

# SID.



**EN TIDNING OM PRESSBYRÅNS TIDNINGAR**



**SID.** ges ut av Reitan Servicehandel AB, 08-587 490 00

**Pressbyrå** Mariette Kristenson, Jonny Lönn, Axel Sandberg

**Produktion** Aller Custom Publishing, 08-457 80 00

**Projektleddare** Johan Lindberg **Redaktör** Jonatan Leman

**Art director** Olof Helldin **Layout** Markus Hillborg

**Korrektur** Magnus Larsson **Omslagsfoto** Klara G

**Styling** Victoria Nordström **Repro** Aller Magazine AB

**Tryck** Roto Smeets **Upplaga** 600 000



“

Om man säljer kalsonger ska man fortsätta att sälja kalsonger.” Så lön H&M-ägaren Erling Perssons nekande svar på frågan om han ville vara med och finansiera journalisterna Bobo Karlssons och Lars Peder Hedbergs ambitiösa tidningsprojekt *Sthlm City* 1978. 31 år senare har tidningsmarknaden vuxit, mognat och kommersialiseras. Men fortfarande görs satsningar som föds ur hjärtat, inte plånboken. Klas Ekman har träffat innovatorerna bakom de svenska magasin som kanske inte har sålt mest, men som lämnat tydligast avtryck i hyllorna. (**SID.** 10)

”För att förstå en tidningsredaktion måste man förstå att den inte bara är en drömfabrik utan också ett fängelse. Alla som är bra på att skriva förenas av att de hatar att skriva och gör allt för att slippa det.” Jan Gradvall introducerar en bildserie som tar oss med in i hetluften på kontorslandskapen hos fem av tidningsvärldens mest tongivande titlar. Från *Vogue* i Bombay till *Wired* i San Francisco, med start på **SID.** 25. (Exakt hur mycket han hatade att skriva sitt förord låter vi vara osagt.)

”På flygplatsen i Kalmar möter vi Lill Lindfors. Vi är bokade på samma flight. Hon åker rentav med oss i bilen till Stockholm. Lill tilltalar våra läsare. Det är hon och Lill-Babs, de går aldrig ur tiden.” Som reporter på *Svensk Damtidning* gäller det att ha järnkoll på allt från kungens musiksmak och Daniel Westlings njurar till finlandssvenskan i *Beck*-filmerna. Johanna Fredriksson skriver dagbok från vardagen på Sveriges populäraste veckotidning. (**SID.** 36)

”Ett av de första jobben var en fåtöljplåtning för *Wallpaper* i Sala Silvergruva. Bilderna blev superbra, men strömmen gick och vi fastnade nere i gruvan. Man förstår sällan det kaos som ligger bakom en bild.” Det säger inredningsstylisten Lotta Agaton. Precis som modestylisten Maria Virgin och matstylisten Elisabeth Johansson, frilansar hon i dag för några av världens största magasin. Tillsammans ger de en avslöjande inblick i ett av branschens mer osynliga, men viktigaste yrken. (**SID.** 5)

Kaos verkar dock inte bo granne med Bryan Adams. För den kanadensiske rockstjärnan som sedan några år tillbaka också är en väletablerad porträtfotograf räcker det med att lyfta på luren. ”En del är folk jag känner sedan tidigare, som Dustin Hoffman eller Renée Zellweger. Andra är kollegor jag alltid velat träffa och arbeta med, som Mick Jagger, Amy Winehouse eller Billy Idol.” På **SID.** 18 bjuder han Johan Wirfält på Earl Grey och erkänner att namnet Bryan Adams ibland underlättar i den nya karriären: ”Jag har aldrig några problem att få en kopp te.”

**SID.** är en tidning om tidningar. Svenska och internationella. Tjocka och tunna. Smala och breda. På våra 48 sidor hinner vi bara berätta historierna bakom ett axplock av de cirka 2 800 titlar du kan välja mellan i Pressbyråns tidningshyllor. För att bättre bevaka allt som händer i magasinvärlden startar vi därför nu en blogg på [www.sidbloggen.se](http://www.sidbloggen.se).

Välkommen in!  
Pressbyrån



## 2 FRÅGOR TILL KENNET ANDERSSON

### Din största läsupplevelse om fotboll?

"Första gången jag kom i kontakt med *Offside*. De gjorde ett reportage om mig år 2000. Då hade jag varit utomlands i massor av år och fick en wow-upplevelse, inte bara av journalistiken utan av att folk verkligen läste texterna. Innan dess var det bara kvällstidningar. Nu fick man en chans att prata om något annat än frisyrer och färg på skorna."

### Hur har fotbollsjournalistiken utvecklats de senaste åren?

"Folk är mycket mer kunga idag. Man märker direkt vilka som gjort riktiga intervjuer och vilka som klippt och klistrat. Det behöver inte handla om Zlatan eller Ronaldinho. Jag läser heller om ett division trelag från Polen. Det kan jag tycka är fruktansvärt intressant."

Kennet Andersson är VM-bronsmedaljör och consigliere på *Offside*.



## 1 FRÅGA TILL JOHAN GUSTAFSSON

### Var finns de roligaste korsorden?

"Får jag en stund över så blir det något ur Lycko-Kryss eller Mästarkryss. Där hittar man de mest utmanande kryssen. Men enklare korsord i de stora engelska dagstidningarna är nyttigt ibland, för språksinnets skull. Roligast att konstruera är riktigt svåra kryss där jag har fria händer, från val av bild till flätning. Ett bra kryss ska retas lite. Vänliga stryptag är den bästa sortens respons, då vet jag att mina nycklar biter."

Johan Gustafsson konstruerar korsord för bland annat Hemmets Journal och Söndagskrysset i *Dagens Nyheter*.

## PER WIRTÉNS 5 BÄSTA POLITISKA KOLUMNISTER

### 1. Nina Björk, *Dagens Nyheter*

Hittar alltid formuleringar som skapar irritation och reaktion. Varje kolumn ger uttrycket "vantrivel i kulturen" ett mänskligt ansikte.

### 2. Paul Krugman, *New York Times*

Hur kan en självgod Nobelpristagare i ekonomi dessutom vara en så lyckande stilist? Varje vecka i Hemingways fotspår.

### 3. Timothy Garton Ash, *Guardian*

En arrogant pösmunk som aldrig tänkt tanken att han faktiskt kan ha fel. Hoppas han aldrig bättrar sig.

### 4. Amira Hass, *Haaretz*

Rapporterar starkt från ockupationen i israeliska *Haaretz* och osentimentalt mänskligt i italienska *Internazionale*. Unik röst.

### 5. George Will, *Washington Post*

Den amerikanska högerns mest skarpslipat elaka röst. Chockade sin hemstad genom att rösta på Obama.

*Per Wirtén är chefredaktör på svenska samhällsmagasinet Arena.*



Nina Björk.



## 5 FRÅGOR TILL STAFFAN HEIMERSON

### Vilka titlar läser du regelbundet?

"Varje vecka läser jag *The Economist* från första till sista sidan. Jag läser vartenda ord. Dessutom bläddrar jag alltid igenom *Fokus*, *Neo*, *Sunday Times*, *Herald Tribune*, *Skåne*, min frus *Femina* och *Cirkulära Notiser*. Jag är medlem i Akademien för cirkuskonstens bevarande i Sverige. Sedan köper jag på mig de franska nyhetsmagasinen, som *Le Point* eller *Marianne*, bara för att inse att allt där redan stod att läsa i en tre månader gammal *Economist*."

### Vilken nytta har du av tidskrifterna i ditt yrke?

"Jag klipper ur alla intressanta artiklar och lägger i plastmappar som jag sorterat efter de ämnen jag skriver om. Sedan tar jag med mig dem på mina resor och läser igenom allt på något kafé tills jag känner att - ja, nu vet jag mer än någon annan människa om Georgien. Resten av tidningarna lägger jag i en stor hög. Skulle jag behöva återvända till dem vet jag exakt hur många decimeter ner varje nummer ligger. De fungerar som en flytväst för mig."

### Behövs tidskriften när vi får allt på nätet dygnet runt?

"Internet har förstås förändrat nyhetsjournalistiken radikalt. Men tidskriften har den fördelen att du kan läsa den naken i solstolen eller på planet över Atlanten. Flygplansläsning är helt oslagbart. Sist jag flög köpte jag *The New Yorker* och fastnade i en 20 sidor lång artikel om Schweiz värnpliktsarmé. När den var slut ville jag bara läsa 20 sidor till. Det hade aldrig hänt på nätet."

### Vilka skribenter har präglat dig mest som journalist?

"Den förste jag fastände för var Torsten Tegnér på *Idrottsbladet*. Han ägde en idrottstidning, men skrev ändå insiktsfullt om teater och politik. Då förstod jag att livet är en bred tavla. Rent stilistiskt har Rune Moberg som skrev ledare i *Se* påverkat mig mycket, så punchigt ville jag också skriva. Fast den som verkligen fick mig att vilja bli journalist var Noel Barber på *Daily Mail*. Han satt i gränspasset 1958 och skrev hem om hur Dalai Lama flydde från Tibet. Vilket var exakt vad jag drömde om att få göra."

### Vilken titel saknar du i hyllorna?

"Jag saknar en tidsskrift som *Z*. Det var den busvissling Sverige behövde. Jag skulle vilja se en fräck och uppnosig tidning från mediernas och politikens värld, istället för dokusåpornas. Lite mer *New Yorker* än *Vanity Fair*. Jag och Susanna Popova var faktiskt på god väg att starta just denna tidsskrift. Vår förebild var det amerikanska magasinet *George* som gavs ut av John Kennedys son. Vi lånade rentav titeln från dem: Göran."

Staffan Heimerson är frilansjournalist och ständigt aktuell som krönikör i *Aftonbladet*.



Saknad av Staffan.

## VI LÄSERS 5 DRÖM-INTERVJUER

### 1. Zadie Smith

I lugn och ro vill vi diskutera språk och makt, och tjsningen med läsning, med den erkänt svår-intervjuade författaren.

### 2. Yaşar Kemal

I Turkiet höll många tummarna för att Yaşar Kemal skulle tilldelas Nobelpriset i litteratur. Nu gick det i stället till Orhan Pamuk. Varför inte sammanföra dem i en diskussion om skillnaden mellan att beskriva en landsortshåla och en miljontstad?

### 3. Wisława Szymborska

Ingen genomlyser vardagens poetiska dimension med en sådan enkelhet och kraft som den polska Nobelpristagaren. Vi skickar Kristina Lugn.

### 4. Gabriel García Márquez

Vart tog den magiska realismen vägen? Och vem för arvet vidare nu när Márquez skrivit sin sista bok? Vi reser till Sydamerika för att få svar från mästaren.

### 5. Jonathan Safran Foer

Varför är det så svårt att skriva roliga romaner? Den amerikanske författaren Jonathan Safran Foer borde kunna ge ett intressant svar. Och frågan ska ställas av Richard Ford, en annan rolig författare.

Ann Lagerström och Jonas Eklöf är chefredaktör respektive redaktör på *Vi Läser*.



Zadie Smith.

“ När jag var 19 åkte jag till Paris, eftersom jag ville lära mig språket. Så länge jag kan minnas har jag fascinerats av fransk kultur. Främst de klassiska modehusen som YSL, Chanel, Christian Lacroix och Balenciaga. Av en slump började jag assistera vid modeplåtningar. Det var en stenhård hierarki som rådde. Assistenterna fick inte äta vid samma bord som resten av teamet och mycket av arbetet gick ut på att agera bud över hela Paris för att lämna tillbaka allt som användts vid plåtningarna.

För att ta mig vidare från assistentrollen började jag göra jobb på egen hand. Jag kom i kontakt med den mexikanske fotografen Enrique Badulescu genom franska *Vogue*. Han var stationerad i New York och jag i Paris, så jag flyttade dit. Fotograferna jag jobbade med var välanlitade av förlaget Condé Nast vilket ledde till att jag fick in en fot på deras numera nedlagda magasin *Mademoiselle*. Det var en helt annan värld! Vi satt vid Times Square och jag hade både privatchaufför och assistenter...

Men så inträffade 9-11 och jag bestämde mig för att återvända till Europa. Min New York-agent hade även kontor i London, så jag fortsatte jobba på med London som bas, dels för ryska, tyska och spanska *Vogue*, men även som stylist för olika rockband. Efter tio år utomlands flyttade jag hem. Min pappa blev sjuk och jag ville vara närmare honom. När jag nämnde det för Anna Harvey på Condé Nast i London berättade hon att svenska *Glamour* höll på att startas upp och där ville hon ha mig som modechef.

En stylist jag beundrar är fransyskan Marie-Amélie Sauve. Hon är aldrig förutsägbar, hon blandar helt otroligt men får ändå alltid ihop det. Och Karl Templer som är mångsidig och syr ihop enormt stora projekt. Han är motsatsen till Sauve, hans styling är väldigt verlig. Min egen inspiration får jag från gamla filmer av Ingmar Bergman och Jean-Luc Godard eller konstnärer som Picasso och Egon Schiele – inte andra modemagasin. De snarare dödar än föder kreativitet för mig.

Det bästa jag har gjort är att arbeta med Mario Testino för *VMagazine*. Jag såg honom på en Miu Miu-fest i Paris och gick fram. Testino är den mest inspirerande, positiva männska jag har träffat. Och så är han en business man; oerhört intelligent och strategisk. Jag tyckte också mycket om att arbeta med Micke Jansson när vi gjorde kronprinsessan Victoria för *Stockholm New*. Fast det största rent karriärmässigt är nog att jag haft omslag på ryska *Vogue*.

Min dröm är att få jobba med Karl Lagerfeld, eftersom han både plåtar och designar – för Chanel och Fendi – det skulle vara intressant. Det jag uppskattar hos Lagerfeld är att han är ungdomlig och en förnyare. Det är enda sättet att överleva i den här branschen. Han tillhör fortfarande dagens generation samtidigt som han är en del av tidigare generationer. Det är mode för mig.”

## MARIAS FAVORITER

**1. VANITY FAIR.** Alltid intressant läsning av bra journalister.



**2. VOGUE.** Högska nivå på modet.

**3. CONDÉ NAST TRAVELLER.** Superbra tips på hotell, resor och spa över hela världen.



“

Min pappa är arkitekt och direkt efter gymnasiet började jag hjälpa honom. Sedan blev det jobb på möbelföretaget Designers Guild. Där var jag i sju år, både i Sverige och i England.

En dag ringde Mårten Nihlén, som nu är chefredaktör på *Residence*, och frågade om jag ville vara med och starta tidning. Då hade jag aldrig stylat innan, visste knappt att det var ett yrke. Men *Residence* var en perfekt skola. Jag gillade upplägget: två journalister, en AD och jag. De visste inget om inredning, jag visste inget om att göra tidning. Jag var redaktionschef och inredningschef där i fyra år. Jag gjorde nästan all styling själv och vi skapade en stil som blev väldigt tydlig för tidningen.

I början gjorde vi en hel del misstag. Riktlinjerna jag fick var den gosiga tidningen *Living Etc.* Så jag försökte gylla till det med tända ljus och muf-fins, men det var ju inte jag. Till slut tänkte jag: nu skiter jag i det här och gör det jag själv tycker är bra. Att göra hemma-hos-reportage är asjobbigt. Man ser ju hur de har ansträngt sig, piffat, köpt nya blommor och det första jag brukar göra är att slänga blommorna, ställa undan möblerna och köra fram en stor lastbil med rekvisita. Samtidigt som de brukar bli lite stötta tycker de att det är kul och vill ofta ha kvar alla prylar.

Efter min tid på *Residence* började jag frilansa. *Wallpapers* grundare Tyler Brûlé ringde och erbjöd mig mitt första reklamjobb i London. Han gillade Sverige och hade läst *Residence* i alla år. Men han är så klurig. Ett tag gillade han allt med Sverige och tyckte det var så coolt att vara svensk. Nu är Sverige helt ute, nu är det Japan som gäller. Ett av de första jobben för *Wallpaper* var en fältoljplattnings i Sala Silvergruva. Bilderna blev superbära, men strömmen gick och vi fastnade nere i gruvan. Allt slutade med att vi och de galet dyra fåtöljerna räddades av Räddningstjänsten. Man förstår sällan det kaos som ligger bakom en bild.

Jag lever hela tiden med mitt jobb. Jag är ju knäpp. Jag köper grön mjölk för att det är den snyggaste förpackningen. När jag är i Skåne eller Norrland vill jag inte köpa mjölk överhuvudtaget för att de har så fula förpackningar. Och jag läser mängder av tidningar. Alla inredningsmagasin, mycket mode som franska, brittiska och italienska *Vogue*. De arbetar betydligt mer med seten bakom modellerna än vi gör i Sverige. Sedan letar jag gärna inspiration på möbelmässan i Milano och i butiker världen över. Jag inspireras av prylar. Ofta bygger jag mina jobb kring en sak som jag tycker om. Det kan vara ett mönster på ett tyg eller en gammal skrivmaskin.”

#### LOTTAS FAVORITER

- 1. ELLE DECORATION UK.** De har rygrad, en konsekvent estetik och försöker inte vara alla stilar till lags.
- 2. CASA VOGUE.** Följer med Italienska *Vogue* som bilaga en gång om året. För att de vågar utmana.
- 3. FRANSKA VOGUE.** Så otroligt snyggt utgjord.



## 5 FRÅGOR TILL JOCKE ÅHLUND

### Gillar du att bli intervjuad?

"Om man sitter en hel dag och gör intervjuer så blir man deprimerad till slut. Det ledde till att jag ett tag började lyhöra i intervjuer där jag märkte att reportern ändå inte hade koll. Mest för att roa mig själv och se hur mycket de skulle svälja. Och det var en hel del faktiskt. Jag har bland annat hävdat att Kim Jong-il älskade Caesars-låten *Jerk It Out* och att den spelades på turbovolym varje morgon över hela Nordkorea till den obligatoriska morgongymnastiken."

### Ni har turnerat en del i USA. Är repotrarna mer pålästa där?

"Jag upplever att det är bättre nivå rent generellt i både England och USA. Här i Sverige får man sällan en enda fråga om musiken eller texterna man skriver. I England och USA känns det som om de faktiskt har lyssnat på din musik och försökt att förstå vad det är du gör. Här hemma känns det som att de helst vill veta om man legat med någon kändis eller om man knarkar mycket."

### Du läser mycket rockbiografier, vilka är favoriterna?

"Jag har läst osunt många böcker om Rolling Stones. Till de bästa hör *Exile on Main St.* av Robert Greenfield. Den ger en nasty inblick i allaintriger, droger



och knivlagsmål som, mot alla odds, ledde till en svinbra platta. Chuck Klostermans *Fargo Rock City* är också fantastisk. Den handlar om hans uppväxt i North Dakota. Jag växte upp i Bagarmossen men båda slösade vi bort all tid på cass metal och drömmar om ett annat liv. Ett liv med distboxar, bomber, nitar, läder, tjejer och sprit."

### Vad skulle biografen om Jocke Åhlund ha för titel?

"Ungraren som försökte vara vegetarian? Jag har sjukt dåligt minne. Jag blev inbjuden till Steve Jones i Sex Pistols radioshow i LA och fick signera hans Caesars-plattor. Iggy Pop sjöng in en låt som jag skrivit, vi hängde ett dygn på Manhattan. Jag minns en bar på Lower East Side där vi tittade på det avsnittet av Conan O'Brien som vi just spelat i. Men att få ihop detta till en bok känns rätt otippat. Man vill ju läsa om skandaler, inte om någon som går till studion varje dag, sedan hem till familjen och lagar vegetarisk lasagne."

### Vilka tidningar läste du som 13-åring i Bagarmossen?

"Jag läste alltid *Okej!* Alla metalbanden var ju jämt med - Motley Crüe, Iron Maiden, Judas Priest. Inte särskilt vettig läsning men många coola bilder på frisyror och gitarrer. Sedan började vi åka in till stan och fick tag på lite lyxigare utländska magasin som *Kerrang!* och *Metal Hammer*. Jag saknar den magiska känslan allt hade då. Man tog tuben till centralen, gick till Press Stop och spanade in alla färgerprakande tidningar med vilda rockers som levde livet man själv ville leva."

Jocke Åhlund är producent och gitarrist i Caesars och Teddybears som släpper nytt album i höst.



## 3 FRÅGOR TILL KARIN BOJS

### Vilka vetenskapliga tidskrifter väger tyngst?

"Pratar vi allmänvetenskapliga tidskrifter är det *Nature* och *Science*. Inom cellbiologin är det *Cell*. Inom klinisk medicin *The Lancet* och *The New England Journal of Medicine*. Detta baseras alltså inte på något godtyckligt tyckande, utan på ett system som mäter hur många gånger en artikel citeras i andra vetenskapliga tidskrifter."

### Vilken artikel förvånade dig mest i år?

"Jag förvånas varje dag. Men något som varit viktigt den senaste tiden är artiklarna i bland annat *Science* om utvecklingen av svininfluensan och hur många av de smittade som faktiskt dör. Och *Nature* visade uppgifter om att temperaturen ökar i Antarktis. Vi visste redan att klimatet blivit varmare, men inte just där."

### Läser du några tidningar för näjes skull?

"Jag läser gärna *New Scientist*. Och jag gillar Geoffrey Carr, vetenskapsredaktören på *The Economist*. Han väljer alltid bra ämnen. Men den enda vetenskapliga tidskrift som jag prenumererar på privat är *Svensk Botanisk Tidskrift*."

Karin Bojs är vetenskapsredaktör på Dagens Nyheter.

## DE 5 BÄST SÄLJANDE PERSONERNA I POPULÄR HISTORIA

**1. Adolf Hitler.** Intresset för andra världskriget är rekordstort – och fortsätter att öka. För många är det nog Hitler som personifierar kriget.

**2. Josef Stalin.** Rysskräcken och kommunistspöket både skrämer och lockar svenska läsare. Förhållandet till grannen i öster är komplicerat, det visade exempelvis "Tingeling"-affären tidigare i år.

**3. Karl XII.** Spektakulära fälttåg funkar fortfarande. Krigarkungen som levde och dog med stövlarna på säljer tidningar 300 år efter Poltava-katastrofen.

**4. Jesus.** Historiens megakändis frälser vilket omslag som helst. Och hans liv är onekligen en bra story. Intresset för religion är stort i dag, samtidigt som allt färre går i kyrkan. Möjligen stannar de hemma och läser i stället?

**5. Muhammed.** Karikatyror behövs inte, det finns faktiskt andra bilder. Profeten gav *all time high* i försäljningen här om året. Artikeln var knappast kontroversiell, men bara det faktum att vi vågade ta upp ämnet väckte uppmärksamhet.

Magnus Bergsten är redaktionschef på Historiska Media i Lund, som ger ut Populär Historia, Allt om Historia och nystartade Militär Historia.

## 2 FRÅGOR TILL ANDERS GRANEHEIM

### Vad kan en kroppsbyggare egentligen lära sig av ett fitnessmagasin?

"Jag tror att styrketräning fokuserar väldigt mycket på hur man ska träna och det är naturligtvis viktigt. Men något som bör få ett större utrymme är balansen mellan alla andra faktorer som leder framåt, inte minst vad som innehålls i begreppet återhämtning."

### Vilken tidning är bäst i genren?

"Nummer ett för mig är *Body*, det känns naturligt då den främst vänder sig till tävlaende inom bodybuilding. Men även tidningen *Hälsa* tycker jag är intressant ur ett allmänt perspektiv."

Anders Graneheim är en av Sveriges genom tiderna mest framgångsrika kroppsbyggare.



## 2 ARTIKLAR SOM VÄCKT KÄNSLOR I VILDSVIN

### 1. Första krönikan

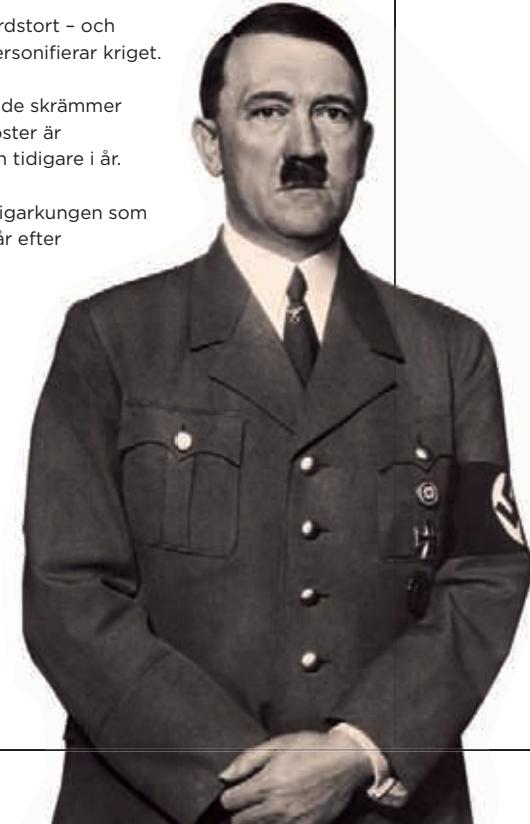
Uppgiften var att skapa en tidning för alla som är intresserade av vildsvin i Sverige. Krönikan i första numret handlade om det. Aldrig förr har något jag skrivit vällat mer uppmärksamhet. Arga och glada läsare, radio och tidningar hörde av sig och ville veta mer. Allra argast var en man som lovade att om han fick syn på redaktören i skogen skulle det inte bli några fler nummer.

### 2. Galen galtattack

Fotografen Bonny Håkansson, som aldrig tidigare varit med på jakt, fick tillbringa en dag på ett gods i Skåne. Han placeras på ett fält intill en av skyttarna. Redan efter någon minut rusrar en 150 kilo stor galt ut ur skogen med en jakthund i hasorna och viker av en meter framför skytten. En helt unik bildserie blev resultatet.



Mats Gyllsand är chefredaktör för tidningarna Jaktmarken och Fiskevatten, Fiske för Alla, samt Vildsvin, som gjorde en omtalad debut i fjol.



## SUPER PLAYS 5 SEGLIVADE SPELTIDNINGSKLYSCHOR

**1. Bra grafik.** Slitet, intetsägande och ändå helt dominerande uttryck.

**2. Exklusivt.** Bristen på kommunikation och viljan att vara först resulterar allt som oftast i att flera tidningar är först och störst med exakt samma material.

**3. Betyget 7/10.** Tillräckligt lågt för att läsaren ska fatta att spelet är kasst, men tillräckligt högt för att inte sticka ut hakan.



### 4. Final Fantasy fick mig att gråta.

Spelkritiker älskar att påpeka att spel faktiskt också väcker känslor. Speciellt de japanska.

**5. Revolutionerande!** Trots att 90 procent av spelen som släpps är mer eller mindre generiska innehåller 90 procent av alla artiklar detta ord. Vilket är en bragd i sig!

Joakim Bennet är chefredaktör för Sveriges största speltidning Super Play.

## FREDRIK STRAGES 5 SÄMSTA INTERVJUER

### 1. Thom Yorke, 1995

Radioheads sångare somnade under intervjun. Och skyllde på jetlag. Han hade just flugit in från London.

### 2. Douglas Coupland, 1996

Generation X-författaren somnade också under intervjun. Och påpekade att jag pratade väldigt dålig engelska. Jag fick inte ur honom några användbara citat förrän vi gick och handlade skivor tillsammans. När Coupland förstod att jag gillade New Order blev han lite mer samarbetsvillig.

### 3. A Tribe Called Quest, 1996

Världens mest överskattade raptrio var lika träg att intervjuas som att lyssna på. Jag tackade bara ja till att göra den här intervjun för att jag fick åka till New York.

### 4. Thåström, 1994

"Thåström ger inte intervjuer", står det numera i alla Thåströms pressutskick. 1994 pratade han fortfarande med medierna. Skivbolaget tvingade honom eftersom Peace, Love & Pitbulls andra album *Red sonic underwear* var en osäljbar katastrof. Att skivan just fått betyget 1 av 10 i tidningen *Pop*, som jag skrev för, bidrog möjligen till Pimmes dåliga humör och fåordiga svar."

### 5. Jaheim, 2001

"En otrevlig artist är alltid att föredra framför en tråkig. Och tråkigast av alla jag har träffat är Jaheim, en R&B-sångare som i början av nollnolltalet kallades "soulmusikens framtid". Han sprutade ur sig plågsamma klichéer om kärlek, soul och gemenskap. Min halvtimme med honom kändes som en vecka. Nästa dag ringde en skivbolagstjäl och sa att Jaheim bett henne tacka mig för intervjun. Han ansåg att vi fått extra fin kontakt."

Fredrik Strage är författare och skribent på Dagens Nyheter. I höst släpper han artikelsamlingen Strage text.



## 1 FRÅGA TILL ULF NORDFJELL

### Vilken är världens bästa trädgårdstidning?

"Brittiska *Gardens Illustrated*. Deras personporträtt är alltid oerhört bra. Och där finns en yrkeskunskap som man ibland saknar i de svenska titlarna. Även de tyska tidningarna har verkligen hottat upp sig. *Der Garten zum Leben* är ett fint magasin, helt utan annonser. Eller *Topos*. Annars är Holland och USA bäst på landskapsarkitektur, medan trädgårdskonsten är störst i England. De har ju ingen allemansrätt, så trädgården blir deras substitut för det. Men i dag går det faktiskt att läsa riktigt bra texter om trädgård även i *Vi eller Dagens Industri*."

Ulf Nordfjell är landskapsarkitekt och ett världsnamn inom trädgårdskonsten.



## 2 FRÅGOR TILL ANNIKA SÖRENSTAM

### Läser du mycket tidningar?

"Eftersom jag bor i USA så har jag inte tillgång till några tryckta svenska tidskrifter, förutom *Svensk Golf* som jag får skickad till mig. Men jag har läst Tom Watson i alla år, hans kolumner under rubriken *Course Management*. Fast den mest respekterade tidningen bland spelarna på touren är *Golf Digest*."

### Finns det någon golfartikel du aldrig glömmer?

"Ingen artikel direkt, men en löpsedel. När Liselott Neumann vann US Open. Det var stort."



Anniqa Sörenstam är en av världens främsta golfspelare genom tiderna.



Thom Yorke.

” En matstylist måste ha känsla för råvarorna. Inte bara kunna piffa. Om grädden är skuren spelar det ingen roll hur många blomsterblad du lägger på, du måste ha koll på konsistenser och temperaturer. Det ska se nylagat ut, smakerna ska ligga på ytan. Mat lever – skinn bildas, ytorna mattas, färgerna skiftar och timingen för när en bild ska tas fick jag i köket. Jag har jobbat på allt från Grand Hôtel till Hasseludden och Villa Källhagen, lagat maten till tre Nobelfester och tävlat med OS-kocklaget. Det var så jag lärde mig hur råvaror beter sig på tallriken.

Korv kan vara svårt, den har så fasta former. Hur du än plåtar den så blir det liksom bara en korv. Glass kan också vara lurigt. År den för fryst ser den torr ut, medan den blir kladdig och äcklig om den smälter för mycket. Då är det förstås lättare med skaldjur eller bär som är så snygga i sig. Förr gjorde jag avancerade ritningar över exakt hur såsen skulle rinna, men styling är ett teamwork och mycket handlar om att ligga steget före fotografen. Plåtar du örter måste du se på sekunden när de börjar ledsna och genast ge dem ett isbad. Ett enda visset blad kan förstöra en hel bild.

Bortsett från en bra kniv har man helt andra redskap som stylist än som kock. Man måste ha en pincett för att lägga rätt strån, tops att torka av med, penslar för att fixa glans, en sprayflaska med vatten för att fräscha upp sallad. Sedan har jag alltid en värmepistol som kan smälta choklad och stora sprutor som drar upp överbliven vätska. Men jag har ingenting på maten som inte går att äta. Det är bara soja eller olja som blänker. Ibland kanske man använder nålar eller häftmassa för att hålla uppe en rätt, men det är inga play-doh-recept som det kan vara i USA. Och maten jag stylar har jag alltid lagat själv.

På sjuttiotalet var det poppis att plåta mat rakt uppifrån. Sedan földe

en period när man skulle krypa in i maten och på nittioåret byggde man rätterna på höjden. I dag handlar det snarare om att spegla en mer jordnära livsstil. Mer ostkaka än cheesecake. Jag är nog ganska snabb på att snappa upp trender – jag var tidigt ute med lakrits – och så brukar jag försöka hitta ett tema i temat. Gör jag julbord kanske det baseras på bär eller Orienten, det kan bli både tårter och tandoorisill. Men jag gillar inte när det är för mycket rekvisita. Maten måste få ta för sig, i stället för att man funderar i timmar på hur ett vinglas ska stå.

Mitt största uppdrag var i somras på Download Festival utanför London. Där stylade jag mat till Marilyn Manson, Slipknot och 800 andra artister och funktionärer varje dag. Annars jobbar jag för de flesta svenska matteditningarna. *Gourmet*, *Allt om Mat*, *Elle mat & vin*. Ofta är det de små detaljerna som gör bilden: några droppar olivolja, en isig granité. Och jag har lärt mig att när det ser för perfekt ut så blir det inte bra. Det får gärna vara spår i smöret eller smulor i färskosten. Fast när jag gör tidningsjobb glömmer jag nästan att jag arbetar med mat. Om någon smakar och säger god vad gott, tänker jag: var det gott också?”

## ELISABETHS FAVORITER

**1. JAMIE MAGAZINE.** Helt underbar tidning i eko-stil, suverän formgivning och riktigt smarrig mat. Man blir så sugen.



**2. VOGUE ENTERTAINING+TRAVEL.** Bilderna och matstylingen är av absolut högsta klass. Ren njutning.

**3. JOURNAL CHOCOLAT.** Jag älskar att läsa om choklad och är stolt över att vi har en så bra, nischad tidning i Sverige.



# BAN BRYTARE!

FRÅN ÅTTIOTALETTS UPPTÄCKARGLÄDJE, VIA NITTIOTALETTS MOTREAKTIONER, TILL NOLLNOLLTALETTS MÅLGRUPPSJAKT.  
KLAS EKMAN BERÄTTAR HELA HISTORIEN OM MAGASINEN SOM FÖRÄNDRADE SVERIGE. TYP.

TEXT KLAS EKMAN

**S**LITZ UPPTÄCKTE JAG 1989. På långrasterna under högstadiet retirerade jag till skolbiblioteket för att slippa aporna i korridorerna, och tidningen skvallrade om en betydligt bättre och mer intressant värld än den i Särö.

De skrev om David Lynch, Albert Camus, konstig indiemusik och en gång hade de ett stort schema över hur olika rockband rörde sig på scenen. Särskilt den så kallade Clash-pulsen gjorde tryck. Jag försökte visa det för medlemmarna i mitt punkband, men de vägrade att följa några strategier.

*Slitz* var så populär att varje nytt nummer brukade stjälas, innan jag satte i system att gömma den bakom böckerna i hyllan för båtrelaterad litteratur. När jag läste att förlaget gått i konkurs och skulle säljas grät jag. Världen kändes plötsligt som en mycket tråkigare plats, det var som jag förlorat min enda riktigt intressanta vän.

Sedan dess har det gjorts försök med en vansinnig massa projekt, men ytterst få magasin har gjort ett avtryck av det slag som gör att folk fortfarande pratar om dem med samma saknad som jag minns "gamla" *Slitz*. Och precis som i det fallet har de ofta varit ekonomiska katastrofer som gjorts av små oberoende förlag och entusiastiska eldsjälar. Men även ekonomiska katastrofer kan vara viktiga kulturgärningar.

**FÖRÄNDRINGEN KOM PÅ fyra hjul.** Efter en artikel om skateboards mot slutet av sjuttiotalet tvingades journalisten Bobo Karlsson att sluta skriva för *Dagens Nyheter*. Under en period hade han skickat

hem sju eller åtta artiklar från USA, ett land som i skuggan av Vietnamkriget inte alls var så populärt i Sverige och svenska mediekretsar.

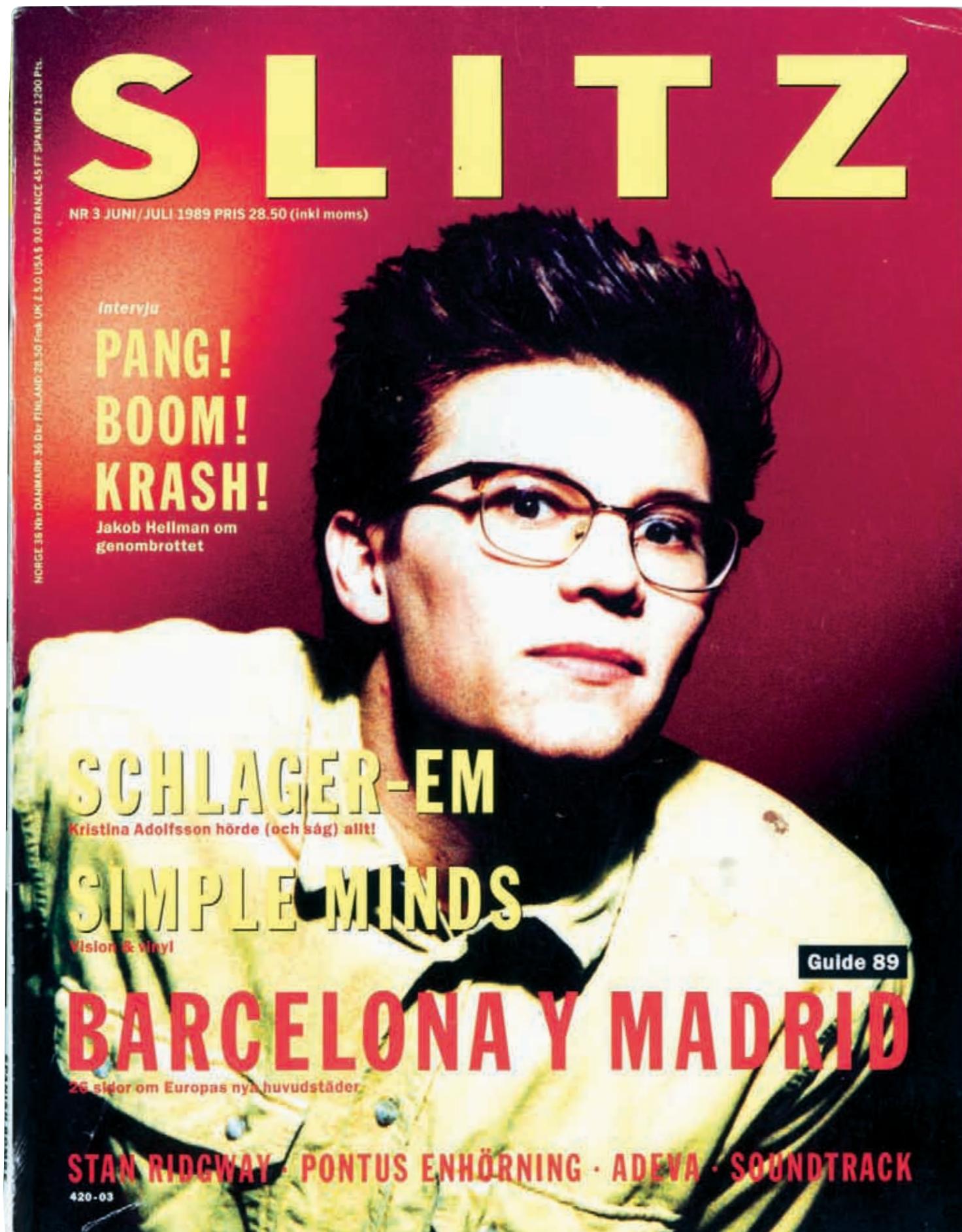
Artiklarna handlade bland annat om punken. Bobo Karlsson var den första svenska skribenten som rapporterade om Ramones, men även om den första dokusåpan och historien om gässcenen i San Francisco. Men nu med skateboard var alltså måttet rågat.

– En redaktör sade till mig att jag verkade road av att svenska barn skulle dö på grund av en kommersiell amerikansk sport. Jag svarade att det är fler som dödas i Sverige för att Gustav Vasa en gång åkte skidor, berättar Bobo Karlsson.

Tillsammans med Lars Peder Hedberg, som hade jobbat på det Bonnierägda förlaget Åhlén och Åkerlund, samt Bobos kollega Ingrid Larsson bestämde han sig för att starta en egen tidning. De hade upptäckt *Esquire* och *Rolling Stone* och älskade journalistiken i tidningarna, som helt saknade motsvarighet på hemmaplan. Allra djupast tryck gjorde *New York Magazine* som guidade till och behandlade staden på ett helt nytt sätt. De ville starta en tidning om den egna huvudstaden och bestämde sig för att kalla den *Stlm City*.

– Lars Peder skrev ett brev till Rupert Murdoch och tyckte att han skulle starta nya *New York Magazines* i London, Hamburg och Paris, men först testa konceptet ihop med oss i Stockholm. Tanken var att vi skulle ha amerikanska dollar i ryggen och ett kommunistiskt tryckeri i Polen för att väcka uppmärksamhet. Det tyckte vi var listigt. Men Murdoch svarade: "Duktigt tänkt grabbar, men jag ska sälja *New York Magazine* för den går med förlust", säger Bobo Karlsson och skrattar.

Till slut fick de gå till Åhlén och Åkerlund. Förlaget hade då mest



1989

Våren 1985 slogs musiktidningarna *Schlager* och *Ritz* ihop. Det blev starten på *Slitz* brokiga historia. I redaktionen ingick namn som Lars Nylin, Kristina Adolfsson och Jan Gradvall, och artiklarna spände hela vägen från bordshockey till Balzac. När tidningen fyra år senare gick i konkurs tog Mats Drougge, redaktören från undergroundmagasinet *April*, över rodret. Profilen kom därmed att kommersialiseras och *Slitz* påbörjade sin förvandling till den grabbtidning den är i dag. (1985–)

## "Hälften av din tid ska du tillbringa på Teatergrillen", sa Lukas Bonnier till Birgitta Dahl, eftersom det var där Månadsjournalens skribenter skulle rekryteras och smörjas.



### 1. VANITY FAIR

För journalistiken och bilderna.

### 2. FINANCIAL TIMES HELG-BILAGA

För den goda läsningen.

### 3. GUARDIAN

En dagstidning jag har svårt att slita mig ifrån.

### BOBO KARLSSON



### 1. SKIING

Riktigt bra, men få annonser. Det förvånar mig, skidsporten omsätter ju miljarder.

### 2. SONIC

Indiepressen känner jag stor respekt för. Enthusiaster som ibland åstadkommer det omöjliga och har den där äkta nerven.

### 3. INTERVIEW

Den tidiga när Andy Warhol var publicist. Till och med formatet var unikt. Och deras omslag med Rickard Bernsteins mälaade fotografier var fantastiska.

### AJJE LJUNGBERG

veckotidningar och ingenting som var i närheten av New Journalism-tänket; den form av journalistik som uppstod i USA på sextioalet med målet att förnya tidningsreportaget med hjälp av litterära grepp och ett mer subjektivt berättande.

Tonen i *Sthlm City* var bejakande och behandlade andra sociala scener än de som brukade skildras i svenska medier. Bland annat skickades Nils Petter Sundgren på porrbiot i reportaget "Långt ner i Klara" och Jan Guillou, som delade vissa av de journalistiska idealen, tillbringade två veckor på Operabaren för att porträttera landets då mäktigaste mötesplats. Det var ett samarbete som tyvärr resulterade i storbråk.

– I efterhand ångrar jag mig, säger Lars Peder Hedberg. Vi bad Jan Guillou göra samma sak som Truman Capote hade gjort om restaurangen Le Cirque på Manhattan. Men han fann Anders Wall och dennes älskarinna och kunde inte motstå tanken på att förgöra dem. Jag ville ta bort hans namn för att inte just *City* skulle förstöra ett äktenskap. Guillou tyckte dock att vi kröp och krälade för finansien och kapitalet.

Tyvärr levde inte försäljningen upp till ägarnas förväntningar – och projektet lades ned redan efter fyra månader.

– I själva verket var *Sthlm City* en makalös upplageframgång, kontrar Lars Peder Hedberg. Vi sålde runt 20 000 exemplar av de åtta nummer vi hann ge ut. Och eftersom tidningen enbart distribuerades i Stockholm med sina 2 000 distributionsplatser innebär det att *City* sålde runt hundra exemplar per ställe. Det är *unheard of idag*.

Lars Peder bröt symboliskt av sin penn. Och djupt deprimerad flyttade Bobo Karlsson till New York. Men precis när han tänkte flytta hem för att bli copywriter hände något.

– Den ena efter den andra av mina vänner började ringa för att de skulle starta tidningar. Och de ville ha artiklar.

**DEN FÖRSTE I SVERIGE** som knäckte magasinkoden var Johan Ehrenberg och hans *ETC*. Redan 1976 hade han, bara 19 år gammal, startat tidningen *Partisano* med några vänner. Den utvecklades två år senare till *ETC*. Det var visserligen en politisk tidning, men många av de grepp de använde sig av var moderna och saknade motstycke i den samtida medievärlden.

– *Sthlm City* var den första borgerliga tidningen som försökte göra samma sak som vi gjorde. Vi retades och gjorde en falsk variant av den redan innan originalet hade kommit. De hade ett bra berättande, men resten var stelt och tråkigt, säger Johan Ehrenberg.

På en viktig punkt skilje sig hans tidning från alla de andra ambitiösa magasinsatsningar som lanserades i början av åttiotalet, under de år *ETC* var som allra störst. Mycket av det formspråk som väckte sådan uppmärksamhet, med storlagna bildreportage och långa texter, tvingades fram av hårdas omständigheter. De stod helt utanför den annonsmarknad som i normala fall till stor del håller ett magasin vid liv.

– Vi är och var emot kommersialism och konsumism och har följdaktligen aldrig fått annonser. Eftersom en tidning ska vara kring 100 sidor hade vi därför plats för 40-50 bilder. Det öppnade upp för helt fria berättelseformer, säger han.

Mest uppmärksamhet fick *ETC* för ett reportage som hette "Könsbytet" och som handlade om Johan Ehrenbergs tid som Jenny Ehrenberg. Under en lång tid testade han att leva som ett annat kön.

– Det var nog det första queer-reportaget i Sverige, men medierna havererade fullständigt. De ville inte ha en debatt utan förvandlade det till en bluffhistoria. Det provocerade väldigt många och det förändrade mitt liv. Jag blev feminist på riktigt; det var nyttigt.

*ETC* var en inflytelserik men udda fågel under åttiotalet. Den var vänster, när de flesta magasin som startades följde *Sthlm City*'s apolitiska hållning. De var sociala snarare än socialistiska. Under en kort period kom tidningar som *Schlager*, *Clic* och *Resguide* (sedermera *Res*). Bonniers själv lanserade *Sköna hem*, som under chefredaktör Börge Bengtsson blev något av en dåtida *Residence*, och prestigemagasinet *MånadsJournalen* kom sommaren 1980. Tidningen byggdes på ruinerna av föregångaren *Vecko-Journalen* och chefredaktör blev Birgitta Dahl som precis pekats från *Damernas Värld*.

– Där hade jag haft 30 neurotiska damer att ta hand om, på *MånadsJournalen* var medarbetarna mer vuxna. Bonniers styrelseordförande Lukas Bonnier ville ha Sveriges bästa skribenter och vi skulle jobba med spännande kombinationer. Hans dröm var att skicka ärkebiskopen att intervjuas påven, men vi kom aldrig längre än till att Olof Buckard fick intervjuas ärkebiskopen, berättar hon.

Arbetsbeskrivningen var kort och konkret. "Hälften av din tid ska du spendera på Teatergrillen", sade Lukas Bonnier till Birgitta Dahl, eftersom det var där skribenterna skulle rekryteras och smörjas. Och de kom från den absoluta kultureliten, bland de medverkande fanns exempelvis Per Wästberg, Jan Myrdal, Lars Gustafsson och Lars Forssell. Utöver det fick hon tre år på sig att göra vinstdet räckte med två.

– Det var åttiotalets högkonjunktur. Kultur

varinne då. Vi hade alltid tio, tolv sidor konst och skribenter som Ulf Linde, det fanns ingen konkurrens. Och tidningen var väldigt snygg, lite coffee-table-aktig, säger Birgitta Dahl.

### MÅNADSJOURNALEN VAR

ett undantag. De magasin som verkligen kom att forma den svenska magasinkulturen startade allihop på små och oberoende förlag. 1983 hade en sorts efterföljare till *Sthlm City* lanserats. Den hette *Nöjesguiden* och startades i Malmö.

– Förpackandet av journalistiken i *Sthlm City* var otroligt inspirerande. De gjorde ett nattnummer med en karta över klubben Alexandra och skrev exakt vem som satt exakt var. Det var oerhört pedagogiskt. På den tiden recenseras annars bara maten. När jag senare startade *Nöjesguiden* ville jag att vi skulle berätta om bakgrundens och bedöma atmosfären lika mycket som vad som serverades. Precis så som *Sthlm City* gjorde, säger chefredaktören Akke Ljungberg.

– När vi skickade vårt första nummer till Stockholm fick vi ett vykort från Anders Gunnarsson på Café Opera som tackade för att någon äntligen gjorde seriös nöjesjournalistik. Det kändes som att få stadens nycklar.

Man kan säga att Akke Ljungberg startade upp det svenska nittioalet, decenniet när yta blev djup, redan 1983.

– Det är en skandal att Akke inte fick Stora journalistpriset, säger journalisten Jan Gradvall. Han skapade svensk nöjesjournalistik så som den kom att se ut.

1988 ägde Akke Ljungberg både *Nöjesguiden* och *Slitz* (som var en sammanslagning av *Schlager* och *Ritz*). Tidningarna delade redaktion på Malmgårdsvägen på Söder i Stockholm och det var de kommande två åren som folk efteråt kom att prata om som "tiden när *Slitz* var bra".

I redaktionen för *Slitz* ingick bland andra Lars Nylin och Jan Gradvall. Satsningen var närmast galet ambitiös och inriktningen spretade åt alla håll. Från det där schemat över rockbandens rörelsemönster, till långa artiklar om bordshockey, mest på grund av att det fanns ett på redaktionen. Upplagan låg kring 20 000, ändå envisades de med att få ett nummer med en deckarspecial att se genomskjutet ut. Det perforerades till en kostnad som garanterade förlust. I dag kallar Akke det för ett självordsförsök.

– Det häftiga med deckaromslaget var att vi gjorde det, trots allt. Egentligen var det ansvarslös, men som någon sade "alla kreativa beslut är ekonomiska och alla ekonomiska är kreativa", säger han.

Formmässigt var *Slitz* en farmliglig för utländska magasin. Formgivaren Boris Bencic



## 1978

"Sthlm City är inte en traditionell tidning. Det är Stockholms första riktiga *magazine*", deklarerade man i premiärnumrets ledare. Ambitionerna var skyhöga och i skribentskaran fanns Klas Östergren, Jan Guillou och Maria-Pia Boëthius. Bara sju nummer senare lades dock projektet ner. (1978-1978)



## 1980

Efter flera års kräftgång omvandlades Vecko-Journalen till Bonniers flaggskepp MånadsJournalen. Kultur var inne och tidningen blev med sina intima porträtt av landets kreativa elit snabbt ett måste på medelklassens soffbord. En ung PG med fru slog an tonen på första omslaget. (1980-2002)



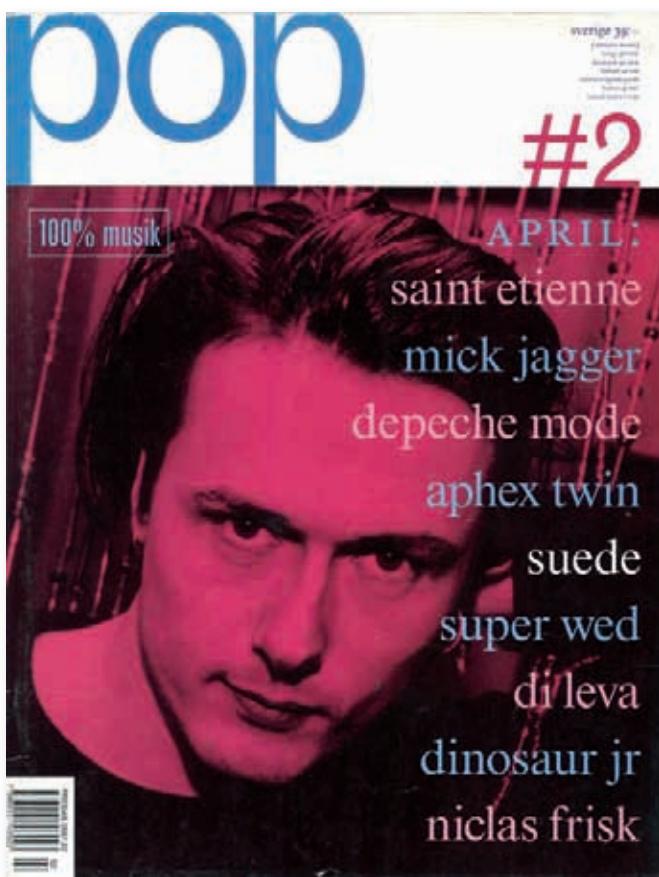
## 1982

Målet var att göra en annorlunda radikal tidning. Egentligen startades *ETC* redan 1976, under namnet *Partisano*, men det dröjde några år innan den fann sin form. Tidningens drastiska bildreportage och avslöjande journalistik blev på åttioåret stilbildande. Men också ifrågasatt och smutskastad. (1978-)



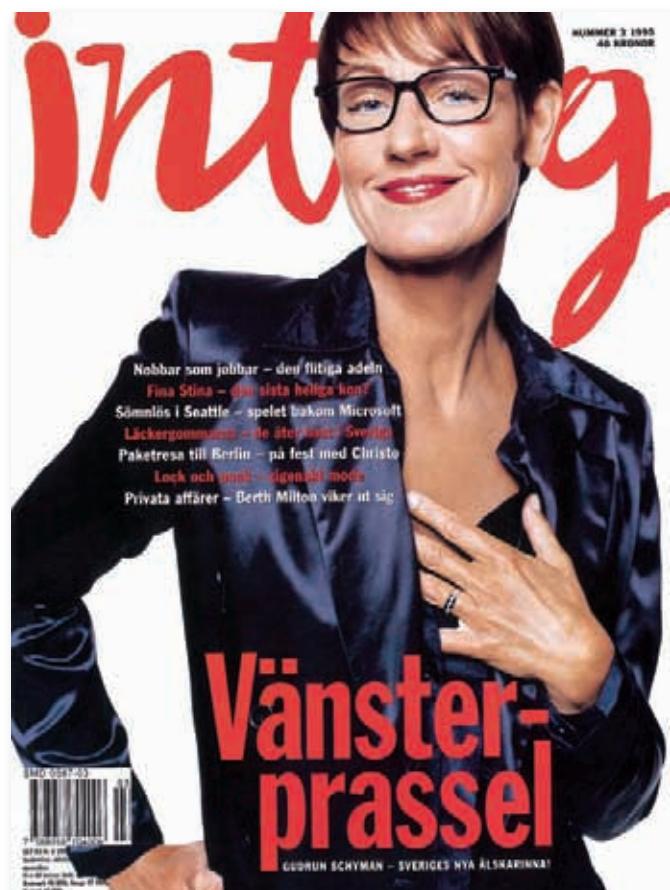
## 1988

Sveriges första riktiga modemagasin hette *Cl/C* och startades av trendanalytikern Cay Bond. Tidningen blev en plantskola för unga fototalanger och väckte stort intresse även utomlands. Framgången kom att resultera i starten av manliga motsvarigheten *Café*, medan *Cl/C* efter tio år gick upp i *Elle*. (1981-1991)



1993

Otaliga är de svenskar som har hela skivsamlingar att tacka *Pop* för. Tidningen blev ett fenomen som höjde ribban för vad musikjournalistik kan vara och introducerade nya artister på löpande band. Den inspirerade också till en ny gulddålder i hyllorna och ynglade så småningom av sig i *Bibel*. (1992–1999)



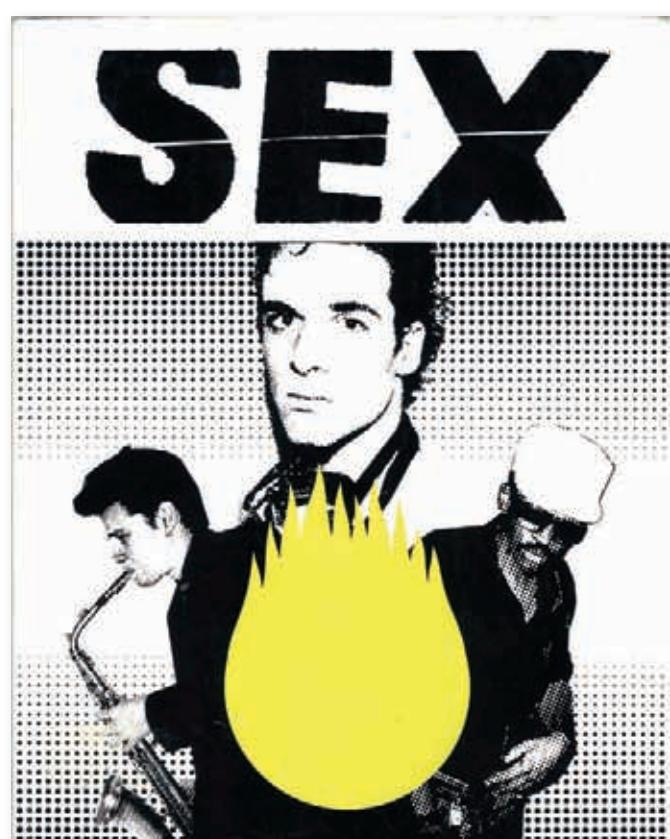
1995

*Intrig* var en svensk *Vanity Fair*. En skabros tidning där skribenter och kändisar tillsammans kunde hantera allt från kokain till blow-jobs utan att det blev tarvligt. De gamla *Sthlm City*-kollegorna Hedberg och Karlsson blev senare oense om ekonomin, men *Intrigs* första år är fortfarande kult. (1993–1995)



1998

När andra tjejer tidningar skrev om smink och dieter blev *Darling* en efterlängtad motvikt. Marie Birdes fanzine vässades i takt med att dess lekfullt kaxiga perspektiv på relationer och samtid fick fans i nya kretsar. I riksmedier blev *Darling* bland annat känd för kampanjen "Analsex – nej tack". (1997–2002)



2003

"En uppkäffig uppstickare som bryter mot rådande journalistiska trender." Så lön motiveringen när *SEX* blev årets kulturtidskrift 2005. I tio lika snygga som stringenta nummer gjorde man djupintervjuer med såväl Dita von Teese som Björn Olsson. Redaktören Ika Johannesson jobbar nu på *Filter*. (2002–2007)

## "Jag vet att *Mojo* och *Uncut* startade på grund av oss. De visade upp Pop för engelska storförlag och sa: Titta här vad de får göra i Sverige." Andres Lokko

gick till *The Face* och Martin Farran Lee till *Arena*. Men redan 1990 gick både *Nöjesguiden* och *Slitz* i konkurs. *Nöjesguiden* köptes tillbaka av Aje Ljungberg och blev en av nittonalets viktigaste plantskolor med skribenter och redaktörer som Mattias Hansson, Thord Eriksson, Martin Gelin, Clara Mannheimer och Jane Magnusson. Johan Ehrenberg övervägde att köpa *Slitz*, men en viss Mats Drougge vann striden och gjorde senare om den till en grabbtidning som en period sålde multum.

– Det är lätt att säga att den var bättre tidigare, men tidningen gick med förlust. I långa loppet måste man överleva. Mats Drougge har tjänat pengar på den, säger Aje Ljungberg.

Ytterligare ett exempel på en inflytelserik oberoende tidning var *Clic*, landets första modemagasin värt namnet, som startades av journalisten Cay Bond 1981.

– *Clic* hade oerhört stor betydelse för svenska modefotografer. Den höjde ribban och vi fick utländska annonsörer, Estée Lauder, Benetton, Dior, Ralph Lauren och andra som aldrig tidigare velat annonsera i Sverige på grund av den låga kvaliteten på veckopressen, berättar Cay Bond.

*Clic* öppnade möjligheterna att göra ett inhemskt modemagasin på ett internationellt vis. Genom tidningen, som i slutet av decenniet låg på Rosenudde Förlag, fick fotografer som Mikael Jansson, Magnus Reed och Patrik Andersson nya karriärer utomlands. VD:n Lasse Ahlm drog dessutom in Bobo Karlsson som redaktionell konsult.

Snart fick Christina Sollenberg (numera Britton) uppdraget att ta fram en motsvarande herrtidning – främst inspirerad av *GQ* och *Esquire*. Till sin hjälp hade hon bland andra Ingrid Larsson. Sveriges första magasin för män togs fram av kvinnor.

– I början var alla tveksamma till namnet *Magazine Café*, som jag älskade. De var rädda att folk skulle associera det till pensionärsprogrammet *Café Norrköping*, säger Christina Britton som minns tiden med värme.

– Det blev som en gerillorörelse kontra Bonniers. Såväl *Slitz och Resguide som ETC* och *Nöjesguiden* startades av folk som var ungefärliga lika gamla och alla tidningar slogs om samma fotografer och skribenter. Men det var vänskapligt och vi hade medvind, det var en form av högkonjunktur innan allt brakade ihop 1990, säger hon.

I början av nittonalet tog finansmannen Robert Weil och hans investmentbolag Proventus över Rosenudde Förlag och en massa folk drog sig därifrån. När han i sin tur sålde till franska Hachette som ägde *Elle* lades *Clic* ner. Kort därefter tog Fredrik Helmertz över chefredaktörskapet för *Café*.

– Den ursprungliga målgruppen var *American Psycho*-mannen. Det vill säga en

välavlönad kille i Stockholms innerstad som hade en urban livsstil. Men jag hade varit på *Värnpliktsnytt* och sett hur svenska grabbar fungerade och på TV4 där de växte fram nya kändisar. Meteorologer blev stjärnor som fick mängder av beundrarbrev. Men modet var oerhört viktigt, själva ryggraden faktiskt. *Café* skulle vara en tidning som bejakade den manliga fäfangan, säger han.

Inledningsvis gick tidningen gick inget bra, men vändningen kom sommaren 1993 då de bytte män på omslaget till en okänd svensk bikini tjejer och sin lista över de 69 sexigaste kvinnorna i landet. Numret tog slut på tre dagar.

**1991 STARTADES EN** av decenniets absolut viktigaste tidningar – *Pop*. Bakom den stod bland andra musikjournalisten och manusförfattaren Andres Lokko. *Pop* blev tongivande på ett närmast sekteristiskt sätt. Mycket genom att de använde fantastiska fotografer som JH Engström och nya skribenter som Anna Hellsten, Madelaine Levy och Fredrik Strange.

– Vi kallade oss popmusikens *BLM*, men vi blev snarare dess socialstyrelse som rekommenderade fem till åtta R&B-skivor om dagen. Som ett resultat är svenska musikfans betydligt mer inne på svart musik som, säg R Kelly, än de är i några andra europeiska länder. Jag vet också att tidningar som *Mojo* och *Uncut* startade på grund av oss. De visade upp *Pop* för engelska storförlag och sade: "Titta här vad de får göra i Sverige". Personligen tycker jag att det är som att göra Led Zeppelin ansvariga för Europe, men ändå..., säger Andres Lokko.

Första numret sålde slut i ett nafs. I Sverige blev effekten att *Dagens Nyheter* satsade mer på skivrecensioner och att *Expressen* startade *Fredag*, en i dag legendarisk bilaga där Linda Norrman (nu Skugge) breakade Broder Daniel.

Nu inträffade en magasinboom. Intresset var enormt och tack vare den nya tekniken krävdes mindre för att nå *break-even*. 1993 var det dags för ett av de mest ambitiösa svenska magasinprojekten under hela nittonalet. Konkurrensen om den titeln är förstås hård – Kinneviks *Z Magazine* och *Moderna Tider* var också väldigt bra – men när gamla *Sthlm City*-gänget gjorde comeback med *Intrig* lyckades de med konststycket att göra en svensk *Vanity Fair*. Vilket också var tanken enligt chefredaktör Bobo Karlsson. För honom handlade *Intrig* om det spännande kontra det fina.

– Vi hade sanslösa jobb om gallerister, skvallerdrottningar, konstnärer som Dan Wolgers. Samtidigt kunde vi låta Nils Petter Sundgren ta sig an Joseph Beuys och Peter Loewe porträttera Fellini. Eller be Jan Gradwall analysera drogerna i våra skivsamlingar när River Phoenix gick bort av en överdos. Vår konkurrent *MånadsJournalen* skildrade ju re-

dan det där fina Sverige där alla ritar fina hus, skriver fina böcker och gör fina filmer.

*Intrig* första nummer sålde 40 000 exemplar, men när tredje numret släpptes gick distributören i konkurs. Tidningen försvann nästan från hyllorna och det påverkade annonsintäkterna. Men *Intrig* överlevde till 1995 och Lars Peder Hedberg fick Stora journalistpriset 1994.

**OM SLITZ OCH NÖJESGUIDEN** pekade ut riktningen för nittonalet stakade tre andra tidningar som lanserades under decenniet riklinjerna för det nästföljande.

*Darling* som startades 1997 av bland andra Marie Birde, hade ett helt unikt tonfall. Visserligen kallades den för en tjejtidning, men *Darling* var mycket mer än så. Tonen var skenbart naiv och skribenter som Marit Bergman och Tommie Jönsson verkade få skriva om vad de ville och hur de ville – men i slutänden kändes det ändå som om texterna kom från en väldigt tydlig avsändare. Den var dessutom delvis kopplad till IT-boomen eftersom företaget Spray gav ut tidningen ett tag.

De andra två var *Pop*-gängets mode- och livsstilstidning *Bibel* som kom 1998 och Christina och Claes Brittons *Stockholm New* vars första nummer dök upp redan 1993. Den senare marknadsförde landets kreatörer för en nyfiken omvärld, medan den förra tilltalade ett allt mer trendmedvetet Sverige. Andres Lokko berättar att *Bibel* helt saknade förlagor.

– *Bibel* var en tidning som inte existerade. Vi tänkte aldrig i banorna "det här finns inte i Sverige" utan "det här finns inte". Vi hade en manisk ambitionsnivå. Hade vi varit tio år yngre hade vi gjort den engelskspråkig, som *Man About Town* gör. *Bibel* föddes på samma sätt som *Pop* – men mest från AD:n Stefania Malmstens frustration över att ständigt hitta nya sätt att illustrera en oändlig recension av en Small Faces-box. Här kunde vi låta skickliga fotografer ta fina foton av männskor i stället.

Med tanke på hur stort modeintresset blosade upp i Sverige mot mitten av nollnolltalet kan det i efterhand konstateras att tidningen kom ungefär fem år för tidigt.

– Men det visste vi inte då. Vi visste bara att det fanns något tilltalande med att få göra långa intervjuer med kockar, filmregissörer, författare och modeskapare istället för att bara prata med musiker, säger Andres Lokko.

Både *Bibel* och *Stockholm New* beskylldes för att vara "glossiga", ett modeord bland dags-tidningsfolk som gissningsvis syftade på det blänka pappret. Detsamma gällde *Residence*, den första inredningstidningen sedan *Sköna hem* första tid att ställa texten i centrum.

Journalisten Mattias Göransson skrev en kritisk krönikan om *Bibel* i *DN På Stan*, som



**1. VI**  
Hög kvalitet med lite jobbig form, tycker jag.

**2. VANITY FAIR**  
För bilderna och greppen på artisterna.

**3. FOKUS**  
Bra och sammattande, men jag undrar hur marknaden ser ut.

BIRGITTA DAHL



**1. ITALIENSKA OCH FRANSKA VOGUE**  
För yrkesmässig och visuell inspiration.

**2. GOURMET**  
Läser varje nummer, fortfarande väldigt bra.

**3. RES**  
Av rent personligt intresse.

CHRISTINA BRITTON

## "Vi gick efter devisen att alla människor är spännande om de intervjuas av en påläst och engagerad journalist, och det håller jag fast vid än i dag." Ika Johannesson



### 1. VIEWPOINT

Varje nummer är som ett kapitel av framtiden.

### 2. THE ECONOMIST

Ekonomi blir plötsligt spänande.

### 3. FILTER

För att jag älskar det utrotningshögtade klassiska reportaget.

JOHAN LINDSKOG



### 1. NEW YORK MAGAZINE

Bra på korta och roliga textlösningar.

### 2. VANITY FAIR

Ojämnn och ibland förbluffande oredigerad, men när det bränner till kan externa vara enormt bra.

### 3. FILTER

Så klart. Vi börjar så sakteliga hitta ett innehåll och en form som vi är nöjda med.

IKO JOHAN-NESSON

svar publicerade *Bibel*-redaktionen i flera nummer i rad en bild på honom och kallade honom "Stjärten". Medan ett modejobb i *Stockholm New* år 2000 fick upprördare kulturskribenter att beskylla Claes Britton och fotografen Mikael Jansson för att vara fascister.

– Det var ett svartvitt jobb inspirerat av ett luciatåg. Idag ser det inte så konstigt ut, men då läste man in Leni Riefenstahl-influenser i det och rasade, minns Christina Britton.

Paret Britton gjorde sitt sista nummer 2003. Då hade de bland annat hunnit med att introducera det brittiska livsstilmagasinet *Wallpapers* grundare Tyler Brûlé för Sverige.

– När utländska tidningar började skriva om Sverige blev svenskarna plötsligt nyfikna på sig själva, säger Christina Britton.

Svenska livsstiltidningar blev nu mer världsvana och började sikta in sig på allt mer tydligt definierade målgrupper – som Carina Nunstedts *Mama*.

– Jag såg hur kändismammorna visade upp sina barn i utländska magasin på ett helt nytt sätt och hur familjen hyllades i reklamen. Det fanns en rad faktorer som gjorde att *Mama* låg rätt i tiden.

Och tidningen gick över förväntan.

– *Mama* fick en egen plats i tidningshyllan. I dag får de flesta barn senare, runt 30, och då är behoven annorlunda. Man vill inte trycka på pausknappen i livet bara för att man blir mamma. Man vill fortsätta jobba, resa, shoppa, utvecklas och inspireras. Och man är uppenbarligen oerhört nyfiken på hur andra får ihop livet.

### EFTERFÖLJARNA TILL BIBEL (som

Bonnier lade ner strax efter millennieskiftet) var mer specialiserade, smalare och predikade för kören snarare än de stora massorna. Det gällde projekt som *Rodeo* och *Odd at Large*. Detsamma brukar sägas om magasinet *Bon*, som utvecklades ur krogen Spy Bars kundtidning. Men när Johan Lindskog tog fram konceptet år 2000 var målet precis tvärtom.

– Micke Andersson hade hand om *Spy Magazine* och var en gränslös entreprenör. Det som började som ett häfte i cd-format växte så det knakade. Jag var chefredaktör för mode-tidningen *Habit* och en dag kom Micke upp på kontoret med ett osannolikt erbjudande: "Jag har massor av annonser, nu vill jag att du gör en tidning".

Johan Lindskog tog fram två koncept. En kommersiellt sexig, hård tidning om nattlivet och ett avantgardemagasin om trender, som kunde innehålla nästan vad som helst bara det sa något om tidsandan, där en grundtanke var att lyfta fram smala ämnen på ett brett, nästan kvällstidningsmässigt sätt.

Valet föll på den senare varianten. Johan Lindskog rekryterades i samma vecka som

chefredaktör för *Res*, men fortsatte att vara Creative Director på *Bon*. Micke Elmenbeck (*Bons* nuvarande Creative Director) togs in som chefredaktör och tillsammans finslipade de konceptet.

Tidningen gjorde snabbt ett avtryck. Bland annat efter en stor intervju med OS-bombaren Mats Hinze, ett kontroversiellt modejobb med slöjor, ett bildreportage om knulldockor, och Fredrik Wikingsson och Filip Hammars stora, roligt skvallriga text om kungen.

– Vi körde bara. Vi ville ha den riktiga historien om Carl XVI Gustaf och visste att det skulle ge publicitet. Från början var *Bon* väldigt radikal, slog mot både höger och vänster.

Inledningsvis jämfördes den även ofta med *Bibel*, vilket Johan delvis har förståelse för.

– *Bon* behandlade samma ämnen, men jag tror att vi gjorde det på ett annat sätt. Vi tyckte på allvar att detta var saker som alla borde känna till, själva ansatsen var faktiskt väldigt folklig, säger Johan Lindskog.

Jan Gradvall tycker sig någonstans här ha bevittnat ett trendbrott i den oberoende delen av magasinjournalistiken. Skribenterna stod inte längre utanför och blickade in.

– Det var de oballa människorna som gjorde *Nöjesguiden* när den var som bäst. Allting skrevs från ett utanförperspektiv. Alla var lantisar. Hela tidningen kom från Köping, Sundsvall, Linköping eller Skåne. Alla de bästa skildringarna av vad som händer innanför tullarna skrivs av folk som kommer någon annanstans ifrån, säger han.

En annan av de mest uppmärksammade kulturtidningarna under nollnolltalet var Ika Johannessons magasin *Sex*, som liksom *City* och *Intrig* byggde på en "fildelad" idé.

– Vi modellerade *Sex* rakt av efter den amerikanska tidningen *Index*. På den tiden var *Index* en ren fråga-svar-tidning med enkel form: A3-format och typsnittet Courier rakt igenom. Framför allt mixen var inspirerande, de blandade intervjuer med djuphavsdikare, konstrockartister och porrstjärnor, alla tagna på samma allvar och intervjuade med samma intresse. Vi gick efter devisen att alla människor är spännande om de intervjuas av en påläst och engagerad journalist, och det håller jag fast vid än i dag, säger Ika Johannesson.

I dag jobbar hon med *Filter*, en ren reportagetidning som lanserades i fjol av samma gång som ligger bakom en annan av det här decenniets mest subversiva satsningar – fotbollstidningen *Offside*. Den förändrade sportjournalistiken på samma sätt som *Pop* förändrade musikjournalistiken. Utan *Offside* hade antagligen *Aftonbladets Sportbladet* och *Expressens* sportbilaga sett helt annorlunda ut. Initialt avfärdades *Offside* som ett idiotprojekt, precis som *Filter*. Men själv har chefredaktören Mattias Göransson aldrig varit det minsta orolig.

– Hade vi gjort *Offside* på nätet i stället så hade vi fått hur mycket pengar som helst. Alla sade att ett sådant magasin var helt omöjligt. Min uppfattning är att saker gjordes med ett självförtroende på nittotalet. För att använda ett larvigt managementspråk: "bra företag agerar, dåliga reagerar". På nollnolltalet har nya tidningar snarare varit reaktioner och anpassat sig till marknaden. Nittotalet var en tid då folk hade idéer, säger Mattias Göransson.

Själv gillar han *Fokus*, en oberoende nyhetssammanfattande tidning. Både *Filter* och *Fokus* brukar placeras i närheten av mer politiskt inriktade tidningar som *Arena* och *Neo* i stället. Om någon magasingenre verkar vara hippast så här i slutet av nollnolltalet är det just de samhällsinriktade. Samtliga nämnda titlar är oerhört välgjorda och tillhåll för Sveriges bästa journalister. Men Mattias Göransson ställer sig ändå avvaktande till att bli hopbuntad med några andra tidningar.

– Vissa verkar till exempel vara mer inriktade på att bli politiker än att göra bra berättande journalistik. Det blir bara tråkigt och ensidigt, som mycket annat i den genren. Jag kan till exempel inte läsa Maciej Zaremba i *Dagens Nyheter* – han är formmässigt outhärdlig. Bra journalistik triggar en fråga och sedan måste man läsa texten för att få svar. Zaremba slår fast vad han tycker redan i ingressen. Det råder inget tvivel om hans åsikter och sedan går han och bankar in det i fejset på någon jävel.

**NÄSTAN ALLA AV DE** intervjuade i den här artikeln tycker att det breda berättandet har gått förlorat, med undantag för *Filter* och *Fokus*. De upplever att många av dagens magasin snarare är specialisttidningar, allt för inriktade på särskilda åldersgrupper, och saknar ambitiösa magasin med ett bredd tilltal. En form som de flesta rentav tror skulle fungera bättre i dag än när deras egna projekt lanserades.

Och visst har de en poäng. Magasinen har blivit mer sansade, mer professionella. Därmed inte sagt att de på något vis är trista. Precis som föregångare som *Shlom City*, *Clic*, *Intrig*, *Pop* och *Stockholm New*, ges också dagens motsvarigheter ut av publicistiska äventyrare. Utan dem skulle Sverige vara bra mycket tråkigare. Och lika ledsen som jag för 20 år sedan blev när *Slitz* gick i konkurs, lika glad blir jag i dag varje gång ett nytt nummer av *Filter*, *Bon* eller *Man About Town* landar i tidningshyllan. Tack, banbrytare. ■

GLAMOUR

Mode, skönhet och modern livsstil

GQ  
Look sharp, live smart



TATLER

Glamourös, intelligent och lekfull

HOUSE & GARDEN

För ett passionerat sätt att leva



# Bryan

Det har gått 40 år sedan han fick sin första sexsträngare.

Drygt tio sedan han tog sitt första porträtfoto.

I dag förevigar **Bryan Adams** Hollywoodstjärnor och artistkollegor för världens ledande magasin.

Tillsammans med kompisen Sandor Lubbe ligger han också bakom den Berlinbaserade modetidningen

**Zoo Magazine** – allt medan han fortsätter att turnera jorden runt. Över en kopp svagt te pratar Johan Wirfält dubbla roller, trasiga kändissjälar och hotellanatomi med rockbranschens mest väluppfostrade man.

**"Jag är en porträtfotograf, helt enkelt. Vad jag försöker göra är att hitta det ovanliga i det vanliga, eller det normala i något som egentligen är bisarrt."**

**D**

**ET ÄR EN MÅNDAG**  
i början av augusti och i Chelsea i sydvästra London ställer Bryan Adams fram en kopp te. Earl Grey, inte vanligt svart te, detta är noga.

När jag, på frågan vad jag dricker, ett par minuter tidigare svarat "vanligt Earl Grey-te blir bra", korrigeras Bryan Adams mig.

"Vanligt eller Earl Grey?"

Här, i hans kombinerade hem och foto-studio ett par kvarter söder om World's End på King's Road, är de där dropparna bergamottolja i tebländningen som kännetecknar Earl Grey inte något man tar lätt på.

– Jag kokar te till alla som hälsar på mig, förklarar Bryan Adams, snart 50 men med en sorts pojaktighet i både utseende och rörelsemönster, när han kommer tillbaka in i studion med två rykande koppar.

Adams må vara född i Kanada, men hans föräldrar är från England och fadern dessutom diplomat. Teet som jag nu har i handen är antagligen en fråga om artighet sprungen ur en traditionell, god brittisk uppförstran.

Samtidigt ser jag en viss symbolik i gesten.

Sedan Bryan Adams i slutet av åttiotalet etablerade sig som en av rockvärldens mest pålitliga leverantörer av radiovänliga powerballader har han uteslutande beskrivits på ett sätt: som en vanlig, väldigt hårt arbetande och väldigt trevlig kille. "Adams upphöjer generisk rock från ett jobb till ett kall", skrev *New York Times* i en artikel i början av nittiotalet, och kallade honom "heroiskt vanlig".

Samtidigt som han sålt miljoner skivor och älskats av fans jorden runt har murvlarna mest förundrats över kanadensarens helyllighet. Musikkritiker har avfärdat eller ignorerat hans skivor – den senaste, *11*, släpptes förra våren och passerade obemärkt förbi – medan skvallerjournalisterna i stället försökt få någon att officiellt bekräfta ryktena om förhållanden med kvinnliga iconer som prinsessan Diana (tidigt nittiotal) och supermodellen Elle MacPherson (sent nollnittal). Men Adams har hållit tyst och aldrig kommenterat sitt privatliv.

När han förra julen lånade ut sitt avskilda semesterhem i Karibien till Amy Winehouse spekulerades det pliktskyldigt i en romans, men till och med skvallerpressen insåg snart att detta föll på sin egen orimlighet. Winehouse, med välkänd diet av cigaretter, alkohol och droger samt en högljudd ovana att driva ut alla privata demoner i offentligheten, är närmast

en invertering av Adams (vegan sedan nästan 20 år tillbaka och, som sagt, med ett privatliv som gör skäl för namnet).

Bryan Adams hade helt enkelt bara öppnat dörren för en utsatt kollega som behövde lite lugn och ro för att ordna upp sitt liv.

Ingen journalist har, så vitt jag vet, lyckats demolera hans offentliga persona av artig alldaglighet. Och efter en timme i hans hem – eller rättare sagt kvarter, sedan Bryan Adams skaffade sitt första hus här i slutet av nittiotalet har han successivt köpt på sig de lokaler och lägenheter som blivit lediga runt omkring och han äger nu i princip hela den korta gatan – överväger jag inte direkt att bli den första. Den välvuppfostrade koppen Earl Grey följs av lika välvuppfostrat spelad förväning från Bryans sida när jag förklarar att jag flugit till London bara för att tillbringa en timme med honom.

Medan jag dricker teet – lite svagt, ärligt talat – går Bryan Adams, som nu har tagit på sig ett par sympatiska glasögon från Paul Smith, igenom bilder på en dator tillsammans med stylisten Lotta Aspenberg. Hon är moderedaktör på *Zoo Magazine*, livsstilmagasinet som Bryan Adams äger och ger ut från Berlin. Bilderna Adams klickar fram visar en ytterst vältränad Renée Zellweger i ett antal avancerade modekreationer.

"Den där klänningen är helt gjord av nälar", förklarar Aspenberg, samtidigt som en intensiv bild på den amerikanska skådespelerskan utspridd över en dubbelsäng dyker upp på skärmen.

– Vad tycker du, är den bäst i svartvitt eller i färg? frågar Bryan Adams mig.

Fotona är tagna av Adams i och omkring hotellet The Standard i New York tidigare i sommar. Förutom en klassisk elegans där jag anar inspiration från både Richard Avedons stilrenhet och Helmut Newtons dekadens, är de en uppvisning av något annat: Adams inneboende förståelse för ett hotells anatomi.

Renée Zellweger springer genom korridorer, balanserar på brandstegar, sitter på en pall i ett operationssalsliknande hotellkök. Det är uppenbart att Adams – som när jag intervjuar honom förklarar att han inte minns så mycket av nittiotalet, "det är en stor soppa av flygplan, bilar, studior, advokater, spelningar och hotell med konstiga rum" – känner den här typen av miljö utan och innan.

Han vet precis var i en hotellkorridor han ska placera sig själv för att Renée Zellweger på bilderna ska utstråla den känsla av regal Hollywoodglamour som vi förutsätter från

en stjärna på omslaget till ett internationellt modemagasin.

Över vad som i *Zoo Magazine* första höstnummer ska bli omslagsjobbet på runt 20 sidor är bilderna en ganska bra sammanfattning av fotografen Bryan Adams.

För en sådan är han nu alltså också, lika mycket som rockartist.

**ADAMS HAR ALLTID** tagit bilder. Men under slutet av nittiotalet lätt den nu bortgångne vännen Herb Ritts, amerikansk fotograf som förutom att ta mängder av avskalade svartvit kändisporträtt även regisserade den klassiska strandvideon till Chris Isaaks *Wicked Game*, Adams låna och arbeta i hans fotostudio.

Bryan Adams gick från att hobbyplåta med sin Rolliflexkamera till att plötsligt ha tre assistenter och "världens bästa team", och insåg samtidigt att fotografi var något han ville ägna sig åt professionellt. Sedan dess har hans bilder, ofta porträtt på kända personligheter och kolleger, ställts ut på bland annat National Gallery i London och syns i magasin som *Vanity Fair*, *L'Uomo Vogue* och *Interview*.

Samt *Zoo Magazine* då, förstås. Bryan Adams startade tidningen 2003 tillsammans med Sandor Lubbe som tidigare var chefredaktör för *Dutch*, ett av det sena nittiotalets mest stilbildande europeiska modemagasin. Där *Dutch* kännetecknades av avantgardism och punkighet, ger *Zoo* som magasin ett mognare, mer sensibelt intryck. Snarare än korniga närbilder på ynglingars skrev – något *Dutch* gärna publicerade över ett par uppslag när det begav sig – tar *Zoo Magazine* ett mer generellt grepp på samtidens mode och popkultur.

Lindsay Lohan, Mick Jagger och Amy Winehouse har alla prytt omslagen. Samtidigt tar tidningen ofta intressanta stickspår från mittfaran. En av de mer intima serier porträttbilder som publicerats på Mickey Rourke dök upp i *Zoo Magazine* 2006, fotograferade av Bryan Adams flera år innan Rourke i och med filmen *The Wrestler* officiellt välkomnats tillbaka in i Hollywoodgemenskapen. Och senaste numret innehåller en läsvärd djupintervju med den tyske skådespelaren Udo Kier, fantastisk birollstolkare och en av Lars von Tiers stora favoriter men mer eller mindre okänd i breddare sammanhang.

**Vilken är din roll i *Zoo Magazine* i dag?**

– För mig är *Zoo* en förlängning av arbetet som fotograf. Jag gillar att vi har skapat ett utrymme för den här typen av mode, porträtt





**RENÉE ZELLWEGER** Omslagsflicka i höstens nummer av *Zoo Magazine*, fotograferad av Bryan Adams på hotellet The Standard i New York.



#### TRE KLASSISKA

Bryan-porträtt.  
Mickey Rourke  
i badet, Dustin  
Hoffman i vassen,  
Moby bakifrån.



och konst. *Zoo* har lagt grunden till mängder av intressanta fotoprojekt. Men det dagliga arbetet överlämnar jag åt Sandor och tidningens Creative Director José Klap. Jag har förslag på jobb och är delägare. När jag själv bidrar försöker jag göra grejer som kan nå så många olika typer av människor som möjligt. Om du tittar på det jag gjort i *Zoo Magazine* så handlar det framför allt om olika personligheter. En del av dem är folk jag känner sedan tidigare, som Dustin Hoffman eller Renée. Andra är kolleger jag alltid velat träffa och arbeta med, som Mick Jagger, Amy Winehouse eller Billy Idol. Men oavsett kopplingen har vi alltid en modevinkel på fotografierna.

#### Hur kom det sig att du och Sandor Lubbe startade *Zoo Magazine*?

– Vi träffades första gången på en bar i Milano tillsammans med designern John Richmond, som är en gemensam vän. Sandor nämnde att han gillade Smashing Pumpkins, vilket ju betydde att han gillade rock'n'roll. Jag tror det var musikintresset som satte igång allt.

Han berättade också att han tänkte starta en tidning som han skulle kalla *Berlin*. Jag var på jakt efter något som låg utanför de porträtt och redaktionella jobb jag redan gjorde, någonstans där jag kunde göra större jobb. Så i teorin lät Sandors idé väldigt bra. Jag föreslog namnet *Zoo*, det var mer catchy tyckte jag. Det här var tidigt 2003.

#### I *Zoos* redaktionsruta kallar du dig "Zookeeper". Redaktionen är en flock djur som du måste hålla reda på, alltså?

– Jag är glad att du ser humor i det. Ibland känns det så, särskilt när vi försöker organisera en plåtning. Då lever tidningen verkligen upp till sitt namn. Men sammantaget så gör alla vad de ska och på något sätt överlever vi, tack vare våra annonsörer.

**När jag intervjuade Sandor Lubbe [se SID. 24] frågade jag honom vad i tidningen ni grålal mest om. Han svarade: "människor som inte är särskilt kända för en större publik". Vill du ha mer kändisar i *Zoo*?**

– Om det är det största grälet enligt honom,

då är det lugnt. De flesta modemagasin är fylda av okända modeller och skådespelare. Och visst, ibland har jag fotograferat människor som inte nödvändigtvis är populära i Sandors värld. Men de har alltid haft ett följe eller varit på väg uppåt i någon mening. En tidning kan inte bara innehålla modeller. Samtidigt finns det saker jag skulle ha gjort annorlunda. Till exempel gillade jag inte ett sensationalistiskt omslag vi hade, med en kille som håller en pistol mot sitt huvud, strax efter vårens skolmasaker i Tyskland. Det var bara okäntligt. Eller, rättare sagt, dålig timing.

#### Du jobbar inom två av de områden som påverkats mest av bredbandsrevolutionen: tidningsvärlden och musikindustrin. Hur har du anpassat dig?

– Jag styrde upp webbplatsen för *Zoo*, så att tidningen kan ha en stark närvoro även på nätet. Siten är något som kommer att växa mycket mer i framtiden. Många dagstidningar läggs ner i USA, och i Tyskland har magasinet som *Vanity Fair*, *Liebling* och *Amica* lagt ner, så

## ”Jag minns hur Moby klev in i studion när jag skulle plåta honom och sade: Det här är inte sant, det är *den Bryan Adams*.“

det är uppenbarligen en tuff tid för alla just nu. Gammelmedier som modemagasin måste ha ett liv och en närväro som sträcker sig utanför de tryckta sidorna.

**Du växte upp i en diplomatfamilj och var ständigt på resande fot. Finns det där kvar i dig tror du, att du liksom ständigt måste vara på väg någonstans för att känna dig tillfreds?**

– Det var fantastiskt att få se hela Europa och Mellanöstern under sextio- och sjuttiotalet. Jag minns hur vi åkte förbi skivbolaget Apples kontor medan Beatles satt därinne och skötte sina affärer och alla fans stod utanför och väntade för att bara få en skymt av dem. Men för att svara på din fråga så jobbar mina föräldrar fortfarande konstant och de är båda i 85-årsåldern. Min mamma målar och min pappa gör tapeter. Jag driver en mode- och konsttidning, tar bilder och skriver låtar. Jag älskar det, och svårare än så är det inte. Det finns inget bättre än att skapa någonting från ingenting och vara kreativ. Tydligt håller mina föräldrar med.

**Vaknar du aldrig på morgonen och tänker ”Killen, du har sålt mer än 65 miljoner skivor, varför stannar du inte bara i sängen idag“?**

– Nej, för målet var aldrig att sälja 65 miljoner skivor. Den biten handlade om lite tur och mycket hårt arbete. Det som fått mig att kliva upp ur sängen har alltid bara varit att skriva en så bra sång som möjligt. Det har funnits perioder där jag i princip inte lämnat min källare eller studio på ett år för att jag varit så fokuserad på att arbeta.

**Vad får dig att vilja fotografera en särskild person?**

– Det är bara något jag ser. Till exempel så var jag ute på stan här om dagen och såg en kille som höll fast i en brandstolpe för att kunna hålla sig upprätt, han hade uppenbarligen tagit kopiosa mängder droger. Men det var ett fantastiskt porträtt. Tyvärr hade jag bara min mobilkamera just då, men jag fick ändå en intressant bild.

**Du plåtar en hel del kändisar. Tror du att de känner sig tryggare med dig än vad de skulle göra med en annan fotograf, i och med att du antagligen varit i samma situation som dem?**

– Jag vet inte, de kan ju lika gärna vara mer misstänksamma. Jag minns hur Moby klev in i studion när jag skulle plåta honom och sade: ”Det här är inte sant, det är *den Bryan Adams*.“ Det var kul. Men generellt handlar förtroendet

mellan mig och dem jag fotograferar nog bara om att de känner att jag är nyfiken.

**Så vilka är de största fördelarna med att vara någon som alla känner till när man gör en plåtning?**

– Man har aldrig några problem att få en kopp te, det är en sak som är säker. Allvarligt talat är det inte mycket mer än så. I slutänden är det bara mitt arbete som fotograf som gör att jag får ta de bilder jag tar. Ibland har det tagit två år från det att jag börjat prata med folk som jag vill plåta till det att bilden faktiskt blivit tagen. Svaret är alltså att det hjälper att vara den jag är – men bara lite.

**Vilken är den viktigaste faktorn för att få en bra bild?**

– Det går inte att sätta fingret på, och det är vad jag älskar med foto. När man tog polaroidbilder förr i tiden visste man aldrig vad som skulle hänta. Inom modefoto handlar mycket om att stylisten och frisören får till det, en bra bild kan ju komma enbart ur kläderna. Jag skulle till och med sträcka mig så långt som att säga att stylisten är den viktigaste i teamet. Om någon ställer sig framför kameran och är dåligt stylade eller med hår som inte funkars, så får du ju inte till bilden, oavsett. Samtidigt minns jag ett av mina fans som jag plåtade i Newfoundland. Han var så glad av att bara vara där. Det är fortfarande en av mina favoritbilder.

**Som musiker har du ett sound som är långt ifrån nischat, men samtidigt ditt eget på ett ganska distinkt sätt – man hör direkt när det kommer en Bryan Adams-låt på radion. Vad skulle du säga att din vision som fotograf är?**

– Jag är en porträtfotograf, helt enkelt. Jag vet inte om det här beskriver stilens helt och hållent, men vad jag försöker göra är att hitta det ovanliga i det vanliga, eller det normala i något som egentligen är bisarrt.

**När jag tittar på dina kändisporträtt finns där en sorts ambivalens. Ibland verkar du bara vilja bygga på den etablerade myten kring dem du fotograferar, men i andra fall är det uppenbart att du försöker porträttera något annat än den gängse bilden av dem. Handlar det bara om hur bra du lyckas med de specifika plåtningarna, eller har du olika ansats olika gånger?**

– Det finns så många variabler. Ofta handlar sådant här bara om hur sugen den som blir fotograferad själv är på att ta bilderna. Om man jobbar med någon som verkligen vill göra plåtningen, som Mickey Rourke, ger det självklart en helt annan dimension till slutresultatet. Så

fort jag föreslog något under den fotograferingen, så provade Mickey det, och gjorde det till sitt eget. Han hade egna idéer också, han är verkligen helt fenomenal. Samtidigt har du ju gångerna när den man fotograferar bara är som en issstod, och det spelar ingen roll hur mycket man än försöker med olika saker.

**Man skulle kunna hävda att utan rockfotografi, ingen rock – ikoniska artister skapas ju lika mycket av bilderna på dem som genom musiken de gör. Var detta något som fick dig som artist att vilja utforska fotografi djupare?**

– Intressant. Det bästa svar jag kan ge är nog att om jag inte haft erfarenheten av att jobba inom musiken och med många olika fotografen, så skulle jag antagligen inte ha ägnat mig åt fotografi på det sätt som jag gör i dag. Jag kanske hamnade här för att det var nödvändigt för mig.

**Handlade en del av det om att kontrollera bilden av dig själv, tror du? Du tar ganska många av dina egna porträtt, eller hur?**

– Delvis, ja. Men det beror mest på att jag tycker det är så roligt att ta bilderna. Jag minns hur jag tjafsade med en fotograf i Los Angeles vars agent begärde obegripligt mycket pengar för en ruta ur en video som jag själv redan hade betalat för. En annan gång bad jag en fotograf om en bild som vi hade tagit vid mitten av nittiotalet, det var för min samlingsskiva *Anthology*. Han sa nej eftersom han ville spara den till en bok. De incidenterna fick mig att inse hur viktigt det är för en musiker eller artist över huvud taget att ha kontroll över sina bilder.

**Många av dem du har fotograferat, folk som Lindsay Lohan, Mickey Rourke och Amy Winehouse, förkroppsligar den självdestruktiva myten kring rock- och modevärlden. Vad är det hos sådana mäniskor som lockar dig?**

– Deras förmåga att överleva.

**De verkar vara din motsats på de flesta sätt. Lockas du av deras livsstil också?**

– Nej, inte alls. Jag blir intresserad av någon på grund av deras talanger, jag gillar smarta och kreativa mäniskor. För mig handlar livet om att vara jordnära och vis. Jag vill ha tydlighet och ärlighet. Och jag skulle säga att för varje vrak i branschen finns det fem andra som verkligen vet vad de gör. Man hör bara inte talas om dem lika ofta.

**Hur ser du på dagens kändiskultur?**

– Den är mer omedelbar och ögonblicklig än någonsin. Till slut kommer allt ut, och vi

## "Nittiolet är en stor soppa av flygplan, bilar, studior, advokater, spelningar och hotell med konstiga rum."

fascineras som alltid av saker som är trasiga. Ett par av världens mest framgångsrika tidningar är levande bevis på detta. Själv påminns jag bara om det när jag är ute på stan. Men det är därför jag gillar att bo i London, livet är enkelt här. Som jag ser det, när det gäller kändisskap, så besövar folk inte dig om du inte själv söker det. Åtminstone har det varit så för mig.

**Det här är en rätt uppenbar fråga: som musiker har du miljoner av fans, men du har aldrig varit någon kritikerfavorit. Varför tror du? Kan du liksom gå utanför dig själv och anlägga en kritikers blick på din egen musik?**

– Vilken fråga! En sak du måste förstå om mig är att jag aldrig har brytt mig om vad andra männskor tycker. De flesta som når framgång hos en stor publik attackeras av press och kritiker. Det kallas att tåla leken, och jag kan inte komma på någon som slipper undan, särskilt inte nu när nätet gjort saker ännu mer som vilda västern. Men jag kör bara på med mina grejer, om folk inte gillar det så gör det mig ingenting.

**Så du har aldrig funderat på hur det skulle känna att göra musik i ett sammanhang som ligger närmare det du verkar i som fotograf? Alltså att du sålde färre**

### skivor, men i stället hyllades av musikkritikerna?

– Det är som med de två stora tragedierna i livet: att inte få det man vill ha – och att få det. Jag har alltid känt mig belväm med att följa min magkänsla och sedan låta det som händer hända. Jag har fått bra och dålig kritik, jag har släppt skivor som sålt mycket och jag har släppt skivor som sålt lite. Livet är en ständig balansakt. Svaret på din fråga är alltså att jag tror att jag skulle känna mig precis likadan som jag gör nu.

**ETT SÅDANT UTTALANDE** framstår nästan som kokett i all sin klyschighet, men Bryan Adams har knappast någon dold agenda. Han är helt enkelt fullkomligt trygg i den där, tja, heroiska vanligheten. Därför tror jag inte heller att man ska betrakta hans nollnolltaltskarriär som fotograf för högprofilerade modetidsskrifter samt publicist med eget trendmagasin, som någon sorts försök av en åldrande radiorockman att bli hipp igen. Snarare handlar det om att diversifiera yrkesrollerna. Det är ett sätt för Bryan Adams att turnera mindre men ändå fortsätta ägna sig åt vad som varit ett heltids-

jobb under hela hans vuxna liv, nämligen att räkt och okomplicerat kommunicera med så många männskor som möjligt.

Timmen och teet är slut. Medan Bryan Adams följer mig till ytterdörren sammanfattar han snabbt sin sommar. Sedan Zellweger-plåtningen i New York har han gjort en Englands-tur med sig själv och en akustisk gitarr och fotograferat Rolling Stones Ron Wood för brittiska *Harper's Bazaar*. Om en vecka är det dags för en vända till hans andra hemland Kanada för mer akustiskt turnerande.

Sedan frågar han ut mig om svenskarnas semestervanor. Han har hört att vårt avlägsna land står mer eller mindre stilla under sommaren. Jag förklrar att jo, dagstidningarna är tunna och jag har inte satt foten på ett kontor de senaste tre veckorna.

Bryan Adams är chockad.  
– Tre veckor! Så länge har jag aldrig varit ledig i hela mitt liv. ■

*Johan Wirfält är frilansskribent och kreativ chef på modetidsskriften Rodeo. Han tycker att Bryan Adams klär bra i sin vanliga vita skjorta och sina vanliga blå jeans.*

### SANDOR LUBBE OM ZOO MAGAZINE OCH BRYAN ADAMS



#### Vad var målet när du drog igång Zoo Magazine?

"Jag bestämde mig för att titta på den tyska marknaden som domineras av kommersiella modetidsskrifter som *Vogue* och *Elle* och saknade en titel som *Dutch*, *Purple* eller *Self Service*. Det fanns helt enkelt ett behov av en mer modern approach till mode."

#### Under slutet av nittiolet

#### gjorde du det inflytelserika modetidsskriften *Dutch*. Vilken är den största skillnaden mellan att lansera en modetitel nu och då?

"*Dutch* var ett av de första tidsskrifterna som minskade gapet mellan gatumode och catwalk. När vi lanserade *Dutch* fanns ju inte lika många titlar, även om det var många nya tidningar som kom ungefär samtidigt: *V*, *POP*, *AnOther Magazine*, *Numéro*. I dag finns det förstås för många modetidningar som försöker göra samma sak som vi gjorde, men många av dem saknar konsekvensen och den jämnhet i kvaliteten som krävs av en tidning för att man ska få jobba med de bästa fotograferna och stylisterna."

#### Hur skulle du säga att *Dutch* och *Zoo* tydligast skiljer sig från varandra?

"Med *Zoo* har vi fokuserat hårdare på film och musik, och lyft fram ett flertal nya fantastiska band och skådespelare. Valet av männskor vi porträtterat är vad jag är mest stolt över med *Zoo*. För att vara helt ärlig så går också de allra bästa kreativa publikationerna i fällan att ge utrymme åt samma männskor: Chloe Sevigny, Drew Barrymore, och så vidare. Åtminstone när det gäller film, så lyser europeiska independentskådisar med sin fränvaro trots att deras kreativa prestationer är så mycket intressantare att uppmärksamma än att bara tröskas om A-list-männskor från USA."

#### Hur blev Bryan Adams engagerad i *Zoo*?

"Det var åtta år sedan jag träffade Bryan för första gången. Han visade sig vara ett fan av *Dutch*. När jag senare bestämde mig för att inte samarbeta med något av de större tidningsförlagen för *Zoo*, så frågade jag om han ville vara med." **Vilka är föredelarna med att ha med Bryan Adams i redaktionsrutan?**

"Bryans nätverk är helt makalöst. Han känner ju männskor som Tony Blair, prinsessan Rania och Lindsay Lohan på ett privat plan. Hans nätverk är oändligt och att få göra ett exklusivt porträtt på Mick Jagger i *Zoo* är förstås ganska fantastiskt. Bryan har dessutom en tydlig

vision, en positiv energi och en otrolig hunger att alltid producera. Och han är en smart kille. Det räcker oftast med ett enda ord för att han ska förstå vad man menar."

#### Och nackdelarna?

"Det finns inga nackdelar." **Sandor Lubbe är chefredaktör för Zoo Magazine.**



# The Office



FÖR ATT FULLT UT FÖRSTÅ VAD EN TIDNING ÄR MÅSTE MAN BESÖKA DESS BULTANDE HJÄRTA:  
REDAKTIONEN. SID. KNACKADE PÅ HOS FEM FAVORITKONTOR. JAN GRADVALL INLEDER.

**I LOVE THE SMELL** of napalm coffee in the morning. Jag har varit på många dramatiska arbetsplatser. Sjukhus, polisstationer, laboratorier, inspelningsstudior. Men jag har fortfarande aldrig någonstans upplevt samma spänning och adrenalinpåslag som på en tidningsredaktion.

En tidningsredaktion, särskilt timmen före deadline, doftar av deodoranter som håller på att ge upp och dödligt kaffe som gör med magar vad Robert Duvalls helikoptrar gjorde med bambuhyddor i *Apocalypse Now*.

Jag glömmer aldrig när jag 22 år gammal var vikarie på *Expressen* och i mitten av åttiotalet klev in på nattredaktionen för att skriva konsertrecensioner.

På den tiden fanns det inga bärbara datorer. Var man på hemmaplan i Stockholm tog man helt enkelt taxi till redaktionen mitt i natten, ”skrivet kvitto, tack”, och hamrade ut texten på elektrisk eller akustisk skrivmaskin.

För att komma till min plats i det öppna redaktionslandskapet, där jag sedan med hukande axlar och röda ögon skrev ned omdömen om Gun Club eller vad jag nu sett för band på Ritz, var jag tvungen att gå genom hela nattredaktionen.

Jag gick snabbt eftersom jag var rädd för de notoriskt hårdkokta nattredaktörerna, men samtidigt dröjde jag med stegen för att jag ville insupa så mycket som möjligt av atmosfären. Ju tystante det var vid skrivmaskinerna, desto allvarligare saker var det som hade hänt.

Drygt 20 år senare har jag ett eget skrivkontor där jag ovanför mitt skrivbord har en bild uppnålad från filmen *Alla presidentens män*.

Jag önskar att jag kunde säga att det är för att påminna mig om Woodward och Bernsteins undersökande journalistik. Men ärligt talat är det för att påminna mig själv om hur snygga journalister ser ut när de jobbar i skjorta och slips.

På bilden står Carl Bernstein (Dustin Hoffman) och Bob Woodward (Robert Redford) inne på redaktionen på *Washington Post* tillsammans med tre luttrade redaktörer. Alla bär skjortor utan kavaj och löst knutna slipsar.

När jag nu tittar på de fantastiska fotografierna på följande sidor, med elektriska redaktionsmiljöer från tidningar som *Vogue* i Bombay och *Wired* i San Francisco, inser jag också att det är en annan sak som i alla år hypotiserat mig med den där uttrivna bilden från *Alla presidentens män*.

Ljuset. Det oändligt fula men samtidigt oändligt romantiska ljuset från de skoningslösa lysrören i taket.

**ALLA TIDNINGSREDAKTIONER** har ful belysning. Det måste vara så. Funktionella och ilska skinande taklampor är det enda som fungerar när stressade journalister ska leta post it-lappar och när de rullande städpatruljerna kommer för att tömma papperskorgarna.

Jag har besökt några av de trendigaste tidningarna i världen. På åttiotalet var jag till exempel på *The Face*, *Arena*, *i-D* och *Smash Hits* i London, tidningar som förändrade både journalistiken och medielandskapet.

Alla dessa redaktioner utmärktes av hur fula de var. *The Face* var den snyggast formgivna tidningen i världen, med bländade fotografier på män-niskor i exotiska Duran Duran-miljöer, men de som gjorde dessa uppslag såg ut som nikotingula fimpars i ansiktet och deras skrivbord syntes inte för alla papper.

Tidningar och reklambyråer kan tyckas vara liknande arbetsmiljöer, men ingenting kan vara mer felaktigt. Reklambyråer är snygga och mysiga, tidningsredaktioner är fula och obönöhörliga.

För att förstå en tidningsredaktion måste man förstå att den inte bara är en drömfabrik utan också ett fängelse.

Alla som är bra på att skriva förenas av att de hatar att skriva och gör allt för att slippa det. Jo, det är kul när man får idén till artikeln och det är kul när artikeln går i tryck. Men allt däremellan är bara hårt och utmattande arbete.

En redaktionsmiljö får därför inte vara för trevlig utan måste också vara så oinbjudande att man till slut inte har något val utan tvingas sätta sig ned och skriva.

När jag jobbade på *Nöjesguiden* i början av nittiotalet utvecklade jag en ovana som tyvärr fortfarande sitter i: jag sköt upp skrivandet så länge att jag gick upp halv fem på morgonen för att chefredaktören skulle kunna ha texten som utlovat 09.00.

När jag kom dit i gryningen möttes jag av andra som aldrig gått därifrån. Redaktionen var som ett Kumla eller Hall där alla straffade sig själva med deadlineängest.

Alla tidningsredaktioner världen över bär tydliga spår av de individer som jobbar där. Redaktionen blir ett andra hem, på både gott och ont.

**EN AV DE MEST** underhållande skildringar av livet på en tidningsredaktion jag läst finns i Tony Parsons underskattade *Stories We Could Tell* där han skriver om sin tid på *New Musical Express* i slutet av sjuttiotalet.

Jag minns inte nu om det står i boken eller om det är något som Tony Parsons själv har berättat, men ett ständigt irritationsmoment på *NME* under de där åren var att de aldrig gick att hitta raka skedar i köket.

Alla skedar var böjda av Nick Kent, legendarisk rockjournalist, som använde dem till att värma och lösa upp de droger han injicerade på redaktionstoletten.

Resten av redaktionen fick därför, så gott det nu gick, böja tillbaka ske-darna igen när de skulle äta sin yoghurt.

Journalistiken upplever just nu sin tuffaste tid på 100 år. Tidningar läggs ned, personal sägs upp, kanske en hundradel av alla dem som just nu går mediegymnasium i Sverige kommer att kunna leva på att skriva.

Men även om Internet förändrar allt – och jag tror verkligen att Internet till största del gör allting bättre – så kommer det alltid att finnas ett behov av den hängivenhet och det fokus som utmärker en bra tidning, något som en redaktionsmiljö tydligare än något annat symbolisera.

Skrivande kanske kan vara en trevlig hobby, något man gör på ett lattefik eller i hängmattan, men inte journalistik: det är ett arbete.

Det krävs koncentration. Det krävs napalmkaffe.

Nu ska jag se om *Zodiac* ännu en gång. Andra mäniskor tycker den filmen är spännande för att den handlar om jakten på en serimördare. Jag ser den för att David Finchers skildring av redaktionsarbetet på *San Francisco Chronicle* är en hyllning till *Alla presidentens män*.

David Fincher har kopierat fotot från *Alla presidentens män* och åter-använder delar av musiken. Robert Downey Jr pratar till och med exakt som Dustin Hoffman gör när han spelar journalist.

Och lysrören är precis lika fula och lika magiska. ■

*Jan Gradvall är journalist och författare. Sedan han startade sitt första fanzine Jörvars Gosskör 1979 har han synts och hörts i tidningar som Slitz, Intrig, Nöjesguiden, Café, Elle, Residence och Dagens Industri.*





## Monocle

### Beskriv redaktionen i fem meningar?

"Estetiken är... disciplinerad; ordning och röda, samtidigt som den ska känna kul. Vi försöker blanda en klassisk nyhetsredaktionsmiljö med mer mysiga, hemtrevliga inslag. Under de två och ett halvt år som vi suttit här har hyllorna efterhand fyllts med böcker och andra prylar som vi köpt med oss på våra resor. Möblemanget är övervägande schweiziskt, med ytor av stål och matt ek. Belysningen är försiktig, nästan dunkel. Och det är alltid ett bra soundtrack i högtalarna."

TYLER BRÛLÉ, grundare och chefredaktör



Adress: 20 Boston Place,  
Marylebone. Yta: 100 m<sup>2</sup>.  
Anställda: 24 personer.





Adress: 11 Mercer Street.  
Yta: 372 m<sup>2</sup>. Anställda:  
20 personer.



# V

## Vilken betydelse har arbetsmiljön för er?

"Hela redaktionen fungerar som ett blankt ark för den störtflod av ständigt skiftande mode som dagligen väller in genom våra dörrar. Därför är det viktigt att hålla miljön öppen och ren. Lokalen är inspirerad av arkitekten Paul Rudolphs design till The Hirsch Townhouse på 63rd Street, som senare blev klädkaparen Roy Halstons ökända boning. Den besitter samma chica och sexiga minimalism som våra tre tidningar. Kontoret är vårt basläger för ett konstant utbyte av idéer."

CHRISTOPHER BARTLEY, chefredaktör









## Fantastic Man

### Hur tänkte ni när ni inredde kontoret?

"När man jobbar mycket med visuellt material är det bäst att låta kontoret vara väldigt enkelt inrett. Ja, nästan tråkigt. Då kan kreativiteten flöda. Våra bokhyllor är enda skyddet mot fulhet, de har två dolda hyllplan där vi får undan allt vi inte vill vilja ögonen på. Vi trivs i en färgpalett som är tämligen begränsad till svart, vitt och grått. Men ingenting är heligt. Möbler och dekorationskomter kommer och går. Jag tycker att det strikta och avskalade med utrymme för överraskningar sammanfattar vad *Fantastic Man* är."

GERT JONKERS, grundare och chefredaktör



Adress: Kleine-Gartman-plantsoen 21. Yta: 141 m<sup>2</sup>. Anställda: 4 personer.



# Vogue India

## Vad vill du känna när du kommer till jobbet?

"Jag vill kliva in i en miljö som vibrerar av liv, som fyller mig med energi och stimulerar fantasin. Och jag tror att du bäst framkallar den känslan genom att hålla inredning och arkitektur på en oerhört simpel nivå. Huvudsaken är att kontoret upplevs som spatiöst och fritt från begränsningar. Sedan får mina medarbetare stå för talangen och idéerna."

PRIYA TANNA, chefredaktör



Adress: Darabshaw House,  
Shoorji Vallabhdas Marg.  
Yta: 706 m<sup>2</sup>. Anställda:  
85 personer.





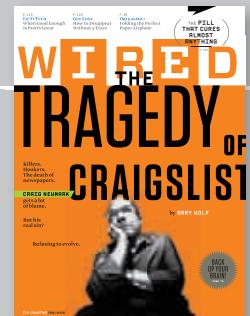


## Wired

På vilket sätt återspeglar kontoret er tidning?

"Vi är informella, lekfulla och samarbetsvilliga. Varje dag är 'bring your dog to work day'. Klädseln är ledig och förlaget har en egen kock, så hela huset samlas i köket för att äta lunch. Allas åsikter är lika viktiga, från praktikanter till chefer, alla får säga sitt på mötena. I över 15 år har *Wired* varit först med att skildra hur teknologin förändrar världen. Vi har suttit i samma lokal så gott som hela tiden och för mig genomsyras den av tidningens anda in i minsta hörn. Vi brukar till och med tapetsera väggarna med våra viktigaste artiklar."

SCOTT DADICH, kreativ chef



Adress: 520 3rd Street,  
Floor 3. Yta: 550 m<sup>2</sup>.  
Anställda: 75 personer.



SID.

36

# VECKA 29

ÄR JILL JOHNSON GRAVID? ÄR DANIEL WESTLING BJUDEN? OCH VEM ÄR DET SOM JOGGAR PÅ ALVARET? SVENSK DAMTIDNINGS REPORTER JOHANNA FREDRIKSSON ÖPPNAR DAGBOKEN FRÅN SOMMARENS VIKTIGASTE VECKA.

TEXT JOHANNA FREDRIKSSON FOTO FREDRIK SKOGKVIST

## MÅNDAG 13.7

### 05.30 Tidig taxi

Klockan ringer över en timme innan taxin till Bromma är beställd. Efter en rekordstressig pressresa till Norge härförleden har jag gjort det till en vana att vara på flygplatsen i god tid. Stockholm är lika öde som på julafot och bilresan till flyget tar tio minuter. Jag är framme två timmar före take off. Kanske lite väl tidigt.

### 08.00 Klädångest

Fotograf Charles Hammarsten kliver in på flygplatsen, lugn som en filbunke. Charles har varit på varenda Victoriadag sedan starten 1979. Han har med sig en stege, otaliga objektiv, kameraväcka och en gigantisk bag med andra pryflar. Bortsett från stegen skulle jag

gissa att vi har lika mycket packning. Skillnaden är att jag är reporter och bara behöver dator, block och penna. Har våndats över klädval hela helgen: inte för avslappnat, inte för formellt, klassiskt men inte stelt. För att gardera mig packade jag ner halva garderoben.

### 10.00 Sightseeing

"Här är Solliden, här är Stora Alvaret, här är Borgholms slottsruin." Vi har passerat Ölandsbron. Charles guidar bakom ratten. För mig är det inte bara första gången på Victoriadagen, utan även första gången på Öland. Några ensamma joggare springer förbi ute på Alvaret. Kan det vara kungligheter?

### 13.00 Kungens gröna fingrar

Charles har fått order från redaktionsledningen att ta några nya bilder på

Sollidens slott, så vi beger oss till den prunkande slottsgården där ett febrilt sista minutens-ansande pågår: buskar klipps, rabatter rensas, gräsmattor trimmas till total perfektion. Det är knappast någon hemlighet att både kungen och drottningen har gröna fingrar och gärna påtar i jorden. I dag har de emellertid assistans.

### 14.00 Levingood är lat

Möter upp Mark Levingood för en intervju. I år är det han som agerar programledare för tv-sändningarna från Victoriadagen. Vi hälsade redan i lobbyn på hotellet, hela SVT:s crew bor nämligen där vi bor. Mark berättar att han är nervös inför morgondagen, det är han alltid: "Jag är av naturen en väldigt lat människa. Varje ansträngning tar emot".

### 17.00 Kändismiddag

Bekantar mig med Borgholm och kryssar mellan pittoreska hus, små butiker och gator som, inte så otippat, alla har namn som Slottsgatan, Kungsgatan och Karl X Gustavs Väg. Promenerar förbi Victoriaskolan innan det är dags för middag. På restaurangen sitter flera av de artister som ska uppträda på Victoriadagen. Först anländer Lena Ph i mörka solbrillor. Därefter Jill Johnson och Salem Al Fakir.

### 18.00 Bloggstress

Kvällen går åt till bloggande. Jag har fått tydliga instruktioner av min chef Karin Lennmor om boggandet. "Vill inte stressa dig, men din kollega bloggade över 90 inlägg från Victoriadagen förra året", meddelade bosse innan jag åkte.

**FOKUS** är Sveriges enda renodlade nyhetsmagasin. Sedan december 2005 levererar vi varje fredag sammanfattningen och fördjupningen av nyhetsflödet. Fokus innehåller genomarbetade reportagen om politik, ekonomi, vetenskap, kultur, livsstil och alla dagsaktuella frågor.

KAMPEN OM AFRIKA DÄRFÖR HAR  
KINA LYCKATS BÄTTRE ÄN EUROPA



»Komedier och fars  
måste spelas på  
fullaste allvar.«  
Peter Haber

# FOKUS

SVERIGES NYHETSMAGASIN | Nyheter • Kultur • Vetenskap • Politik • Ekonomi • Livsstil

## Bonusfällan

Därför hotar topplönerna  
Sveriges ekonomi.

INTERPRESS 6108-14  
14  
7 388610 803505 17  
RETURVECKA

FOKUS • NUMMER 14 • 3-9 APRIL 2009 • PRIS 35 KR • WWW.FOKUS.SE



1. **Kaos i pressfållan.** 2. **Spänd väntan med SvD:s Karin Thunberg.** 3. **Charles Hammarsten på sin 30:e Victoriadag.** 4. **Födelsedagsbarnet i fokus.**

## TISDAG 14.7

### 07.00 Morgontränsel

I dag fyller Victoria 32 år. Jag är uppe i ottan för en snabb hotellfrukost. Därefter raka vägen till Solliden. Vi är på plats strax efter åtta och ställer oss i kö. Mängder av fotografer har redan samlats vid grindarna. Press från bland annat Tyskland, England och Holland har kommit för att bevaka firandet. "Undrar vad Victoria kommer att ha på sig i år?", säger en av de utländska fotograferna. "2007 hade hon en grön klänning, det var katastrof. Allt var grönt, gräset, buskarna, träden, hon – allt".

### 11.00 Daniel eller inte

"Lugn, lugn, en i taget." Hovets presschef Nina Eldh delar ut ackrediteringar och alla utsända kämpar för att få sin så snabbt som möjligt när första grinden öppnas. In i det sista väljer hovet att inte bekräfta huruvida Daniel Westling ska vara med eller inte. Men när frågan om kronprinsessans fästmans hälsa kommer på tal ler Nina hemlighetsfullt: "Daniel mår verkligen bra, det kanske ni själva får se om en stund".

### 12.00 Gatlopp mot slottet

Andra grinden öppnas och tumult

utbryter. Fotograferna springer mot slottet och den angränsande pressfållan. I kaoset ramar en av dem handlöst, men repar sig snart och fortsätter loppet. Solen gassar och allt fler nyfikna fattar posto utanför slottet. "Jag har aldrig sett så mycket folk", säger Charles. Bland pressen råder febril aktivitet. Mobiler ringer, kameror ställs in, stegar fälls ut. Jag försöker blogga men uppkopplingen är för dålig. Vi kan bara vänta.

### 14.30 Grattis Victoria

Slottsporten öppnas och kungaparet, Victoria och Daniel skrider ut på grusplanen. Ett sus går genom publiken, kungen stämmer upp till sång och därefter börjar kungligheterna vandra mot besökarna. Iträngseln räcker jag över en stor bukett blommor. "Åh vad snällt, vem är det ifrån?", undrar kronprinsessan med ett leende. "*Svensk Damtidning*", svarar jag och gratulerar på födelsedagen.

### 16.00 Intermezzo

Strax efter klockan fyra är Solliden öde. Vi packar ihop oss och åker till hotellet. Charles skickar bilder och jag bloggar. Därefter beger vi oss mot kalaset.

### 19.00 Festen kan börja

Firandet drar igång på Borgholms

idrottsplats. Tillsammans med Charles bevakar jag från pressfållan. Alla hovreportrar verkar eniga: firandet är det bästa på många år och Victoria är mer avslappnad och naturlig än någonsin. "Hon är som en helt ny tjejer", säger någon. "Måste vara kärleken", konstaterar en annan. Klockan nio traskar vi tillbaka till hotellet. Trötta. Nöjda.

## ONSDAG 15.7

### 09.00 Ingen sessa

Dagen är vikt åt skrivande, men innan präntandet tar fart går jag en rask promenad mot Stora Alvaret för att kolla läget. Ingen sessa så långt ögat här. Senare kommer både Madeleine och Jonas Bergström ta en ridtur på platsen. Men då är jag inte längre där.

### 10.00 Hitta vinkeln

Ringer till redaktionschef Petra Lindell i Stockholm. Diskuterar vinkel på det stora Victoriadagen-knäcket. Vi pratade förstås om det redan hemma på redaktionen veckan dessförinnan, men då var allt oklart. "Grejen är ju att Daniel kommer. Det är vinkeln. Vilken roll intar han, hur beter han sig, vad händer. Kolla detaljer", sa chefen. "Om han inte kommer då?", frågade jag. "Ja,

då är det ju det som är grejen. Men det är klart han kommer, eller?", frågade hon rätt ut i luften. Svaret har vi nu. Åagnar några timmar åt att skriva.

### 15.00 Möte med chefen

Tar en lunch med Charles och möter sedan chefredaktören som kombinerar jobb och semester på Öland. Konstigt att se henne utanför redaktionen. Med shorts, sandaler och glass i handen.

### 18.00 Ledins gäster

Nu vankas det konsert i slottsruinen. Tomas Ledin spelar och eftersom han är kungafamiljens favorit kan det mycket väl hända att de är på plats. Ett par låtar in i konserten konstaterar vi tyvärr att så inte är fallet. Inga kungligheter denna kväll. På VIP-hyllan står i stället Ledins speciellt inbjudna gäster: Martin Timell, Amelia Adamo, Ulrika Messing och Annika Jankell.

## TORSDAG 16.7

### 05.45 Lill x 2

Vi checkar ut och lämnar Öland. På flygplatsen i Kalmar möter vi Lill Lindfors. Vi är bokade på samma flight. Hon åker rentav med oss i bilen till Stockholm. Charles och Lill känner

varandra sedan länge. Lill tilltalar våra läsare. Det är hon och Lill-Babs, de går aldrig ur tiden. "Hälsa Chris Cederlöf så gott", ropar Lill när vi droppar av henne i centrala Stockholm.

#### 10.00 Gamla anekdoter

Väl på redaktionen vill alla veta allt. Vad har hänt? Hur var Daniel? Hur var kungen? Hur agerade Victoria? Frågorna bubblar ur mina kollegor. Jag svarar så gott jag kan. "Lill Lindfors hälsade till dig", säger jag till Chris. Hon skiner upp och plötsligt glider samtalet över till gamla jobbanekdoter. De flesta på *Svensk Damtidning* har jobbat länge på tidningen och i förlaget. Vissa har varit där i över 25 år. Längre än jag levtt, vill säga.

#### 10.15 "Daniel-effekten"

Redaktionssekreterare Eva Åström meddelar att årets Victoriadag var mer populär än på länge. "Det beror på Daniel-effekten", säger hon. "Glöm inte att det var av mig du hörde det först", skrattar Eva.

#### 11.00 90 inlägg

Lämnar texter, kikar på bilder, bloggar. Kommer aldrig upp i 90 inlägg, tänker jag stilla. På redaktionen är det full huggning. Vid redaktionsledningens

bord tas beslut om texter, rubriker, redigering och layout. Det mesta bestäms av högsta chefen, in i minsta detalj.

#### 12.00 Lunch under Silvia

Precis som vanligt så äter de flesta till sammans i vårt lunchrum. Här hänger två stora fotografier av drottning Silvia. Charles har tagit bilderna. Det ena är från Nobelmiddagen och det andra är ett porträtt. I kanten sitter en guldram. Vid första anblicken ser det ut som någon fäst ramen där i efterhand. Så är det inte. Faktum är att drottningen själv håller i ramen. Hon var tvungen att hålla fast den eftersom den rörde sig så mycket när bilden togs.

#### 14.00 Njurlektyr

Kollar mitt postfack, tomt förutom förlagets tidningar. När Daniel Westlings njurtransplantation uppdagades tidigare i sommar började jag, i ett smått panikartat tillstånd, prenumerera på Njurförbundets medlemstidning. Tänkte att det kunde vara bra att läsa på lite. Men ingen njurtidning i dag. Inte heller några brev. På *Svensk Damtidning* får man annars ofta handskrivna brev istället för anonyma mail. I regel i snirklig, klassisk handstil från prenumeranter som läst tidningen i decennier och vill tala om hur bra en

artikel var, hur dålig den var, eller vilka fel som eventuellt förekom. De flesta är undertecknade med namn. På andra står det bara "från en som vet mer än du".

## FREDAG 17.7

#### 07.30 Starstruck

Kommer tidigt till redaktionen men är mör efter resan. Får se omslaget på nya numret, en bild på Victoria och Daniel. För bara tre dagar sedan stod jag bredvid dem. Lite svårt att greppa.

#### 09.00 Gravid eller inte

Eva Åström dyker in i reporterrummet. "Jill Johnson såg lite gravid ut när hon uppträdde på Öland, såg du det?", undrar hon. "Nja" svarar jag. "Jag tror inte det, det var nog bara klänningen". Vi skriver inget, vill ju inte fara med osanningar. Följande vecka avslöjar *Se och Hör* att Jill är i fjärde månaden. Sångerskan bekräftar.

#### 10.20 Finskan i Beck

Telefonerna i reporterrummet går varma. Mina kollegor försöker boka in spännande intervjuer inför hösten. "Vad heter hon, den finlandssvenska kvinnan som är med i *Beck*-filmerna?" frågar Chris. "Stina Rautelin!" Tio

minuter senare är intervjun bokad.

#### 13.00 Pyjamaskörning

Det är lämningsdag, ändå är schemat långt ifrån hektiskt. På tidningen jobbas det oftast med tre nummer parallellt. Rutinerna är väl inarbade och alla vet vad de ska göra. Så var det även vid Victoria och Daniels förlovning. Vår förlovningsbilaga kom ut i butik ungefär ett dygn efter att nyheten blev känd. Mycket var förberett sedan länge och det blev inte ens några sena nätter. Största problemet var i stället att halva redaktionen befann sig på sportlov. Chefen också. Hon var på Öland men så snart hon fick höra om förlovningen satte hon sig i bilen och gasade upp mot Stockholm, hon hann knappt byta om från pyjamassen. Tror ingen resa gått snabbare. Vid lunch var hon på plats på Karlavägen.

#### 16.00 Semester

Skrivborden är tomma. Halva redaktionen har dragit på sommarlov. Jag packar ihop och går hem. Veckans facilitet: sju artiklar och 42 blogginlägg. ■

*Johanna Fredriksson är Svensk Damtidnings yngsta reporter. Hennes hittills roligaste dag på jobbet var en intervju med Anne-Lie Rydé.*



1.



2.



1. Vilosoffan på Karlavägen. 2. Rojalistisk rekvisita. 3. Chefredaktör Karin Lennmor jagar nya scoop. 4. Ett kungligt leende i lunchrummet.



4.

0937

# VAKRE HJEM & INTERIØR

5 - 2009

NORGE-SVERIGE-DANMARK 69 KR

SOMMERIDYLL  
PÅ TORPET

MARITIM SJARM  
I Nevlunghavn

PRIKKEN OVER I'EN  
Feminin touch  
med gamle tekstiler



Forførende  
SENSOMMER

VAKRE HJEM & INTERIØR  
Idéer och inspiration från världens vackraste hem

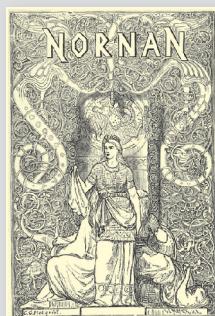
# RESUME

Tågbud, pinnglass, vykort och trådlös uppkoppling. Pressbyråns historia är en berättelse om ett Sverige i ständig förvandling. SID. har valt ut sex milstolpar.

FOTO PRESSBYRÅN



1899



Under slutet av 1800-talet såldes inga lösnummer av tidningar i Sverige. De som ville läsa fick i stället prenumerera. Men i takt med att järnvägsnätet byggdes ut kom detta att förändras. 1899 tilldelas Svenska Telegrambyrån ensamrätt på tidningsförsäljning vid landets tågstationer. Fyra år senare öppnas den första kiosken på Hamnplan i Helsingborg och strax därefter tar ett nytt företag över verksamheten: Svenska Pressbyrån. Handeln på stationen kompletteras med unga pojkar på tågen som säljer lektyr från väskor på magen. De kallas tågbud och är 1919 nästan 600 till antalet.



1959



Kioskerna blir bara fler och fler. Under femtioåtalet expanderar Pressbyrån kraftigt och nya butiker öppnas från norr till söder. När boxaren Ingemar "Ingo" Johansson blir världsmästare i 1959 sätts ett svårslaget rekord. Bildtidningen Se säljer närmare en miljon exemplar på en vecka. Samtidigt blir pocketboken allt mer populär. 1964 är året när Lars Görlings roman 491 ställer till skandal. Boken blir till en vågad film av Vilgot Sjöman och moralens väktare rasar. Men läsarna står på kö. Upplaga efter upplaga levereras till Pressbyrån och knappt en månad senare har hundratusen böcker sålt slut.



# 1932



En tidig morgon 1932 rullar det första tidnings-tåget ut från Stockholms central. Pressbyråns ambulerande tidningsexpedition är ett världsunikt koncept där morgontidningarna räknas, buntas och packas ombord under resans gång, för att sedan lämnas av på ort efter ort. Läsandet ökar lavinartat och tidningen blir en tillgång för alla. Framgången väcker också nya storlagna visioner. Samma år startar Pressbyrån sin egen vykortsfabrik i Röda bergen och 1935 börjar man att tillverka Sveriges första pinnglass. Glassen får namnet Alaska och blir en omedelbar succé.



# 1948



Andra världskriget är äntligen över. En våg av optimism drar över Europa. I Stockholm klättrar kvällsspressen stadigt uppåt och kraven på en mer effektiv tidningsdistribution ökar. Pressbyrån hyr in ett brittiskt flygplan som transporterat trupperna till Frankrike vid invasionen i Normandie. Planet lastas med tidningar som sedan dumpas på åkrar landet runt, då Sverige vid denna tid nästan helt saknar landningsbanor. Men där det går landar man och en påhittig pilot kläcker nu idén att fylla det tomma planet med passagerare på hemresan. Snart vill alla ta luftvägen till huvudstaden. Det svenska reguljära inrikesflyget är fött.



# 1968



Ända fram till 1968 var det lag på att affärer skulle ha stängt på söndagar. Då gör Pressbyrån ett första försök med öppethållande hela veckan. Initiativet blir så uppskattat att Affärstidslagen slutligen slopas. Detta leder i sin tur till ökad konkurrens och blir startskottet för Pressbyråns förvandling från enkla kiosker till moderna butiker. Men det innebär också ljusa tider för journalistiken. Den 20 juni 1976 säljs Expressen i 958 000 exemplar, den största dagstidningsupplagan i Sveriges historia. Omslaget visar förstas kungaböllopet med den legendariska rubriken "Kyssen".



# 2009



Drygt ett sekel har passerat sedan Pressbyrån grundades. Numera är det en rikstäckande servicehandelskedja med över 320 butiker. Dagens kunder erbjuds inte bara livsmedel, snabbmat, kaffe, frukt och konfektyr, utan också trådlös uppkoppling och en uppsjö andra tjänster. Utvecklingen rusar oavbrutet framåt, men en sak består: Pressbyrån och Press Stop har fortfarande Sveriges bredaste tidningsutbud. Här finns magasin på 15 olika språk och 2 800 titlar från hela världen. Från *A Magazine* till *Äventyrliga familjer* och allt däremellan.

**SVERIGES MEST HYLLADE MAGASIN!**

**FILTER** är det nya magasinet med de nya tankarna. Med hjälp av ett unikt kalender-system får Filterläsaren reportage och intervjuer om kommande "snackisar" innan de har uppmärksammats på andra håll. Filter ger dig en unik närlhet till människorna som skapar rubriker inom kultur, nöje, ekonomi och politik!  
148 sidor. Utkommer varannan månad.

"Den är snygg, den  
är tjock, den är  
välskriven."

Martin Jönsson,  
Svenska Dagbladet

"Fantastisk  
läsning för alla."

Fredrik Virtanen,  
Aftonbladet

"Kvalitet och  
inget annat."

Dagens Nyheter

**FILMSPÉCIAL** Noomi Rapace • Jesper Ganslandt • Jens Jonsson **KROGKRISEN** Klarar Marcus Samuelsson biffen?  
**DESSUTOM** Lill-Babs • Rymdporr • Mia Skäringer • Ken Ring

LÄSMAGASINET FÖR NYFIKNA

# FILTER

AUGUSTI &  
SEPTEMBER  
2009

**GRUUPP  
GRYCK!**

Killinggänget om att sluta på topp

Jag tror aldrig  
jag läst en tidning  
förut där varenda  
artikel var både  
intressant och  
välskriven. Helt  
fantastisk läsning."

Alex Schulman

"Filter gör verkligheten  
till rena bladvärdaren."

Dagens Nyheter



1

I Män som hatar kvinnor jobbar Mikael Blomqvist på tidningen *Millennium*. Vilket namn hade den antirasistiska tidskrift där författaren Stieg Larsson själv arbetade fram till sin död?

- 1. Mana
- X. Expo
- 2. Trots Allt



2



Sommaren 2009 landade en påkostad drinkbok i magasinformat i tidningshyllorna. Omslagsflickan och den på varenda sida poserande modellen heter Carolina Gynning. Men vad döpte hon drinkboken till?

- 1. Min natt med Martini
- X. En kväll med Koskenkorva
- 2. Förmiddag på Fernet

3

Jens Grede och Erik Torstensson utgör duon bakom modemagasinet *Man About Town*. Tidningen delar namn med en komedi från 1923 med Stan Laurel i huvudrollen. Vilken klassisk karaktär är han för evigt förknippad med?

- 1. Helan
- X. Halvan
- 2. Ben-Hur



4



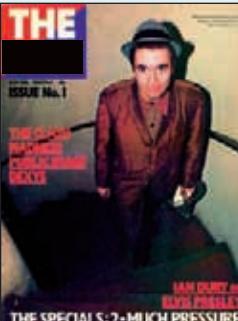
Martha Stewart, Oprah Winfrey, Jamie Oliver. Kändisarna som stärker sina varumärken med ett magasin i eget namn blir fler och fler. Här hemma fick Amelia nyligen tidningskonkurrens av en annan populär personlighet. Vem då?

- 1. Per Moberg
- X. Frida Hyvönen
- 2. Kattis Ahlström

5

En av magasinhistoriens mest älskade titlar tycks stå inför en återuppståndelse. Den var baserad i London och lades under åttio- och nittiotalen av varenda västeuropé med minsta intresse för mode och trender. Vilken tidning?

- 1. The Face
- X. The Egg
- 2. The Look



6



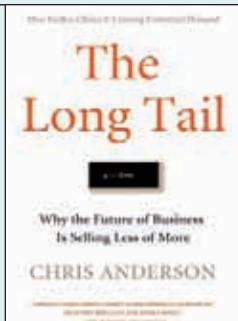
Här om året kom dokumentären *Life Through A Lens* om en amerikansk porträttfotograf. Bland alla världsstjärnor hon förevigat är ett porträtt av John Lennon och Yoko Ono kanske det allra mest berömda. Vem är fotografen?

- 1. Annie Leibovitz
- X. Nan Goldin
- 2. Diane Arbus

7

Chefredaktören för *Wired Magazine* är också en inflytelserik författare. Hans bok *The Long Tail* blev snabbt en bibel för reklamare världen över. Men vilken titel fick uppföljaren?

- 1. The Longer Tail
- X. Do Not Tailgate
- 2. Free



# Vinn tidningar för 1000 kronor!

Besvara följande tio frågor och motivera vilken som är Sveriges sämsta tidning, så kan du bli en av fem vinnare som får 1 000 kronor att shoppa tidningar för hos Pressbyrån (eller på [www.press-stop.se](http://www.press-stop.se), då får du tidningarna hemskickade). Senast den 19 oktober behöver vi din tipsrad. Delta i tävlingen genom att antingen: 1. Lämna in den här sidan i närmaste Pressbyråbutik 2. Maila svaren till [info@pressbyran.se](mailto:info@pressbyran.se) eller 3. Skicka till Tävlingssvar, Marknadsavdelningen, Box 30185, 104 25 Stockholm. Glöm inte att ange namn och mailadress eller telefonnummer. Lycka till!

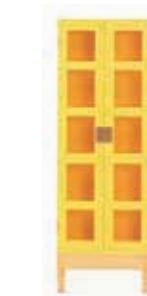
8

Nyligen nedlagda *Vibe* fick 2002 som en av ytterst få tidningar en intervju med årets mest omskrivna artist: Michael Jackson. Möjligen hade redaktionen ett försprång i att grundaren är en inte helt obekant producent. Han heter?

- 1. Phil Spector
- X. Timbaland
- 2. Quincy Jones



9



För 20 år sedan ritade svenska arkitekten Mats Theselius en gul bokhylla med glasdörrar och kopparbeslag. Hyllorna rymde exakt en årgång av en anrik amerikansk tidning, som sedan är 2000 även finns i en svensk edition. Vilken då?

- 1. The New Yorker
- X. National Geographic
- 2. Playboy

10

Ett av årets mest omtalade magasinomslag visade sångerskan Lady Gaga endast iförd en genomskinlig plastbody bestående av bubblor. Hjärnan bakom bilden var svenska stjärnkötet Bea Åkerlund. Men vilket är hennes yrke?

- 1. Stylist
- X. Frisör
- 2. Glasblåsare



NAMN:

MAIL/TEL:

SVERIGES SÄMSTA TIDNING OCH VARFÖR:



## KLASSIKERN OCH LILLASYSTEM

Klassikern **Vi** håller fast vid den stolta programförklaringen från 1945: "Vi vill roa utan att fördumma. Vi vill spegla nuets verklighet, men inte förfalska den. Vi vill vidga vyerna."

Månadsmagasinet **Vi** bevakar samhället och kulturlivet, initierat men med avslappnad attityd. Vi är också en av de få svenska tidningar som fortfarande satsar på högkvalitativ bildjournalistik.

Hösten 2008 föddes systern **VILÄSER**, ett kvartalsmagasin för dig som älskar böcker. Ett magasin som visade sig vara både behövt och efterlängtat.

"Tidningen **Vi** har blivit så bra att den bör köpas och läsas"

Per Gudmundson,  
Ledarblogger på SvD.se

"Jag blir alldeles varm i mitt boknördshjärta"  
Bloggaren Bokmania

[www.vi-tidningen.se](http://www.vi-tidningen.se)  
[www.vilaser.se](http://www.vilaser.se)

# BÄSTSÄLJARE

47

URVAL OCH PLACERING BASERAS  
PÅ OMSÄTTNING (I KRONOR) I ALLA  
PRESSBYRÅER T O M VECKA 30 2009

## AKTIV LIVSSTIL



1. Må Bra



2. Runners World



3. Topp Hälsa



4. Kadens

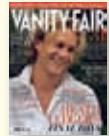


5. Aktiv Träning

## AKTUALITETSMAGASIN



1. Filter



2. Vanity Fair (US)



3. Fokus



4. The Economist (UK)



5. Monocle (UK)

## INREDNING & BOENDE



1. Lantliv



2. Hus Och Hem



3. Drömhem & Trädgård



4. Sköna Hem



5. Residence

## INREDNING & BOENDE (int.)



1. Vakre Hjem & Interiør (NO)



2. Elle Decoration (UK)



3. Living etc (UK)



4. Bo Bedre (DK)



5. Wallpaper\* (UK)

## LIVSSTIL KVINNA



1. Amelia



2. Femina



3. Solo



4. Vecko-Revyn



5. Plaza Kvinnan

## LIVSSTIL MAN



1. King



2. Offside



3. Café



4. Auto Motor & Sport



5. Scandinavian Tattoo

## MODE



1. Elle



2. Cosmopolitan



3. Damernas Värld



4. Chic



5. Glamour

## MODE (int.)



1. Elle (UK)



2. Vogue (UK)



3. Cosmopolitan (UK)



4. In Style (UK)



5. Vogue (US)

## MUSIK & FILM



1. Mojo (UK)



2. Uncut (UK)



3. Sweden Rock Magazine



4. Empire (UK)

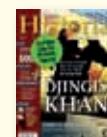


5. Classic Rock (UK)

## VETENSKAP & HISTORIA



1. Illustrerad vetenskap



2. Världens Historia



3. Allt Om Historia



4. Populär Historia



5. Allt Om Vetenskap

HOMES & GARDENS

Inred vackert i klassisk engelsk stil

# HOMES & GARDENS

Fall in love with  
SIMPLE FRENCH STYLE

INSPIRING HOMES

From the coast of  
Brittany to Avignon

AUGUST 2009 £3.60

BEAUTIFUL  
DECORATING  
PARISIAN LOOKS  
CHIC BEDROOMS  
OUTDOORDINING

GLORIOUS GARDENS

A PROVENCAL MASTERPIECE  
SECLUDED COURTYARDS

# Wallpaper\*

AUGUST 2009

## Design Directory

We get the measure of this year's finest furnishings and fittings

Plan for the future

The world's best young architects  
are ready to draw you a picture

CONVERSATION AREA



Raf Simons talks to Alice Rawsthorn about  
the pull of Pol Chambost's pottery

**WALLPAPER**

För män som vigt sin livsstil åt inredning, underhållning och resor

INTERIORS  
ADVICE  
TRENDS  
INSPIRATION



FASHION ROCKS  
HIGH STREET & DESIGNER BUYS WE LOVE



**UNCUT**

En självklarhet för musik- och filmentusiaster

ELLE UK

Världens största modemagasin