



# MEDIE FOLK

■ **Sonya Aho** är från den 1 november ny pressekreterare hos Diskrimineringsombudsmannen. Innan har hon jobbat på Länsidningen i Södertälje samt på Sveriges Radio och Sveriges Television.

■ **Erik Arnér** börjar som ny programledare för TV4s Nyhetsmorgon. Han har tidigare jobbat på bland annat SVTs utrikesmagasin 8 dagar och som USA-korrespondent och utrikeschef på Sveriges Radio.

■ **Olle Blomkvist** slutar som redaktionschef på Dagens IT. Nu ska han ta fram idéer till konsumenttidningar.

■ **Robert Eriksson** är ny konsult på Skoglund & Co. Han har tidigare jobbat på

Affärsvärlden samt Finans-tidningens redaktion i USA.

■ **Carl von Essen** är ny VD på Dialogus Svenska. Tidigare har han bland annat jobbat som journalist på Expressen och Sveriges Radio.



Han började studera till arkitekt men blev rädd att tillvaron skulle bli för inrutad. Så då började han rita serier. På den vägen är det. Nu är Ole Munk tidningsdesigner och har bland annat gjort om flera tidningar i Norden. Den senaste är Eskilstuna-Kuriren. Tavlan i tidningens fikarum är målad av Mikael Gustavsson.

■ **Erik Geijer** har börjat som konsult på WM-data. Han har tidigare varit Inter-  
netredaktör på Computer Sweden.

■ **Cecilia Hansson** är ny redigerare på Sydsvenskan.

Hon har tidigare bland annat jobbat på Skånska Dagbladet, Arbetet, Expressen och Metro.

■ **Moa Hergren** börjar som konceptutvecklare på Titan Television AB. Tidiga-

re har hon bland annat varit chefredaktör för Elle.

■ **Jan-E Israelsson** lämnar tjänsten som chefredaktör och informationschef hos Riksåklagaren. I stället ska han ägna sig åt tävlings-

och korsordskonstruktioner åt tidningar, radio och TV.

■ **Karin Klarström** blir redaktionssekreterare på Dagens Forskning. Hon har i åtta år jobbat på Svenska Dagbladet, bland annat

som editionschef och som nyhetsredaktör på webben.

■ **Johanna Larsson** börjar som medicinjournalist på apoteket.se. Tidigare har hon bland annat jobbat på Dagens Medicin.

■ **Kjell Lundström** är ny reporter på SVTs Östnytt. Innan har han jobbat som reporter och programledare på Radio Sörmland i elva år.

■ **Magnus Pier** är ny redigerare på Sydsvenskan.

Han klev in i tidningsvärlden via serie-  
sidorna och det har präglat honom.  
Tidningsdesignern **Ole Munk** har en

filosofi som går ut på att det ska vara  
lättläst och gå snabbt att ta till sig.  
– Jag föredrar information före poesi.

# Tränar tidningsfolk att nå formtoppen

Text: MIKAEL MARKLUND Foto: SÖREN ANDERSSON

**P**lats: fikarummet på Eskilstuna-Kuriren.  
Tid: Klockan 10.32, onsdagen den 3 oktober.  
– Hej, det blev lite sent i går. Vi var ju tvungna att se när pressarna började rulla.  
En småtrött Ole Munk har precis slutfört sitt fjärde svenska omgörningsprojekt. Eskilstuna-Kuriren har fått ny design. De första läsarreaktionerna har precis nått redaktionen.  
Att döma av chefredaktör PeO Warrings belåtna ansikte verkar det vara mest rosor.  
Förutom E-K har Ole Munk i Sverige redesignat Sydsvenska Dagbladet, samt Barometern och Smålandsposten. Han har också gjort om ett antal danska tidningar och magasin samt Bergens Tidende i Norge.  
Från början hade han tänkt sig att rita hus. I stället blev det serier. När dansken Werner Wejp-Olsen tog över kultserien Felix efter Jan Lööf fick Ole Munk frågan om han ville vara med och teckna. För att dryga ut studiemedlen gick han med på det. Då fick han smak på tidningsjobbet.  
Under studietiden insåg Ole Munk att hans talanger inte var på det praktiska planet utan låg mer åt visuell kommunikation.  
– Dessutom gjorde utsikten att sitta och rita dörrhandtag i 20 år, jämfört med att kasta sig in i en bransch där man får bestämma mer själv valet lätt.  
Förutom att vara handelsresande i redesign jobbar han med nyhetsgrafik, är då och då lärare på Danmarks grafiska högskola och författare till två böcker med anknytning till tidningsdesign.  
Ole Munk har bara sökt jobb en gång. Det var som nyhetsgrafiker på Politiken. Annars har folk frågat honom om han vill hjälpa till med olika projekt.  
Att göra om en tidning är inte bara att byta typsnitt och utseende. Det handlar om någonting mer.  
– Det gäller att förstå tidningsfilosofin först. Sedan kan man göra om layouten, säger Ole Munk.  
För att förklara vad han menar citerar han den engelska reklammannen Bob Gill.

”Om man klarar av att formulera vad som är problemet har man lösningen där.”  
När Ole Munk griper sig an ett tidningsprojekt vill han börja med att utbilda personalen på tidningen. Att höja kompetensen är nödvändigt.  
Det gäller att se till att alla talar samma språk och har vissa grundläggande kunskaper när det gäller layout.  
– En tidnings kvalitet är inte avhängig konsultens kompetens utan personalens.  
Omgörningen av de bägge Smålandstidningarna började med ett utbildningsprojekt på Sydostpress.  
Under tiden bestämde sig styrelsen för att gå från fullformat till tabloid och helt byta utseende. Tack vare huskursen i typografi och tidningsdesign blev det ingen språkförbistring.  
Där fanns, enligt Ole Munk, personal, främst på Smålandsposten, som förstätt att formen har stor betydelse och redan från första dagen accepterat spelets regler. Han tyckte det var underbart att jobba med så trevliga och kompetenta personer.  
Lika enkelt var det inte på Eskilstuna-Kuriren:  
– Här har alla först de senaste 14 dagarna förstätt hur viktigt det är att alla drar åt samma håll.

**D**et har hänt att efter en tid har tidningar som Ole Munk gjort om inte alls sett ut som det var tänkt.  
Naturligtvis väldigt frustrerande. Men det hände i början av hans karriär. Nu undviker Ole Munk det genom att ställa krav på att få tid till att sätta sig in i tidningen och utbilda personalen.  
Principer är dock till för att rucka på.  
I bland har Ole Munk gjort brandkärsutryckningar. Till exempel när Berlinske-koncernen behövde ett utseende till Urban, gratistidningen som ska möta konkurrensen från Metro i Köpenhamn. På tre dagar tog Ole Munk och en av hans medarbetare, Hanne Grønlund, fram en layout.

– Jag kan inte rekommendera arbetsmetoden, säger Ole Munk med ett snett leende.  
– Men det var intressant att pröva på. Resultatet blev inte misslyckat, men inte lyckat heller. Dessutom tycker jag inte om filosofin att man startar en tidning bara för att möta en konkurrent.  
Med Urban lyckades Ole Munk och hans kompanjon bara med att ta första steget av de fyra som krävs för att komma till en lyckad omgörning enligt honom. De tog fram en läsbar form och ett designkoncept som är enkelt att använda för tidningens medarbetare. Sedan gäller det att sätta sig in i funktionen, analysera behoven och vilka krav lässituationen ställer.  
– Metro är ett lysande exempel på en framgångsrik analys av behov och lässituation.  
Tredje steget är att sätta sig in i själen och identiteten. Vilka typer av läsare har tidningen, vad gillar de och hur ser det ut hemma hos dem?  
Fjärde steget är att få med sig alla de som ska göra tidningen och få deras reaktioner på den nya tidningen i god tid.  
– Till exempel var det en kille här på tidningen som kom fram till mig i morse och sa att ”Vi vill inte ha bildbylines på kultursidorna.” Det är sådant man velat veta för en månad sedan. Inte nu.

**H**an har hunnit att få en hel del rutin på att göra om tidningar. Det ser Ole Munk som en av hans stora fördelar. Samt att han inte har en stor apparat bakom sig som kräver att det ska vara projekt på löpande band.  
– Allt jag gör blir unikt. Det är mycket farligt om man hittar en tidning i Paraguay som ser ut som Eskilstuna-Kuriren. Då har man inte tagit fram en lösning som passar klienten.  
**Var det där en känga till Mario Garcia?**  
– Ha ha ha. Det har jag inte sagt.  
Ole Munk har dock svårt att se vad som är typiskt för honom när det gäller design.

Han har tidigare bland annat varit sportchef, nattchef och nyhetschef på Arbetet i Malmö.

■ **Linda Ringi** är ny nyhetschef på Sveriges Radio Halland. Tidigare har hon

bland annat varit biträdande nyhetschef på Borås Tidning.

■ **Patrik Rosén-Lidholm** är ny försäljningschef på Ekonomi24. Han har tidigare bland annat varit för-

lagschef på Bonniers Fanzine och startat tidningen Edge.

■ **Carina S:son-Wigren** och **Rolf Segerstedt** är nya skogsreportrar på LRF Medias nya veckotidning Skog

Land. Carina S:son-Wigren har närmast jobbat som frilans. Rolf Segerstedt kommer närmast från Land Lantbruk. **Christer Hedberg** är ny ekonomireporter på tidningen. Han kommer från Svenska Dagbladet.

■ **Minna Thunberg** blir chefredaktör för Tidningen Fitness som bytt ägare. Hennes företrädare, **Anna-Maria Stavegren**, fortsätter jobba åt Bonniers. De nya ägarna, Fitness Media Sverige, har tillsatt ny re-

daktionssekreterare, **Jessica Larsson** från Sportguiden.

■ **Elisabeth Wallton** är ny informationschef på Konkurrensverket. Närmast har hon jobbet som pressekreterare åt Leif Pagrotsky.



Det är inte bara i Eskilstuna-Kurirens utseende som Ole Munks närvaro kommer göra sig påmind. Även språkligt har han infört nymodigheter. "Nu vover vi pelsen" betyder ungefär att nu tar vi chansen. "För prins Knud" syftar på en historia om en dansk prins som inte fattade så fort. En gång besökte han en revy. När skådespelarna såg att hans kungliga höghet inte hängde med i svängarna sa de från scenen: "Vi tar det en gång till – för prins Knud." Någon gång när projektledaren Anders Linde inte förstod tillräckligt fort vad Ole Munk menade blev det danska talesättet känt på redaktionen.

– Det ska i så fall vara att jag ser mycket på funktionen. En tidning ska inte vara ett konstverk. Den ska kommunicera. Möjligen är det kvar lite serietecknare i mig, men min design handlar inte så mycket om stil. Om man är ute efter att en tidning ska bli häftig och ha utpräglad stil är det nog inte till mig man ska vända sig med sitt projekt.

På den här punkten är han dock lite motsägelsefull. För samtidigt som han säger sig inte bry sig så mycket om stil kan han lägga ner hur många timmar som helst på småsaker. Och på ett antal av de tidningar han har varit på är den enda kritiken som framförts i efterhand att han är otroligt noggrann med detaljer. På gränsen till petig.

– Det stämmer nog. Jag tycker att det är kul att sitta och peta med detaljer.

**U**nder de år som Ole Munk varit i tidningsbranschen har det hunnit hända en hel del. Trender har kommit och gått.

**FAMILJ:** Frånskild, två barn; bor tillsammans med Ulla som har tre.

**BOR:** I Hundested 6 mil nordväst om Köpenhamn.

**ANTAL RESDAGAR PER ÅR:** – Varierar mycket; de

senaste två åren har det varit en del, 40–50 per år.

**STÄDAR HEMMA:** – Ja, fast inte så mycket som Ulla.

**FAVORITSERIER:** – Tintin, Asterix och Carl Barks Kalle Anka.

**FAVORITTYPSNITT:** – Beror helt och hållet på syftet. Men som bröststil gillar jag Swift jättemycket.

**FAVORITTIDNING:** – Den första kärleken glömmmer man väl alldrig. Så det måste bli Politiken trots allt.

**GÖR PÅ FRITIDEN:**

– Det senaste halvåret har vi byggt om huset så det har inte blivit mycket fritid alls. Annars spelar jag tennis och gitarr och gillar att resa, bland annat åka kanot i Sverige.



Dessa olikheter har utjämnats de senaste tio åren enligt Ole Munk. Inte beroende på honom utan på att tidningar som vill följa med tittar mycket utomlands för att få inspiration.

På 1990-talet flyttade också ett stort antal grafiker in på redaktionerna. En positiv händelse enligt Ole Munk:

– De tillförde en kunskap som många journalister inte hade. Det bästa vore om folk som gör tidningar behärskar både form och innehåll. Men traditionellt har tidningar styrts av ordet. Vilket innebar att de formmässiga kvaliteterna fått stryka på foten. Delvis på grund av att journalister fått ansvaret för layouten.

**T**idningarna har en plats även i framtiden. Men för att komma dit gäller det att bromsa ner farten lite tycker Ole Munk.

– Det gynnar ingen att det går fort. Tidningar kan inte vara först med det sista. Man läser inte tidningen för att få veta det senaste utan för att få veta bakgrunden, varför och hur.

Närmast i framtiden för honom ligger den danska tabloiden Ekstra Bladets omgivning. Den ska vara klar i november och enligt Ole Munk så varsamt utförd att läsarna knappt ska märka något.

Ett exempel på dansk brytning

## ■ PÅ NYA UPPDRAG

■ Karin Alfredsson går in i konsultföretaget Tesslas styrelse. Hon har tidigare bland annat varit chefredaktör på Journalisten, redaktör på Aktuellt och chef för Rapport Morgon.

## ■ DÖDSFALL

■ Britt Hultén har avlidit. Hon var prefekt på JMK och forskade bland annat om förhållandet kvinnor och journalistik. Tidigare var hon journalist i Norrtälje och Västerås.

# Omgörning krävde omvärning

Det handlar inte bara om utseendet. För att en omgörning av en tidning ska lyckas måste i många fall också innehållet göras på ett nytt sätt.

Det märkte Eskilstuna-Kurirens ledning när konsulten och tillika styrelseledamoten Jan Wifstrand samt Ole Munk presenterade sina villkor för att göra om tidningen.

– Vi ville inte bara jobba med formen. Det hade inget syfte. Tidningen var tvungen att ändra kurs också, säger Ole Munk.

Närhet blev nyckelordet. Det skulle genomsyra allt som tidningen stod för.

– Tidigare var Kuri-Nya Kuriren stel, statisk och ovänlig till sin form. Och det märktes även i tilltalet till läsarna, säger Ole Munk.

– Filosofin måste ändras. Alla läsare ska känna att tidningen kommit närmare dem.

Han är mycket nöjd med den första tidningen.

– Den är, hur ska jag säga det, ohögtidlig. Den har en lätt och varm ton nu.

### Vad är du mest nöjd med?

– Enhetligheten. Ända ut i alla detaljer.

### Vad är du minst nöjd med?

– Det finns några smådetaljer som vi ska jobba med. Men mest är jag orolig för att tidningen inte ska klara av att hålla det här konceptet hela vägen. Det krävs struktur och planering. Ingen grafisk anarki som det var tidigare.

Anders Linde, till vardags featureredaktör på E-K, har jobbat heltid sedan nyår med omgörningen. Han har idel lovord att säga om Ole Munk.

– Det har varit ett sant nöje att jobba med honom. Han är oerhört kunnig och samtidigt ödmjuk.

Under våren har Ole Munk tillbringat mycket tid i Småland. Omgörningen av Små-

landsposten och Barometern har krävt en hel del.

– Vi hade velat ha mer av hans tid, men nu är det som det är, säger Anders Linde.

Den Munkska petnigheten har han märkt av.

– Han är mycket beslutsam när han verkligen tror på en idé. Om jag argumenterar emot en lång stund brukar han titta på mig och säga: ”ja ja, det är eran tidning”. Men det är inte ofta vi kommit dit här. I regel har jag köpt hans argument. Vad är du mest nöjd med?

– Närhetstanken. Vi har nått dit vi ville. Det känns tydligt i vår prioritering av materialet och att familmaterialet lyfts fram ordentligt och fått de första tre sidorna i del två.

### Vad är du minst nöjd med?

– Att innehållet inte hunnit med. Samtidigt är det svårt att göra allt på en gång. Texterna får bli nästa steg.

Jan Wifstrand handplockade Ole Munk för omgörningen av E-K. Men det var inte första gången de samarbetade. Han var chefredaktör på Sydsvenskan när den skulle göras om:

– Då tillsatte jag en arbetsgrupp som skulle leta efter personer som inte bara är gurus utan också duktiga projektledare. De hittade Ole Munk. Han är inte bara pedagogiskt fullgången utan besitter också djupa typografiska kunskaper.

Jan Wifstrand har ett finger med i Ole Munks övriga svenska projekt också:

– Jag tipsade Sydostpress om Ole Munk när jag fick höra om projektet på Smålandsposten. Men de tog ett självständigt beslut. När det gäller Eskilstuna-Kuriren, där jag sitter i styrelsen, kan man säga att det var en mycket stark rekommendation.

MIKAEL MARKLUND

## PRESSKONTAKTEN

### Vem svarar för ditt företags presskontakter?

Informera genom Pressens Tidning, Sveriges ledande källa inom medievärlden.

Pressens Tidning läses av beslutsfattare inom press och etermedier, reklambyråer, organisationer, i riksdagen och i regeringen.

För en annons med format **1 sp x 60** gäller följande priser på **PRESSKONTAKTER**:

1 införande . . . . .1.020:-  
10 införanden . . . . .8.160:-  
(20% rabatt)  
20 införanden . . . . .15.300:-  
(25% rabatt)

För ytterligare information, kontakta

Alf Ullman, AU Media AB  
Tel 08/692 46 90  
fax 08/692 46 13

### Tidningsutgivarna

Bransch- och arbetsgivarorganisation för tidningsföretag och andra företag i mediebranschen.

**Verkställande direktör:** Barbro Fischerström

**Informationschef:** Elisabeth Lundberg  
Tel. 08-692 46 43  
Mobil: 0708-655 804

**Förhandlingsavdelningen, vice VD:** Bertil Dejde

**Pressrätt m m:** Per Hultengård

**Marknadsavdelningen:** Karin Hallberg  
Bo-Christer Lundquist

**Administration:** Ulrika Börjeson

**Telefon:** 08-692 46 00  
**Telefax:** 08-692 46 38

**Postadress:** Box 22 500,  
104 22 Stockholm

**Besöksadr:** Kungsholmstorg 5

**E-post:** tidningsutgivarna@tu.se

**Hemsida i Internet:**  
<http://www.tu.se>



**Postadress:**  
113 90 Stockholm

**Besöksadress:**  
Torsgatan 21

**Telefon:** 08-736 40 00  
**Telefax:** 08-728 00 28

[www.bonnier.se](http://www.bonnier.se)

**Verkställande direktör:**  
Bengt Braun

**Informationsdirektör:**  
Erik Månsson

Tel arb: 08-736 40 18  
Tel bost: 08-715 48 28  
Mobil: 070-569 29 30

**E-post:** erik.mansson@bonnier.se



### MTD MorgonTidnings-Distribution KB

MTD ägs av de företag som distribuerar de svenska morgontidningarna. Affärsidén är att erbjuda andra en samdistribution med tidningarna. Syftet är att sänka tidningarnas distributionskostnader.

### Adress:

Hantverkärvägen 2  
145 63 Norsborg

**Telefon:** 08-531 945 00

**Fax:** 08-531 745 30

**E-mail:** marknad@mtd.se

### Verkställande direktör:

Lars Callenfors

### Marknad:

Georg Nilsson

### Produktion:

Bengt Gerdlund

### Administration:

Jan Sebenius



## EKOBROTTS-MYNDIGHETEN

Inom Ekobrottsmyndigheten (EBM) arbetar åklagare, poliser, ekonomer och administratörer som i samverkan svarar för myndighetens operativa uppgifter – att upptäcka ekobrott och att utreda begångna brott och att lagföra brottslingar. EBM ska också ge underlag till regeringen för hur ekobrottsligheten ska motverkas.

### Postadress:

Box 820, 101 36 Stockholm

**Besöksadress:**

Hantverkargatan 15

Tel: 08-762 00 00

Fax: 08-613 40 19

[www.ekobrottsmyndigheten.se](http://www.ekobrottsmyndigheten.se)

**E-post:** [registrator.staben@ekobrottsmyndigheten.se](mailto:registrator.staben@ekobrottsmyndigheten.se)

[ebm@ekobrottsmyndigheten.se](mailto:ebm@ekobrottsmyndigheten.se)

### Generaldirektör

Rolf Holmquist

Telefon: 08-762 00 01

Mobil: 070-682 80 12

### Informationsansvarig

Eva-Lisa Lennstrand

Telefon: 08-762 00 17

Mobil: 070-653 31 59

**E-post:** [eva-lisa.lennstrand@ekobrottsmyndigheten.se](mailto:eva-lisa.lennstrand@ekobrottsmyndigheten.se)

[@ekobrottsmyndigheten.se](mailto:@ekobrottsmyndigheten.se)

EBM finns i Stockholm, Göteborg och Malmö. Verksamheten startade 1998 och har i dag 400 medarbetare, varav 200 är poliser.

## SYSTEMBOLAGET

**Besöksadress:**

Kungsträdgårdsgatan 14

Sthlm

**Postadress:**

103 84 Stockholm

**Telefon:** 08-789 35 00

**Telefax:** 08-789 35 02

**E-post:**

[info@systembolaget.se](mailto:info@systembolaget.se)

[www.systembolaget.se](http://www.systembolaget.se)

### Verkställande direktör

Anitra Steen

### Presschef

Björn Rydberg

Telefon: 08-789 36 48

Telefax: 08-789 56 93

**e-post:** [bjorn.rydberg@systembolaget.se](mailto:bjorn.rydberg@systembolaget.se)

[systembolaget.se](http://systembolaget.se)

**Mobil:** 070-528 41 05

**Telefon bost:** 08-411 55 44

Systembolaget har drygt 410 butiker och 580 utlämningsställen. Vårt ordinarie sortiment omfattar cirka 2.600 märken.



## FöreningsSparbanken

**Besöks- och postadress:**

Brunkebergstorg 8,

105 34 Stockholm

telefon 08-585 900 00

telefax 08-10 63 29

FöreningsSparbanken på

Internet:

[www.foreningssparbanken.se](http://www.foreningssparbanken.se)

**e-post:**

[info@foreningssparbanken.se](mailto:info@foreningssparbanken.se)

### Presskontakt

**Presschef:**

Jesper Berggren

08-585 924 78

070-549 37 67

**Pressjour**

08-585 938 69

### Verkställande Direktör

Birgitta Johansson-Hedberg

08-585 910 88

telefax: 08-411 56 64