

# Svenska pressbyrån : Dess utveckling, verksamhet och organisation

Lindmark, N. Th.

*54 Q Br. pressbyrån*



National Library  
of Sweden

## SVENSKA PRESSBYRÅN.

Dess utveckling, verksamhet  
och organisation.

Föredrag av direktör N. Th. Lindmark, hållet för deltagarna i "Pressens Studievecka i Stockholm", den 7 november 1921.

Vid slutet av föregående århundrade torde man kunna säga, att den svenska tidningslösnummerförsäljningen ännu låg i sin linda.

Postprenumeration och lokalabonnemang voro de dittills förhärskande formerna för tidningspressens förmedling åt den läsande allmänheten.

Visserligen fanns det på nittioalet enstaka lösnummerförsäljare bland städernas affärsmän inom skilda branscher och även vid en del större järnvägsstationer förekom kolportage av lösnummer, ehuru ej i någon större skala.

Emellertid började tidningarna få sin uppmärksamhet riktad på de försäljningsmöjligheter, som den växande persontrafiken på järnvägarna onekligen innebar och i synnerhet dåvarande större tidningsföretag anställde fördenskull privata kommissionärer vid järnvägsstationer lite här och var i landet.

Dessa kommissionärer voro nära nog undantagslöst järnvägstjänstemän, som såmedelst skaffade sig en bisyssla.

Systemet, om man kan kalla det så, hade och fick sina skuggsidor, att försäljningen dels blev mycket ensidig, därigenom att ingen ville ha besvär att saluföra mer än några få på orten mest säljkraftiga tidningar och dels därigenom, att dessa tillfällen till extra förtjänst skapade intriger mellan järnvägstjänstemännen själva och en mindre tilltalande konkurens mellan tidningarna, som följd av kommissionärernas benägenhet att mottaga premier och annan uppmuntran från enskilda tidningars sida.

Av dessa m. fl. anledningar beslöt den dåvarande statsbaneledningen, att fr. o. m. år 1899 till en person eller firma överlämna all pressalsterförsäljning vid statens järnvägar givetvis mot erläggande av en ganska drygt tilltagen årlig avgift och med skyldighet för monopolinnehavaren att opartiskt tillhandahålla allmänheten resp. tidningar.



Egentligen fanns det ju ingen, som kunde sägas vara kompetent att axla en sådan kapp, men många voro det oaktat sökande, och bland dem avgick Svenska Telegrambyrån med segern.

För ändamålet bildades en särskild avdelning inom telegrambyrån under namn av Svenska Telegrambyråns Distributionsavdelning.

Denna avdelning fick till ledare dåvarande löjtnanten, numera överstelöjtnanten Ivan Aminoff.

Aminoffs befattning blev ingalunda en lätt uppgift, ty det gällde att i ett slag få till stånd en organisation, som skulle omfatta all tidningsförsäljning inom hela dåvarande statsbanenätet.

Naturligtvis gjorde alla de förutvarande enskilda kommissionärerna sitt bästa för att få det nya företaget att komma av sig redan vid ingången, och därtill kom ett ganska stort misstroende från tidningspressens sida, som ingalunda minskades efter första tidens erfarenheter av organisationens kapacitet.

Första organisationsformen var s. k. plattforms- och väntsalskolportage å större och medelstora stationer d. v. s. en direkt fortsättning av dittillsvarande enskilda tidningshandel bara med den skillnaden, att en hel del nya stationer efter hand begåvades med kommissionärskap.

Följden blev, att försäljningen och med den förtjänsten på varje särskild plats blev alldeles för liten för att det skulle lyckas distributionsavdelningens ombud, att i sin tjänst få behålla stadigvarande och intresserad försäljningspersonal och det hände därför ganska ofta under de första åren, att kommissionärer litet varstädes helt plötsligt stodo utan någon tidningsförsäljare alls och då blev det naturligtvis det spektaklet, att tidningssändningarna ramlade på, men sedermera måste gå i retur, dragande dryga frakter och andra kostnader till ingen nytta.

Vidare hade kommissionärerna den lilla ovanan, i synnerhet de äldre, som varit med under den fria handelns tid, att de, oberoende av alla mottagna föreskrifter, endast redovisade när det föll dem själva in, och det var för övrigt ytterst sällan.

Någon diciplin på det området lyckades distributionsavdelningens ledning aldrig få till stånd så länge den första organisationsformen varade, ty kommissionärernas genomsnittliga strävan var att förena minsta möjliga arbete med största möjliga förtjänst och det senare gick mången gång ut över både försäljare och försäljningsresultat, därigenom att kommissionärerna för egen del togo huvudparten av den kontrakterade provisionen och läto sina arbetande kolportörer endast få en ringa del därav.

Att distributionsavdelningen under sådana förhållanden vare sig kunde fylla sin uppgift eller bliva ekonomiskt bärkraftig, var ju helt naturligt och telegrambyråstyrelsens ställning till avdelningens behov av rörelsekapital förbättrade icke heller situationen.

Då verksamheten fortgått i fyra år med ständig förlust och utan nämnvärt uppsving ifråga om omsättningens storlek, tröttnade löjtnant Aminoff på ledarskapet och återgick till sin militärtjänst.

Samtidigt höjdes röster både inom telegrambyråstyrelsen och inom pressen för nedläggandet av det som misslyckat ansedda företaget.

Detta var år 1903.

Ett par år tidigare (1901) hade jag vid sidan om min dåvarande statstjänst påtagit mig skötseln av distributionsavdelningens kommissionärskap i Hälsingborg, vilken uppgift, efter en del företagna experiment, särskilt på tågbudsverksamhetens och vad vi sedermera kallat allmänna distributionens områden, allt mer och mer tog mitt intresse i anspråk så att jag, egentligen på vinst och förlust, efter kallelse från telegrambyråledningen ingick som inspektör vid distributionsavdelningen i början av år 1903, några månader före Aminoffs avgång.

Min första uppgift blev, att med ledning av egna erfarenheter söka reorganisera distributionsavdelningens verksamhet i landsorten.

En mängd kommissionärskap slopades och endast mera livskraftiga sådana belägna å större persontrafiksstationer, men framförallt å övergångsstationer behölls kvar, delvis med bibehållande av gamla kommissionärer och delvis med nyanställda sådana, där de gamla visats sig mindre lämpliga, och från dessa kommissionärsorter utdrogos s. k. tågbudslinjer inom de geografiska områden, där dylik verksamhet låg inom vår befogenhet.

Det visade sig inom kort, att rörelsen därigenom kom på fötter och grunden lades till disciplin hos byråns linjepersonal.

Efter Aminoffs avgång blev min uppgift dubbel, ty det gällde då, att icke blott fortsätta organisations- och reorganisationsarbetet i landsorten, utan även att som t. f. avdelningschef övertaga ledningen av distributionsavdelningens huvudkontor.

Vad detta krävde och hur detta lyckades hör icke till dagens program.

År 1904 gick distributionsavdelningen för första gången med vinst, visserligen en liten sådan på några få tusen kronor, men dock tillräcklig för att avdelningen kunde sägas stå på egna ben.

Någon stor och ur pressens spridningssynpunkt mera gagnande affär kunde den emellertid aldrig bliva, så länge verksamheten var inskränkt till rörelse enbart på statens- och några få enskilda järnvägar, det hade jag redan på ett tidigt stadium fått klart för mig, varför ett intensivt arbete nedlades på, att få till stånd kontrakt med Sveriges enskilda järnvägsförvaltningar i allmänhet, för att såmedelst kunna skapa stora operationsbaser med, så att säga strålförmigt utdragen tågudsverksamhet.

Efter hand lyckades det också, att få dylika avtal till stånd och år 1905 kan man säga, att praktiskt taget alla större enskilda järnvägar voro införlivade med byråns distributionsnät.

Det året inträffade en regimförändring inom Telegrambyrån och samtidigt beslöts, av orsaker alltför invecklade att här återgiva, att dess Distributionsavdelning fr. o. m. år 1906 skulle uppgå i ett särskilt aktiebolag, vars namn blev A.-B. Svenska Pressbyrån, och i vilket jag inträdde som verkställande direktör.

Sedan det nya bolaget fått sin ekonomi och administration ordnad gällde det i första rum att försöka fullkomna distributionsverksamheten på järnvägarna.

Undan för undan utökades byråns tågudsnetz över de svenska landskapen och undan för undan träffades nya distributionsavtal med det stora antal av landsortens tidningar, som tidigare icke varit representerade vid byråns rörelse.

För att värna landsortstidningarnas naturliga försäljningsmöjligheter i konkurrensen med större eller mindre tidningar från främmande platser, inrättades s. k. lokala tåguds zoner omkring respektive utgivningsorter inom vilka de lokala tidningarna salufördes och fortfarande saluföras till åtryckt pris, då däremot alla övriga där förda tidningar betinga ett särskilt fastställt överpris.

Så t. ex. saluföras Kristianstadstidningarna till åtryckt pris genom byråns tågud å bansträckorna Kristianstad—Brösarp, Kristianstad—Eslöv, Kristianstad—Hässleholm, Kristianstad—Hästveda, Kristianstad—Sölvesborg,, Kristianstad—Åhus och Kristianstad—Älmhult eller med andra ord å alla de linjer, vars tågud ha sin hemort i Kristianstad.

Alla övriga på dessa linjer förda tidningar betinga däremot det högre priset.

Många svårigheter ha måst övervinnas för att driva fram systemet med resande tidningsbud inom vårt land.

Resp. järnvägsförvaltningar hava visst icke från början ställt sig förstående för denna distributionsform och månget avslag har mött vår första ansökan och i andra fall har uppställts sådana bestämmelser ur ordnings- och säkerhetssynpunkt, att rörelsen varit

nära nog omöjlig att bedriva; t. ex. förbud för buden att själva öppna dörrar mellan de olika vagnsklasserna, vilket lett till, att passagerarna i en avdelning av ett tåg ej kunnat få sina tidningar, därför att tågbudet fått stanna vid någon stängd korridordörr i stilla bidan på att en konduktör skulle komma och släppa honom igenom; förbud för tågbudet att idka försäljning under tåguppehåll på stationer med tidtabellsenligt kort uppehåll m. m.

Numera måste jag dock giva såväl statsbaneledningen som flertalet enskilda järnvägsförvaltningar det erkännandet, att vår mångårigt prövade verksamhet mötes med förståelse och tillmötesgående från deras sida.

Systemet med resande tågbud är en dyrbar historia på grund av därmed förenade biljettavgifter för varje särskilt bud, uniformeringskostnader och övrig utrustning.

Till belysning därav kan nämnas, att erforderliga tågbudsbiljetter enbart för bansträckan Stockholm—Uppsala betinga en årlig kostnad av över tvåtusenfemhundra kronor.

Allt som allt drager numera tågbudsbiljetter och uniformering en årsutgift av uppemot tvåhundra tusen kronor.

Tågbudssystemet har emellertid i utomordentlig grad bidragit till de svenska tidningarnas spridning över landet och deras försäljning av lösnummer, ej blott på järnvägarna, utan även i allmänhet, ty vanan att köpa tidningar under järnvägsresor har för mången skapat ett behov och intresse att taga del av skilda pressorgan även i vardagslag på hemorten.

Tågbudssystemet har emellertid alltid haft och har fortfarande sina fransidor.

Tidningar äro ingalunda lätta saker och därtill ganska skrymmande, varför buden under sin vandring genom tågen ej förmå bära mer än en viss begränsad kvantitet av de på resp. bansträckor almännast efterfrågade pressalstren jämte ett litet antal böcker, som den resande allmänheten också fordrar till omväxling med tidningsläsningen, och följderna blir naturligtvis dels att en viss tidning lätt nog kan taga slut, och dels att den medförda sortering ej kan vara så stor som både utgivare och publik mången gång fordra.

En annan oöverkomlig svårighet är den på järnvägarna ständigt rådande stora försäljningsfluktuationen som gör, att samma tidning den ena dagen har en åtgång på 14 å 15 ex. och den andra dagen endast kan avyttras 2 å 3 ex., vilket naturligtvis skapar oerhörda besvärigheter beträffande retur begränsning, för att nu icke tala om svårigheten att kunna tillfredsställa kravet på att den

särskilda tidningen alltid skall finnas tillgänglig när och varhelst den efterfrågas.

En från tidningshåll ofta framställd form för anmärkning lyder ungefär så här:

”En resande har meddelat oss, att han på en viss angiven bansträcka förgäves fått efterfråga vår tidning och budet har vid förfrågan upplyst, att han endast medfört några få exemplar, som redan voro slutsålda.

Hur är detta möjligt, då vi till kommissionärskapet ifråga dagligen expediera en ganska stor upplaga och sedermera mottager en betydande del därav i retur”.

Förklaringen är den, att icke ett utan ett flertal tågbud, mången gång ett tiotal och däröver, äro anställda vid samma kommissionärskap och vart och ett av dessa bud har sin bansträcka att dagligen beresa.

Om nu en tidning med en totalupplaga för den orten på t. ex. 30 ex. jämt fördelas på ett tiotal tågbud med 3 ex. till varje, så kan det hända, att ett eller två av dessa bud för dagen slutsäljer sin upplaga, medan de andra på kvällen komma hem med alla eller flertalet mottagna exemplar som osålda och därigenom uppstår då en stor totalretur för kommissionärskapet i sin helhet.

Tilldelningen av de olika tidningarna till varje särskilt tågbud avväges givetvis alltid efter bästa förmåga med hänsyn till föregående erfarenheter av den genomsnittliga åtgången, men en mängd på förhand oberäknliga faktorer spela därvid dagligdags in med förryckande resultat.

I första rum, som förut nämnts, den på järnvägarna ständigt rådande försäljningsfluktuationen, som givetvis mest ger utslag ifråga om tidningar med genomsnittlig liten åtgång och därför tilldelade i små upplagor, som icke tåla vid någon större fluktuation och i andra rum tågens gång och framkomst i rätt tid, ty det händer ofta, att ett tågbud under sin resa har att på ett flertal ställen hämta tidningssändningar från mötande tåg, uteblir då på någon plats det mötande tåget eller framkommer detsamma först i det ögonblick, då budet måste fortsätta med sitt tåg, blir budet för det första utan sitt beräknade tidningstillskott och för det andra blir den försent framkomna tidningssändningen till ringa värde, då den antingen får kvarligga i avvaktan på budets nästa passering av samma plats eller också får fortsätta till kommissionärsorten, dit förut annan sändning av samma tidningar blivit dirigerade.

En tredje faktor, som ofta verkar förryckande för tåg budsverksamheten är den, att om en tidning av tryckeritekniska eller redaktionella orsaker vid ett tillfälle utkommer så sent, att den icke

hinner expedieras med avsedda tåglägenheter, så har detta till följd, förutom att de resande naturligtvis förgäves få efterfråga just denna tidning, att efterfrågan å de andra medförda tidningarna så förstoras, att budets upplagor icke räcka till för alla köpare.

En fjärde menlig faktor är järnvägarnas och postens rätt ofta förekommande feldirigering av tidningssändningar, dessas försening å omlastningsstationer o. s. v. och slutligen får tagas i betraktande alla tågförseningars innebörd ifråga om tågbudens förmåga att kunna fullgöra dem ålagda turer enligt fastställda turlistor, då tågen till följd av inträffade förseningar icke passa in för dessa turer.

Jag har så pass länge och ingående uppehållit mig vid försäljningsverksamheten å i gång varande tåg, därför att denna gren av Pressbyråns rörelse är den för allmänheten mest iögonfallande och i följd därav mest föremål för kritik.

Under de nyligen gångna krigs- och krisåren har denna rörelsegren varit utsatt för hårda påfrestningar ej minst därigenom, att det mången gång varit nära nog omöjligt att på respektive orter kunna rekrytera tillräckligt antal användbara tågbud.

Den ur skolåldern komna manliga ungdomen har förtjänat för mycket på annat håll, i handel och industri, för att vilja befatta sig med den ur deras synpunkt mindre lönande och ganska ansträngande tidningsförsäljningen och dessutom har 8-timmars arbetsdagens tillkomst samt yrkeslagstiftningsmyndigheternas många bestämmelser ytterligare komplicerat saken.

Slutligen kan nämnas, att järnvägarnas tågindragningar i hög grad försvårat upprättande av användbara turlistor för tågbudet och byrån har i en del fall av samma orsak blivit tvungen att ikläda sig kostsamma nattinkvarteringar på främmande orter för överliggande tågbud.

Samtliga här skildrade förhållanden hava framtvingat behovet av ett forcerat kioskbyggande, men innan jag övergår till att tala om kiosker, vill jag först nämna några ord om tågbudens verksamhets parallellgren, försäljning på igångvarande ångbåtar.

För rätt många år sedan igångsattes försöksvis försäljning genom bud medföljande några av de större passagerareångarna i Stockholms skärgård.

Denna rörelsegren har sedermera utvecklats sig dithän, att byrån numera har bud medföljande ej blott de flesta skärgårdsbåtar, utan även andra passagerarefartyg på floder och sjöar landet runt.

Givetvis är denna försäljningsverksamhet huvudsakligen förlagd till sommaren.

Det är icke blott den ångbåtsresande allmänheten som såmedelst

förses med tidningar, utan även skärgårdarnas och sjösträndernas bofasta befolkning.

För att i tid få ut Stockholmspressen till alla på morgonen ingående skärgårds- och Mälareångare, har byrån förvärvat sig tvänne sjöstarka motorbåtar, varav den ena, lastad med tidningar och tidningspojkar, varje sommarmorgon vid femtiden ger sig iväg utåt skärgården och den andra vid samma tid för enahanda uppgift dirigeras upp i Mälaren.

Jag nämnde nyss ordet kiosker.

Redan från verksamhetens begynnelse fanns det några rätt så provisoriska och trånga kiosker i ett fåtal järnvägsstationers vestibuler, men därvid stannade det också under ett flertal år framåt, ty dels fanns ytterst sällan plats för inredning av kiosker inom stationshusen och dels ansågs det för dyrt och för vårt klimat olämpligt, att uppföra fristående kiosker utomhus.

Första försöket att få till stånd en ändamålsenlig stadskiosk gjordes vid början av år 1903, då jag skaffade mig telegrambyråstyrelsens tillåtelse att få disponera medel för uppförande av en kiosk på någon centralpunkt i Hälsingborg, med tanke särskilt fäst på den samma sommar blivande stora utställningen därstädes.

Hälsingborgs Drästelkammare ställde sig välvillig till projektet och upplät en för ändamålet tjänlig tomtyta i Drottninggatans mynning framför stadens rådhus.

Vid sommarens början stod en liten pryddlig kiosk färdig därstädes, men sanningen att säga gick affären rätt så knalt både det året och flera efterföljande, men så småningom tog det upp sig och ett tiotal år senare blevo vi tvungna att bygga en ny, nära nog dubbelt så stor kiosk i Hälsingborg, vilken placerades i utbyte mot den gamla, ehuru med något förändrat läge vid andra sidan Stenbocksstatyn.

Denna sista kiosk fungerar ännu i dag som stadens allmänna tidningskontor.

Efter hand fortsattes kioskbyggandet både vid järnvägarna och på andra publika punkter, men likväl blott i en ganska liten skala ända till krigsårens inträde.

Då stod det med ens, av förut omnämnda skäl, klart för oss, att vi måste sätta stark fart på denna byggnadsverksamhet och därpå offra stora kapital.

Det var emellertid ingalunda lätt att få till stånd kiosker i en tid då vi vare sig kunde ordna med fotogenbelysning eller fotogenuppvärmning, gas hade redan tidigare måst lämnas ur räkningen som hälsovådligt för tjänstgörande biträden, men svårigheter äro till för

att övervinnas, och inom kort voro alla våra äldre kiosker försedda med elektrisk belysning genom jord- eller luftkablar och samma belysningssystem har naturligtvis även kommit till användning för alla sedermera uppförda kiosker.

Efter en del experiment lyckades vi också få framkonstruerat en för kioskerna lämplig värmekamin, avsedd för eldning med ved.

Så vidtog ett forcerat kioskbyggande, som pågår ännu i denna dag, och vi ha nu omkring tvåhundraåttio kiosker utplacerade landet runt.

Ett för kioskverksamheten vitalt beslut fattades för några år sedan, då jag för styrelsen vågade framlägga och även fick godkänt ett förslag att alla saluförda pressalster i samtliga Pressbyråkiosker, var de vara må, i fortsättningen skulle tillhandahållas utan någon som helst prisförhöjning.

Detta var ett ganska vågat steg med hänsyn till byråns dryga monopolkostnader, tomthyror och utgifter för avlöningar åt biträden samt för kioskernas uppvärmning, belysning och underhåll, men jag tror, att detta beslut i längden skall giva styrka åt denna rörelsegren, trots att 8-timmarsdagen även i detta fall spelat oss ett opåräknat spratt ur ekonomisk synpunkt, då vi numera för en mängd kiosker, varest vi förut klarat oss med endast ett biträde, i stället få anställa och avlöna två.

Det torde för alla och envar ligga i öppen dag, att en fast tidningskiosk vida bättre än något tågbud eller någon kolportör kan betjäna den köpande allmänheten på grund av kioskenas egenskap att kunna inrymma större upplagor och större sortering av de olika salualstren, varjämte kiosker ifråga om tidningarnas framkomsttid äro mera oberoende än de resande buden och alltid stå på sin plats till hands för köparen.

Slutligen har ju en kiosk för allmänheten och pressen den fördelen att i regel vara öppen både tidigt på morgonen och sent på kvällen, då övriga tidningsaffärer äro stängda, ävensom på sön- och helgdagar.

Bland byråns direkta försäljningsorgan märkas vidare restaurang- och gatukolportörer å badorter och lägerplatser m. m.

I den mån byråns verksamhet utgrenats över landet har denna verksamhet i sig upptagit olika slag av kolportagerörelse, där så lämpligen kunnat ske.

Restaurangkolportage bedrives numera i en mängd svenska städer och samhällen, framför allt på platser dit efterfrågade nyhetstidningar framkomma på kvällen och i en hel del fall lämnas också tidningar till resp. hotellportierer, som i sin ordning förse de resande därmed, antingen på kvällen eller vid morgonkaffet.

Gatukolportage bedrivs också, ehuru på flertalet platser i mera sporadisk form, dels därför, att förbud mångenstädes råder för minderåriga att idka gatuhandel, (vuxna kolportörer kunna av ekonomiska skäl endast ifrågakomma på platser med stor tidningsåtgång) och dels därför, att den lokala publiken i regel endast är vad man kan kalla köpe-hungrig vid en viss tid på dagen samt på sön- och helgdagar, då butikerna äro stängda.

En gammal ofta upprepad erfarenhet är, att gatukolportage i allmänhet alltid skjuter stark fart vid tider för sensationella händelser, men sedermera åter domnar av i lugnare tider.

Sommartid bedriver byrån kolportage vid flertalet svenska brunns- och badorter, ofta i förening med kioskrörelse.

Inom en del kasernområden och lägerplatser bedrivs permanent kolportage, men dessutom är det regel, att vid alla större fälttjänstövningar utrusta ett antal cyklande eller gående kolportörer, som följa de olika truppförbandens rörelser, och dessa kolportörer erhålla i sin ordning tidningstilldelning från jämväl av Pressbyrån utsända automobildepoter.

Komma vi så slutligen till vad vi i dagligt tjänstetal kalla allmän distribution d. v. s. leveranser till återförsäljande butiker, byråns numera med hänsyn till omsättningssiffror, största rörelsegren, succesivt utvecklade under årens lopp.

Till belysning av denna verksamhets omfattning kan jag nämna, att allmänna distributionen enbart inom Stockholm med omgivningarna närmast föregående år hade en omslutningssiffra av över tre och en halv million kronor, trots att vi inom stadens hank och stör icke ha hand om distribution av härvarande dagliga tidningar, utan enbart veckotidningar, månadsjournaler, tillfälliga publikationer och böcker.

Ifråga om allmän distribution är landet uppdelat i trettio försäljningsdistrikt.

Sammanlagt äger leveranser rum till över 2,500 återförsäljande butiker, däri dock icke inberäknat Göteborg och Malmö städer, varest särskilda underbolag ha hand om sagda rörelse.

Byråns filialföreståndare äro ledare för var sitt distrikt, dirigera leveranser till och föra räkning med samtliga därinom boende återförsäljare vilka räkningar sedermera å filialkontoren sammanföras i kvartalsredovisningar till huvudkontoret.

I städer och större samhällen förmedlas den allmänna distributionen genom byråns lokala transportorgan, automobiler, hästfordon, cykel- eller gångbud, endast på mindre platser få återförsäljarna själva från järnvägen eller posten avhämta till dem dirigerade sändningar.

Ofta spela också byråns kiosker en förmedlande roll för den allmänna distributionen.

Reglering av alla av återförsäljarna förda tidningars upplagor sker genom telefonhänvändelser till resp. filialkontor och returen avhämtas och kontrolleras månatligen.

Ifråga om allmän distribution är byråns arbetssätt lagt på den bogen, att den lokala dagspressen ej distribueras på utgivningsorten.

Så t. ex. levereras till Gävle stads återförsäljande butiker dagliga tidningar från främmande orter, alla veckotidningar, månadsjournaler, tillfälliga publ. och böcker, men däremot icke i Gävle utkommande tidningar, vilka senare såmedelst beredas tillfälle att bedriva personlig propaganda inom egen stad.

Den allmänna distributionen liksom för övrigt byråns verksamhet i sin helhet, är givetvis förenad med en högst betydande delcrederrisk och särskilt i dessa depressionstider händer det nära nog dagligdags, att byrån får ikläda sig förluster för bristade redovisning från återförsäljarnas sida.

Ej heller kan det undgås vid behandlingen av de väldiga tidningsmassor som gå genom Pressbyrån, att förluster uppstå genom felräkning och andra orsaker.

En tidning har i dylika fall att avskriva den förlorade kvantiteten efter dess produktionskostnad, men Pressbyrån måste redovisa för varje mottaget exemplar, vare sig byrån fått betalt därför eller icke.

Innan jag lämnar behandlingen av den allmänna distributionen skulle jag vilja yttra några ord om tidningarnas lösnummerpriser i allmänhet.

Helt säkert voro de före världskrigets utbrott gängse lösnummerprisen i allmänhet för låga, ty redan då voro fraktkostnaderna så pass höga, att produktion av tidningar svårligen kunde vara någon god affär för producenten.

Man måste ju vid lösnummerförsäljningen taga i betraktande, ej blott distributions- och försäljningsorganens provisioner, utan även befraktningskostnaden för hela den för ändamålet utsända upplagan, ty frakt måste betalas, ej blott för de exemplar som bli sålda, utan även för dem som förbli osålda, vartill kommer returfrakt för de senare.

Därför var det icke mer än i sin ordning att tidningsvaran flerdubblades i pris då både framställningskostnader och frakter stego till en förut oanad höjd och för min del är jag av den åsikten, att nuvarande lösnummerpris, på en del undantag när, icke alls äro för höga för normala tider.

Den tiden bör vara förbi då tidningarna i konkurrensyfte åsattes ett pris, som icke ens täckte tillverkningskostnaden och den enskilda tidningens ekonomi helt baserades på annonsintäkten, ty en vara är en vara och dess tillverkare bör taga betalt därför efter produktionsvärde.

En tidning skall av allmänheten köpas i lösnummer eller abonnemangsform på grund av dess redaktionella egenskaper och ej på grund av dess utbudande till underpris i osund konkurrens tidningarna emellan.

Ifråga om den dagliga pressen finnes det emellertid en faktor, som i det fallet synes mig stå hindrande i vägen för en god ordning och det är för flertalet tidningar gällande postprenumerationspriser.

Ibland förefaller det mig som om en del tidningsutgivare skulle vara angelägna, att inte låta den högra handen veta vad den vänstra gör, ty det finnes exempel på att tidningar med ett åtryckt lösnummervärde av 15 öre, utbudas till allmänheten i postprenumeration efter ett pris, som endast motsvarar 5 öre per ex., varav utgivaren från Postverket erhåller mindre än 4 öre netto per ex.

Detta är ju en självkonkurrens som är onaturlig och hur skall allmänheten under sådana förhållanden kunna få respekt för varans produktionsvärde.

Visserligen bör den förskottsbetalande abonnenten åtnjuta en viss rabatt å varans åsatta värde, men det bör vara rim och reson i denna rabatt, om den svenska pressen verkligen vill ha sin ekonomi i god form.

På det området synes mig tidningarnas sammanslutningsorganisationer hava en stor uppgift att fylla till ömsesidigt gagn.

Efter denna lilla meningsyttring övergår jag till att tala om vår verksamhets förgrening till främmande länder.

I Hälsingfors upprättades år 1910 ett Pressbyråns filialkontor för spridning av svenska pressalster inom Finland.

Ett år senare startades emellertid i samma land ett särskilt aktiebolag för handhavande av därvarande distributionsverksamhet bl. a. på järnvägarna, vilket bolag redan från begynnelsen anknöt förbindelser med Svenska Pressbyrån, varför vårt finska filialkontor blev överflödigt och indrogs.

Nyssnämnda bolag bär det för svenska öron något främmande namnet Rautatiekirjakauppa O/y, vilket betyder järnvägsbokhandelsaktiebolaget.

Rautatiekirjakauppas chef har gjort sina lärospån hos Svenska Pressbyrån. Det finska bolaget har genomgått en högst betydande utveckling under dess nu tioåriga tillvaro.

Tyvär måste Pressbyrån, därtill tvingad av rådande abnorma valutaförhållanden för ungefär ett år sedan draga sig tillbaka från samarbetet med det finska bolaget, men vår förhoppning är, att en gång i världen ånyo kunna sammanknyta det.

I Norge hava vi egentligen enbart kollegialt erfarenhetssamarbete med därvarande förträffligt ledda institution, som redan kan blicka tillbaka på en mer än kvartsekkellång tillvaro.

Dess rörelse är emellertid av mera begränsad art och omfattar huvudsakligen försäljning i egna järnvägs- och stadskiosker samt några egna butiker, jämte gatukolportage i Kristiania.

I Köpenhamn har Pressbyrån en särskild distributionsavdelning anknuten till byråns filial i Malmö, vilken sprider svenska pressalster till i Danmark bosatta återförsäljare, men det är fara värt att de svåra kursförhållandena snart tvingar oss att draga oss tillbaka även från denna utomlandsverksamhet.

I Newyork har Pressbyrån sedan många år tillbaka ett ombud, som i egenskap av kommissionär handhar spridning av svenska tidningar inom Nord-Amerikas förenta stater.

\* \* \*

Jag har nu i korta drag sökt skissera Svenska Pressbyråns olika verksamhetsområden och övergår därför till att jämväl lämna en beskrivning av byråns nuvarande inre organisationsformer.

Som föl ut nämnts har byrån efter hand upprättat egna filialkontor på en mängd platser i landsorten.

Deras uppgift är, att under huvudkontorets överinseende handhava de olika rörelsegrenarna inom var sin geografiska zon.

För närvarande finnas trettiofire filialkontor, ehuru några med endast partiell verksamhet.

Dessutom har byrån fortfarande en hel del kommissionärer i egenskap av förvaltningsorgan för järnvägsdistribution på orter, där denna rörelse ej kan läggas under någon filial.

Byråns huvudkontor i Stockholm består av tvenne sektioner, administrativa sektionen och distributionsteckniska sektionen, var och en under en disponent som souschef.

Under administrativa sektionen lyder:

Kontrollkontoret, som handhar all redovisnings- och räkenskapskontroll för alla distributions- och försäljningsorgan över hela landet.

Räkenskapskontoret, som bl. a. för specialräkenskaper över alla genom byrån distribuerade tidningar, böcker och övriga salualster samt sedermera upprättar månads- och kvartalskontokuranter med samtliga leverantörer.

Huvudbokföringskontoret, Huvudkassan, Personalkontoret med personalkassan, Intressekontoret, Brevpost- och Registreringskontoren, Formulärförråd, Telefonväxel och Arkiv.

Under distributionstekniska sektionen lyder:

Inspektionskontoret samt följande tio expediti-  
avdelningar:

- Avd. 1*, tidningsexpedition för landsorten och utlandet;
- " 2, expedition av böcker;
- " 3, distributionsavdelning för Stockholms stad;
- " 4, expedition av julpublikationer;
- " 5, distributionsavdelning för Stockholms omgivningar;
- " 6, expedition för tåg- och båtbud inom Stockholms-nätet;
- " 7, expedition för returkontroll;
- " 8, distributionsavdelning för utländska publikationer (numera ett särskilt aktiebolag);
- " 9, expedition av vykort och skrivmaterial; samt
- " 10, expedition för dirigering och vård av lokala transportorgan såsom automobiler, hästar, vagnar, med därtill hörande personal jämte byråns inventarie- och persedel-förråd.

Flertalet kontor och expeditioner äro inrymda i bolagets fastighet, Drottninggatan 30, men av utrymmeskäl äro några förlagda på andra ställen i staden.

Säkerligen torde helt få bland den tidningsköpande allmänheten någonsin hava reflekterat över eller sökt bilda sig en föreställning om, vilket invecklat och stort maskineri som kräves för att Sveriges i lösnnummerform saluförda uppemot femhundra olika tidningsorgan i hastigaste tempo dag efter dag skola finnas tillgängliga landet över, när och varhelst de efterfrågas.

\* \* \*

Jag ber att få avsluta mitt föredrag med uppläsning av en liten broschyr\* som i koncentrerad form besvarar frågan:

"Vad är Svenska Pressbyrån?"

Svenska Pressbyrån är namnet på en för skandinaviska förhållanden stor distributionsorganisation.

Pressbyråns verksamhetsfält sträcker sig över hela Sverige, varjämte byrån även utomlands handhar spridning av svenska tidningar och svensk litteratur.

Få torde de svenskar vara, som ej vid något tillfälle mött en "pressbyråpojke" i färd med att utbjuda sitt medhavde tidningsförråd.

\* Tidigare utgiven, nu omarbetad.

Pressbyråpojken förekommer å de flesta järnvägståg, vare sig Du befinner Dig i Lappland, Skåne eller mellanliggande landskap.

Den första pojken möter vid rikets port i Haparanda och den sista lämnar tåget vid färjeläget i Trälleborgs hamn.

Pressbyrån har resande tidningsförsäljare å samtliga svenska statsbanor och ett nittiotal enskilda järnvägar.

Pressbyråpojken möter med svenska tidningar, då Du stiger ombord på ångbåten i Köpenhamns hamn, han förser Dig med lektyr, då Du njuter din vila under härlig färd på svenska älvar och insjöar, han är tidigt i tjänst och räcker Dig morgonens nyheter, då Du med skärgårdsbåten lämnar Ditt lantliga tjäll, och begiver Dig in till det dagliga arbetet i storstaden, och han bringar emigranten ett sista minne på svenskt språk, innan "Amerika-båten" lägger ut från Göteborgs kaj.

Pressbyråbud medfölja ett fyrtiotal kust- och insjöbefärande ångbåtar.

Då Du vandrar i svenska städer och samhällen, finner Du Pressbyråns gatukolportörer på rörlig fot sysselsatta med spridning av senast framkomna nyhetsorgan från skilda orter.

På aftonen synes pressbyråbudet på restauranterna medförande färska kvällstidningar, och då Du på morgonen vaknar i Ditt hotell, har han redan till portieren överbringat Din morgonlektyr.

Då fabriksvisslan ljuder i industrisamhället tillkännagivande arbetarnas rast och vila, väntar pressbyråpojken vid porten med andlig förströelse, då beväringssmannen slagit sig till ro efter slutad dag, höres pressbyråpojken tidningsutrop på kaserngården, och sjuklingen på lasarettet bidar med otålighet på hans ankomst, ty den medför en stunds glömska av kroppens plågor.

Se där några exempel på pressbyråbudens mångsidiga verksamhetsuppgift.

Mer än femhundra resande tidningsförsäljare och platskolportörer äro dagligen sysselsatta i Pressbyråns tjänst.

Här och var under Din vandring stöter Du på en fast tidningskiosk, som i mera omfattande grad än kolportören är i tillfälle förse Dig med en riklig sortering av olika pressalster.

Pressbyrån äger eller disponerar närmare trehundra tidningskiosker placerade vid järnvägsstationer, på torg och andra offentliga platser i städer och samhällen samt på badorter och lägerplatser.

De nordligaste kioskena äro belägna i Kiruna och Haparanda, de sydligaste i Trälleborg och Ystad.

För kioskenas skötsel äro anställda närmare fyrahundra kvinnliga biträden.

Pressbyråns kiosker representera ett anläggningskapital av cirka en million kronor.

Har du bråttom, vänder Du Dig till närmaste tidningskontor, cigarr- eller diversehandel för inköp av Din andliga spis.

Pressbyrån är leverantör av tidningar och böcker till över två tusen femhundra återförsäljande butiker, spridda över landets olika delar.

Pressbyråns totala transport- och utbärningspersonal uppgår till närmare ett hundra femtio personer.

Pressbyrån har en förvaltnings- kontors- och expeditiionspersonal på över tvåhundra personer, med tjänstgöring dels vid huvudkontoret i Stockholm och dels vid de trettio tre filialkontoren i landsorten.

Dessutom äro ett antal kommissionärer anställda som förvaltningsbiträden på skilda orter.

Vid Pressbyråns expeditioner i Stockholm äger postal tidningsbehandling rum under kontroll av Postverkets där placerade tjänstemän.

Pressbyråns tjänstelokaler i Stockholm och landsorten omfatta något över ett hundratal större eller mindre rum.

Pressbyrån torde vara en av landets största telefonabonnerter, då omkring tvåhundra femtio telefonapparater äro installerade i dess tjänstelokaler och kiosker.

Pressbyråns provisionsutbetalningar till återförsäljande butiker uppgå till mer än femtusenåttahundra kronor per dag.

Pressbyråns kostnader för avlöning av all anställd förvaltningskontors- expeditiions- och transportpersonal, kioskbiträden, resande- och stationära kolportörer uppgå till närmare fyratusensjuhundra kronor per dag.

Pressbyråns övriga driftskostnader omfattande hyror, monopol, tåguds- biljett- och uniformeringskostnader, lokala transportmedel såsom automobiler och hästar, värme, belysning, telefonavgifter, förbrukningsartiklar, försäkringspremier, räntor och skatter m. m., uppgå till mer än tvåtusensjuhundra kronor per dag.

#### *Resumé:*

Mer än tolvhundra personer hava hela sitt levebröd i Pressbyråns tjänst.

Mer än tvåtusenfemhundra kommissionärer och återförsäljare åtnjuta provisionsinkomster från Pressbyrån.

Mer än trettontusen kronor åtgå dagligen för täckande av Pressbyråns utgifter för dess distributions- och försäljningsmaskineri.

Genom Pressbyrån distribueras numera årligen närmare sjuttio millioner tidningsexemplar av uppemot femhundra olika tidningar, något mer än en million böcker, närmare en million julkuplikationer, tidtabeller och tillfälliga skrifter, förutom stora kvantiteter vykort, skrivmaterial m. m.

Allt siffror, som med hänsyn till landets propotionsvis ringa folkmängd, tala ett tydligt språk om intresserad läslust och en högtstående allmänbildning hos vårt svenska folk.

---

Det svenska folkets  
och dess utveckling  
och framgångar

Satt å A-sektionens Maskinsättareskola  
Tryckt hos Wallins Boktryckeri A.-B.  
Stockholm 1927



