



## Eskilstuna

Orten och dess varumärke i svensk media 2012

---

2013-04-09



# Syfte, avgränsningar och innehåll

---

## Syfte

Denna undersökning ämnar kartlägga hur bilden av staden Eskilstuna såg ut i svensk media under 2012. Genom att undersöka vilka ämnen som dominerade bilden av staden och hur dessa framställdes kommer analysen att visa vilka aspekter av publiciteten som tenderade att framställa orten på det ena eller andra sättet. Målet har varit att urskilja identifiera **svagheter** och **styrkor** i mediebildens. Denna identifikation kan sedan användas av kommunen för att öka kvaliteten i sitt framtida varumärkesarbete.

## Innehåll

Metod och analys	3
Översikt	4
Kultur & Nöje	6
Sport & Idrott	7
Parken Zoo	9
Miljö, hållbarhet och CSR	11
Brott, straff och juridik	13
Näringsliv & Arbete	15
Kommun & Politik	17
De andra ämnena	19
Konnotationsleden	21
Sammafattning	22
Kontaktuppgifter	23

## Avgränsningar

Underlaget på vilken denna undersökning vilar utgörs av ett tiotal tongivande svenska nyhetstidningar och magasin. Urvalet har bestämts i samråd med Eskilstuna kommun, och inkluderar källor från landets alla delar. Urvalet har också kompletterats med en del branschpress.

### Tryckt press

Aftonbladet

Dagens Industri

Dagens Nyheter

Dagens Samhälle

Expressen

Miljöaktuellt

Resumé

Sundsvalls Tidning

SvD

Sydsvenskan

Besöksliv

### Webb

Market



## Analys och metod

---

Ett centralt tema i den föreliggande analysen är fördelningen mellan **positiva**, **neutrala** och **negativa** artiklar. Denna bedömning vilar på en diskursanalytisk teoribildning och ska visa på vilka artiklar som kan sägas skada eller gynna bilden av Eskilstuna och staden som varumärke. Med **diskursanalytisk** ansats menas i detta sammanhang att en artikel bedöms utifrån hur den kan placeras i en bredare icke-artikeltextbunden kontext. Metodens tillämpning blir lättare att förstå i relation till t.ex. textanalys. Textanalys tar endast hänsyn till den skrivna texten i artikeln, medan en diskursiv ansats betyder att analysen inkluderar det som ibland *inte* står skrivet i texten. Det som läsaren uppfattar mellan raderna. Som exempel: en TT-artikel om en avgående styrelse för Parken Zoo kan textmässigt vara svår att analysera och tolka som annat än neutral, eftersom Eskilstuna endast står omnämnd som platsreferens och texten förmodligen är informativt utformad. Men med hänsyn till diskursen om svenska zoo i allmänhet och Parken Zoo i synnerhet som föregått publiceringen gör att den, genom diskursanalytisk metod, bedöms som negativ för Eskilstuna som stad. Djurparken och dess styrelse blir i förlängningen en representant för staden och dessa ansikte utåt.

En annan viktig aspekt i undersökningen är bedömningen av **genomslaget**. Varje artikel har givits ett genomslagsvärde mellan 1 och 5, där 1 är litet genomslag och 5 är stort genomslag. Siffran visar var och hur mycket Eskilstuna förekommer i artikeln. En rubrik som innehåller ortsnamnet ges ett värde om 5 och en artikel där staden omnämns i slutet ges värdet 1. Beroende på vilket genomslag en artikel ges förändras det monetära **PR-värdet** i endera riktningen. Också

**synligheten** påverkas av vilket genomslag varumärket har i artikeln. Ju högre genomslag desto mer sannolikt att varumärket förknippas (och koms ihåg) med artikelns innehåll. Genomslaget är en högst generisk variabel och mäter enbart var i artikeln ortsnamnet omnämns.

Vad gäller PR-värdet så rör det sig om en uppskattning av vad en artikel är värd i kronor och ören och grundar sig på ett branschvedertaget antagande att redaktionellt omnämnande är värt mer än köpt reklamplats. PR-värdet utgår från källans annonsvärde och artikelns storlek. Detta automatiserade "grundvärde" modifieras sedan beroende på om artikeln är negativ, neutral eller positiv för analysobjektet (i detta fall staden Eskilstuna) och vilket genomslag objektet har (på skalan mellan 1 och 5). På så sätt ger värdet en indikation på publicitetens kvalitet och kan användas som jämförelsetal över tid.

Eftersom artiklar sällan direkt rör varumärket Eskilstuna (artiklar som innehåller formuleringen "stadens varumärke" är extremt sällsynta) har vi valt att placera alla artiklar i en kategori som vi valt att kalla för **konnotationsled**. Kategorin är uppdelad i tre led. I det första ledet har artiklar i vilka omnämmandet av staden är direkt kopplat till staden som en enhet eller idé placerats. Till exempel är artiklar som handlar om brott i staden och där, låt säga, en invånare uttrycker oro inför att vistas ute på gatorna starkt koppling till bilden av staden. En artikel om missförhållanden vid en djurpark i staden är däremot inte lika starkt förknippad med gemene läsares bild av staden och placeras därför i andra ledet av konnotationer. Båda artiklarna bidrar självfallet, på sitt sätt, till varumärket Eskilstuna, men gör det olika mycket.



Det är dock viktigt att hålla isär begreppen konnotationer och genomslag. Konnotationer är en kvalitativ bedömning av förhållandet mellan analysobjektet och artikelns innehåll. Genomslag är däremot en betydligt mer generisk variabel som helt grundar sig i var i artikeln analysobjektet omnämns. En artikel kan omnämna staden precis i slutet, men fortfarande referera direkt till bilden av denna. På samma sätt kan en artikel innehålla Eskilstuna i rubriken, men på ett mindre direkt sätt handla om staden i sig.

Egentligen är det frågan om ett begrepp som ska spegla publicitetens grad av **varumärkespåverkan**. De artiklar som placerats i första konnotationsled kan sägas påverka varumärket Eskilstuna i **hög grad**. Artiklar i andra ledet kan sägas påverka varumärket i mildare grad (för enkelhetens skull kallad **mellan**). Artiklar i tredje konnotationsled kan då följaktligen sägas påverka varumärket i **låg grad**. Vid handen får man då artiklar som i olika grad formar bilden av staden. En artikel som handlar om arbetslöshet i Eskilstuna påverkar varumärket mycket (hög grad) och en artikel om Parken Zoo påverkar bilden av staden Eskilstuna lite mindre (mellan eller låg grad).

En aspekt av denna härledning är **representanter** och **ambassadörer**. Dessa aktörer företräder staden i en viss fråga eller aspekt. De kan vara medvetna om sin representation (t.ex. politiker) eller omedvetna (t.ex. sångare, sportprofiler eller privatpersoner). Den senare kategorin är vanligare, och förmodligen också viktigare. I sin omedvetenhet kan de på ett sätt sägas representera det sanna och oputsade Eskilstuna,

både i negativt som positivt hänseende.

Ambassadörerna och representanterna kan också vara företag och organisationer. Till exempel är Parken Zoo en ambassadör för staden. Går det bra för djurparken speglar det i viss mån av sig på bilden av staden. På samma sätt fungerar ett handbollslag eller en rockgrupp som representanter för staden.

**Urvalet** på vilken denna undersökning grundar sig är begränsad till ett tiotal källor som valts i samråd med Eskilstuna kommun. Vad gäller sökningen i dessa källor har begränsningen inte varit lika strikt. Vi har sökt på ordet "Eskilstuna" och manuellt gått igenom samtliga artiklar. Anledningen till att denna undersökning innehåller knappa 400 artiklar beror på att alla artiklar som bedömts som irrelevanta för syftet har eliminerats manuellt i efterhand. En bred sökning som innehöll en del "brus" var nödvändig för att minimera risken att missa relevanta artiklar. Alternativet hade varit att begränsa sökningen tekniskt sett (i form av snävare villkor för inhämtning av artiklar), men då hade risken att eventuellt inte få med relevanta artiklar varit större. Därför innehöll den aktuella sökningen en del sportresultat och liknande oförskyllt och irrelevant publicitet, som har tagits bort allt eftersom. På så sätt har vi med största säkerhet fångat in samtliga artiklar som publicerats om Eskilstuna under året och kan på goda grunder uttala oss om stadens mediebild i de undersökta källorna.



# Översikt

Totalt publicerades 356 artiklar som på ett eller annat sätt knöt an till staden Eskilstuna. Antalet potentiella lästillfällen uppgick till nästan 200 miljoner och det redaktionella nyhetsutrymmet kan uppskattas ha varit värt ca 22 miljoner kronor.

Porträttet av Eskilstuna hade två sidor. En positiv och en negativ. Den positiva bilden präglades av sport & idrott och kultur & nöje, men också hållbarhet och entreprenörsanda. Genom ambassadörer som Sebastian Larsson, Guif, Kent, Parken Zoo, Svenska deckarakademin och senaste årets Gasellföretag förmedlades den positiva bilden av staden. Totalt publicerades 86 artiklar som bedömts som positiva för orten.

Den negativa bilden var dock mer påfallande. Grov kriminalitet som gick ut över anständiga medborgare, ungdomsarbetslöshet som drabbade allmänheten obönhörligen eller vidriga missförhållanden på stadens främsta turistmål, Parken Zoo, var några exempel på hur bilden av den stolta fristaden svärtades ner i de undersökta medierna.

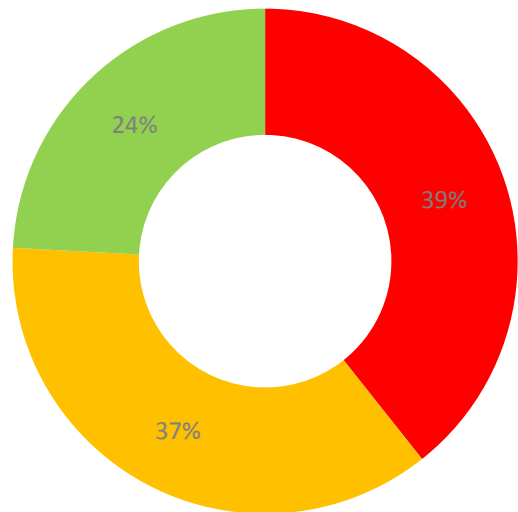
Faktum var att bilden på det stora hela var av negativ karaktär. Av de 356 artiklar som undersökts har 140 bedömts förmedla en negativ bild av Eskilstuna. Det är ungefär 39% av den totala publiciteten.

Den positiva motsvarigheten uppgick enbart till 86 artiklar och 24% av den totala publiciteten.

## Nyckeltal

Antal artiklar	356
Potentiella lästillfällen	193 244 368
PR-värde per artikel SEK	63 948
PR-värde SEK	22 765 596

## Fördelning av redaktionell nyhetsvärdering



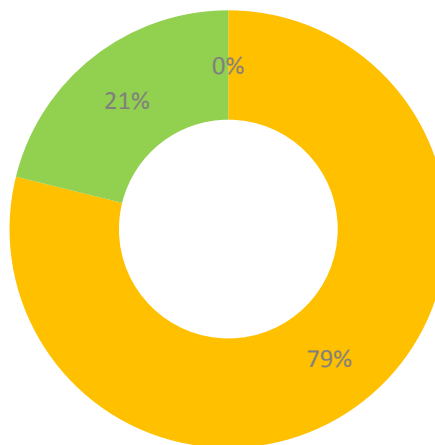
Diagrammet avser 356 artiklar under 2012



Mycket av den kulturrelaterade publiciteten var under året kopplat till rockbandet **Kent**. Stor del av bilden av Eskilstuna och kultur kan sägas centreras kring bandet. Stor del av den kultur-specifika publiciteten handlade om bandets nya skiva. Skivsläppet i sig har inte så mycket med Eskilstuna att göra, men de artiklar som sökningen fångat upp nämnde alla att bandet har sitt ursprung i staden. Ibland hade orten en mindre framträdande roll (för att inte säga obetydlig), men då och då fokuserade artikel-författaren på just Eskilstuna som en del av bandets image. Till exempel kan nämnas en artikel av Jan Gradvall i Expressen i mitten av mars. I artikeln blir Eskilstunasonen Jocke Berg starkt förknippad med staden som en del av sin uppväxt och därmed en del av forandet av honom som musiker och textförfattare. Även om det inte sägs rakt ut så bildar orten den fond som artisten Jocke Berg skapades mot. På gott och ont präglade uppväxten och tillvaron i Eskilstuna bandet. Jan Gradvall skriver: *När Kent skivdebuterade 1995 var texterna om uppväxten i Eskilstuna påfallande präglade av våld. En rad lyder: "Somliga älskar att slå sönder en vit tandrad". En annan: "Han fångade sparken med huvudet".* Även om det i sig inte gör att bilden av staden blir särskilt positiv så lyfter artikel-författaren fram det romantiska i våldet och framhåller det som en skapande och kreativ kraft.

Ett par månader senare publicerade bl.a. Aftonbladet en artikel om Kents **specialbutik**. I butiken, som hölls öppen under sommaren, kunde fans köpa rariteter och nytt material. Detta tilltag visar på en tydlig koppling mellan bandet och staden.

### Tendensfördelning: Kultur & Nöje



Totalt publicerades 52 artiklar inom ämnet.

Att Eskilstuna **värnar om** sina kulturambassadörer tog sig ytterligare ett uttryck. I Aftonbladet i slutet av mars publicerades en artikel i vilken Pär Eriksson, kommundirektör, intervjuades. Han berättade där om att han bjudit in ABBA-medlemmen Benny Andersson att hänga upp sin tavla i foajén i stadens stadshus. Benny Andersson vill ta ner sitt porträtt i Arlandas ankomsthall p.g.a. ombyggnationen av Slussen. Pär Eriksson berättar: *Om han inte kan stå upp för Stockholm så ska han i alla fall kunna stå upp för Eskilstuna. Han är från Eskilstuna, inte född men han växte upp i Eskilstuna. Vi har väldigt mycket ABBA-koppling. Även Frida är ju uppväxt i kommunen. Vi är lite kaxiga ibland.* Artikeln gav ett lättsamt intryck, men visar ändå, tillsammans med samarbetet med Kent och deras butik att Eskilstuna vill lyfta fram och gärna gör gemensam sak med sina kulturpersonligheter.

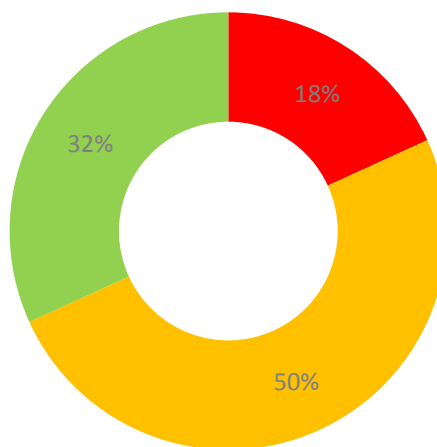


Det publicerades förvisso fler artiklar om kultur och nöje än om sport- och idrottsevenemang under året, men den positiva bild som sportjournalistiken skapade var mer mångfacetterad och betydligt mer **lokalt förankrad**.

Att Eskilstuna är ett starkt **handbollsfäste** gick inte att ta miste på. Aftonbladet publicerade i november en artikel om den suveräna publiken i Kristianstad. I artikeln gick det också att läsa om Guif, som omnämndes som en av handbollens mest anrika föreningar. Att Eskilstuna Guif var tvåa på listan över elitseriens lag med högst publiksnitt tyder också på att Eskilstuna i stort är en handbollsstad. Under året publicerades också en rad artiklar som berättade om att Guif, trots sin långa historia som lag i elitserien, nu vunnit grundserien för första gången på 47 år. Handbollsstaden Eskilstuna omnämns i små och tillsynes omärkbara formuleringar i artiklar om sporten. Genom dessa träder bilden av en handbollstokig stad fram där publiken vallfärdar till hemmamatcherna för att stötta sitt lag.

En annan tydlig tendens i rapporteringen kring sportrelaterade ämnen var de ambassadörer som tog plats i publiciteten. Störst stjärna var onekligen fotbollsproffset **Sebastian Larsson**. Det nostalgiska förhållningsätt som han hade gentemot sitt Eskilstuna var uppenbart och tydligt. I en lång intervju med Premier League-spelaren berättade han att han alltid firar sina högtider hemma med familjen i Eskilstuna. Han påpekade också tydligt att han och hans fru träffades under tiden de bodde staden. Här har staden förmodligen sin starkaste ambassadör inom sportens värld.

### Tendensfördelning: Sport & Idrott



Totalt publicerades 44 artiklar inom ämnet.

I en artikel i Aftonbladet från sommaren berättade Sebastian Larssons farmor att hennes barnbarn längtade hem till Eskilstuna så mycket att han undrade om Arsenal var villiga att låna ut honom till IFK Eskilstuna. I artikeln förekom en hel del inslag som antydde om ortens vikt. Faktum var att artikeln var utformad som en skildring av staden – genom Sebastian Larsson. Fotbollspelaren blev i artikeln, liksom Kents Jocke Berg, Eskilstunas egen son.

På liknande sätt talade sportjournalisten **André Pops** om sin barndom i Eskilstuna. I sitt nya barnboksprojekt hade han, enligt utsago, hämtat inspiration från sina barndomsdagar i Eskilstuna.

Något som inte var lika framträdande var Eskilstunas **speedway**. Under hela året publicerades inte en enda artikel om sporten som kunde relateras till bilden av staden.



Det är anmärkningsvärt, men kanske mest ett bevis på att stora delar av den etablerade svenska pressen inte är speciellt intresserade av sporten. Det publicerades såklart en hel del sportresultat i speedway i de berörda källorna, men ingen av dessa artiklar kunde sägas ha påverkat bilden av Eskilstuna i större utsträckning.

Men bilden av sporten i Eskilstuna var inte bara guld och gröna skogar. **Gymnastiken** – och Eskilstuna GF – var ett mörkt kapitel. Mobbing och psykisk stress verkade vara en daglig ingrediens i de unga gymnasternas vardag. Värdegrundsproblem, avhoppande tränare som klagade på kommunens engagemang och hot om inställt kommunalt stöd präglade rapporteringen. Bilden av staden påverkades dock inte i samma utsträckning av rapporteringen, jämfört med till exempel talet om Eskilstuna "som en handbollsstad". Problemen med Eskilstuna GF och gymnastiken blev i medierna mer ett problem för SOK, föreningen och kommunen – inte staden. Det var osämjan mellan dessa aktörer som låg i fokus i artiklarna och inte stadens gymnastik som ett uttryck för folkets intresse för idrotten. Eskilstuna GF var en aktör i sig som, till skillnad från Guif eller Sebastian Larsson inte kunde klassas som ambassadör i lika stor utsträckning. Men, rapporteringen har definitivt inte stärkt bilden av staden i en positiv mening, även om dess relevans och grad av påverkan kan diskuteras.

Bland de inslag som bedömts som negativa för bilden av staden ingick en rad artiklar som handlade en undangömd och påfrestande vardag som fotbollsproffs i Eskilstuna City. **Lansana**

**Kamara**, 20, hade flytt från Sierra Leone och försökte skapa sig en tillvaro som fotbollsspelare i Sverige. Han spelade i Eskilstuna City och fick 9 000 kronor kvar i lön när skatten betalats. Han bodde i en knappt inredd källarlokal i stadsdelen Nyfors. Han skickade pengar hem till sin familj varje måndag. Tillvaron var dystert, även om klubben gjorde vad den kunde för att bistå. "Jag mår inte bra, men måste vara stark och koncentrera mig på fotbollen", säger han. Bilden av fotbollens bakgård var på inget sätt smickrande. Förstått tillsammans med rapporteringen om ungdomsarbetslöshet och industristadens förfall utgör höstreportaget om Lansana Kamara ytterligare ett bidrag till bilden av Eskilstuna som en stad i hopplöshet: "Spelarna i Eskilstuna City är lediga, men för Lansana Kamara existerar inga träningsfria dagar. Han gör 50 armhävningar och rullar sedan över till rygggläge för att träna magmusklerna. När han är klar med fysdelen plockar han fram en sliten fotboll ur garderoben och sparkar den gång på gång mot betongväggen. Det gnisslar när hans gummisulor gnider mot plastmattan /.../ Mitt i rummet står två bärande pelare, som blompinnar åt en ventilationstrumma som sträcker sig däremellan. Små fönster berättar vad som är ovan jord men Lansana har persiennerna neddragna".





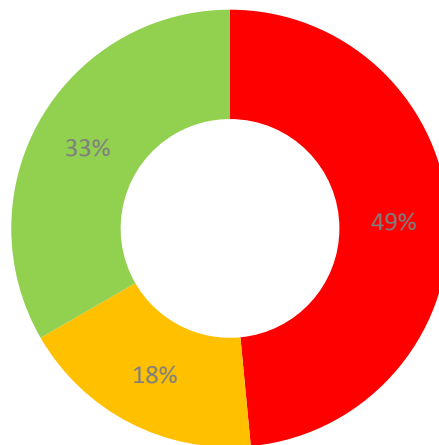
## Parken Zoo

Att Parken Zoo är en av Eskilstunas största attraktioner råder ingen tvekan om. Många förknippar staden med parken, då den varit en del av orten sedan slutet på 1800-talet. Att påstå att parken kan ses som en ambassadör för Eskilstuna är en underdrift. Parken är djupt förankrad i staden och ägs av kommunen. Rapportering om parken var också den mest talrika. Totalt publicerades 66 artiklar som på ett eller annat sätt handlade om parken.

Trots att den negativa publiciteten var den mest förekommande så visar den stora positiva andelen publicitet att parken, innan skandalerna om misskötsel uppdagades, bidrog stort till positiv publicitet kopplad till Eskilstuna. Jämfört med andra parkers publicitet i tider av hårda granskningar ska det påpekas att en andel på **33% positiv publicitet** är ovanligt. Bakom den positiva rapporteringen av parken stod nöjesreportage om schalgersloken **Eskil** och nyfödda **apungar** och andra älskvärda tillökningar. Med tanke på att källurvalet för denna undersökning fokuserar på större tidningar som inte har en lokal prägel så är utfallet av positiv publicitet i början av året synnerligen god. Publicitetsåret började onekligen bra för Parken Zoo.

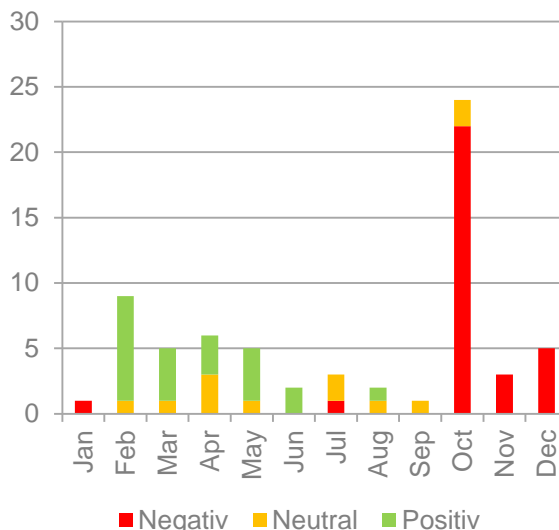
I mitten av oktober sändes **Kalla faktas** granskning av djurparken och skandalen var ett faktum. Utan att fördjupa sig i parkens egen mediebild kan vi konstatera att få artiklar med annat än negativ vinkel publicerades efter den 16:e oktober. Att missförhållanden och vanskötsel varit sanktionerat ovanifrån kom att skada parkens anseende hårt, och minnet av skandalen kommer förmodligen ta åtskilliga år att suddas ut.

### Tendensfördelning: Parken Zoo



Totalt publicerades 66 artiklar inom ämnet.

### Fördelning över tid: Parken Zoo



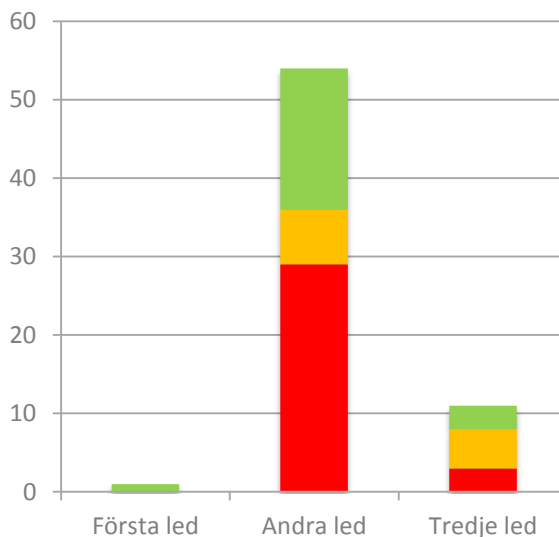
Diagrammet avser endast artiklar som rör publicitet kopplad till Parken Zoo. Totalt 66 stycken.



Ett av de grundläggande problemen för djurparken var att "utbytandet" av djur är ett krasst uttryck av de ekonomiska förutsättningar som präglar verkligheten i landets alla parker, för att inte säga alla parker i hela världen. För att hålla intresset uppe och locka till sig nya besökare krävs nya spektakulära satsningar i form av nya djur och attraktioner. Dessa förhållanden kommer kvarstå, oavsett om djurparkschefen byts ut eller styrelsen avgår. Valutan är upplevelser och för att hålla konkurrensen hög krävs ständig förnyelse. Det ligger i ordets betydelse. Även om Parken Zoo återhämtar sig från skandalen och får ett återupprättat förtroende, så är de tvungna att hela tiden förnya och utveckla sitt erbjudande. De måste alltid kunna erbjuda nya upplevelser.

Hur påverkar detta bilden av Eskilstuna? Som nämnts tidigare är Parken Zoo en av stadens största attraktioner och många läsare förknippar nog Eskilstuna med parken. Detta förhållande gör att publicitet om Parken Zoo i viss mån är publicitet om Eskilstuna. I publiciteten om parken har de flesta artiklar bedömts befinna sig i andra konnotationsled. Det innebär att av totalt 32 negativa artiklar om Parken Zoo har idén och Eskilstuna som stad påverkats negativt i 29 av dem. Så visst påverkade detta bilden av staden. Men det ska komma ihåg att publiciteten kring Parken Zoo först och främst parkens egna och inte Eskilstunas. Till skillnad från till exempel rapportering kring arbetslöshet eller grova brott refererades artiklarna om Parken Zoo i andra hand till staden Eskilstuna. På så sätt finns en förmildrande omständighet i påverkan av Eskilstunas varumärke i denna publicitet.

### Tendensfördelning per konnotationsled



Diagrammet avser endast artiklar som rör publicitet kopplad till Parken Zoo. Totalt 66 stycken



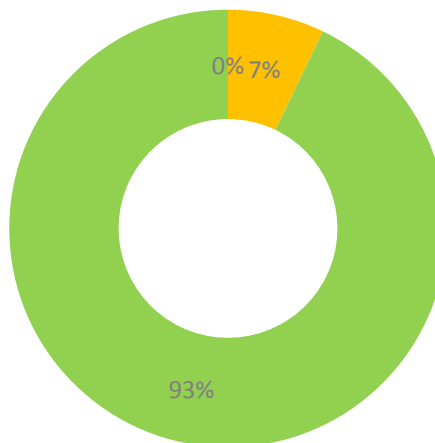
## Miljö, hållbarhet och CSR

Om många av artiklarna om Parken Zoo (både negativa och positiva) hade en koppling till Eskilstuna i andra konnotationsled så var den **miljörelaterade** publiciteten i högre grad kopplad till staden självt. Samtliga artiklar inom ämnet har bedömts påverka bilden av Eskilstuna i första konnotationsled. Det var också det ämne som hade störst andel positiv publicitet. Artiklarna var inte bara kopplade till staden på ett idémässigt plan, utan även synligheten i artiklarna var hög. I mer än hälften av artiklarna förekom Eskilstuna i rubrik och/eller ingress.

Att kommunen gjort en satsning för att bli en miljömedveten stad framkom tydligt i publiciteten. Kronan på verket var en artikel i Miljöaktuellt med rubriken "*Politisk enighet lyfter Eskilstuna till toppen*" (2012-06-29) i vilken kommunalrådet Magnus Johansson förklarar vad som har gjort att Eskilstuna är landets mest miljömedvetna kommun. Artikeln formligen osar **framåtanda** och berättar om hur kommunens plan för en bättre miljö involverar och samverkar med invånare, bolag, skolor och samhällsbyggnadsdelen, för att tillsammans nå de mål som satts upp.

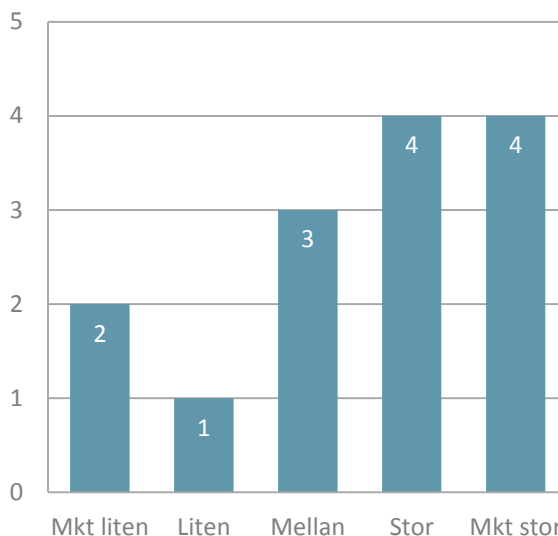
Det förekom också en del artiklar som handlade om andra kommuner och städer, men som omnämnde det faktum att Eskilstuna vunnit priset för **bästa miljökommun**. I dessa artiklar var referensen till staden förvisso i första konnotationsled, men synligheten lägre (eftersom fokus låg på andra städer). Svenska Dagbladet publicerade dock en notis om utnämmandet och Sydsvenskan berättade att utnämningen bland annat motiverades av hur mycket ekologisk mat som serverades, kommunens gröna strategi och

### Tendensfördelning: Miljö, hållbarhet och CSR



Totalt publicerades 14 artiklar inom ämnet.

### Fördelning över synlighet: Miljö, hållbarhet och CSR



Diagrammet avser endast artiklar som rör publicitet kopplad till Miljö, Hållbarhet och CSR. Totalt 14 stycken



hur många miljöcertifierade förskolor staden kan visa upp.

En annan aspekt av miljöpubliciteten var ett perifert omnämnande av kommunens **avfalls-hantering** i Sundsvalls Tidning. Den 14:e och 15:e september kunde läsarna av Sundsvalls Tidning ta del av en artikel om Sundsvalls återvinningsstationer. Enligt artikeln hade talet om borttagandet av dessa stationer väckt starka känslor. En insändare talade om hur bra denne tyckt att Eskilstunas modell var. Dagen innan publicerades en artikel i vilken avfallsrådgivaren Tomas Wikner använt **Eskilstunamodellen** som ett bra exempel på hur man kan gå till väga. I båda artiklarna lyftes den optiska sorteringen upp som framgångsrik och enkel metod för en miljöanpassad återvinningsprocess.

Tidningen Market publicerade en artikel om den nya **kretsloppsgallerian** som ska öppna norr om Eskilstuna. Det var dock inte frågan om något perifert omnämnande. I artikeln beskrevs den nya gallerian ingående, och det framgick att det kommer gå att göra tippningen till en betydligt trevligare upplevelse. Kunderna kan handla, ta en fika och lämna skräp samtidigt. Tillsammans med den optiska sorteringen skapar de två nyheterna en fördelaktig bild av staden som grön, framåtriktad och nytänkande.

Föga överraskande var många av artiklarna som getts som exempel här var publicerade i tidningar som Miljöaktuellt och Dagens Samhälle. Men positiv publicitet om Eskilstunas miljöarbete hittade också vägen ut till dagspressen. Exempel ovan publicerades som sagt i Sundsvalls Tidning.

Också Svenska Dagbladet och Sydsvenskan publicerade artiklar i ämnet.

Men det vara inte bara återvinningsstationer och optisk sortering som gav publicitet under året. I Dagens Samhälle gick det att läsa att Eskilstuna arrangerade **den största kommunfikan någonsin**. Totalt togs, enligt artikeln 36 700 fika pauser samtidigt, som en del av kommunens engagemang i Fairtrade Challenge. *"Vi kan stolt konstatera att Eskilstuna tar ansvar för en rättvisare värld"*, sa Tryggve Lundh, utvecklingsdirektör.

I en temaartikel i Miljöaktuellt om självförsörjande energi berättade också kommunstrategen Lars-Erik Dahlin att Eskilstuna kommer satsa hårt på **hållbar energi** i framtiden. Kommunen framställdes som ytterst innovativ då den ska satsa på både solenergi och egna vindkraftverk. Lars-Erik fick stort utrymme och fick förklara att Eskilstuna är en kommun som vågar göra saker och att denna typ av satsning kommer leda till nya arbetstillfällen.

På det stora hela kan det konstateras att Eskilstuna i stor utsträckning porträtteras som en **innovativ** och **miljömedveten** kommun som satsar på nya projekt och leder utvecklingen inom området bland Sveriges kommuner.



## Brott, straff och juridik

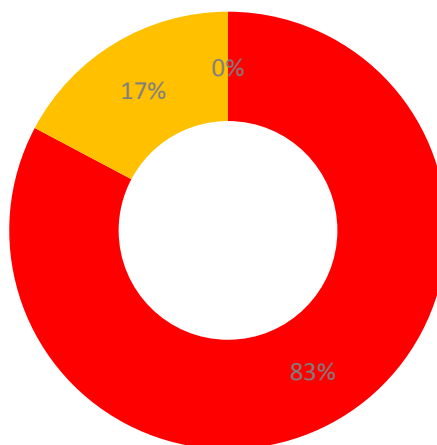
I början av året skakades Eskilstuna av vad Expressen kallade en **politisk våldsvåg**. Enligt tidningen utsattes en rad lokala politiker för våld, hot och påtryckningar från både höger- och vänsterextrema grupper. Genom exempel målades bilden upp av ett politiskt klimat som belägrats och tagits som gisslan av antidemokratiska militanta krafter. Hotelser och extremt övervåld hade ersatt politiska diskussioner och såväl Sverigedemokrater, Kristdemokrater som andra partimedlemmar attackerades och miss-handlades öppen gata.

Några månader senare rapporterade Dagens Nyheter med rubriken "**Åtta personer till sjukhus efter upplopp i Eskilstuna**" att första maj-demonstrationer urartat i staden. Enligt artikeln rörde det sig om en sammandrabbning mellan nästan 300 personer. På bilden kunde en polisbil och en polisman urskiljas i ett tjock moln av gul tårgas.

I slutet av maj kom också rapporter på att det kriminella nätverket **Black Cobra** upphör att existera i Skåne. Men, ibland annat Eskilstuna kommer det vara kvar ett tag framöver. En läsning som, ur ett Eskilstunaperspektiv, torde ses som illavarslande.

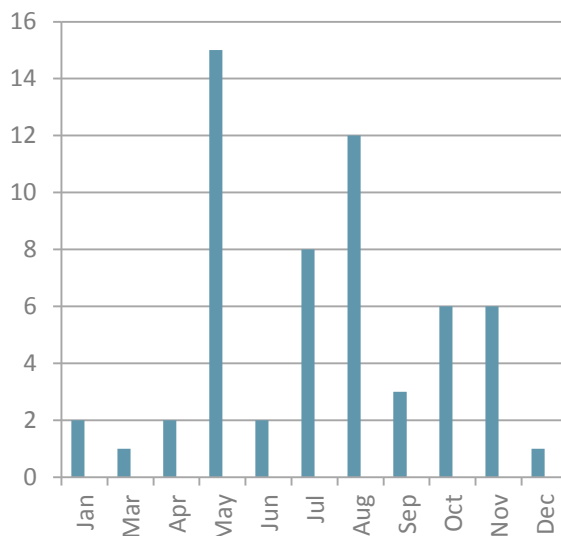
Tre månader senare kom så det första skottet. Den 31:a juli publicerade Expressen, Aftonbladet och Dagens Nyheter artiklar i vilka det stod att två män blivit utsatta för ett mordförsök. Artikeln i Aftonbladet var utförlig och där berättade ett vittne att "**det inte är kul att något sånt här händer där man bor**". I tre dagar drabbades staden av **skottlossningar** på öppen gata.

### Tendensfördelning: Brott, straff och juridik



Totalt publicerades 58 artiklar inom ämnet.

### Artikelfördelning över tid



Diagrammet avser endast artiklar som rör publicitet kopplad till Brott, straff och juridik. Totalt 58 stycken.



Artiklarna i Expressen och Aftonbladet var utformade i bästa **kvällsjournalistiska** anda, och formuleringar som *"oron är stor i Eskilstuna, som har drabbats av tre skottlossningar på tre dagar – på öppen gata"*, förekom. Polisen kunde i artikeln också berätta att det handlade om knark-uppgörelser mellan lokala kriminella gäng. I Aftonbladet berättade en person med insyn i gängen att skotten inte kommer upphöra. Eskilstuna var en **"stad i skräck"**, och de personer som tidningen talat med var oroliga för mer våld. I Expressen publicerades en artikel med rubriken **"Gängen tar över staden"**. Även här talades det om en **"stad i skräck"**. En intervjuad person berättade att hon var för rädd för att gå ut och bara gjorde det om hon måste. Annars satt hon hemma i sin lägenhet. En annan berättade att hon var rädd varje dag, på väg till och från jobbet. Bilderna i artikeln var "dimmade" i hörnen och formulerade den undergångsstämning som genomsyrade rapporteringen.

När det två veckor senare sköts på nytt var bilden av Eskilstuna som ett brottens stad redan befäst. I tidningarna rådde det ingen tvekan om att det var de kriminella gängen som styrde och ställde i Eskilstuna. Totalt publicerades 21 artiklar som kunde kopplas till skottlossningarna. I många av dem förekom Eskilstuna som referens i första konnotationsled. De inledande artiklarna var mindre i omfattning (ej Aftonbladets artikel) och mer utformade som korta notiser utan djupare referens till staden, annat än som platsrefereens. Men, detta försvann snabbt och rapporteringen blev till en skildring av stämningen i staden. Intervjuade personer i artiklarna gav alla uttryck för djup oro och skräck. Artiklarna **växte i storlek**

och bilderna blev fler och tillsammans med detta ökade graden av påverkan på bilden av staden. Från att först handla om referenser i andra och tredje konnotationsled till att het och hålet handla om Eskilstuna. Det talades om stämningar i staden och om hur staden förändrats under tiden då skjutningarna höll på som värst. I takt med att rapporteringen intensifierades ökade relevansen för varumärket Eskilstuna.

All brottsrapportering var visserligen inte likadan. Inom kategorin placerades också artiklar om brott som inte refererade till staden på samma sätt som de om skottlossningarna. Till exempel fanns en del artiklar om försvinnandet av Victor Hasselström, en sexdömd läkare och ett rån av en OKQ8-mack i Torshälla. Denna typ av brottsrapportering skiljer sig mycket från rapporteringen om skottlossningarna och gängen i Eskilstuna. Även om synligheten kan vara lika hög i de två fallen utgör artiklarna om skottlossningarna högre grad av påverkan på vad läsarna har för bild av Eskilstuna, än när till exempel en man från staden förgriper sig på småflickor i Thailand. Skottlossningarna målas upp som mer av ett **samhällsproblem** än de övriga brotten.

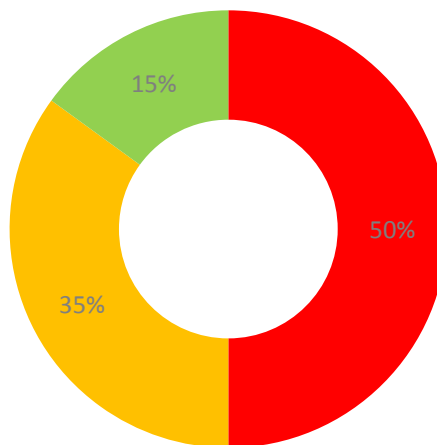


När det kommer till ämnet **Näringsliv & Arbete** var bilden av Eskilstuna tvådelad. Å ena sidan, bilden av en stad starkt präglad av arbetslöshet och helt i brist på framtidsutsikter. Å andra, sidan en kommun med goda förutsättningar för entreprenörer att förverkliga sina drömmar. Färgstarkaste exemplet på det sistnämnda var PFG, Pearls For Girls, ett av 2012 års **Gasellföretag**. I en artikel i Dagens Industri berättade vd:n Magnus Rylander och grundaren Ulrika Fosshagen om sitt företag och hur det växte fram. I en annan artikel ur samma tidning pratade ett annat Gasellföretag, Personalstrategerna, hur de gick till väga för att förvandla sin idé från just idé till ett företag med 138 miljoner i omsättning. Personalstrategerna vann sedan pris för bästa Gasellföretag vid Gasellgalan i Linköping.

Denna typ av publicitet hjälper till att skapa en positiv bild av staden. Att idéer kan omsättas till praktik och att entreprenörer lyckas är något som skapar framtidstro och hopp om bättre tider. Rapporteringen handlade dock om företagen i fråga och inte kommunen specifikt. De omnämnda företagen fick stå som representanter för orten. Detta är inte ofördelaktigt i sig, men i jämförelse med den negativa publiciteten om arbetssituationen i staden kan de sägas påverka bilden av staden i mindre utsträckning än om artiklarna handlat om kommunen *per se*.

Hur såg då den mindre soldränkta sidan av stadens arbetssituation ut? Det är en sannerligen **dyster läsning**. I Dagens Nyheter publicerades i slutet av februari en lång artikel om arbetsläget i Sveriges kommuner. Eskilstuna lyftes i artikeln fram som ett exempel på en bruksort som inte kommit lika långt i omställningen till tjänstesamhälle.

### Tendensfördelning: Näringsliv & Arbete



Totalt publicerades 40 artiklar inom ämnet.

Analyschefen på Arbetsförmedlingen, Clas Olsson, berättade att det i bruksorterna finns en kultur som gör att de yngre männen fortfarande förväntar sig att få jobb inom den dominerande industrin. Han menar att många har **svag studietradition** och att det dessutom gör dem mindre benägna att flytta. Trots att staden för bara några år sedan utnämndes till Årets tillväxtkommun, så låg den i botten i samma mätning 2012. Faktum är att just Dagens Nyheter publicerade en rad artiklar i vilka arbetssituationen i mindre svenska orter behandlades. Eskilstuna omnämndes mer än en gång.

I samma veva publicerade Ekot (som inte ingår som källa i denna undersökning, men som omnämndes i en artikel) som visade att Eskilstuna var den kommun som betalade ut mest försörjningsstöd. 10,5 procent av alla i Eskilstuna fick försörjningsstöd av kommunen. Värst i hela landet.



I artiklarna var synligheten hög, då Eskilstuna lyftes fram som **skräckexempel**. Många av artiklarna refererade också till staden i första konnotationsled. Det var Eskilstuna som sådan som omnämndes. Det var kommunen i sig som brottades med hög arbetslöshet bland de unga. I de exemplen ovan handlade det inte om någon eller något som kan sägas representera staden, utan det var staden självt som spelade huvudrollen. Att nämnas som avskräckande exempel i artiklar med rubrikerna "Socialbidrag försörjer nu fler än a-kassan" och "Samma utanförskap nu som då" talar sitt tydliga språk.

En av de mest engagerande artiklarna publicerades i Expressen i början av november. Där fick läsarna följa Dan Sjöström, som sedan studenten sökt 60-70 jobb, utan resultat. Han och hans klasskamrater i BP3B blev i sin olycka representanter för Eskilstunas arbetslösa. En av dem säger: "Jag är arbetslös och håller på att söka jobb, helst något inom bygg. Hittills har jag fått pengar från arbetsförmedlingens ungdomsgaranti och försörjningsstöd". En annan delar samma erfarenhet: "Jag är arbetslös och har varit det sen studenten. Jag går på soc, man behöver ju pengar. Jag har sökt många jobb, klart att det är jobbig". Andra pratar om praktikplatser och andra tillfälliga arbeten. Osäkerheten var stor.

Tillsammans med artiklarna om Eskilstunas bottenplaceringar i diverse kommunmätningar blir de unga männen i Expressens artikel som ansikten på den typiske arbetslöse unge pojken i mindre bruksorter. Trots yrkesförberedande studier var det svårt att få jobb. Ingen eller få av dem pratade om att flytta och bilden av den yngre

studiesvage och förändringsobenägne mannen förstärktes ytterligare och Clas Olssons analys blev mer och mer träffsäker. Bredvid artikeln i Expressen uttalade sig tidningens krönikör Lotta Gröning och menade att de unga männen håller på att bli en **förlorad generation**. Hon talade om långvarig fattigdom och att försörjningsstödsberoende går i arv i familjer, från föräldrarna till barnen som sedan är fast i ett liv i fattigdom.

Problemet med denna typ av publicitet är att den tenderar att **överskugga** mycket av den andra mer positiva bilden. Att en stad saknar framtidsutsikter är en svår stämpel att bli av med. Med ökad arbetslöshet kommer misär och sociala stigma. Det är en av de allvarligaste formerna av utanförskap. Det gör att tillsynes neutrala rapporter om uppsägning laddas med en helt annan betydelse. Att ett företag varslar om uppsägning är ingen positiv händelse, men om tidningarna varit fyllda av olycksporträtt som fanns i Expressen, blir en enkel TT-notis ett tecken på att staden tagit ytterligare ett steg närmare avgrunden. I Eskilstuna återkom sådana artiklar med jämna mellan rum. I början av året sade Assa upp 96 anställda, Fazer sade upp 91 stycken och i slutet av året sade Volvo upp 350 anställda, varav några återfanns i Eskilstuna.





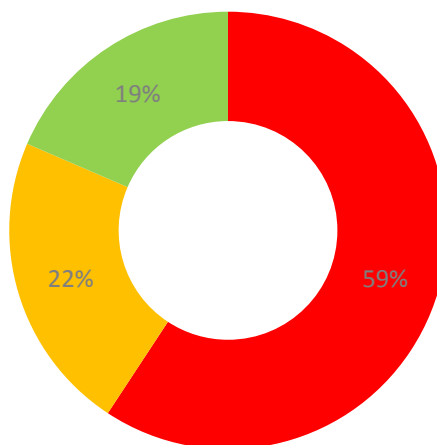
I Eskilstuna var det som i all politik, det fanns de som tyckte si och de som tyckte så. Det handlade om styrande ideologi och rådande opposition. På nyhetssidor kommer det alltid finns rum för kritik mot de sitter vid styret vid en given tidpunkt, och opinionsbildare kommer alltid att ha något att säga om de beslut som fattas.

Som diagrammet nedan visar var det mycket av rapproteringen kring ämnet **Kommun & Politik** som placerats i andra konnotationsled. Detta betyder att det i regel handlade om artiklar om representanter för staden och inte staden i sig. Eskilstuna som stad spelade en mindre framträdande roll i denna publicitet. Diagrammet visar också att i de fall då Eskilstuna faktiskt spelade en framträdande roll (och refererades till i första konnotationsled) så var merparten av omnämningarna av fördelaktig karaktär. Samtidigt var de negativa artiklarna främst placerade i andra konnotationsled och kan därför sägas påverka bilden av staden i mindre utsträckning än sina positiva motsvarigheter.

Bland de positiva artiklarna som placerats i första konnotationsled kan de om **Jimmy Jansson** nämnas. Hans tilltag att försöka leva på riksnormen för försörjningsstöd kan uppfattas som folkligt initiativrikt och därför påverka staden i positiv riktning. Samtidigt finns också risken att, med artikeln om klass BP3B i bakhuvudet, tilltaget upplevas som ett förlöjligande eller rent av provocerande för de som lever på stödet på riktigt.

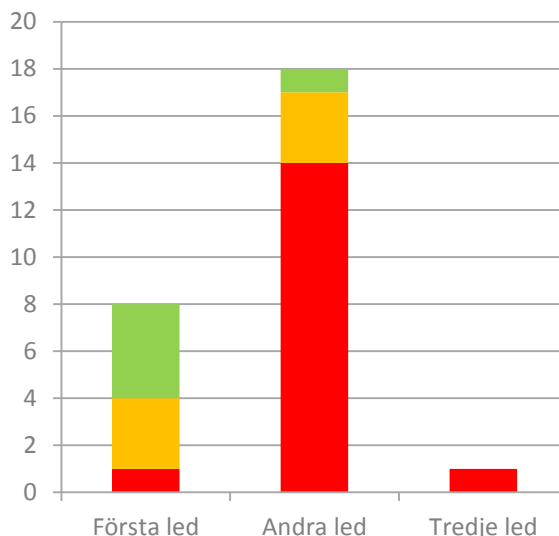
En annan positiv nyhet som bör omnämnas var den om kommunens prisbelönta hemsida för 2011

### Tendensfördelning: Kommun & Politik



Totalt publicerades 27 artiklar i ämnet

### Tendens per konnotationsled



Diagrammet avser endast artiklar som rör publicitet kopplad till Kommun & Politik. Totalt 27 stycken.



Tidningen, Dagens Samhälle, publicerade också en artikel om Falkenberg i vilken Eskilstunas pris för **Årets tillväxtkommun 2007** omnämndes. Med tanke på den låga synligheten i de två artiklarna – artikeln om webbsidan var i notisform och i artikeln om Falkenberg omnämndes Eskilstuna perifert i bakgrunden – hade de två artiklarna begränsad inverkan på stadens mediebild, trots referenser till staden i första konnotationsled.

Bland de negativa nyheterna ska den om politikernas och tjänstemännens skattefinansierade resa till fastighetsmässan i Cannes lyftas fram. Eskilstuna, bland många andra kommuner, skickade flera representanter till vad som framställdes som en nöjesresa på skattebetalarnas bekostnad. Resan kommenterades av Jimmy Jansson som sade att han förra året fick med sig många löften om företags-etableringar som betalade resan "*många gånger om*". Ledarartikeln i Dagens Industri insinuerade något helt annat och liknade förfarandet med **mutskandalen** i Solna vid byggandet av Friends Arena. Intrycket av artikeln var onekligen att det inte handlade om strategisk verksamhet utan var frågan om en nöjestripp och **förtäckt förmån**.

Det förekom också med jämna mellanrum publicitet som kopplade samman kommunen med SD. Detta faktum skapade en komplicerad mediebild. I början av året kunde läsarna ta del av oroväckande rapporter om politiskt våld och antidemokratiska rörelser i Eskilstuna. Att SD dessutom har politiskt inflytande i kommunen kan skapa bilden av staden som främlingsfientlig.



## De andra ämnena

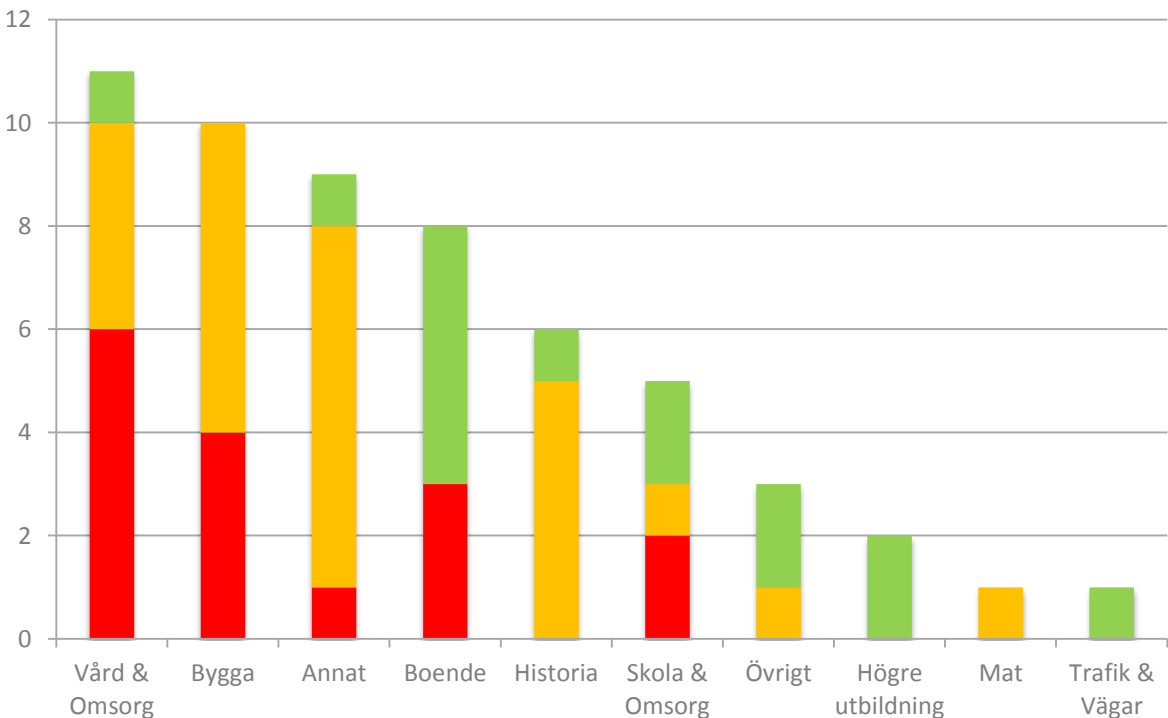
De ämnen som avhandlats hittills var de som förekom mest. Publiciteten var dock mer differentierad än så. Ytterligare tio ämnen identifierades och innefattade 56 artiklar.

Sett till grad av påverkan var **Boende** det ämne som påverkade bilden av staden mest. Av de åtta artiklar som handlade om boende i Eskilstuna har sju artiklar bedömts referera till staden i första konnotationsledet. Till exempel handlade ett par artiklar publicerade i Dagens Industri om hur bra och billigt det var att bo i Eskilstuna. I en annan förklarade en intervjuad person att hon köpt hus i Eskilstuna för att höja sin **livskvalitet**. Det fanns också mindre konventionella inslag i boende-

publiciteten. En artikel handlade om en swingersklubb som ligger belägen i staden. Artikeln publicerades i Expressen och var skriven ur ett klubbägarperspektiv. Det var en mycket positivt utformad artikel.

Ämnet **Bygga** var också starkt kopplat till stadens mediebild, dock ur ett negativt perspektiv. I totalt fem artiklar berättade tidningen Market om hur **butiksdöden** fortsatte skörda offer i Eskilstuna. Först ut var en av stadens boklådor, Kulturbutik. Sedan följde Lidl och Coop. Lidl valde att flytta sitt lager från Eskilstuna till Stockholm. Coop stängde två av sina butiker i Eskilstuna på grund av lönsamhetsproblem.

### Fördelning per ämne och tendens: övriga ämnen





## De andra ämnena

---

I september toppades raden av ofördelaktig publicitet med artikeln "**Butiksdöden fortsätter i Eskilstuna**". För det första signalerade rubriken att det var något som pågått länge i staden. För det andra så var själva innehållet i artikeln dyster läsning. En möbelaffär var tvungen att stänga, liksom Barnens Hus. Butikschefen konstaterade lakoniskt "*Det har inte varit lönsamt, så enkelt är det*". Ordet butiksdöd tyder på att det inte är utbudet i affärerna eller näringsidkarnas fel att de är tvungna att slå igen, utan bristen på köpkraft. I kombination med den övriga bilden av staden, den bild läsarna fått genom att läsa om försörjningsstöd och ungdomsarbetslöshet, blir butiksdöden ytterligare ett bevis på att en utarmning håller på att ske i Eskilstuna.

Det fanns också andra artiklar som påverkade bilden av staden, och inte bara i negativt hänseende. I Dagens Samhälle publicerades en lång artikel om satsningen på vårdcentralen i city. Det nämndes dock att med en fattig och utbildad populations ställs högre krav på vården. Detta kunde självfallet tolkas som negativt, speciellt med tanke på tidigare nämnda aspekter av mediebild. Huvudfokus i artikeln låg dock på själva satsningen och det faktum att satsningen resulterat i en "**supertillgänglig**" vårdcentral.

Av de andra artiklarna inom ämnet **Vård & Omsorg** handlade en del av dem om larmrapporter på ett demensboende i staden. Publiciteten har bedömts påverka bilden av Eskilstuna i lägre omfattning. Visserligen var nyheter om brister vid ålderdomshem alarmerande, men inte något som svärtade ner bilden av staden nämnvärt.

I övrigt påverkade inte publiciteten i de andra ämnena bilden av Eskilstuna i lika hög grad som exemplen ovan eller artiklar i de mer talrika ämneskategorierna. I regel var det referenser till staden i andra eller tredje konnotationsled och dessutom artiklar i vilka staden hade låg synlighet och spelade en tillbakadragen roll.

Noterbart var dock att, trots att staden utnämns till Årets studentstad, så förekom ämnet **Högre utbildning** endast blygsamt i publiciteten. Dagens Nyheter och Dagens Samhälle publicerade varsin notis om priset. Dagens Industri skrev en artikel om studentsituationen i Lund och där nämndes att Eskilstuna var en av få kommuner med fungerande bostadsmarknad för studenter.

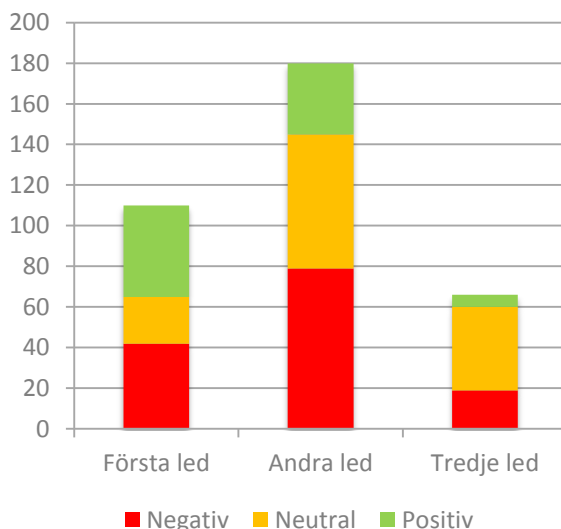


## Konnotationsleden

Som nämnts tidigare var Parken Zoo det ämne inom vilket det publicerades flest artiklar. Merparten av dessa var dock begränsade till andra eller tredje konnotationsledet. Detta innebar att bilden av Eskilstuna påverkades mindre av granskningen av djurparkens misskötsel och vanvård än till exempel rapporterna om skottlossningen på stadens gator. Rapporteringen om skottlossningen eller ungdomsarbetslösheten påverkade bilden i högre utsträckning då det handlade om staden i självt och inte en representant för staden. I artiklarna om gängkriget och artiklarna om försörjningsstödet spelade staden Eskilstuna huvudrollen. På samma sätt var artiklarna om stadens miljöarbete i stark förbindelse med bilden av staden. Alla 14 artiklar inom ämnet har bedömts påverka bilden av staden i första konnotationsled, och alla utom en bedömdes som positiva.

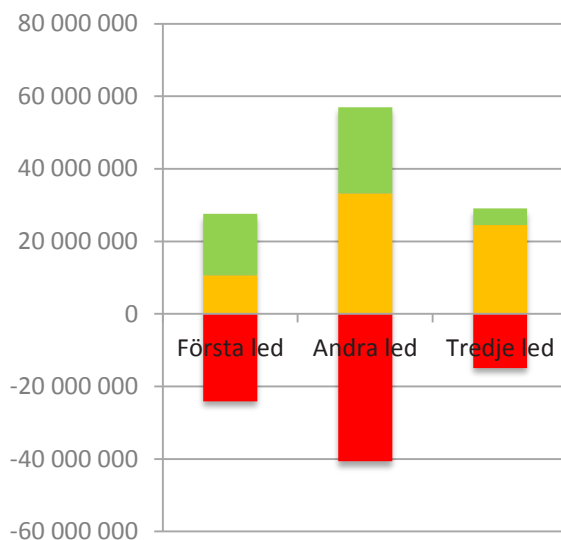
Sett till hela mediebildens var andelen artiklar som hade stor påverkan (och refererade till staden i första konnotationsled) på bilden av staden drygt 30%. Fördelningen av negativa och positiva artiklar i första konnotationsledet var nästan 50% vardera. Men, sett till räckvidden var den negativa delen större. Detta berodde på att de negativa artiklarna som bedömts påverka i första konnotationsled i större uträkning publicerades i källor med högre räckvidd. Faktum var att samtliga konnotationsled hade denna typ av fördelning, främst beroende på att det publicerades fler negativa än positiva artiklar överhuvudtaget.

### Tendensfördelning per konnotationsled



Totalt 356 artiklar

### Antal läsare per konnotationsled och tendens



Totalt 356 artiklar och 193 miljoner potentiella lästillfällen



## Sammanfattning

---

Hur ser då bilden av Eskilstuna ut i de undersökta källorna? På det stora hela var bilden av staden övervägande negativ. Artiklarna om arbetslöshet och skottlossning tillsammans med uppgifter om butiksdöd förmedlade bilden av ett samhälle i förfall. Talet om en förlorad generation och butiker som stänger igen på löpande band får läsaren att se på Eskilstuna som ett offer för den mörka sidan av urbaniseringen. Analysen av Arbetsförmedlingen, att Eskilstuna inte hängt med i tjänstesamhälleutvecklingen lämnar en bitter, men högst påtaglig eftersmak.

Å andra sidan, fanns bilden av den satsande miljöstaden. Genom innovativa idéer har Eskilstuna blivit en grön stad och dessutom bäst i Sverige. Det är ett viktigt inslag i mediebilden, för det förmedlar en framåtanda som fungerar som stark motvikt till den negativa publiciteten. Tillsammans med skildringar av Gasellföretag och andra entreprenörsframgångar i Eskilstuna bildar artiklarna om hållbar utveckling till en stark positiv känsla av att staden satsas på.

Eskilstuna var också mycket dess sport och idrott. Det stolta handbollslaget och den hängivna publiken var en av många positiva inslag i artiklarna på tidningarnas sportsidor. I sådana artiklar skapades bilden av en levande stad med ett pulserande fritidsliv. Vi kan dock notera att ingen av de undersökta källorna skrivit om varken Speedway eller trav i större utsträckning (endast en artikel som bedömts påverka bilden av staden handlade om trav och Sundbyholm). Enligt denna undersökning var det handbollen som omtalades mest och det var den sport som på nyhetsplats hyllades och starkast förknippades med staden.

Staden var också under det undersökta året starkt förknippad med rockgruppen Kent. Genom omnämningar som "Eskilstunasönerna" eller "Eskilstunabandet" och deras specialbutik kom mycket av kulturpubliciteten handla om Kent och deras förhållande till staden. Andra nostalgiska stjärnor, som Sebastian Larsson och André Pops, kom att skapa bilden av ett älskvärd stad, trots dess stundtals oglamorösa mediebild.

Till de redan nämnda aspekterna av publiciteten ska också rapporteringen om Parken Zoo och kommunpolitikerna räknas som viktiga inslag. Parken Zoo bidrog med både ris och ros till bilden av Eskilstuna. Det bestående intrycket från parkens publicitet var dock djurparkschefens lögn, misskötseln och vanvården. Detta kommer såklart påverka staden självt och ett lidande Parken Zoo är ett lidande Eskilstuna. Om Parken Zoo inte skulle återhämta sig från denna förtroendekris skulle det förmodligen vara ett hårt slag mot stadens turistnäring och därför ett hårt slag mot Eskilstuna.

Svenskt Näringsliv konstaterade dock i en av sina undersökningar att trenden kan komma att vända och att det finns ljuspunkter: "*Eskilstuna kommun blev utsedd till årets näringslivskommun för några år sedan, för att ha vänt sin nedåtgående befolkningsspiral. Nu har Eskilstuna ökat sin befolkning de senaste tio åren, och fått investeringar i form av högskola och järnvägslinjen Svealandsbanan vilket har ökat tillgängligheten till Stockholm snabbt.*"



## Kontakter

---

### Om Retriever

Retriever är Nordens ledande leverantör av mediebevakning, verktyg för redaktionell research, medieanalys och företagsinformation. Retriever har kunder i alla branscher av nordiskt näringsliv och offentlig förvaltning, och ägs av TT och Norska NTB.

**STEFAN SAVIANO DI GRADO**

Medieanalytiker

[stefan.digrado@retriever.se](mailto:stefan.digrado@retriever.se)

Tel. +46 (0) 76 000 10 23

**JENS BROMAN**

Kontoansvarig

[jens.broman@retriever.se](mailto:jens.broman@retriever.se)

Tel. +46 (0) 76 000 10 02

**EMMA NYLÉN**

Supportansvarig

[emma.nylen@retriever.se](mailto:emma.nylen@retriever.se)

Tel. +46 (0) 8 546 12 164

**RETRIEVER AB**

Birger Jarlsgatan 6B

114 34 Stockholm

+46 (0) 8 546 12 100