

## "Telias bojkott mot Kinnevik är läskig"

**Telia bojkottar sedan en tid Kinneviksbolagen MTG och Metro. Den till stora delar statligt ägda mediekoncernen visar makt genom att inte annonsera i gratistidningen och MTGs tv-kanaler. Vad jag har hört har Telia även fått med sig andra aktörer som marknadsför sig med telejätten, bland dem Nokia.**

Det är bra att annonsörer visar styrka och vågar ta strid mot orättvisor. Det är en rättighet som alla konsumenterna i världen har, så även företag som annonserar. Och styrka har Telia. De två Kinneviksföretagen kan tappa så mycket som 200.000 kronor per dag på Telias bojkott.

Alla bojkotter och strejker kan rättfärdigas beroende på den bakomliggande anledningen. Telias anledning att bojkotta Kinnevik är grumlig. Parterna är inte överens om vad det ska kosta att distribuera MTG-kanalerna TV3, TV8 och TV6 i Telias triple-playerbudande. Det har inget med annonsaffärerna att göra. Telias agerande är läskigt och oroväckande just för att det handlar om en bojkott av medieföretag. Nästa gång skulle Telia lika gärna kunna ställa krav på det redaktionella innehållet eller något annat som inte har med själva annonsaffärerna att göra. Som statligt bolag borde Telia vara ett föredöme och inte utöva utpressning mot sina samarbetspartners.

Det tycker dock inte Sveriges Annonsörers vd Anders Ericson som ger Telia sitt fulla stöd. Antingen har han inte tänkt till alls eller också är han en genomtänkt hycklare. Sveriges Annonsörer kan väl inte på fullt allvar tycka att stora annonsköpare ska använda sitt annonsvapen för att pressa fram fördelar hos medieföretag ingen annan har rätt till?

Anders Ericsson borde uppmana sina medlemmar, Sveriges största annonsköpare, att premiera medieföretag som jobbar öppet och efter svensk lag, håller på tryckfrihet och betalar skatt.

När får vi se en bojkott mot medieföretag som MSN och Google som gör allt för att gömma sig bakom amerikanska börsregler och därigenom mörka de svenska annonsintäkterna? Företag som lever på fri information men gör allt de kan för att agera svarta informationshål. Företag som på sikt urholkar grunden för vad traditionella medieföretag står för.

Det skulle vara mycket modigare och viktigare för demokratin om Telia och Sveriges Annonsörer kunde ta den striden.

Och som vanligt, från mediebyråerna organisation Sveriges Mediebyrå, hörs inte minsta lilla pip.  
Rolf van den Brink  
[rolf@dagensmedia.se](mailto:rolf@dagensmedia.se)