

Det här verket har digitaliserats vid Göteborgs universitetsbibliotek.
Alla tryckta texter är OCR-tolkade till maskinläsbar text. Det betyder att du kan söka och kopiera texten från dokumentet. Vissa äldre dokument med dåligt tryck kan vara svåra att OCR-tolka korrekt vilket medför att den OCR-tolkade texten kan innehålla fel och därför bör man visuellt jämföra med verkets bilder för att avgöra vad som är riktigt.

This work has been digitised at Gothenburg University Library.
All printed texts have been OCR-processed and converted to machine readable text.
This means that you can search and copy text from the document. Some early printed books are hard to OCR-process correctly and the text may contain errors, so one should always visually compare it with the images to determine what is correct.



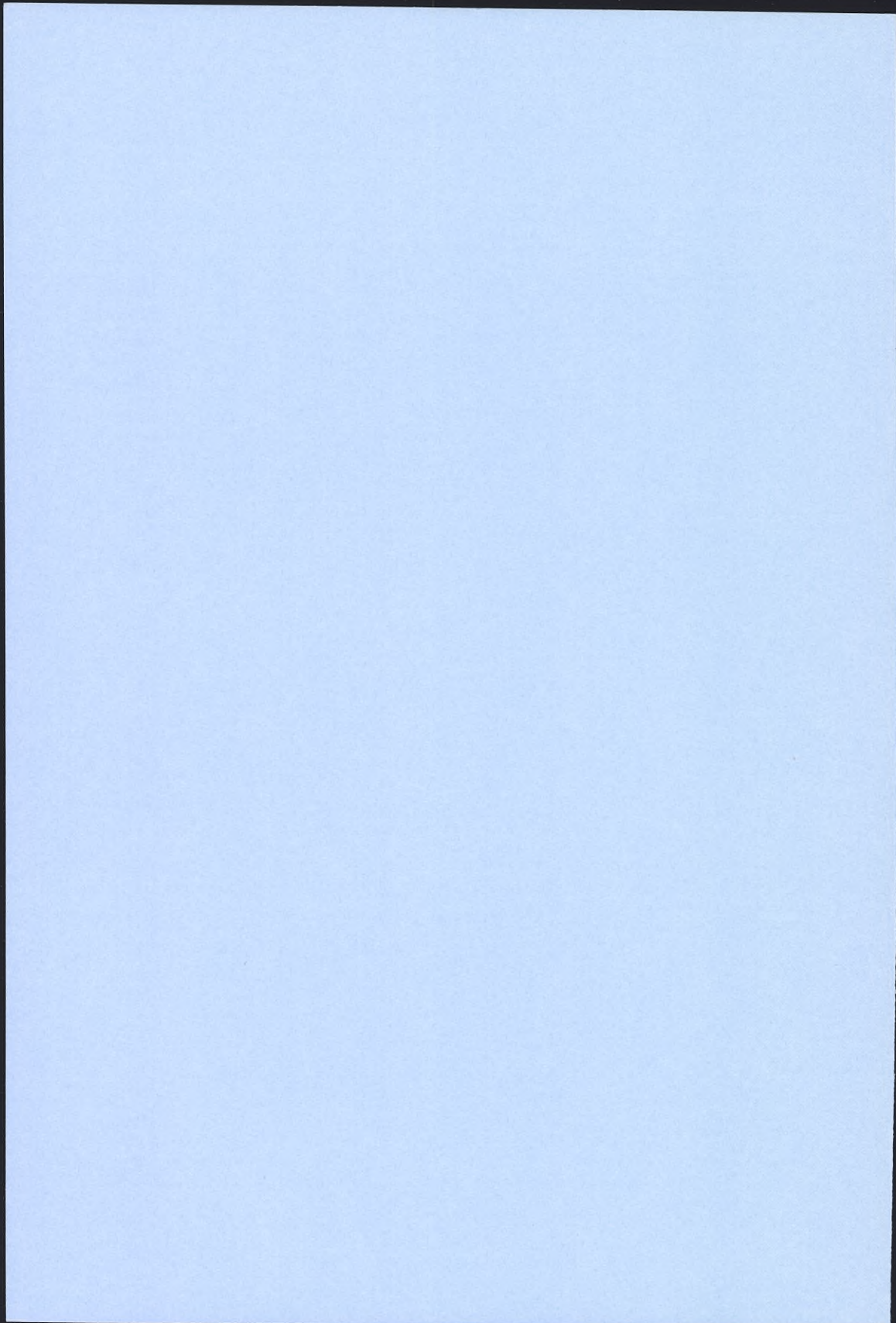
MEDDELANDEN FRÅN EKONOMISK-HISTORISKA INSTITUTIONEN
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

43

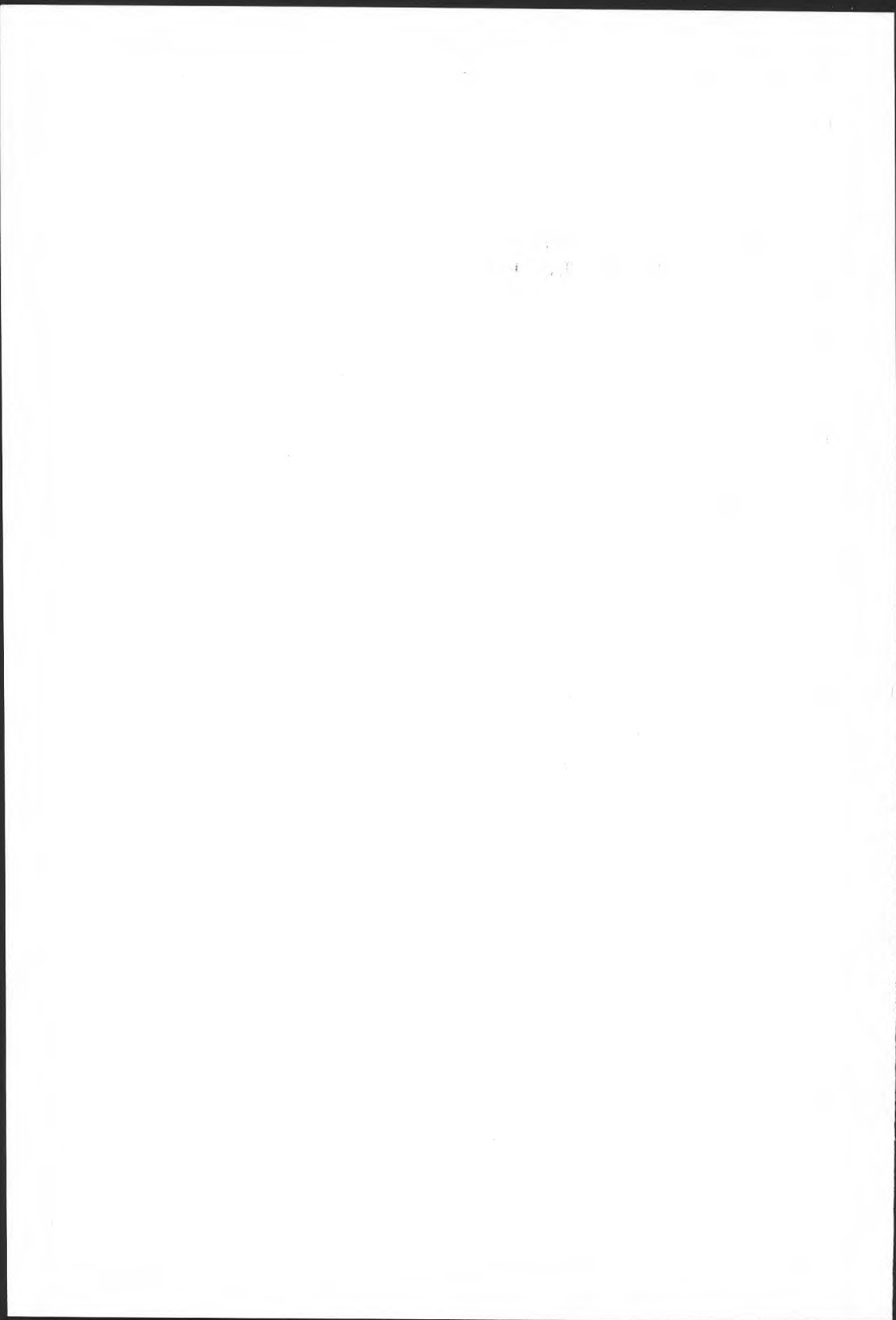
ANNONSBOJKOTTEN MOT
GÖTEBORGS HANDELS- OCH SJÖFARTS-TIDNING 1940
Myt eller realitet?

av
SVERKER JONSSON

Göteborg 1979



ANNONSBOJKOTTEN MOT
GÖTEBORGS HANDELS- OCH SJÖFARTS-TIDNING 1940



MEDDELANDEN FRÅN EKONOMISK-HISTORISKA INSTITUTIONEN
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

43

ANNONSBOJKOTTEN MOT
GÖTEBORGS HANDELS- OCH SJÖFARTS-TIDNING 1940
Myt eller realitet?

av
SVERKER JONSSON

Göteborg 1979

Tidningsekonomi och tidningskoncentration
i Sverige 1920-1970

Tryckt med anslag från
Adlerbertska Forskningsfonden

ISBN 91-85196-16-9

När Tyskland svenska båtar torpederar
- i sjöfartens stad
en ridderlig rad
av mandom morske herrar protesterar
i anletets svett
- mot herr Segerstedt.
Herr Hitler gnuggar händerna:
i Göteborg trots allt vi ha

Refräng: Tre musketörer -
Valerius Hansson, herr Berlin och lille Gulin
En, två, tre
täta grossörer
som har råd att ge en spark åt demokratin
En, två, tre
storannonsörer
som ej rädas att dra pampen och ta sig ton
En, två och
Tre musketörer

ur Alexander Dummas svenska masskonfektion

(Karl Gerhard) 1)

Tysk straffexpedition. ("Gott strafe Segerstedt!")



Professor Segerstedt i Göteborgs Handels-Tidning har länge varit hatad av de herrar i den svenska pressen, som mera ömmar för Tysklands än för Sveriges intressen. Nu går man på tysk signal till anfall på den oförvägne svensken och sanningsägaren. Att Aftonbladet går i spetsen är ju ur tysk ordningssynpunkt bara i sin ordning.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

	Sid.
I. Bakgrund	1
II. Vad berättar annonsstatistiken?	4
III. De "tre skraddarnas" annonsering	14
IV. Ur arkivens gömmor	18
V. Ögonvittnen berättar	20
VI. GHT - en utarmad tidning?	23
VII. Summering	26
Noter	28
Käll- och litteraturförteckning	31
Bilaga 1	33

TABELLFÖRTECKNING

	Sid.
I. Den totala annonsmängden för vissa tidningar åren 1938-1941 samt förändringen absolut och procentuellt mellan åren. Medeltal/utgivningsdag. Spaltcentimeter.	6
II. Total annonsmängd i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939-1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.	7
III. Riksannonseringen i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.	9
IV. Detaljist- + klassificerad annonsering i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.	10
V. Till salu/köpes, Hyres- och Lediga platserannonser i GHT och G-P. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.	11
VI. De "tre skraddarnas" annonsering i GHT, MT, GT, G-P, NT och GMP. Spaltcentimeter. Period: 26/12 1937-15/1 1938--26/12 1940-15/1 1941.	15
VII. GHT:s, G-P:s och Ny Tids annonsintäkter 1935-1944. Tusental kronor. Löpande resp. fasta priser (levnadskostnadsindex, 1935=100).	23

I. BAKGRUND

"... det gjordes försök att
strypa tidningen med annons-
blockader"
(Svensk Uppslagsbok).²⁾

I litteraturen och från bl a journalisthåll har framhållits, att en mycket betydelsefull anledning till Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidnings (GHT) svårigheter i konkurrensen med Göteborgs-Posten (G-P) var den annonsbojkott, som enligt traditionen skulle ha ägt rum mot GHT under krigets inledning till följd av tidningens starkt kritiska artiklar om förhållandena i Tyskland.³⁾ Än i dag är det många som instämmer i Karl Gerhards ord: "Jag såg i Harry Hjärne en opportunist, som medan Handelstidningen förblödde av såren från sabotörers pilar och utarmades av annonsbojkotten, skar pipor i vassen."⁴⁾

Misstanken om en bojkott har sin grund dels i uppfattningen om den kraftigt minskade annonsvolymen, dels i den aktivitet, som vissa affärskretsar i Göteborg utvecklade kring årsskiftet 1939-1940. Denna aktivitet tog sig uttryck i öppna protestbrev, som publicerades i G-P och i Göteborgs Morgonpost (GMP).

Sålunda innehöll dessa båda tidningar den 18 december 1939 ett öppet brev från göteborgsköpmännen Richard Berlin, Sven Gulin J:r och Valerius Hansson. Brevet, som kom att kallas "de tre skraddarnas brev", och som man allmänt menar utlöste en annonsbojkott mot GHT, hade bl a följande innehåll "... I denna tid, då alla göra allt för att rädda freden bedriver däremot Handelstidningen en journalistik, som i dagens svåra läge bryter ned vad många sökt rädda. Den hetspropaganda tidningen utövar och det språk den för mot krigförande stormakter är icke vad som bör förekomma i ett neutralt lands tidningar ... Handelstidningens obalanserade skrivelser äro en fara för vårt land, ty tidningen kan icke rätt bruka sin frihet ... Måttet är nu rågat, och vi våga ta oss friheten att på tusentals frihetsälskande medborgares vägnar uttala en skarp protest där- emot..."⁵⁾

Påföljande dag fanns en artikel införd i G-P och GMP, vari sex skeppsredare och en varvschef framförde ett varmt tack till göteborgsköpmännen och man tillade: "Även vi beklaga på det livligaste att den landskadliga verksamhet, som Handelstidningens ifrågavarande skrivelser enligt vårt förmenande innebär, skall få fortsätta i de allvarsfyllda och skickensediga tider vi nu genomleva."

Ytterligare två dagar senare innehöll G-P åter en protestskrivelse, denna gång från Lund, undertecknad av 62 personer, därav flera akademiska lärare. Man påpekade i skrivelsen att undertecknarna representerade olika politiska meningsriktningar och att de också hade olika uppfattning om det riktiga i professor Segerstedts kritik mot Tyskland, men de vände sig enhälligt mot det sätt på vilket denna kritik framfördes.

Den 22/12 innehöll G-P och GMP ett massinstämmande i skräd-darprotesten, då 34 göteborgsadvokater protesterade mot Segerstedts artiklar. ⁶⁾ En av undertecknarna till ifrågavarande skrivelse var advokat Arvid Schultz, som fram till slutet av 1930-talet var en av de ledande personerna bakom Göteborgs Morgonpost.

Dessa protestbrev och artiklar föranledde en intensiv tidningsdebatt och uppfordrade till motangrepp. Styrelsen för Göteborgs Fackliga Centralorganisation, representerande Göteborgs samtliga fackföreningar med omkring 75 000 medlemmar, meddelade i en skrivelse att den beslutat "att medvetet och bestämt ta avstånd från den lika oförsynta som odemokratiska proteströrelse, som nyligen igångsatts mot Handelstidningen och dess chefredaktör". ⁷⁾

Centralorganisationens ombudsmöte tog senare ett enhälligt uttalande vari man konfirmerade styrelsens ståndpunkt och man tillade: "Göteborgs arbetare ha alltid hävdad att press- och yttrandefriheten är livsvillkoret för en demokratisk samhällsordning. Men när pressfriheten utnyttjas i främmande makters tjänst, såsom skett under namn av insändare i Göteborgs-Posten och Göteborgs Morgonpost, ha vi all anledning att reagera. Av protesternas följetongskaraktär framgår, att det är fråga om en organiserad bojkott mot en tidning, som vid alla tillfällen

tydligt och klart varit motståndare till nazismen och diktaturen. Att Göteborgs Morgonpost med glädje tar in dessa protester är inte att förvåna sig över. Men att Göteborgs-Posten, som har sin huvudsakliga publik bland Göteborgs arbetare och säger sig hylla demokratin, tillåter låna sin spalter för dessa intressen är ägnat att förvåna." 8)

Protestbrev och artiklarna bär tydliga vittnesbörd om ett utbrett missnöje med GHT och Segerstedts artiklar om Tyskland och om nazistsympatier bland tongivande kretsar, bl a hos köpmän i Göteborg. 9)

Men resulterade detta missnöje i en annonsbojkott mot tidningen, och fick den i så fall allvarliga konsekvenser för GHT:s ekonomi och styrka i konkurrensen med framför allt G-P? Vi skall i det följande försöka besvara dessa frågor. Flera angreppssätt kommer att utnyttjas. Först görs en analys av den befintliga annonsstatistiken. Därefter skärskådas de tre "skraddarnas" annonsering. Vidare kommer relevant arkivmaterial och intervjuer "med dem som var med" att redovisas. Slutligen sker en analys av GHT:s och G-P:s annonsintäkter.

II. VAD BERÄTTAR ANNONSSSTATISTIKEN?

"Det är också riktigt att dess (GHT:s) annonsstock minskades avsevärt mot slutet av 1939, men denna företeelse drabbade alla tidningar och sammanhängde med en panikartad annullering av annonser så snart kriget brutit ut. När bojkotten några månader senare kom, lyckades man till en början skrämja bort en hel del annonsörer, men ganska snart släppte skräcken och på många punkter återgick allt till ordningen."
(Ingrid Segerstedt-Wiberg.) 10)

Det material, som kommer att användas för analysen i detta avsnitt, är tidningarnas interna och tidskriften Affärsekonomisk statistik.

Ägde en bojkott verkligen rum, borde denna kunna avläsas ur statistiken för år 1939 och 1940. Framför allt första halvåret 1940 är intressant, då ju de ovan nämnda proteströrelsernas effekter borde ha varit starkast under denna period.

I det följande jämföres olika tidningar och skilda annonskategorier.

Vad den totala annonsmängden beträffar framgår av tabell I, att GHT:s annonsvolym minskade med drygt 8 % mellan åren 1938 och 1939. Huvudkonkurrenten G-P minskade än mer (9,6 %). Om redovisningen skett totalt, alltså inte med medelmängden per utgivningsdag, hade G-P:s siffror visat på en ökning med 5 %. G-P blev som bekant sjudagarstidning från och med år 1939.

År 1940 sjönk GHT:s volym med över 27 %, medan G-P:s minskning stannade vid 14,6 %. Detta skulle kunna tyda på en annonsbojkott, men av tabellen framgår att även andra tidningar hade en ungefär lika stor förlust. Av de två övriga tidningarna, som ingick i Handelstidningskoncernen, visade Morgontidningen ett större bortfall än GHT. MT gick allmänt mycket dåligt och fick

läggas ned i december 1940. Göteborgs-Tidningens annonsvolym sjönk betydligt mindre än de övriga storstadstidningarna, undantaget G-P, vilket tyder på att en eventuell bojkott endast riktades mot GHT och att syftet snarare var att göra en politisk markering än att skada koncernen ekonomiskt.

Förändringen mellan åren 1940 och 1941 visar på en ökning för GHT på ca 10 %, medan ökningen för G-P var ca 15 %.

Sammanfattningsvis kan sägas, att GHT:s annonsvolym minskade kraftigt i förhållande till konkurrenterna i Göteborg, men förlusten är inte anmärkningsvärd jämförd med storstadspresen som helhet.

Tyder dessa siffror på en bojkott? Det är mycket svårt att dra säkra slutsatser härav. GHT fick under hela trettioalet lämna över mycket av sin annonsvolym till G-P, som redan i början av decenniet hade gått om i upplaga. Det anmärkningsvärda är snarare att GHT så länge lyckades bevara sin ställning som det ledande annonsorganet i Göteborg.¹¹⁾ Det är sålunda bara naturligt om GHT minskade mer än G-P, men frågan är om förändringen var onormalt kraftig.

För åren 1939 och 1940 kan data studeras mera i detalj. Vi delar först upp åren i tertial och dessutom annonsvolymen i flera kategorier.

Den hätska kampanjens effekter på GHT bör alltså ha varit som starkast under 1940 års första månader. Vi ser, att samtliga tidningar minskade mest under den andra tredjedelen av året, medan samtliga tidningar med undantag av G-P och MT tappade nästan lika mycket under den sista tredjedelen av året. Under årets första 4 månader minskade GHT och GT relativt kraftigt i förhållande till den övriga göteborgspresen och till övriga tertialer under året, vilket kan tyda på en annonsbojkott.

Intrycket av en bojkott förstärks om vi detaljstuderar annonsstatistiken under de dagar då kampanjen mot GHT var som intensivast. Det första protestbrevet publicerades som nämnts den 18 december 1939 och pressdebatten pågick under så gott som hela januari månad 1940. Under denna period minskade annonsvo-

Tabell I. Den totala annonsmängden för vissa tidningar åren 1938-1941 samt förändringen absolut och procentuellt mellan åren. Medeltal/utgivningsdag. Spaltcentimeter.

År	GHT		G-P		GMP		NT	
	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %
1938	3 344	-278	2 613	-251	1 217	-253	1 286	-7
1939	3 066	-847	2 362	-345	964	+337	1 279	-283
1940	2 219	+250	2 017	+358	1 301	+25,9	996	+184
1941	2 469	+10,1	2 375	+15,1			1 180	+15,7

År	MT		GT		DN		SvD	
	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %
1938	748	-79	801	+129	5 881	-188	4 710	-371
1939	669	-221	930	-185	5 693	-1 395	4 339	-1 217
1940	448	-	745	+134	4 298	+169	3 122	+121
1941	-	-	879	+15,2	4 467	+3,8	3 243	+2,5

År	StT		Arb.		SkD		SDS	
	Sp.cm.	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %	Sp.cm	Dif. abs. %
1938	4 577	-57	1 679	-148	2 324	-51	2 684	-172
1939	4 520	-180	1 531	-369	2 273	-24,2	2 512	-657
1940	3 340	+85	1 162	+90	1 722	+63	1 855	+199
1941	3 425	+3,7	1 252	+7,2	1 785	+3,5	2 054	+9,6

Källa: Tidskriften Affärsekonomi statistik.

Anm.: NT = Ny Tid, MT = Morgontidningen, GT = Göteborgs-Tidningen.

Tabell II. Total annonsmängd i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939-1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.

Tert.	GHT			G-P			GMP		
	1939	1940	Dif. abs. %	1939	1940	Dif. abs. %	1939	1940	Dif. abs. %
1/3	3 242	2 233	-999 -31,1	2 515	2 024	-491 -19,7	1 183	997	-186 -15,7
2/3	3 034	1 958	-1 076 -35,5	2 383	1 689	-694 -26,5	1 236	862	-374 -30,3
3/3	2 921	2 467	-454 -15,5	2 250	2 321	+71 +3,1	1 230	1 034	-196 -15,9

Tert.	NT			MT			GT		
	1939	1940	Dif. abs. %	1939	1940	Dif. abs. %	1939	1940	Dif. abs. %
1/3	1 272	1 062	-210 -16,5	663	497	-166 -25,0	318	218	-100 -31,4
2/3	1 146	725	-421 -36,7	675	383	-292 -43,3	257	192	-65 -25,3
3/3	1 419	1 198	-221 -15,6	667	464	-203 -30,4	310	284	-26 -8,4

Källa: Tidningen Affärsekonomi statistik.

lymen i GHT och GT med ca 16 % i förhållande till samma period vid årsskiftet 1938/39. Minskningen för G-P var 7 % medan både GMP och Ny Tid ökade sin annonsvolym med 0,4 respektive 5,6 %.

Protesterna mot GHT kom ju främst från lokala köpmän. Man skulle därför kunna anta, att en eventuell annonsbojkott framför allt skulle drabba lokal- (detaljist-) och den klassificerade annonseringen men i mindre grad riksannonseringen.

Förlusten under det första tertialet var relativt större för riks- än lokalannonseringen, vilket förklaras med att riksannonseringen var mer konjunkturkänslig. Riksannonseringen i GHT sjönk kraftigt, vilket var naturligt, då denna tidning hade större mängd av denna kategori än de andra tidningarna. Notabelt är att GHT och GT minskade relativt mycket mer, när det gäller lokalannonseringen i förhållande till riksannonseringen och till de övriga tidningsorganen. GMP:s minskning är anmärkningsvärt liten. En misstanke, som helt naturligt uppkommer, är: Överflyttade en del av lokalannonsörerna sin annonsering från GHT till GMP? Ett sådant handlande ter sig naturligt, eftersom de kretsar vilka anses ha stått bakom bojkotten sympatiserade med och/eller ekonomiskt stödde den senare tidningen.¹²⁾ Vi återkommer i nästa avsnitt till denna fråga.

Samma tendens gällde, fast mindre uttalad och nu med undantag för GMP, även för det andra tertialet. Analysen av främst lokal- och rubrikannonseringen indikerar sålunda en bojkott av GHT under årets första fyra månader.

Tyvärr finns ingen statistik på enbart detaljist- eller på enbart den klassificerade annonseringen under de aktuella åren. Några enskilda kategorier ur den klassificerade annonseringen kan dock redovisas.

Beträffande till salu/köpes-kategorin minskade GHT mest. Vad som bör noteras är att G-P minskade mer i andra tertialet än i första, medan det motsatta gällde GHT. Är även detta ett indicium på en annonsbojkott?

Ungefär samma fenomen uppträdde avseende hyresannonserna. Volymen gick här upp för GHT från 19,5 till 41,8 %, medan mängden för G-P "bara" gick upp från 44,1 till 51,0 %.

Tabell III. Riksanonseringen i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.

Tert.	GHT		Dif. abs.	Dif. %	G-P		Dif. abs.	Dif. %	GMP		Dif. abs.	Dif. %
	1939	1940			1939	1940			1939	1940		
1/3	1 189	668	-521	-43,8	879	544	-335	-38,1	320	272	-48	-15,0
2/3	973	439	-534	-54,9	659	359	-300	-45,5	313	204	-109	-15,0
3/3	1 042	896	-146	-14,9	670	749	+79	+10,5	288	352	+64	+18,2

Tert.	NT		Dif. abs.	Dif. %	MT		Dif. abs.	Dif. %	GT		Dif. abs.	Dif. %
	1939	1940			1939	1940			1939	1940		
1/3	506	319	-177	-35,0	176	124	-52	-29,5	63	40	-23	-36,5
2/3	380	207	-173	-45,5	169	102	-67	-65,7	52	32	-20	-38,5
3/3	409	420	+11	+2,6	171	170	-1	0,0	57	59	+2	+3,5

Källa: Tidskriften Affärsekonomi statistik.

Tabell IV. Detaljist- + klassificerad annonsering i göteborgspresen. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.

Tert.	GHT			G-P			GMP		
	1939	1940	Dif. abs.	1939	1940	Dif. abs.	1939	1940	Dif. abs.
1/3	2 011	1 547	-464	1 555	1 445	-110	619	608	-11
2/3	1 929	1 478	-451	1 417	1 201	-216	564	432	-132
3/3	1 833	1 544	-299	1 513	1 509	-4	693	476	-217
			Dif. %			Dif. %			Dif. %
			-23,1			-7,0			-1,8
			-23,4			-15,3			-23,4
			-16,3			-0,3			-31,3

Tert.	NT			MT			GT		
	1939	1940	Dif. abs.	1939	1940	Dif. abs.	1939	1940	Dif. abs.
1/3	752	743	-9	437	361	-76	254	178	-76
2/3	705	494	-211	373	227	-146	204	159	-45
3/3	998	772	-226	453	273	-180	253	225	-29
			Dif. %			Dif. %			Dif. %
			-1,2			-17,4			-29,9
			-29,9			-39,1			-22,1
			-22,6			-39,7			-11,5

Källa: Tidskriften Affärsekonomis statistik.

Tabell V. Till salu/köpes-, Hyres- och lediga platser-annonser i GHT och G-P. Förändringen mellan åren 1939 och 1940 redovisad tertialvis. Spaltcentimeter. Medeltal/utgivningsdag.

Kategori	Tert.	GHT			G-P		
		1939	1940	Dif. abs. Dif. %	1939	1940	Dif. abs. Dif. %
Till salu/ Köpes	1/3	63	40	-23 -36,5	84	71	-13 -15,5
	2/3	61	42	-19 -31,1	90	75	-15 -16,7
	3/3	55	56	+1 +0,2	79	96	+17 -21,5
Hyres	1/3	113	135	+22 +19,5	68	98	+30 +44,1
	2/3	170	241	+71 +41,8	100	151	+51 +51,0
	3/3	140	153	+13 +9,3	96	118	+22 +22,9
Lediga platser	1/3	68	40	-28 -41,2	43	34	-9 -20,9
	2/3	62	28	-34 -54,8	50	23	-27 -54,0
	3/3	43	25	-18 -41,9	32	17	-15 -46,9

Källa: Statistik förd av G-P, G-P:s arkiv.

När det gällde annonser om lediga platser inträffade det intressanta fenomenet, att G-P procentuellt tappade nästan lika mycket annonser i andra tertialet som GHT och betydligt fler i tredje tertialet. Förlusten i första tertialet var dock betydligt större för GHT än G-P.

Sammanfattningsvis skall vi utifrån den ovan redovisade annonsstatistiken försöka besvara frågan om en bojkott i realiteten ägde rum.

Vi har funnit, att annonsmängden totalt och uppdelat på kategorier minskade kraftigare i GHT än i G-P. Mönstret är något oenhetligt, när det gäller andra tidningar. Orsaken till minskningen för GHT kan sökas i: a) konkurrensen med G-P, b) konjunkturutvecklingen och c) en annonsbojkott.

När det gäller konkurrensen med G-P, vet vi, att GHT passerades i upplaga redan i början av trettio-talet, och att annonserna strömmade över från GHT till G-P i accelererad takt. G-P blev det största lokalannonsorganet redan i slutet av trettio-talet och det största rubrikannonsorganet i början av kriget - för flera underkategorier redan under trettio-talet. En del av förklaringen till att GHT minskade relativt mer i förhållande till G-P ligger helt säkert i detta faktum.¹³⁾

Kriget medförde konjunkturförändringar och tidningarna fick se sin annonsering krympa. Tidningar med en stor andel konjunkturkänsliga annonser, t ex riksannonser och hit hörde GHT, minskade naturligtvis mest, vilket kan förklara den kraftigt reducerade annonsstocken i GHT och andra storstadstidningar. G-P, som hade betydligt mindre annonsmängd av denna typ, led inte så stora förluster. Misstanken att en bojkott ägde rum förstärks av det faktum att GT, vilken ingick i Handelstidningskoncernen, minskade sin annonsvolym kraftigt under de första månaderna 1940 i förhållande till andra tidningar och i relation till hela året. Det senare tyder även på att bojkottaktionen koncentrerades till det första tertialet 1940 och att den i varje fall för GT:s del därefter upphörde.

Man kan dessutom konstatera, att flera indicier tyder på att GHT varit utsatt för en annonsbojkott under krigets första år. Utvecklingen på lokalannonsmarknaden ger de starkaste be-
läggen för ett sådant påstående. Några definitiva slutsatser låter sig dock inte dragas av det ovan redovisade materialet.

III. DE "TRE SKRÄDDARNAS" ANNONSERING

*"Året 1939 var ett svårt år för H.T. Då igångsattes av köpmän, som gjorde affärer med Tyskland, en stort anlagd annonsbojkott. ... Kampanjen inleddes med att tre göteborgsskräddare, som sålde färdigsydd kläder till Tyskland, lät införa en protest i en av stadens tidningar." (4)
(Mia Leche-Löfgren.)*

Flera bedömare menar, att annonsbojkotten mot GHT initierades av protestskrivelsen från de tre göteborgsköpmännen Richard Berlin, Sven Gulin J:or och Valerius Hansson. Vi skall i detta avsnitt undersöka hur deras annonsering utvecklade sig under de aktuella åren i göteborgspressen. Önskvärt hade varit att analysera samtliga annonsörer men detta har av resursskäl varit omöjligt.

Vi har valt att undersöka veckan efter jul och de två första veckorna i januari månad, med start årsskiftet 1937/38 och med årsskiftet 1940/41 som slutpunkt. Motivet härtill är, att under denna tid på året ägde de s k nyårsrealisationerna rum, varför de tre herrekiperingsfirmorna då hade en omfattande annonsering. Resultatet av undersökningen kommer därmed endast att visa förändringen av nyårsrealisationsannonseringen. Inga slutsatser kan dragas om utvecklingen av hela årets annonsering.

Frågan vi ställer oss: Kan vi direkt ur tidningsläggen spåra en annonsbojkott från de tre köpmännens sida mot GHT och hur kraftig var i så fall denna?

Som framgår av tabell VI försvann den här aktuella annonseringen helt från GHT:s sidor 1941, medan Valerius Hansson året före annonserade i GHT och MT. Det anmärkningsvärda är, att GHT:s volym åren 1938-1939 var så liten. G-P hade en betydligt större andel av de tre köpmännens annonsering. I själva verket var GHT:s förlust ringa, eller under en procent av GHT:s an-

Tabell VI. De "tre skräddarnas" annonsering i GHT, MT, GT, G-P, NT och GMP. Spaltcentimeter.
Period: 26/12 1937-15/1 1938--26/12 1940-15/1 1941.

År	Richard Berlin					Gulin						
	GHT	MT	GT	G-P	NT	GMP	GHT	MT	GT	G-P	NT	GMP
1938	220	231	300	170	255	170	-	-	54	-	-	-
1939	150	150	315	350	150	144	-	-	45	-	-	-
1940	-	-	-	60	-	-	-	-	-	180	115	137
1941	-	-	-	-	-	-	-	-	168	168	168	268

År	Valerius Hansson					Summa						
	GHT	MT	GT	G-P	NT	GMP	GHT	MT	GT	G-P	NT	GMP
1938	340	141	465	570	410	300	560	372	819	740	665	470
1939	526	245	385	893	350	176	676	395	745	1 283	500	320
1940	240	226	235	874	369	235	240	226	235	1 154	484	372
1941	-	-	310	594	150	217	-	-	478	762	318	485

Källa: Respektive tidning.

Anm.1: Då mätningar utförts på mikrofilmade tidningslägg har omräkning till faktisk spalthöjd företagits.

2: G-P sjudagarstidning fr o m 1939. GT sjudagarstidning.

3: Gulin annonserade (168 sp cm) i G-P, GMP, NT och GT men ej i GHT 1941 om sitt 25-årsjubileum.

nonsvolym under mätperioden. Notabelt är vidare att Valerius Hansson och Gulin fortsatte att annonsera i GT, som ingick i HT-koncernen 1941. Tydligt visade man sitt missnöje med Segerstedts artiklar genom att dra bort sin annonsering från GHT, medan avsikten ej var att skada Handelstidningskoncernen ekonomiskt. Det kommersiella värdet av annonsering i GT motverkade en bojkott mot den tidningen.

Att annonseringen ökade kraftigt i G-P åren 1939-40 behöver inte innebära att de tre annonsörerna på grund av missnöje med GHT överflyttade sin annonsering till den förra tidningen. Det kan ha varit rent kommersiella hänsyn som spelade in. G-P blev tidigt den största tidningen i Göteborg och därför det naturliga lokalannonsorganet. Tidningen var till skillnad från GHT morgontidning, vilket hade den fördelen från annonssynpunkt att annonsörerna kunde få ut sitt budskap före dagens arbete och inköp. Vidare hade G-P både absolut och iförhållande till upplagan ett lägre annonspris än GHT och tidningen innehöll mycket av lokalt redaktionellt material, vilket förde med sig lokala annonser. Detaljisterna blev också i och med krigsutbrottet ekonomiskt försiktigare och marknaden krympte, vilket torde ha påverkat annonsörerna att koncentrera annonseringen till en tidning. Önskemålen hos lokalannonsören att nå så många som möjligt med sitt budskap innebär dock att annonseringen inte helt skulle ha försvunnit om inte en bojkottaktion hade föregått. Den stora annonseringen i Ny Tid är anmärkningsvärd. Troligen sammanhängde den med att tidningen utkom på morgonen och av att den lästes av en publik som ansågs bestå av presumtiva realisationskunder.

Att annonsörerna inte uteslutande tog kommersiella hänsyn visar den relativt kraftiga volymökningen för GMP åren 1940-41, vilket säkerligen sammanhängde med att de tre handlandena genom annonsering ville stödja högertidningen, som befann sig i ekonomiska svårigheter. Sven Gulin J:or var för övrigt en av ¹⁵⁾ de ledande krafterna bakom rekonstruktionen av GMP 1940-1941.

Även personliga faktorer kan ha spelat in. Både Sven Gulin J:or och Richard Berlin hade nära kontakt med Harry Hjärne, vilket framgår av den livliga korrespondensen herrarna emellan. I ett brev från Berlin till Hjärne i samband med de fackliga protes-

terna mot G-P heter det bl a: "Å egna och mina "medbrottslingars" vägnar ber jag att få framföra ett hjärtligt tack för den utomordentligt förnäma ledaren i dagens G.P. Vännen Segerstedt är emellertid besluten to fight to the bitter end och Göteborgs arbetarevärlds protest ter sig oerhört imponerande. Då man erfar att Emil Andersson (ordf. i Göteborgs Fackliga Centralorganisation. Vår anm.) är profetens goda och personliga vän så förtar detta faktum en stor del av det första överväldigande intrycket. Förmodligen kommer väl protesten även i morgondagens G.P. och vi skulle då vara mycket tacksamma om Ni ville låta den åtföljas av en lämplig kommentar. Det har ju från början aldrig varit tal om någon kulturkamp för ordets frihet o.s.v. och G.P. bör nog också kunna gå i godo för att det ej står några 75 000 arbetare bakom protesten. I så fall borde de väl läsa hans tidning. Vi vore tacksamma för ett sista handtag....." 16)

Slutsatsen av analysen av de "tre skraddarnas" annonsering blir, att de med all säkerhet bojkottade GHT 1941, men att denna aktion på grund av den åren närmast före obetydliga annonseringen och att viss annonsering skedde i GT fick ringa ekonomiska konsekvenser. Man kan knappast säga att G-P gynnades i så måtto, att annonseringen överfördes till denna tidning. Möjligen kan GMP ha haft en viss fördel av händelsernas utveckling.

Två frågor inställer sig dock. Började bojkotten före 1940? I hur hög grad påverkade de tre köpmännens skrivelse de övriga lokalannonsörerna i en för GHT negativ riktning? Svar på dessa frågor försöker vi ge i följande två avsnitt.

IV. UR ARKIVENS GÖMMOR

*"...Vi hava såsom affärsmän på senare tid kunnat konstatera ett minskat intresse från tysk sida att tillhandahålla vårt land vis-a-vis för oss mycket viktiga varor. Sambandet mellan dessa företeelser må vara mer eller mindre påtagligt; vi anse oss dock böra därav göra de slutsatser och dra de konsekvenser, som synas oss närmast till hands liggande."
(Brev till T. Segerstedt.) 17)*

Arkiven innehåller få handlingar, som berör en eventuell annonsbojkott mot GHT. Ovanstående citat är hämtat ur den privata korrespondensen till Torgny Segerstedt de aktuella månaderna. Denna brevsamling innehåller ett flertal brev med mer eller mindre hätska utfall mot Segerstedt personligen med anledning av dennes artiklar. Motsatsen överväger dock - alltså brev med instämmanden och stöd för Segerstedts linje. Endast i något enstaka brev skymtar hotet om en annonsbojkott. Däremot meddelar flera brevskrivare att de upphör med prenumerationen på GHT. Några av dessa brevskrivare är ägare till företag och noterbart är att den advokatbyrå, som var ombud för Stockholms, Göteborgs, Malmös, Gävles, Helsingborgs och Trelleborgs köpmannaföreningar "slutar att vara prenumerant å tidningen på grund av den fara som tidningen för närvarande utgör för landet".¹⁸⁾ Även om dessa personer, som upphörde med prenumerationen på GHT, hade inflytande över företag och organisationer, vilka annonserade i tidningen, är det omöjligt att dra slutsatsen, att de även deltog i en annonsbojkott.

Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidnings arkiv ger få spår efter en eventuell annonsbojkott. I styrelsen har en bojkottaktion aldrig diskuterats, i varje fall har en sådan diskussion aldrig protokollförts.¹⁹⁾

I GHT-arkivet har påträffats en förteckning daterad den 23 december 1939, vilken upptar 25 namn på personer och företag, som

med anledning av protesterna avsågt sig prenumeration på GHT. Bland företagen märks AB Motorverken, Svenska Ostasiatiska Kompaniet, Skånska Cementgjuteriet samt Transportkompaniet. Vidare upptar listan 4 direktörer/disponenter, 2 köpmän, 1 garageinnehavare, 4 läkare/tandläkare, 1 advokat med styrelseuppdrag i 3 företag samt ett antal personer utan titelbestämning.²⁰⁾ Lika lite, som när det gällde brevskrivarna till Segerstedt ovan, vågar vi dra slutsatsen här, att dessa företag och personer upphörde med annonsering i GHT.

Som framhållits ovan (s. 14) anses de "tre skraddarnas" brev ha varit den utlösande faktorn för en annonsbojkott. Dessa herrar var organiserade i Göteborgs Köpmannaförbund och var aktivast i underorganisationen Föreningen Göteborgs Herrekiperingar. Styrelsen för konfektionsutskottet i nämnda förening behandlade den 29 november 1939 frågan om annonsering i GHT och styrelsen framhöll "därvid det olämpliga att annonsera i en angiven tidning".²¹⁾ Den 11 december kom frågan upp på föreningsmötet men detsamma beslöt att frågan "ej skall föranleda något ställningstagande eller uttalande av föreningen".²²⁾

Resultatet av den av oss företagna arkivgenomgången blir, att det fanns ett ganska utbrett missnöje med Segerstedts hållning till Tyskland under dessa månader. Detta missnöje tog sig främst uttryck i uppsägning av prenumerationer på GHT. Noterbart, men inget bevis för en annonsbojkott, är den stora andelen företag(are)/annonsörer som upphörde med tidningen.

Att en viss organiserad aktivitet från några köpmän existerade, ger diskussionen inom konfektionshandlarnas branschorganisation vittnesmål om, men denna aktion fick långt ifrån majoriteten av köpmännen med sig.

V. ÖGONVITTNEN BERÄTTAR

*"Inte ens om jag får en miljon
skall jag ha en annons i Han-
delstidningen."
(Företagare i Helsingborg.) 23)*

Tyvär är de flesta, som var verksamma i händelsernas centrum, idag avlidna eller har av åldersskäl svårt att erinra sig de aktuella frågorna. Vi har dock lyckats utföra intervjuer med sex personer, som alla hade en central position, när det gäller att bedöma en eventuell bojkott mot GHT.

Följande personer har intervjuats:

Jonas Almerlöv, annonsdirektörens assistent under de aktuella åren. Professor Hans Forssman, son till Axel Forssman. Den senare var styrelseordförande i GHT AB fram till sin död 1942. H. Forssman efterträdde sin far i styrelsen. Karl-Erik Johansson, annonsackvisitör på GHT under den aktuella tiden. Frk Ingrid Pellmer, annonsdirektörens sekreterare. Redaktör Ingrid Segerstedt-Wiberg, dotter till huvudredaktören på GHT Torgny Segerstedt. Fru Karin Setterberg, sekreterare åt Axel Forssman, sedermera gift med Forssmans efterträdare som styrelseordförande, advokat Torsten Setterberg.

Intervjupersonerna är överens om att någon uttalad annonsbojkott inte förekom förrän 1940 då en sådan initierades av de "tre skraddarnas" brev. Almerlöv och Forssman menar att det tidigt från annonsörshåll förekom ett missnöje med Segerstedts artiklar, vilket ledde till en minskad annonsering. Forssman vill inte kalla händelserna vid årsskiftet 1939/40 för en organiserad bojkott, utan en aktion från Berlin, Valerius Hansson och Gulin, där den senare var den drivande kraften, för att genom informella samtal och kontakter få även andra annonsörer att dra bort sin annonsering från GHT.

De tillfrågade personerna anser att bojkotten var en kortvarig historia. Forssman menar därför, att en jämförelse av annonsstatistik på års- eller månadsbasis är en dålig metod för att bevisa huruvida en annonsbojkott ägt rum.

Samtliga upplevde starkt att en bojkottaktion var för handen. Framför allt var diskussionen härom livlig på tidningen under dessa dagar. Almerlöv säger att annonsavdelningen fick mottaga flera negativa reaktioner från annonsörer och Karl-Erik Johansson mötte som annonsackvisitör ett starkt motstånd på fältet. Den senare påpekar också att kontona och inkomsterna för dem som arbetade på provisionsbasis gick ned under denna tid. Ingrid Pellmer bekräftar detta.

Det var främst de nämnda köpmännen, som bojkottade tidningen. Enligt Forssman var motivet för deras handlande rädslan för att deras affärer med Tyskland skulle bli lidande. Almerlöv bekräftar att de "tre skraddarnas" annonsering var ringa och att bortfallet av denna inte hade någon större ekonomisk effekt på GHT. Däremot hade de redare och advokater, som instämde i skraddarprotesten genom egna skrivelser, intressen i flera företag, vilket kan ha haft sin betydelse, då dessa på ett direkt eller indirekt sätt påverkat de företag de hade inflytande över att inte annonsera i GHT. Av de 34 göteborgsadvokater, som undertecknade protestskrivelsen, innehade 16 tillsammans 45 styrelseuppdrag i skilda företag.²⁴⁾ Motivet för redarna att protestera mot Segerstedt var enligt Forssman, att det var livsnödvändigt för sjöfarten att goda förbindelser rådde mellan Sverige och Tyskland.

Det var främst lokalannonseringen som drabbades, senare i någon mån även riksannonseringen. Småannonserna berördes inte nämnvärt och inga annonsbyråer bojkottade GHT. När det gäller riksannonserna gör dock Forssman undantag för de tyska firmorna. Han tror sig minnas att sådana företag som I.G. Farben, Bayerkoncernen och Kodak upphörde med sin annonsering. Detta kan dock enligt Forssman ha skett senare under kriget.²⁵⁾ Karl-Erik Johansson och Karin Setterberg betonar att det var ett betydligt hårdare motstånd från annonsörer i Stockholm och i det övriga landet än i Göteborg, något som Forssman också starkt erinrar sig.

När det gäller aktionens syfte menar Ingrid Segerstedt-Wiberg och Hans Forssman, att bojkotten mer var ett politiskt än ett ekonomiskt fenomen. Från vissa kretsar fanns dock en önskan att skada HT-koncernen ekonomiskt. Forssman motiverar detta med att

koncernens samtliga tidningar drabbades. Almerlöv å sin sida hävdar, att bojkotten främst var ett vapen riktat mot GHT.

Den indragna annonseringen fick ringa ekonomiska konsekvenser för tidningen. Skälet härtill var, att aktionen var relativt begränsad och kortvarig. Om annonsörerna överförde sin annonsering till G-P i stället, så var detta en helt marginell företeelse, eller som Almerlöv uttrycker det: "De kanske sparade sina pengar i stället." Ingen av de intervjuade upplevde annonsbojkotten som ett hot mot GHT:s existens. Ingrid Pellmer säger: "Vi tog det med jänmmod. Vi klarade oss bra utan denna annonsering."

En följd av ovanstående resonemang blir, att samtliga tillfrågade menar att bojkotten endast hade en ytterst marginell betydelse för utgången av det "göteborgska tidningskriget". G-P skulle ändå till följd av sin upplageutveckling snart bli det största annonsorganet oavsett bojkotten. Allvarligare var annonsannulleringen till följd av krigsutbrottet och övriga påfrestningar företaget i samband härmed utsattes för samt de förluster koncernen gjort i samband med Morgontidningsäventyret. Bojkotten upplevdes som allvarlig, därför att den sammanföll med dessa händelser. Forssman menar också att en väsentlig anledning till GHT:s svårigheter var Segerstedts motstånd mot att GHT skulle övergå till morgonutgivning.

Samtliga betygar sin lojalitet mot Segerstedt och tidningens politiska linje under denna tid. Almerlöv menar dock, att flera av annonsackvisitörerna, vilka arbetade mot provision, visade sitt missnöje. Karl-Erik Johansson bekräftar att ackvisitörernas inkomster sjönk under denna tid, men att han personligen ställde upp bakom Segerstedt. Enligt Estrid Ancker skulle Segerstedt inför personalen julen 1939 för de anställdas skull ha erbjudit sig att avgå.²⁶⁾ Detta påstående förnekar de tillfrågade enstämmigt och bestämt. Karin Setterberg och Forssman menar att Segerstedt möjligen på ett skämtsamt sätt skulle ha tagit upp saken med Axel Forssman. Hans Forssman finner påståendet ytterst osannolikt, då det strider så helt mot Segerstedts uppträdande i övrigt.

VI. GHT - EN UTARMAD TIDNING?

*"Det var under de många bojkotter-
nas tid, då företaget upplevde
ett motstånd och en ekonomisk
påfrestning, som skulle komma
att kännas under lång tid."
(Hans Forssman.) 27)*

För GHT utgjorde annonserna under hela trettioalet mer än 2/3 av de sammanlagda annons- och upplageintäkterna. G-P däremot fick inte mer än 1/3 av sina intäkter från annonseringen. Det var därför naturligt, att GHT drabbades mycket hårt i samband med kriget och av den minskade annonseringen. Det ökade tidningsläsandet kunde endast till en del kompensera denna förlust. ²⁸⁾

Tabell VII. GHT:s, G-P:s och Ny Tids annonsintäkter 1935-1944. Tusental kronor. Löpande resp. fasta priser (levnadskostnadsindex, 1935=100).

År	GHT		G-P		Ny Tid	
	Löpande priser	Fasta priser	Löpande priser	Fasta priser	Löpande priser	Fasta priser
1935	2 099	2 099	760	760	416	416
1936	2 172	2 150	836	828	511	506
1937	2 244	2 158	968	931	510	490
1938	2 332	2 200	1 149	1 084	548	517
1939	2 128	1 952	1 287	1 181	558	512
1940	1 480	1 203	1 210	984	458	372
1941	1 630	1 173	1 447	1 041	552	397
1942	1 747	1 160	1 608	1 065	684	453
1943	2 033	1 329	2 002	1 308	755	493
1944	2 303	1 495	2 366	1 583	853	554

Källa: Respektive tidnings räkenskapshandlingar.

Anm.: G-P sjudagarstidning fr o m 1939.

Tabell VII visar, att GHT minskade sina annonsintäkter med drygt 30 % mellan 1939 och 1940, medan minskningen för G-P och Ny Tid stannade vid 6 respektive knappt 18 %. G-P överträffade redan 1941 med bred marginal 1938 års siffror, medan det skulle dröja till 1944 innan GHT kom upp i 1938 års resultat. Till följd av sitt högre annonspris kunde dock GHT erhålla större annonsintäkter än G-P till år 1943, trots att tidningen passerats i volym två år före.

Bilden av det allvarliga i GHT:s ekonomiska situation förstärks, om vi ser på annonsintäktsutvecklingen i fasta priser. GHT:s annonsintäkter sjönk med 38 % mellan 1939 och 1940, medan minskningen för G-P och Ny Tid stannade vid 17 respektive 27 %.

År 1944 låg GHT:s annonsintäkter - fortfarande i fasta priser - drygt 30 % under 1938 års nivå, medan G-P och Ny Tid låg över 1938 års nivå med 46 respektive 8 %.

Trots GHT:s förluster på annonssidan redovisade koncernen (Göteborgs Handelstidnings AB) som helhet en ökad vinst i procent av aktiekapitalet från 21,2 till 23,8 % mellan femårsperioderna 1935-39 och 1940-44. Förklaringen till det förbättrade resultatet - trots de försämrade annonsinkomsterna för moderorganet - torde ligga i att koncernen nu undgick de förluster som utgivningen av Morgontidningen innebar. Denna tidning, som hade startats 1932 för att möta G-P:s upplageframgångar, förde med sig en ackumulerad förlust för HT-koncernen på ca 5 miljoner kronor och lades ned 1940.

I slutet av 1920-talet hade HT-koncernen ett antal mycket goda år. Nettovinsten låg på över en halv miljon kronor per år och till aktieägarna delades 40 % av aktiekapitalet ut eller ca 400 000 kronor. Dessa års resterande besparingar gick helt åt att täcka de värsta förlusterna från Morgontidningen. Utdelningen till aktieägarna sjönk kraftigt under trettio- och fyrtiotalen, eller från drygt 30 % 1930 till 5 % 1940-44.

Svårigheterna med Morgontidningen fick även andra konsekvenser för koncernen. Harry Hjärne skriver i sina memoarer: "Då vi i slutet av 1937 sågo hur utmattad GHT blivit genom de stora förlusterna på Morgontidningen och hur man för att få pengar till

detta blad försvagade Göteborgs-Tidningen, satte vi fr o m 1939 in en stöt som vi beräknade skulle få avgörande betydelse. Göteborgs-Posten startade ett söndagsnummer..."²⁹⁾ G-P:s söndagsupplaga kom snart att utgöra en allvarlig konkurrent åt GT:s söndagsutgivning. Redan 1943 var G-P:s söndagsupplaga större än GT:s.

Sammanfattningsvis var den minskade annonseringen ingen ekonomisk katastrof för företaget som helhet. Framför allt kan annonsbojkotten - jämfört med förlusterna på Morgontidningen, startandet av G-P:s söndagsnummer samt svårigheterna i samband med krigsutbrottet - inte ha haft mer än en marginell betydelse i det här avseendet.

VII. SUMMERING

*"Någon lust att utnyttja en annonsbojkott hade jag inte... Matchen hade G-P vunnit genom segern över Morgontidningen och Handelstidningen, en hård match förd enligt spelets regler. Annonsojkotter hade vi haft nog av."
(Harry Hjörne.) 30)*

Undersökningen har ägnats åt frågan huruvida det under andra världskriget förekom en annonsbojkott med Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning orsakad av chefredaktören Torgny Segerstedts artiklar om nazismen och om förhållandena i det Tredje Riket.

En analys av den befintliga annonsstatistiken visade, att mycket tyder på att tidningens annonsnedgång 1940 delvis var orsakad av en bojkott. Tydligast framträder denna tendens på lokalannonsmarknaden. Annonsojkotten kan dock bara vara en del av förklaringen till den minskade annonsvolymen. Krigsläget medförde naturligt en minskad annonsering och den drabbade GHT speciellt hårt till följd av tidningens stora riksannonsvolym. Konkurrensen med G-P, som 1940 hade dubbelt så stor upplaga som GHT, hade under 1930-talet inneburit en successivt ökad annonsering i den förra tidningen och en stagnation i den senare. Det var därför naturligt att en annonsnedgång hårdast drabbade GHT.

Av de tre köpmännen inom konfektionsbranschen, som genom sin protestskrivelse anses ha inlett bojkotten, annonserade en sina nyårsrealisationer i GHT årsskiftet 1939/40 och ingen årsskiftet 1940/41. Då denna annonsering dock varit obetydlig redan 1938-1939 påverkade denna förlust inte nämnvärt GHT:s annonsvolym.

Inom GHT närstående kretsar var man 1940 övertygad om att tidningen var utsatt för en annonsbojkott från lokalannonsörer. Påståendet vilar på den sjunkande annonsvolymen och på nega-

tiva reaktioner från tidningens annonsörer.

En studie av GHT:s annonsintäkter och koncernens ekonomiska resultat de aktuella åren visar, att annonsbojkotten inte innebar någon nämnvärd ekonomisk förlust för företaget. Annonseringen fortsatte fast i minskad omfattning i koncernens två övriga tidningar. Allvarligare var de försämrade konjunkturerna i samband med kriget och det misslyckade experimentet med utgivningen av Morgontidningen 1932-1940.

Huvudresultatet av undersökningen blir, att en viss bojkott från lokalannonsörer ägde rum 1940. Svårigheten är att bestämma hur omfattande den var. Frågan är emellertid från konkurrensynpunkt av mindre vikt, eftersom de ekonomiska konsekvenserna på grund av bojkottens begränsade natur och kortvarighet varit negligierbara, och eftersom det har konstaterats att andra faktorer har varit utslagsgivande för utgången av det göteborgska tidningskriget. Annonsbojkotten är sålunda mer intressant som ett politiskt än som ett ekonomiskt fenomen.

NOTER

1. Kupletten "Tre musketörer" ur revyn "Dessa virriga tider" 1940. Tryckt i revyns programblad (Teaterhistoriska museet, Göteborg).

2. Svensk Uppslagsbok, band 25 sp. 754. 2:a uppl. 1963.

3. Ancker, E., Torgny Segerstedt 1876-1945. Sthlm 1962, s.405. Andersson, S., "Torgny Segerstedt och arbetarrörelsen stod varandra nära under kriget" (Ny Tid 30/11 1965). Forssman, H., "Kompromissens dödsfiende" (GHT 31/3 1970). Furhoff, L. - Hederberg, H., Dagspressen i Sverige. 2:a uppl. Sthlm 1969, s. 130. Lagerstedt, L., Åttaårigt intermezzo (i: Press och pressfolk i Västsverige 1902-1972. Gbg 1972, s. 120). Leche-Löfgren, M., Hård Tid. Sthlm 1946, s. 239. Segerstedt-Wiberg, I., Torgny Segerstedt. Sthlm 1955, s. 157. Vretblad, J. m fl, Den lilla röa. GT fyller sexti. Gbg 1962, s. 110 f.

Annonsbojkotten mot GHT är ingen unik händelse i svensk presshistoria. Flera tidningar har någon gång ansett sig vara utsatta för bojkotter. Som exempel kan nämnas att G-P under Harry Hjärnes första år som chefredaktör ansåg sig bojkottad av en annonsbyrå på grund av att tidningen skulle vara kommunistiskt ledd. (Forsström, B., Harry Hjärne och Göteborgs-Posten 1926-1940. Lindome 1977, s. 64 och 82 ff.) Ett annat exempel är Stockholms-Tidningen, som i en intern utredning om annonskonkurrensen med DN för fram, att "StT är för närvarande utsatt för bojkottaktioner i fråga om annonser (från huvudsakligen lokalannonsörer) från 1: Företag med judiska innehavare. 2: Vissa banker och dem närstående företag. 3: Företag som känner sig angripna i Högbroforsaffären" (StT:s arkiv FI:9. Pressarkivet, RA). Att just HT-bojkotten fått en sådan genomslagskraft i debatten beror sannolikt på att man menar att den fått en avgörande betydelse för konkurrenssituationen i Göteborg.

4. Cit. ur Hjärne, H., Äventyr i tidningarnas värld. Uppsala 1965, s. 192.

5. G-P, GMP 18/12 1939. Se vidare bilaga 1.

6. G-P, GMP 22/12 1939.
7. GHT, G-P 30/12 1939.
8. GHT 9/1 1940.
9. Korrespondensen till Torgny Segerstedt under de aktuella månaderna ger flera exempel på det upphetsade stämmingsläget. "...Det finns icke en enda rättänkande människa med undantag av de lägst stående oroselementen som f n hålla med i Edra åsikter. Om Ni är klok så sänd ett ombud för att lyssna på de samtal som föras av Edra större annonsörer på Köpmännens aftnar, Avenyn Göteborg. Ni skulle då säkerligen förstå huru nära till hands en liten extra annonsbojkott kan åstadkommas. Som man bäddar får man ligga." (Brev till T. Segerstedt 21/12 1939. Segerstedtsarkivet, Göteborgs Universitetsbibliotek.)
10. Segerstedt-Wiberg, a.a., s. 157 f.
11. Jonsson, S., Annonser och tidningskonkurrens. Kungälv 1977, s. 17 et passim.
12. Mattson, B.-M., Press och Kapital. En undersökning av Göteborgs Morgonpost och Aftonposten 1896-1956 (Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs Universitet. 1972. Stencil, s. 50 ff).
13. För en utförligare beskrivning av och förklaring av annonskonkurrensen i Göteborg, se Jonsson.
14. Leche-Löfgren, a.a., s. 239.
15. Mattson, a.a., s. 50 f.
16. Brev till Harry Hjärne 29/12 1939. Göteborgs-Postens arkiv.
17. Segerstedtsarkivet, GUB.
18. Korrespondensen till T. Segerstedt. Segerstedtsarkivet, GUB.
19. Så sent som i maj 1945 diskuteras dock en PM författad av annonsdirektören John Ramborgh. Då vi med ledning av denna PM kan konstatera att man från tidningens sida upplevde sig vara utsatt för en annonsbojkott under kriget, skall vi här citera valda delar av nämnda PM: "Persils annonser

30.

19. infördes i GHT till slutet av 1942, då denna annonsör anslöt sig till dem, som av politiska skäl drog in sina annonser i GHT (vår kurs.). Allmänna annonsbyrån, som handhar denna firmas annonsering, meddelade för någon tid sedan, att GHT åter var medtagen i annonsplanen för den planerade vårannonseringen. Då Persils verkställande direktör Kox var inblandad i Dagspostaffären, meddelades annonsbyrån efter konferens på tidningen att GHT icke önskade införa denna firmas annonser (vår kurs.). Idag blev jag uppringd av annonsbyrån, som meddelade, att Persil nu skulle sätta igång en stor vårkampanj - över 100 000 kr netto - och att alla de svenska tidningarna, även de kommunistiska, utom GHT komma att införa annonserna. Byrån bad oss därför taga frågan under förnyad prövning ... Skall man se affärsmässigt på saken, får jag nog, ehuru det för mig personligen är ytterst motbjudande, tillstyrka att Persils annonser åter får införas i GHT." (PM beträffande Persils annonsering. GHT Styr. Prot. 17/5 1945. Bil. GHT:s arkiv, GUB.) Styrelsen beslöt att vid de två följande sammanträdena bordlägga frågan. Den sista augusti 1945 beslöt dock styrelsen, "att med hänsyn till numera inträffade förändrade förhållanden införa annonser från Persil". (GHT Styr. Prot. 30/8 1945. GHT:s arkiv, GUB.)
20. GHT:s arkiv, GUB.
21. Protokoll fört vid sammanträde med styrelsen för konfektionsutskottet inom Föreningen Göteborgs Herrekiperingar 29/11 1939. Göteborgs Köpmannaförbunds arkiv.
22. Protokoll fört vid möte med Föreningen Göteborgs Herrekiperingar 11/12 1939. Göteborgs Köpmannaförbunds arkiv.
23. Intervju med Karl-Erik Johansson.
24. Personregistret i Svenska Aktiebolag 1941.
25. Se vidare not 19.
26. Ancker, a.a., s. 405.
27. Forssman, H., Kompromissens dödsfiende (GHT 31/3 1970).
28. Jonsson, a.a., s. 102.
29. Hjörne, a.a., s. 179.
30. Hjörne, a.a., s. 192.

KÄLL- OCH LITTERATURFÜRTECKNING

I. Otryckta källor

Riksarkivet, Stockholm (RA)

Stockholms-Tidningens arkiv:

Styrelse- och bolagsstämmoprotokoll med bilagor

Göteborgs universitetsbibliotek (GUB)

Göteborgs Handelstidnings AB:s arkiv:

Styrelse- och bolagsstämmoprotokoll med bilagor

Annonsstatistik. Räkenskapshandlingar. Diverse
osorterade handlingar

Segerstedtsarkivet:

Korrespondens

Folkrörelsernas arkiv, Göteborg (FA)

Tryckeri AB Framåts arkiv:

Räkenskapshandlingar för Ny Tid

Göteborgs Teaterhistoriska museums arkiv, Göteborg

Programblad

Göteborgs Köpmannaförbunds arkiv, Köpmännens hus, Göteborg

Styrelse- och mötesprotokoll för Föreningen Göteborgs
Herrekiperingar

Göteborgs-Postens arkiv, Göteborg

Annonsstatistik. Räkenskapshandlingar

Harry Hjärnes korrespondens

II. Tryckta källor

Svenska Aktiebolag

III. Litteratur

Ancker, Estrid, Torgny Segerstedt 1860-1945. Sthlm 1962

Forsström, Bertil, Harry Hjärne och Göteborgs-Posten
1926-1940. Lindome 1977

Furhoff, Lars-Hederberg, Hans, Dagspressen i Sverige.

2:a uppl. Sthlm 1969

En protest

De tre tänkvärda orden Samhällsanda, Vaksamhet, Tystnad möta vi i dessa dagar överallt, och svenska folket lever och efter de kloka tankar, som ligga bakom dessa ord. Sällan ha väl större prov på samhällsanda visats än i dessa dagar, där var och en gör sitt bästa för att hindra eller lindra krigets fasor. Försvarsintresset inom alla folklager är storartat, alla vilja vara med om att skydda vårt land och vår frihet.

Vår regering har i dessa dagar hart när övermänskliga svårigheter att bemästra, då det gäller att hålla Sverige utanför världsbranden, men trots det icke svika broderlandet i öster. Regeringen har liksom hela svenska folket som sin ledstjärna tre ord: Samhällsanda, Vaksamhet, Tystnad.

Pressen skall vara en spegelbild av vad som rör sig i tiden och den har i dag en synnerligen grannliga uppgift. Några oförsiktiga ord kunna ha ödesdigra följder, men våra tidningsmän veta att de allttjämt ha större tryckfrihet än i andra länder, och de bruka rätt sin frihet, ty även på tidningsredaktionen mötes man av de tre orden: Samhällsanda, Vaksamhet, Tystnad.

I denna tid då alla göra allt för att rädda freden bedriver däremot Handelstidningen en journalistik, som i dagens svåra läge bryter ned vad många sökt rädda. Den hetspropaganda tidningen utövar och det språk den för mot krigförande stormakter är icke vad som bör förekomma i ett neutralt lands tidningar. Nu ha tidningens arroganta och hatfyllda skrivelser om Tredje Riket ånyo väckt en stor uppmärksamhet i Tyskland och behandlats såväl i en skarpt hållen artikel i Hamburger Fremdenblatt under rubriken "Är detta neutralt?", som även i den tyska radion, där Sverige varnats för att föra ett sådant språk mot Tyskland.

Det övervägande flertalet av svenska folket, så även vi, hysa

en uppriktig avsky för allt förtryck av den enskilda friheten och för varje form av diktatur, men i dagens läge måste vi tyvärr dölja dessa våra känslor, ty i den nuvarande hårda politiken göra våra åsikter varken från eller till i sak men kunna däremot skada vårt land. Att på sätt som Handelstidningen giva luft åt sina känslor är icke god Samhällsanda, det är icke Vaksamhet och det är icke Tystnad. Handelstidningens obalanserade skrivelser äro en fara för vårt land, ty tidningen kan icke rätt bruka sin frihet.

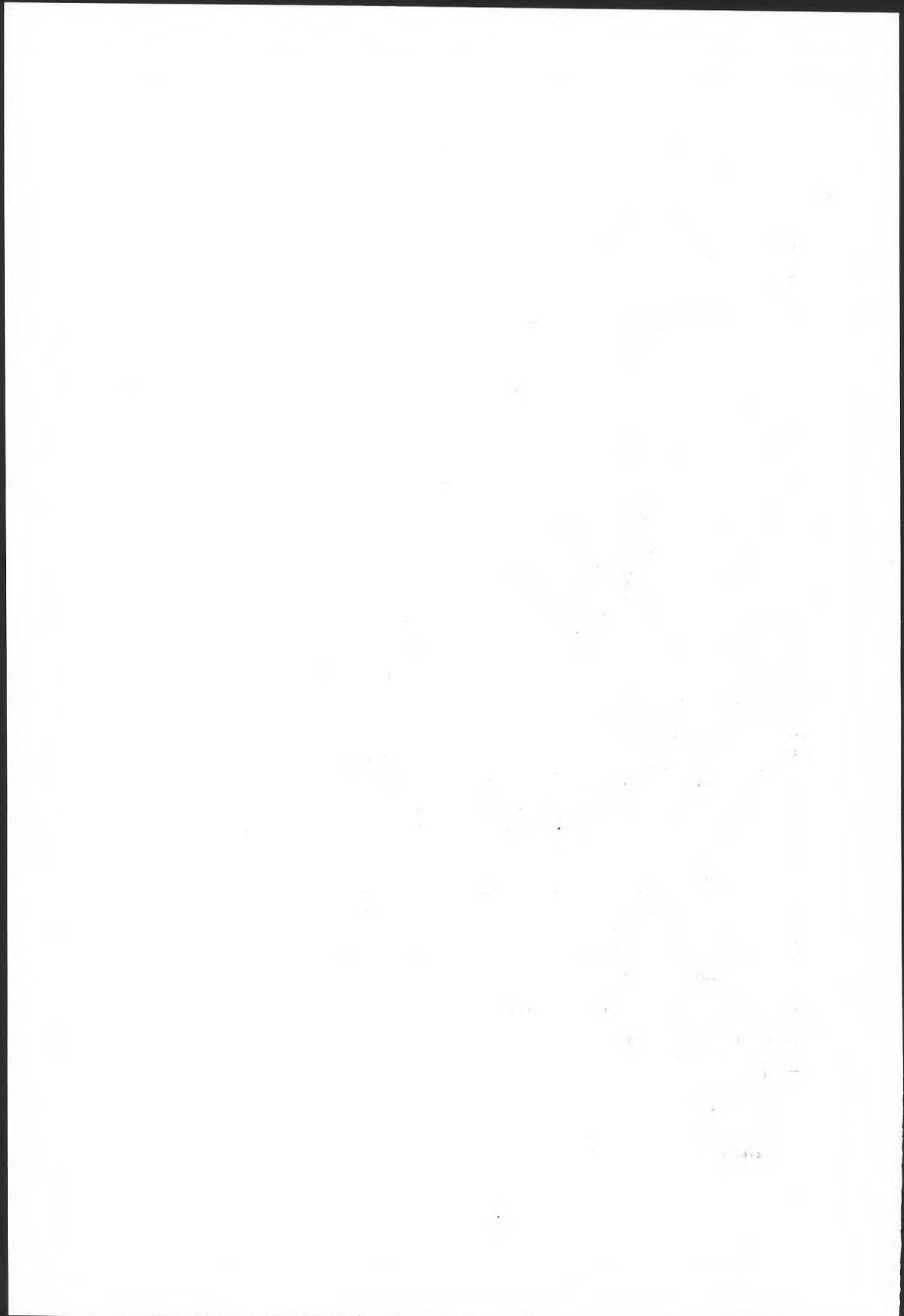
Förmodligen önskar tidningens chefredaktör genom sina skrivelser skaffa sig ett tryckfrihetsåtal för att därmed skapa en martyrgloria av frihetens apostel omkring sin person, men vi andra jordbundna medborgare ha icke råd att låta honom leka med elden då det blåser full storm. Vårt lands frihet kan stå på spel.

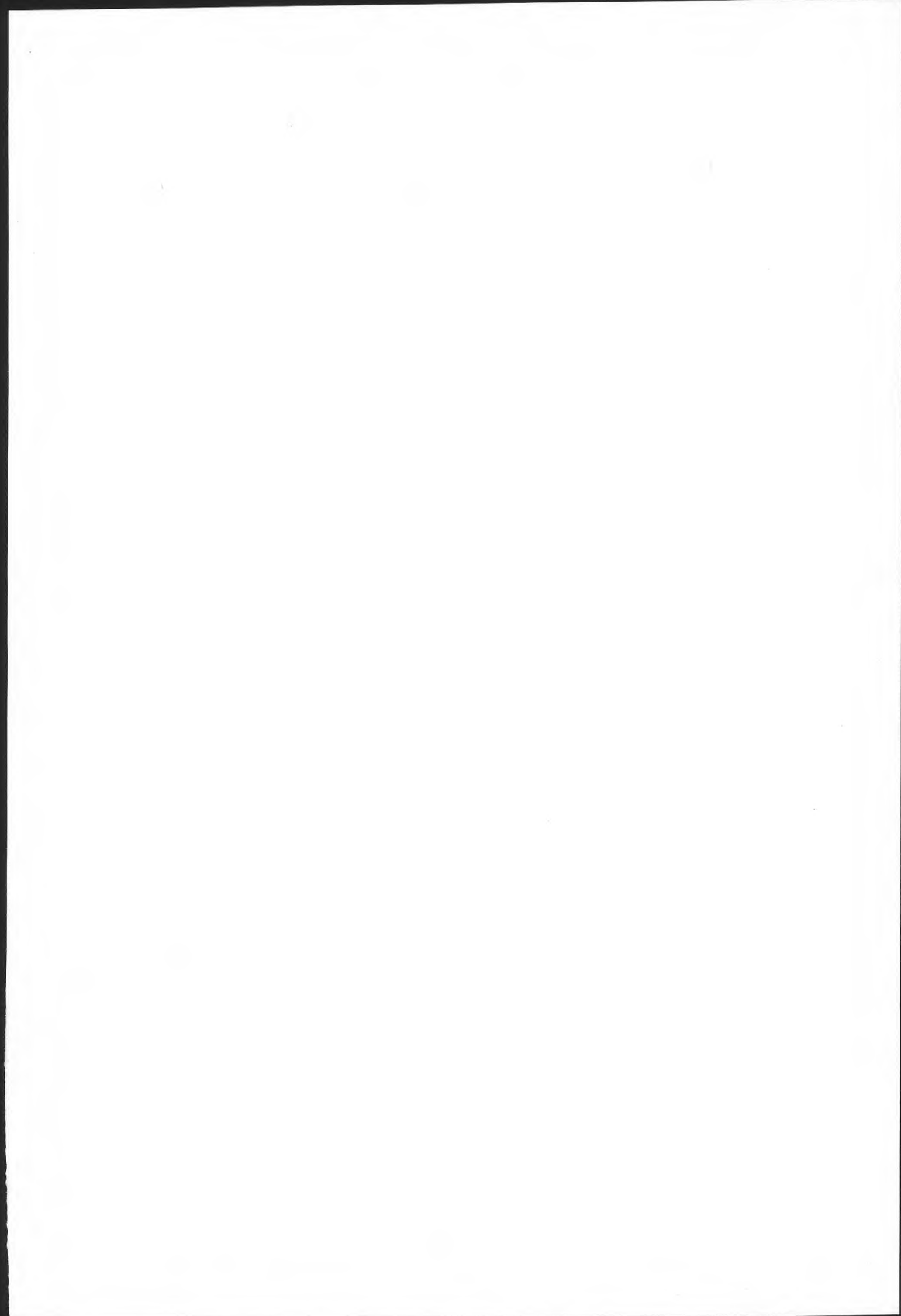
Genom att inget blir sagt i denna sak, kan man få en uppfattning att denna journalistik allmänt gillas, men så är icke fallet, ty i mycket vida kretsar av alla partier och alla samhällsklasser hysas i dag stor ångslan för Handelstidningens skrivelser. Måttet är nu rågat, och vi våga ta oss friheten att på tusentals frihetsälskande medborgares vägnar uttala en skarp protest däremot. — "Frihet är det bästa ting som sökas kan all världen kring, för den, henne väl kan bära."

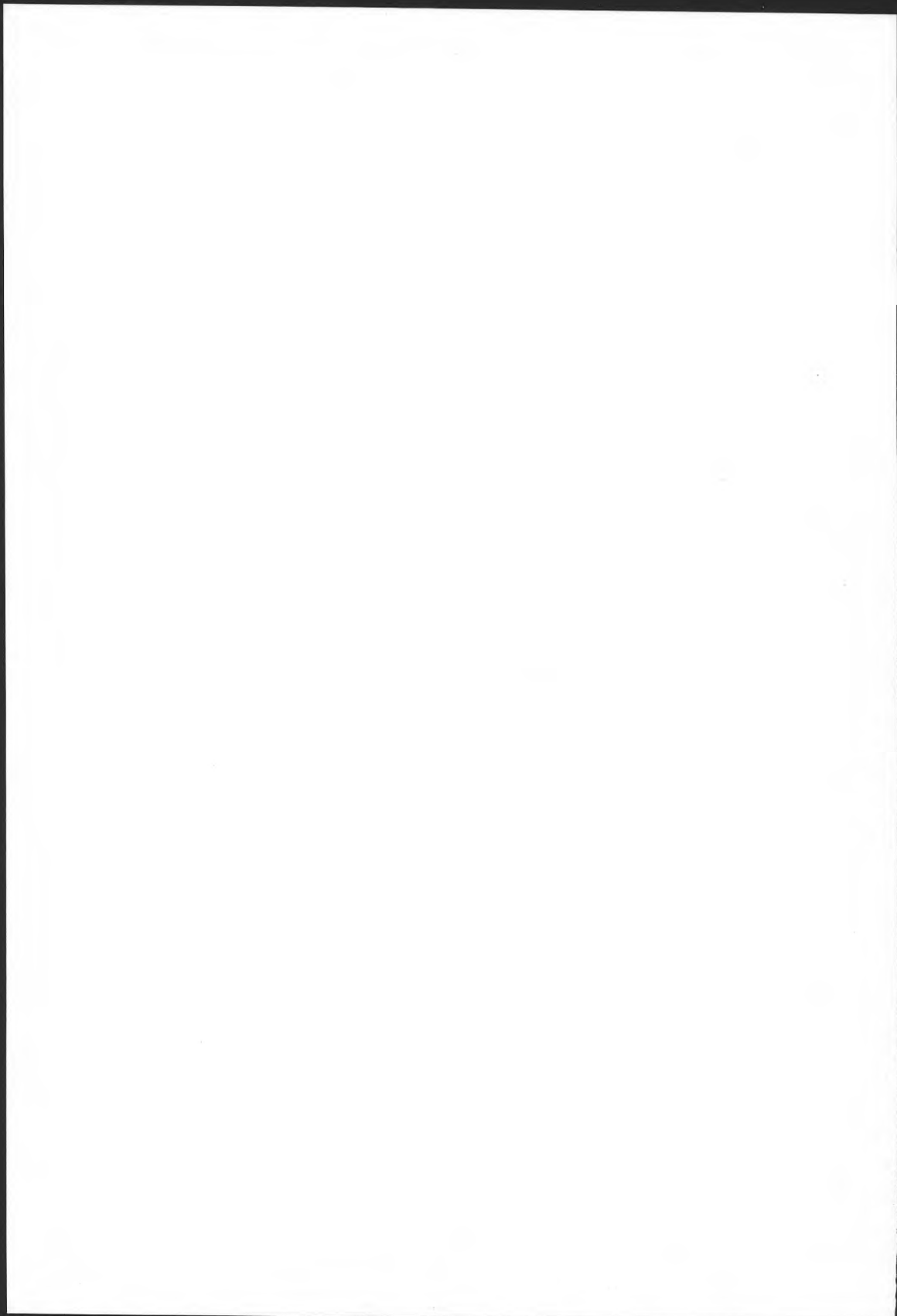
Förmodligen kommer i något kommande "I Dag" att i en medlidande ton talas om "de dunster av dyns botten-satser som spridas då förnumstiga krämare ge luft åt sina känslor", men vi ha även tagit en sådan eventualitet i övervägande innan vi avfattat denna protest mot Handelstidningens skrivelser. Vi ha vågat taga detta steg endast för att på vårt sätt och enligt vår mening följa uppmaningen Samhällsanda, Vaksamhet, Tystnad.

Göteborg den 16 december 1939.

Rich. Berlin Sven Gulin I:r Valerius Hansson







*Meddelanden från
Ekonomisk-historiska institutionen vid
Göteborgs universitet*

1. *Sture Mårtenson*: Agiot under creditsedelepoken 1789–1802. 1958.
2. *Marianne Nilsson*: Öresundstullsräkenskaperna som källa för fraktfarten genom Öresund under perioden 1690–1709. 1962.
3. *Rolf Adamson*: Den svenska järnhanteringens finansieringsförhållanden. Förlagsin-teckningar 1800–1884. 1963.
4. *Rolf Adamson*: De svenska järnbrukens storleksutveckling och avsättningsinriktning 1796–1860. 1963.
5. *Martin Fritz*: Gustaf Emil Broms och Norrbottens järnmalm. En studie i finansie-ringsproblematiken under exploateringstiden 1891–1903. 1965.
6. *Gertrud Wessberg*: Vänersjöfarten under 1800-talets förra hälft. 1966.
7. *Rolf Adamson*: Järnavsättning och bruksfinansiering 1800–1860. 1966.
8. *Sture Martinus*: Befolkningsörlighet under industrialismens inledningsskede i Sve-rige. 1967.
9. *Ingemar Nygren*: Svensk sparbanksutlåning 1820–1913. En analys av de större spar-bankernas kreditgivning. 1967.
10. *Carin Sällström-Nygren*: Vattensågar och ångsågar i Norrland under 1800-talet. 1967.
11. *Martin Fritz*: Järnmalmproduktion och järnmalmsmarknad 1883–1913. De svenska exportföretagens produktionsutveckling, avsättningsinriktning och skeppningsförhål-landen. 1967.
12. *Martin Fritz*: Svensk järnmalmsexport 1883–1913. 1967.
13. *Gösta Lext*: Mantalsskrivningen i Sverige före 1860. 1968.
14. *Martin Fritz*: Kirunagruvornas arbetskraft 1899–1905. Rekrytering och rörlighet. 1969.
15. *Jan Kuuse*: Varaktiga konsumtionsvarors spridning 1910–1965. En indikator på väl-ståndsutvecklingen i Sverige. 1969. (Akademiförlaget.)
16. *Ingela Elison*: Arbetarrörelse och samhälle i Göteborg 1910–1922. 1970.
17. *Sture Martinus*: Agrar kapitalbildning och finansiering 1833–1892. 1970.
18. *Ingemar Nygren*: Västsvenska sparbankers medelplacering 1820–1913. 1970.
19. *Ulf Olsson*: Lönepolitik och lönestruktur. Göteborgs verkstadsarbetare 1920–1949. 1970.
20. *Jan Kuuse*: Från redskap till maskiner. Mekaniserings-spridning och kommersialisering inom svenskt jordbruk 1860–1910. 1970.
21. *Sture Martinus*: Jordbruk och ekonomisk tillväxt i Sverige 1830–1870. 1970.
22. *Ingemar Nygren*: Svenska sparbankers medelplacering 1914–1968. En undersökning av de större sparbankerna. 1970.

*Meddelanden från
Ekonomisk-historiska institutionen vid
Göteborgs universitet*

23. *Jan Kuuse*: Inkomstutveckling och förmögenhetsbildning. En undersökning av vissa yrkesgrupper 1924–1959. 1970.
24. *Ulf Olsson*: Regionala löneskillnader inom svensk verkstadsindustri 1913–1963. 1971.
25. *Kent Olsson*: Hushållsinkomst, inkomstfördelning och försörjningsbörd. En undersökning av vissa yrkesgrupper i Göteborg 1919–1960. 1972.
26. *Artur Attman*: The Russian and Polish Markets in international trade 1500–1650. 1973.
27. *Artur Attman*: Ryssland och Europa. En handelshistorisk översikt. 1973.
28. *Ulf Olsson*: Upprustning och verkstadsindustri i Sverige under det andra världskriget. 1973.
29. *Martin Fritz*: German Steel and Swedish Iron Ore 1939–1945. 1974.
30. *Ingemar Nygren*: Svensk kreditmarknad under freds- och beredskapstid 1935–1945. 1974.
31. *Lars Herlitz*: Jordegendom och ränta. Omfördelningen av jordbrukets merprodukt i Skaraborgs län under frihetstiden. 1974.
32. *Hugo Kylebäck*: Konsumentkooperation och industrikarteller. Kooperativa förbundets industriföretag före 1939 med särskild hänsyn till margarin-, kvarn-, gummi- och glödlampsbranscherna. 1974. (Rabén & Sjögren.)
33. *Martin Fritz*: Ernest Thiel. Finansman i genombrotts-tid. 1974.
34. *Jan Kuuse*: Interaction between Agriculture and Industry. Case studies of farm mechanisation and industrialisation in Sweden and the United States 1830–1930. 1974.
35. *Lars Herlitz*: Fysiokratismen i svensk tappning 1767–1770. 1974.
36. *Sven-Olof Olsson*: German Coal and Swedish Fuel 1939–1945. 1975.
37. *Ulf Olsson*: The Creation of a Modern Arms Industry. Sweden 1939–1974. 1977.
38. *Sverker Jonsson*: Annonser och tidningskonkurrens. Annonsernas roll i tidnings-ekonomi och betydelse för koncentrationsprocessen i Stockholm, Göteborg och Malmö. 1977.
39. Ekonomisk-historiska studier tillägnade Artur Attman. 1977.
40. *Bertil Andersson*: Handel och hantverk i Göteborg. Två företagargrupperns ekonomiska utveckling 1806–1825. 1977.
41. *Folke Karlsson*: Mark och försörjning. Befolkning och markutnyttjande i västra Småland 1800–1850. 1978.
42. *Hans Wallentin*: Arbetslöshet och levnadsförhållanden i Göteborg under 1920-talet. 1978.
43. *Sverker Jonsson*: Annonsbojkotten mot Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning 1940. Myt eller realitet? 1979.

ISBN
91-85196-16-9