bemanningsbranschen, direkt med Mediekompetens. Då var jag visserligen kritisk till att avtalet innehöll så otrygga anställningsformer, men jag delade i grunden uppfattningen att bemanningsbranschen skulle komma att växa i den redaktionella miljön, oavsett vad vi gjorde. Och vårt vägval var att organisera, det enda sättet för ett fackförbund att motarbeta dåliga villkor. Att genom förhandlingar mellan parterna förbättra förutsättningarna. Sedan dess har vi träffat avtal med ytterligare tre renodlade uthyrare av journalister, och arbetat hårt för att nå en hög organisationsgrad och fungerande klubbar på dessa företag, precis som hos vilken mediearbetsgivare som helst.

Men detta är inte vilka arbetsgivare som helst.

Svensk arbetsrätt bygger på en viss balans mellan arbetsmarknadens parter. Vår kollektiva styrka är en motvikt till arbetsgivarnas ekonomiska makt. Något jämbördigt förhållande föreligger naturligtvis inte, men i grova drag är det så den svenska modellen fungerar. Genom bemanningsbolagens inträde på arbetsmarknaden försköts den grundläggande modellen rejält. Det är betydligt svårare att organisera löntagare inom bemanningsindustrin. Det handlar ju inte bara om att få medlemmar, det handlar om lokalt fackligt arbete. Det är svårt att bedriva klubbarbete där medlemmarna kan finnas utspridda över hela landet, och ibland byter arbetsplats varje dag. Det blir ännu svårare när arbetsgivarna inte ens vill berätta vilka som arbetar inom företaget.

Därför är jag stolt över att Journalistförbundet har så livaktiga klubbar på bemanningsföretagen, med engagerade medlemmar som arbetar mycket aktivt för förbättrade villkor. Inte sällan med stöd av de befintliga journalistklubbarna på de arbetsplatser där bemanningsföretagen etablerat sig. Förbundet har också gjort det möjligt för arbetsplatsklubbarna att ta in bemanningsanställda som så kallade intressemedlemmar för att stärka samhörigheten. Medlemmar på en arbetsplats måste samarbeta, oavsett om de har olika arbetsgivare.

Journalistförbundets kongress 2011 var också väldigt tydlig, bemanningsfrågan är förbundets största utmaning för närvarande. Flera bemanningsanställda journalister vittnade då om den väldigt utsatta situation de dagligen lever i. Denna kvälls-session streamades live och väckte stor uppmärksamhet, inte minst bland arbetsgivare.

Kongressen slog fast att det är i förbundets uppgift att motverka denna utsatthet. Därför tillsattes omedelbart en aktionsgrupp, med uppdrag att kartlägga verkligheten och komma med konkreta förslag till förändringar.

Det insamlade materialet är ingen uppbygglig läsning. Rösterna från våra medlemmar i denna bransch andas uppgivenhet och desperation.

”När jag började sade de att det skulle vara en bra väg in i, men det var en återvändsgränd”, berättade en medlem som sade upp sig från bemanningsföretaget och fick fast jobb på en annan redaktion.

Dagens bemanningsföretag bedriver en verksamhet som blev laglig i Sverige först 1993, trots starka protester från bland annat LO och TCO, som båda såg stora risker till urholkning av anställningsskyddet. Sedan dess har branschen vuxit kraftigt. Och kritiken likaså.

Det är naturligtvis lätt att göra sig lustig över bemanningsbranschens närmast parodiska försök att bli rumsrena. Arbetsgivarorganisationen Bemanningsföretagen försökte sommaren 2011 hitta ett annat, mer positivt laddat, ord för de inhyrda genom den floppande, och dyrbara, kampanjen ”Vi kallar oss...”.

Samma organisation kombinerade denna dikeskörning med att även utlysa ett kritikerpris som ska delas ut till den som riktat mest konstruktiv kritik mot deras grundläggande affärsidé. Självklart finns det enklare vägar till allmänhetens förtroende.

Under tiden sprider sig det dåliga ryktet. Det norska Journalistförbundet ägnade exempelvis stor tid under hösten 2011 åt att kunskapa om bemanningsbolagens verksamhet i Sverige. Deras slutsats: bemanningsföretag måste stoppas på norska redaktioner. Och det beror inte, som alla vet, på att det saknas namn eller konstruktiv kritik. Bemanningsbranschen måste själv inse att kritiken handlar om villkoren för de anställda.

Runt 2001 uppstod det första bemanningsföretaget, direkt inriktat på journalistiska arbetsuppgifter (Media Resurs). Som tidigare nämnts har Journalistförbundet numera avtal med fyra sådana företag:

Profficeägda Mediakompetens och före detta TT-ägda, numera fristående, Media Resurs fungerar som traditionella bemanningsföretag, och erbjuder sina tjänster till alla former av redaktioner.

Bonnierägda Marieberg Media fungerar däremot närmast som en bolagiserad vikariepool för Expressen, Dagens Nyheter och Dagens Industri och här blir det väldigt tydligt att företagen på detta sätt kan kringgå lagen om anställningsskydd (LAS). Här blir också lönedumpningen väldigt tydlig. De bemanningsanställda har flera tusenlappar mindre i lön än de fast anställda kollegerna. Och här finns ju inte heller några fördyrande mellanhänder eftersom bolaget bara agerar inom koncernen.

Kompetens i Skåne, som även det är Bonnierägt, fungerade initialt på liknande sätt inom Sydsvenskan. Men bolaget jobbar numera över hela Skåne, och erbjuder sina tjänster till många dagstidningar inom regionen, men även till TV4. Detta innebär stora problem angående tillgänglighet för de anställda, långa arbetsdagar inklusive restider för många, resor som den bemanningsanställda dessutom själv får betala för.

Protesterna i samband med legaliseringen 1993 varnade för sämre anställningsvillkor. I stort har farhågorna dessvärre infriats, vilket dock inte är särskilt förvånande. Otryggheten och pressen för anställda på bemanningsföretagen är mycket tydlig. Att inte veta hur länge du har jobb, var du ska jobba eller ens vilket skift du har nästa dag. Att sitta på ”jour”, tillgänglig fram till klockan 15 varje dag, bli inringd på ett kvällsspass och sedan jobba dagpass dagen därpå, det sliter. Det gör det väldigt tufft att ha familj och få livet att gå ihop, med

allt ifrån dagishämtningar till träning och umgänge med familj och vänner. Det står förvisso i våra kollektivavtal att företagen ska ta hänsyn till detta, men alla vet att det sällan har betydelse i verkligheten.

De bemanningsanställda journalisterna är oftast unga, och det är numera den huvudsakliga vägen in i branschen. Många av dem säger att de inte skulle kunna jobba under samma villkor om de hade familj, eller att de väntar med att skaffa barn på grund av arbetsvillkoren och otryggheten. De har en mycket osäker ekonomisk situation.

Några röster från förbundets medlemmar talar sitt tydliga språk:

”När som helst kan det komma ett sms – ’Kan du hoppa in?’ – som man måste ta ställning till.”

”Har jag tur får jag mitt schema för nästa månad två veckor innan. Innan dess vet jag inte ens om jag ska jobba dag eller natt.”

”Jag har inget fast schema och vet inte alltid i förväg när jag ska jobba dag – eller kvällspass. Oförberedda kvällsuppdrag är ibland omöjliga att ta eftersom jag är ensamstående med små barn.”

”Ibland om det blir fyra helger på raken, så tackar jag nej.”

”Om arbetsschemat varit intensivt under en lång period och man inte haft mer än någon enstaka dag ledigt på ett par veckor.”

”Att alltid förväntas vara tillgänglig och tacksam för de dagar man får arbeta skapar en viss stress och gör att det är svårt att planera sin vardag när det gäller annat än jobb. Allt får bokas preliminärt och det måste kunna sättas åt sidan när telefonen ringer.”

Men visst finns det även anställda på bemanningsföretagen som upplever det som positivt och tryggare än att vara vikarie på redaktionen. De som till exempel studerar eller frilansar kan tycka att det är bra att komplettera med timinhopp och korta kontrakt på ett bemanningsföretag.

En medlem upplever exempelvis att situationen är utmärkt ”eftersom jag var anställd som vikarie direkt hos kundföretaget innan jag blev bemanningsanställd. De använde bemanningsföretaget för att kunna runda LAS och behålla mig. Har blivit utlasad två gånger från kundföretaget. Känner således alla som jobbar där mycket väl och är mycket uppskattad (dock inte tillräckligt för att bli anställd).”

Situationen är alltså utmärkt enligt denne medlem, men i förhållande till vad?

Naturligtvis är det bra i grunden om ett problem, som missbruket av LAS och visstidsanställningar i vår bransch, kan minimeras genom att flera trygga anställningar i stället uppstår via bemanningsbolag. Det är ju bättre att köpa alkohol på Systembolaget, än via illegala leverantörer. Men ett alkoholmissbruk kan fortgå oavsett var spriten köps. Och det är samma sak med otryggheten inom vår bransch.

Det är välkänt att många medieföretag inte längre vill anställa och därför kringgår LAS-reglerna på det här viset. Och att det finns fler journalister än jobb är ju orsaken till dessa grundläggande problem. Men de bemanningsanställda utnyttjas kanske än hårdare och kommer i kläm hela tiden. Många av våra medlemmar vittnar om att de tröttnat och överväger att lämna yrket helt. Det handlar om unga ambitiösa personer som nu

tappar lusten på grund av de dåliga villkoren. Journalistyrket blev inte vad de hoppats eller väntat sig. De har tappat tron på att de skulle kunna bli anställda direkt på en redaktion. "Jag ser ingen framtid inom journalistiken. Bemanningsbranschen fungerar inte i den här formen för en vuxen människa med familj. Det är ovärdigt."

Genom bemanningsföretagens intåg på redaktionerna har livet samtidigt blivit bekvämare för redaktionsledningarna. De kan nu plocka stjärnorna, resten får harva på som inhyrda. Och medieägarna gör till och med dubbel vinst genom detta upplägg. Vid utlasning måste de rekrytera nya som ska ha inkörningsperioder och läras upp. Nu kan de ha kvar kompetenta och inarbetade medarbetare i flera år utan att behöva anställa dem. Perfekt. Bekvämt.

En anställd inom bemanningsföretaget Marieberg Media uttrycker det så här:

"Jag vill inte bli en sådan som bara sitter och hoppas och hoppas. Då väljer jag hellre att sluta. För branschen är det ingen förlust. Det kommer ju 500 nya som kan göra mitt jobb."

Många av journalisterna i bemanningsbranschen är krassa i sina omdömen: "Jag bara fyller luckor." Känslan av att vara utbytbar och i ständigt underläge är stark hos många. Otryggheten att inte veta om man får vara kvar eller inte, "Man vet att man kan ryka när som helst", gör att många drar sig för att ifrågasätta saker på jobbet och de känner en press att högprestera varje dag. Jobbet får gå före privatlivet. Det är svårt att tacka nej till jobb – då blir man inte uppringd igen.

Att det är mycket bättre och tryggare att vara anställd på bemanningsföretag än att vara otrygg och utlasad som vikarie stämmer alltså bara delvis. De som är fast anställda i ett bemanningsföretag med garantilön eller månadslön har visserligen fasta jobb och mer trygghet – men långt ifrån alla inom bemanningsföretag har det så. Dessutom får vi höra att bemanningsföretagen allt oftare vill använda journalister som F-skattare. Även där är det alltså bekvämare att inte anställa.

Det går inte att komma ifrån att det skapas ett B-lag, och ibland kanske till och med ett C-lag, på redaktionerna genom bemanningsföretagen. Inte när det gäller kvaliteten på hantverket, de bemanningsanställda är oftast extremt skickliga yrkesutövare. Men när det gäller uppskattningen råder det ingen tvekan. Lönerna är lägre, och förmånerna färre. Inte sällan är det omöjligt att få ta del av redaktionens konferenser, utbildningar, fester, träningskort, friskvårdsbidrag, eller ens mobiltelefoner och liknande utrustning. På redaktioner med arbetstidsförkortning får de inhyrda inte full lön eftersom de inte kommer upp i full tid. Att det finns en anledning till att dessa arbetsplatser har arbetstidsförkortning, som exempelvis nattarbete, spelar ingen roll för bemanningsföretagen. I kollektivavtalen står det att man kan få lönetillägg i sådana här situationer. "Kan" är dock ingen tvingande formulering, har det visat sig.

Eftersom flexibel arbetskraft är arbetsgivarens önskedröm kan jag ibland undra varför lönenivån inte är högre för bemanningsanställda. Det vore kanske den tydligaste signalen från arbetsgivaren om att lösa förbindelser är något önskvärt. Men så brukar jag komma ihåg att ingen betalar mer än vad som krävs. Och överutbudet av journalister är svårt att inte låtsas om. Det utbildas alldeles för många journalister i förhållande till arbetsmarknadens behov. Men ingen annan än Journalistförbundet verkar vilja ta tag i det problemet. Att

arbetsgivarna inte ser det som ett problem är förstås naturligt, men för regeringen borde det vara felriktade subventioner. Varför utbilda till ett område som är så överetablerat?

Just frågan om kompetensutveckling sätts emellertid här på sin spets. Det är naturligtvis skönt att slippa utbilda sina anställda för att möta upp framtidens behov om någon annan kan tvingas göra detta i stället. Och om det är upp till de bemanningsanställda att mer eller mindre själva göra sig uthyrningsbara så har ju ansvaret till slut flyttats rakt i knät på den enskilde journalisten. Men så kan naturligtvis ingen redaktionsledning bygga sin framtid. Att abdikera från arbetsgivarrollen kommer att skapa fler problem än det löser, hur bekvämt det än kan kännas initialt.

För visst, det är inte svårt att ur ett arbetsgivarperspektiv förstå varför bemanningstjänsterna är så populära. Det är rationellt tänkande. Det är som sagt bekvämt. Eller kanske inte, ändå? Många av mediebranschens aktörer tycks ha glömt att det finns en huvudsaklig vara som ska erbjudas konsumenterna, det vill säga journalistiken i sig. Och hur påverkas den genom att bemanningsföretagen växer sig allt starkare i vår bransch? Inte så bra om man får tro våra medlemmar:

”Kastas man runt mellan olika korta uppdrag så har man ingen möjlighet att producera god journalistik. Man får fylla sidor och göra snabba jobb. Har inte tid att tänka på längre jobb som verkligen gör skillnad”, säger en bemanningsanställd reporter till förbundet, medan en annan fyller på med:

”Jag är djupt bekymrad över detta. En bemanningsanställd hinner aldrig bygga upp de kontakter eller rutiner som krävs för att verkligen hitta egna nyheter. Dessutom hamnar vi alla i en direkt beroendeställning gentemot våra chefer.”

Och då är vi tillbaka i frågan om otryggheten, om den verkligen är önskvärd när vi pratar god journalistik. Absolut inte, menar jag. Och många med mig:

”Otryggheten gör att jag ständigt känner att jag måste prestera på topp, får aldrig ha en dålig dag, eller ta en fajt för min övertygelse – då kan man ju anses ’otrevlig mot kund’ som vår chef säger – och ryka.”

Det är alltså svårt att se några tungt vägande skäl för framstående publicister att använda bemanningsföretag som en väg till framgång. Det innebär fördyrande mellanhänder, utvecklar inte redaktionerna, gynnar inte journalistiken, skapar otrygghet och dåliga relationer, och ger inga utmaningar för en riktig chef.

Det är säkert bekvämt. Men för vem? Och hur länge?