1960-talet – Postens guldålder

Tradition och förnyelse hand i hand

Text Egon Jonsson *Foto* Yngve Hellström

"Vår bästa tid är nu." Så sjunger Jan Malmsjö medryckande och övertygande. Men nutiden kan knappast vara Postens bästa tid. Slutet av 1900-talet och början av 2000-talet har varit en av de mest turbulenta perioderna i Postens historia.

Den tekniska omvandlingen, snabbare än någonsin, den ökande konkurrensen, internationaliseringen och andra yttre faktorer har medfört ett tryck på Postens ledning att skapa ett nytt Posten med nya kompetenser.

För Postens personal har påfrestningarna varit kännbara – ovisshet om framtiden i det stora hela och för var och en personligen, omkastningar i arbetsmetoder, produktutbud, strategier. Varierande signaler från regeringshåll har ökat förvirringen.

"Tryggheten ligger i förändringen", framhöll ofta Ulf Dahlsten, Postens förste verkställande direktör. Posten blev aktiebolag 1994. Samma budskap framför hans efterträdare, den nuvarande koncernchefen Lennart Grabe, som säkerligen har en svårare uppgift än någon annan av de postchefer som tillträtt under 1900-talet.

Till bilden av Posten av idag hör att den traditionella servicen ligger på hög nivå, mycket hög i jämförelse med många andra länders service. Postens brevnät har fått högsta beröm – Utmärkelsen Svensk Kvalitet 2000 – för att med precision befordra 22 miljoner försändelser varje dygn.

År 2001 har Posten Sverige AB gått på offensiven. Den stora satsningen sker på brev- och paketaffärerna men kassaservicen är inte längre utrotningshotad. En basservice erbjuds alla banker och det nuvarande nätet med ca. 1.800 postkontor och post-i-butikkassor byggs på några år ut till 1.350 kontor som erbjuder kassaservice och 3.100 serviceställen som tillhandahåller brev- och pakettjänster. En så stor omläggning av det postala servicenätet saknar motstycke i posthistorien. Posten är kanske på väg mot en ny guldålder? Ambitionsnivån är i varje fall

EGON JONSSON är född i Västervik 1919. Efter 46 år i Posten, varav de flesta som informationschef, pensionerades han 1984. Han ingick i Postmusei Vänners styrelse åren 1957-97. Med början i årgång 1966 har han författat ett 20-tal artiklar i Postryttaren.

YNGVE HELLSTRÖM är född i Arboga 1922. Han började i Posten som brevbärare 1945 och anställdes som fotograf i Postmuseum 1953. Åren 1960-76 var han knuten till Postens informationsavdelning. Han återvände därefter till fadershuset Postmuseum och stannade där till pensioneringen 1987. Hellström har med berömvärd noggrannhet dokumenterat sina cirka 70.000 bilder i museets arkiv.

hög. Posten har som motto: Varje dag skapar vi världens bästa Post.

Vidgad insyn

Jag har varit med i Posten från slutet av 1930-talet till mitten av 1980-talet. Min insyn i vad som händer och sker har vidgats i takt med nya arbetsuppgifter. I 30 år har jag varit informationschef - dock inte i en svit. Under 10 år – på Nils Hörjels och Ove Rainers tid – var jag chef för generaldirektörens sekretariat och sekreterare i Postverkets styrelse.

Min generations postliv har varit växlingsrikt. Vår resa har kantats av ömsom positiva, ömsom negativa inslag. Vi har varit med om problem av olika slag – serviceförsämringar, personalkriser, nedgång i rörelsegrenar, rekryteringssvårigheter, ekonomiska bekymmer. I gengäld har vi upplevt serviceförbättringar, bättre löne- och arbetsvillkor, större effektivitet, nöjdare kunder, bättre lönsamhet, en friare ställning gentemot staten. Ett kännetecken för Postens personal är att vi verkligen lever med i företagets liv. Vi lider när det går dåligt, när missöden inträffar, när servicen sviktar, när media kritiserar och vi gläder oss när det går bra, när Posten ligger bra till i den allmänna opinionen.

Allt går som på räls

Att presentera enstaka händelser under ett årtionde ger ingen bra bild av utvecklingen i stort. Jag vill därför ge en översiktlig beskrivning – med breda penseldrag – av det klimat som rådde i Sverige på 1960-talet och som Posten ömsom vändades, ömsom frodades i.

Mest utmärkande för 1960-talet är att den samhälleliga, industriella och ekonomiska utvecklingen går som på räls. Perioden har kallats "rekordåren". "Den svenska modellen" förverkligas. Politiker, näringslivets företrädare och fackliga ledare håller tillbaka särintressen och ideologiska motsättningar och söker i stället samförståndslösningar.

Bruttonationalprodukten ökar med fem procent eller mer år efter år. Industrin går på högvarv. Arbetskraft importeras framför allt från Finland och Sydeuropa.

Bilförsäljningen är ett vanligt mått på konjunktursvängningar. Även små förändringar tillmäts betydelse. I det ljuset talar bilismens expansion på 1960-talet ett tydligt språk. Antalet personbilar ökade från något över en miljon till drygt två miljoner.

En "utbildningsexplosion" ledde bl.a. till att antalet studerande vid universiteten fördubblades från 1964 till 1968.

Givetvis finns det problem. Ett av de största är bristen på bostäder. Staten och kommunerna söker lösa den genom ett "miljonprogram". En miljon bostäder skall byggas på tio år.

Men för samhällsplanerare, arkitekter och byggentreprenörer blir resultatet föga ärorika monument i betong. "Statarlängor på höjden" reste sig i förorterna landet runt. I den tidspress som rådde tillgreps en långtgående standardisering i byggteknik, material, lägenheternas inredning osv.

Föga uppbyggliga är också de stora ingreppen i stadskärnorna. Äldre bebyggelse får ge vika för varuhus, köpcentra, parkeringsanläggningar, kommunala servicecentraler. I Stockholms City försvinner hälften av fastigheterna.

Mot slutet av 1960-talet börjar det växa fram en motståndsrörelse, en "vänstervåg" mot storskalighet, stordrift, kapitalism och globala orättvisor. Denna motkraft i samhällsutvecklingen kulminerar under 1970-talet.

Parlamentarisk postutredning

En skrivelse som skulle komma att påverka Postverket i hög grad under 1960-talet och fortsättningsvis avgav Generalpoststyrelsen till Kungl. Maj:t den 16 mars 1956. I den hemställer styrelsen att chefen för Kommunikationsdepartementet bemyndigas tillkalla sakkunniga för en utredning om Generalpoststyrelsens organisation och "därmed sammanhängande frågor".

Egentligen rörde det sig inte om en hemställan utan snarare om en ukas. Initia-

En unik bild från januari 1961 av det ståtliga centralposthuset i Stockholm, möjlig "tack vare" rivningsraseriet. Hela grannkvarteret Orgelpipan har jämnats med marken.

tivet kom uppifrån. I regeringen hade man börjat tvivla på postledningens förmåga att på egen hand lösa de serviceproblem som man länge kämpat med och som utlöst åtskillig kritik i massmedia.

Generaldirektör Erik Swartling och hans byråchefer var i och för sig inte främmande för förändringar. En ändring var särskilt angelägen för Postverkets ställning som affärsverk – beslutsformen för postavgifterna. Man körde därför fram en gammal käpphäst.

Det är en förlegad syn, hävdade styrelsen, att postavgifterna skall hänföras till de s.k. bevillningarna – som ett slags skatt – och därmed bestämmas av riksdagen.

I 1809 års regeringsform hade postmedlen räknats in i den kategorin tillsammans med tullavgifter, accismedel, stämpelavgifter och husbehovsbrännerimedel.

Det är regeringen som bör ha beslutsrätten liksom fallet är beträffande tele- och järnvägsavgifterna. Det tar alldeles för lång tid att göra prisändringar när avgörandet ligger i riksdagen. Liksom i annan affärsverksamhet måste Postens priser snabbt kunna anpassas till den ekonomiska verkligheten.

Redan på Anders Örnes tid – år 1931 – hade en framställning gjorts i samma syfte. Örne, som var generaldirektör 1926-1946, var en livlig förespråkare för att statens företagarverksamhet skulle bedrivas på betydligt friare villkor än den egentliga, mer byråkratiska statsverksamheten.

I regeringen var man då positiv till Generalpoststyrelsens yrkande och lade en proposition till riksdagen 1932. Eftersom det rörde sig om en grundlagsfråga måste ärendet behandlas av två på varandra följande riksdagar. Det gick vägen 1932 men året därpå fälldes propositionen.

I museets centralhall håller FFS, Föreningen Frimärks-Samlaren möte den 20 februari 1967. Månne några känner igen sig och andra?

Postmuseum firar 60-årsjubileum den 16 december 1966 i närvaro av kung Gustaf VI Adolf, förste hedersledamot i Postmusei Vänner. Yngve Hellströms foto blev frimärksförlaga 1972.

Organisationen omodern

Huvudfrågan 1956 gällde Generalpoststyrelsens organisation. Styrelsen ansåg att den behövde moderniseras. Som ett åldersteckenen kan ses att verkets ekonomi handhades av en kameralbyrå. Med ordets makt över tanken ger namnet en skev indikation. Ekonomifunktionen måste få en starkare ställning organisatoriskt och reellt.

Generalpoststyrelsen var när skrivelsen avgavs och fram till 1960-talets mitt indelad i fem byråer.

Driftbyrån skötte ärenden om postanstalter, brevbäring, sortering, transporter, organisation osv.

Intendentbyrån svarade för investeringar, lokaler, industriell verksamhet.

Postmuseum har alltid varit ett barnvänligt museum.
På utställningen "God Jul Glada Barn" i december 1969 skriver Astrid Lindgren autografer till synbar förtjusning.

Frimärksutgivningen hörde dit liksom Postmuseum.

Personalbyrån hade främst hand om personaladministration, rekrytering och utbildning.

Författningsbyrån var ansvarig för internationella postavtal, postavgifter, författningar, statistik och information.

Kameralbyrån beräknade intäkter och driftkostnader, skötte redovisning, medelsförvaltning och revision. Till mera udda verksamhet hörde Postens filateliavdelning.

*Postbanken i*nkluderade två storheter – Postsparbanken och Postgirot.

Besluten fattades enrådigt av generaldirektören i närvaro av byråcheferna och postbankschefen. Från att ha varit samlad till "plenum" två gånger i veckan övergick styrelsen till ett veckosammanträde.

Tempoväxling

Tillsättningen av sakkunniga i "Postutredningen 1956" gick snabbt. Den 6 april bemyndigades chefen för Kommunikationsdepartementet – det var då Sven Andersson, som året därpå efterträddes av Gösta Skoglund – att starta utredningen.

Några veckor senare var sammansättningen klar. Ordförande blev K.-G. Ljungdahl – en för uppdraget mycket kompetent person. Han hade varit överdirektör i Vattenfall och var VD i en teknisk konsultbyrå med kundkrets inom tung svensk industri.

Byrån var inte bara en av de största utan också den äldsta – Ångpanneföreningen, grundad 1895. Vidare ingick kanslirådet O. A. Berger, direktör C. Gösta Malmström samt två riksdagsmän – Olof Andersson och Sigfrid Löfgren. 1958 kompletterades utredningen med postbankschefen Sven Lönnqvist. Som ekonomisk expert anlitades "företagsdoktorn" professor Ulf af Trolle.

Huvudsekreterare var Gösta Hultin, sedermera vice postbankschef och chef för postteknikavdelningen. Som medarbetare hade han förste revisor Gösta Telestam, även han hämtad från Postverket.

Om tillsättningen av utredningen gick snabbt kan man inte säga detsamma om själva utredningsarbetet. Man gick grundligt till väga. Först i december 1962 – efter 7 år – lade man fram sitt betänkande, ett omfattande opus på nära 300 sidor.

Till historien hör att det egentligen inte var någon brådska. Posten var inte i kris. De förändringar man syftade till var inte revolutionerande. De berörde mest ledningsorganen och styrinstrumenten, inte det reella dagliga postarbetet, det som utfördes av den stora majoriteten postanställda. Dessa kunde tryggt arbeta vidare medan utredningen pågick. En trygghet bestod i att varsel och uppsägningar inte ens var påtänkta följder av utredningen.

Arbetsklimatet var på visst sätt kärvt. Det var Postverkets bästa som gällde, inte personalens. Men det var man van vid. Det hörde till traditionen. En fast hand – ibland sträng, ibland faderligt omtänksam – styrde och ställde. Inslaget av kontroll var stort. Men kunde man sitt jobb, utförde det väl och följde reglementena var allt väl. Sammanhållningen var god om än störst i den egna yrkeskategorien. På de större postkontoren kunde finnas klyftor mellan kassapersonalen, "ankommande och avgående" och brevbäringen.

Efter remissbehandling av Postutredningens betänkande var regeringen klar med en proposition till 1964 års riksdag. Den antogs ograverad.

Det innebar att Posten från årsskiftet 1964/65 får en ny organisation. Verket får också en ny chef. Nils Hörjel, som varit statssekreterare i Kommunikationsdepartementet, efterträder Erik Swartling.

Efterkrigsproblem

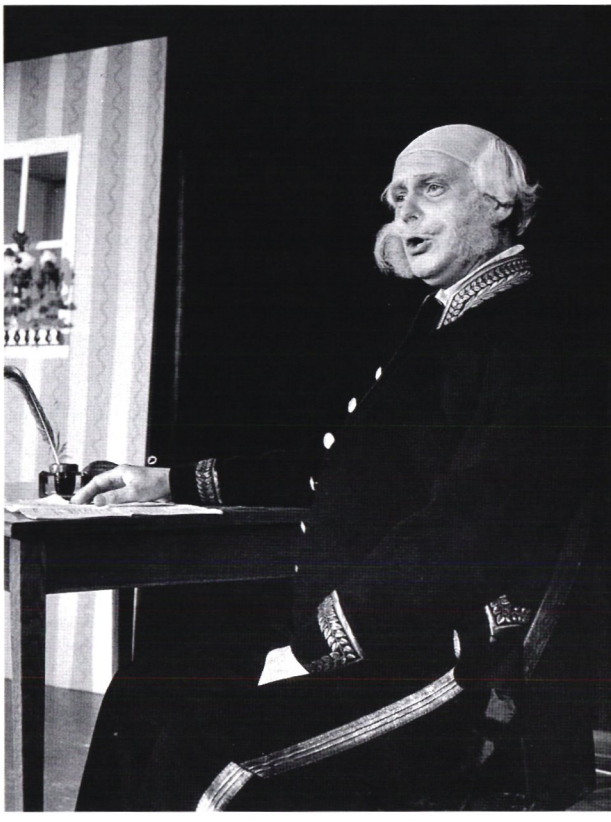
Erik Swartling hade stått i spetsen för Posten i 18 år. Det var en lång period. Under de fyra seklerna hade bara två verkschefer styrt Postens verksamhet längre – Adolf Wilhelm Roos i 22 år och Anders Örne i 21 år. Så långa chefsperioder torde inte återkomma i posthistorien. Därtill är chefskapet – liksom det nu mera är i alla storföretag – alltför krävande och slitsamt. Den efterföljare som kommit närmast Erik Swartling är Ulf Dahlsten med ett 12-årigt ledarskap – åren 1988-1999.

Erik Swartling hade ett besvärligt problemkomplex att kämpa med under större delen av sin period. Det kan sammanfattas i begreppet "efterkrigsproblem". Utvecklingen i Sverige hade gått i stå medan andra världskriget pågick. I Posten var det brist på yrkesutbildat folk. Lokaler och tekniska resurser var omoderna och otillräckliga. På andra håll var problemen likartade. Nu skulle allt rättas till. Men det fanns många hinder i vägen. Statens finanser var dåliga. I statsorganen inpräntades sträng sparsamhet. Samtidigt yrkade statstjänstemännen, som länge haft lönestopp, på rejäla lönelyft.

Efterhand tog dock utvecklingen fart i hela samhället. Det blev till och med en expansion som aldrig tidigare. Kraven på Postverket att hänga med i utvecklingen och öka ut kassatjänst, brevbäring och annan service blev svåra att tillgodose, när verkets ekonomi sviktade och hela arbetsmarknaden ropade efter folk.

Svårigheterna att vara med i konkurrensen om arbetskraften accentuerades av det statliga lönesystemet. Posten kunde inte anpassa personalens löner marknadsmässigt. Särskilda storstadslöner skulle ha lättat på trycket men det ingick inte i systemet. Dessutom satte sig personalorganisationerna emot. Det stora flertalet medlemmar fanns utanför storstäderna. Det avgjorde deras inställning.

Postens personalvård under 1960-talet tog sig många uttryck. Personalkonsulenterna arrangerade en vårbal för postungdomar i Stockholms Stadshus i maj 1963. Där dansade Gertie Henriksson och Lars-Erik Berglund twist till toner av en orkester som inte gick av för hackor – Arne Domnérus, Jan Johansson, Georg Riedel, Rune Gustafsson, Egil Johansen och Bengt-Arne Wallin.



Föreningen Postfolkets revygäng framträdde flitigt och bejublat med kupletter och sketcher av Bertil Edvardsson och Rune Zachrisson – näst intill Kar de Mumma-klass. Postmästaren i Rune Borings skepnad känns igen av dem som minns "gamla" Postmuseum, där han hade eget rum. Att den stilige mannen tidigare gestaltat kejsar Franz Josef på Stockholms Panoptikon är det däremot ingen som minns.

Möjligheterna att minska personalbehovet genom rationaliseringar som inom industrin bedömdes vara små.

Urbaniseringen krävde nya brevbäringsdistrikt och nya postkontor i tätorterna. Under 1960-talet ökade brevbäringsdistrikten årligen med ca. 250. Ingen kompensation

Kvinnor kan!
Tack vare kvinnliga deltidsarbetande brevbärare kunde Posten i Stockholms distrikt klara krisen i brevbäringen. Gerda Hellström är en av de ca. 1000 "hemmafruar" som gett sig ut på brevbäringstur, de flesta i sin egen förort.

fanns att hämta på landsbygden. Trots vikande befolkningsunderlag – antalet jordbrukare uppgick 1960 till 7 procent av de yrkesverksamma efter att ha utgjort 13 procent 10 år tidigare – byggdes lantbrevbäringen ut. Antalet hushåll som fick hemservice av lantbrevbärare ökade från 400.000 1947 till 580.000 1964.

Vissa serviceförsämringar var ofrånkomliga för att få postekvationen att gå ihop. Den mest kännbara blev stängning av postanstalter och indragning av brevbäring på sön- och helgdagar. Det senare skedde 1951.

Det personalbesparande systemet med postutdelning vid tomtgränsen i villaområdena började tillämpas mera konsekvent och det vållade mycken irritation. De tidvis långa köerna vid postkassorna ansågs inte acceptabla.

Men allt var inte bara elände. In på 1960-talet ljusnade det på olika fronter. Ju fler uppdrag Posten utför, desto bättre tjänar Posten sina kunder. Antalet försändelser och betalningsuppdrag fördubblades från 1947 till 1964 – från 881.981.000 till 1.729.922.000.

Serviceförbättringen på landsbygden blev möjlig genom motorisering. I mitten på 1960-talet var den genomförd till 85 procent. Billinjerna sträckte sig då 136.200 km och överträffade vida SJ:s linjenät på 13.000 km.

De största förbättringarna i posttrafiken skedde på flygets område. I den internationella posttrafiken har Sverige och de andra nordiska länderna varit föregångare inte bara genom att utnyttja flyget maximalt utan också genom att hålla låga tilläggsavgifter – helst inga alls. Av brevposten till utlandet 1964 gick 85 procent med flyg, varav 80 procent utan flygtillägg. Det torde ha varit unikt i postvärlden vid den tidpunkten.

Chartrade nattpostplan sattes in inrikes med början 1958 på linjen Stockholm – Göteborg – Stockholm och Malmö – Stockholm. Därefter vidgades det nattliga nätet med linjerna Stockholm – Malmö, Stockholm – Visby – Stockholm samt Umeå – Stockholm – Umeå.

Driften styrde

Var det produktionen eller marknaden som styrde Posten under 1960-talet? Det var avgjort produktionen. "Driften" och dess ledning vägde tyngst i beslutsprocesserna centralt, regionalt och lokalt.

En strikt schemalagd verksamhet som dygn efter dygn pågår inom hela landet – med utsträckningar över hela världen – måste bedrivas metodiskt, med av alla respekterade rutiner. Ett brevs befordringskedja från den gula brevlådan till adressatens brevinkast kunde på 1960-talet innefatta ett 50-tal handgrepp.

Bundenheten vid reglerna styrde både tänkandet och handlandet – inte sällan till förfång för kundbetjäningen. Även små avvikelser i rutinerna för att gå en kund till mötes avvisades ofta utan närmare prövning. Cirklarna fick inte rubbas.

I sin uppsats i Postryttaren 1986 om "Posten från 300 till 350 år" ger Karl Axel Löfgren – i Postens ledning som byrå- och avdelningschef i 20 år – ett exempel på hur ett av försiktighet präglat beslut kunde lyda, när ett undantag beviljades: "Bifalles försöksvis tills vidare och så länge olägenhet därav icke uppkommer för Postverket".

Det var således länge så att paragraferna inskränkte handlingsfriheten och i många fall satte stopp för egna initiativ. Men efterhand växte det fram en insikt att Postens regler mer skall tillämpas än efterlevas bokstavligt. Det är inte meningen att man skall vara bokstavsträl eller med ett ännu fulare ord paragrafryttare.

Jag minns ett talande exempel, ett sam-

Yngve Hellström har fångat lantbrevbäraren Einar Enqvist före start på linjen Klintehamn-Hejde-Klintehamn, 74 km lång med 200 hushåll att betjäna. Det finns fler posthögar i baksätet.

tal i början på 1960-talet med Gunnar Grape, som då var reglementssekreterare på författningsbyrån. Samma befattning hade hans far, författningsexperten och posthistorikern Ernst Grape haft åren 1920-1938.

Om Ernst Grape har jag skrivit i en artikel i Postryttaren 1991 att han torde vara och förbli den siste i Posten, om vilken det kan sägas att han visste allt väsentligt om verksamheten. Han kände inte bara till alla regler och bestämmelser, Han var också insatt i deras bakgrund och syfte.

Gunnar Grape kunde väl inte mäta sig med sin far i postal sakkunskap. Det kunde ju ingen. Men han hade ärvt sin fars klokhet och goda omdöme. Det framgår av det yttrande som jag lagt på minnet: "Varje reglemente borde inledas med en paragraf där det står att det är tillåtet att göra fel."

Expediera allmänheten eller betjäna kunder?

Ett vidgat marknadstänkande och en mer personlig kundbehandling var sakta på väg.

Karl Axel Löfgren – liksom Sture Jogevall i hans insiktsfulla skildring av Postens utveckling under tre postchefer 1965-1988, "Från Myndighet till Marknadsföretag" – fäster vikt vid den roll som en av Postens stora profiler under 1900-talet, nu nästan bortglömd, överdirektör Gunnar Lager spelade i detta sammanhang. Lager var en auktoritet inte bara i svenska postverket utan också i Världspostföreningen. Han representerade Sverige vid alla kongresser från den i Madrid 1920 till den i Bryssel 1952. Vid den senare fullgjorde han med den äran hedersuppdraget som kongressens doyen, dvs. ålderspresident och talesman.

Kongressens 350 deltagare avverkade 1.700 propositioner på sju veckor. De allra flesta ärendena gällde detaljfrågor. Efter hand och på initiativ av bl.a. Ove Rainer och Bertil Zachrisson har tyngdpunkten vid kongresserna lagts på de väsentligaste frågorna – om poströrelsens överlevnad i konkurrensen med tele- och datakommunikation, om en väsentligt snabbare postgång länderna emellan o.s.v.

Gunnar Lager höll ett föredrag 1944 i Posttjänstemännens Förening med titeln: "Expediera allmänheten eller betjäna kunder?". Den speciella statsfunktionärsmentaliteten att i sin tjänsteutövning fungera som någon slags domare gentemot allmänheten hör inte hemma i ett affärsverk som Postverket, menade han. Med hjälp av alla goda krafter bör postverket betjäna sina kunder lika väl som välskötta enskilda företag bemödar sig om.

Lagers klara markering kan ses som en vändpunkt i Postens relation till sina kunder. Det omedelbara resultatet blev en lång livlig debatt, där invändningar inte saknades. Den som köpte ett frimärke och postade ett brev kunde ju kallas kund men knappast den som tog emot brevet. I författningar och cirkulär fortlevde länge "allmänheten" som beteckning på avnämare av Postens tjänster. Behövde "allmänheten" individualiseras tog man till "korrespondent".

Kundtjänst i ny form

På 1950- och 60-talen härrörde 75 procent av portointäkterna från affärsposten, 10 procent från tjänsteposten och 15 från privatposten. Mot den bakgrunden vidtogs under Erik Swartlings ledning en hel del åtgärder för att öka samarbetet med framför allt storkunderna. En särskild kundtjänstorganisation med den tidigt marknadsinriktade byråchefen Ture Nylund som initiativtagare och pådrivare skapades med konsulenter som *besökte* företagen. Bara det var en sensation. 1964 var ett 40-tal konsulenter i verksamhet med uppgift att dels marknadsföra Postens tjänster, dels underlätta för företagen att anlita Posten genom ett smidigt och kostnadsbesparande samarbete.

Brev betyder

Som jag betonade i min artikel i Postryttaren 1990 "Ett brev betyder så mycket" är jag mycket tacksam för att Erik Swartling beslutade om och engagerade sig i den kampanj för brevet som Press- och informationsavdelningen drog i gång 1960. Det skedde på

bred front och till betydligt större kostnader än någon tidigare marknadsaktivitet i Posten.

Erik Swartling hade ett stort personligt intresse för brev och brevskrivning och accepterade tanken att till en början inrikta kampanjen mot privatpersoner. Med 15 procent av den totala brevskörden svarar de ju för en relativt liten del av Postens intäkter.

Det var en kampanj vars effekter i olika avseenden var svåra att förutse. Flera i Postens ledning var skeptiska. Var det verkligen en uppgift för Posten att lägga sig i något så privat som brevskrivande? Brevet tycks ju vara på avskrivning, men kan man göra något åt det? Ligger det inte i tiden att gripa telefonluren i stället för pennan när man vill meddela sig med någon?

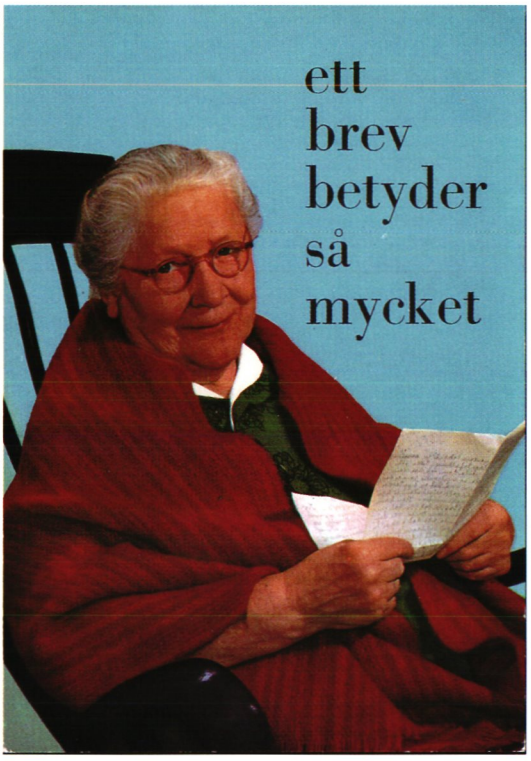
Denna tveksamhet var begriplig. Det fanns en tendens att betrakta brevet – särskilt det personliga brevet – som omodernt och obekvämt. Man måste känna sig upplagd, väga formuleringar, rätta sig efter krångliga regler, helst fylla hela brevarket. Det ansågs till exempel ofint att börja ett brev med jag. Det är ju egentligen alldeles naturligt. "Jag ser i min almanacka", "Jag läste i tidningen", "Jag kom att tänka på dig häromdagen".

Det första försöket att avliva sådana påfund och tabun gjordes med en folder som i april 1960 sändes till alla hushåll i 2,8 miljoner exemplar.

"Varför skriver vi så sällan när ett brev betyder så mycket?" Det var den rannsakande frågan. Redan då hade jag klart för mig att frågan skulle avlösas av ett påstående – "Ett brev betyder så mycket" – när vi till hösten gav ut "Våra brev – En modern brevställare".

Huvudförfattare var en av mina två skickliga medarbetare i kampanjen, fil. mag. Hans Ingvar Hanson. Han var liksom den andre – Hans Berggårdh – knuten till en annons- och reklambyrå – Svenska Telegrambyrån i Göteborg.

Till skillnad mot alla tidigare brevställare i den svenska litteraturen – den första gavs ut redan 1619 – innehåller "Våra brev" inga mallar, inte heller krav på några formaliteter utan i stället handfasta råd. Budskapet är att brevskrivning inte är någon konst, inget som man behöver lära sig, inget som det finns bestämda regler för.

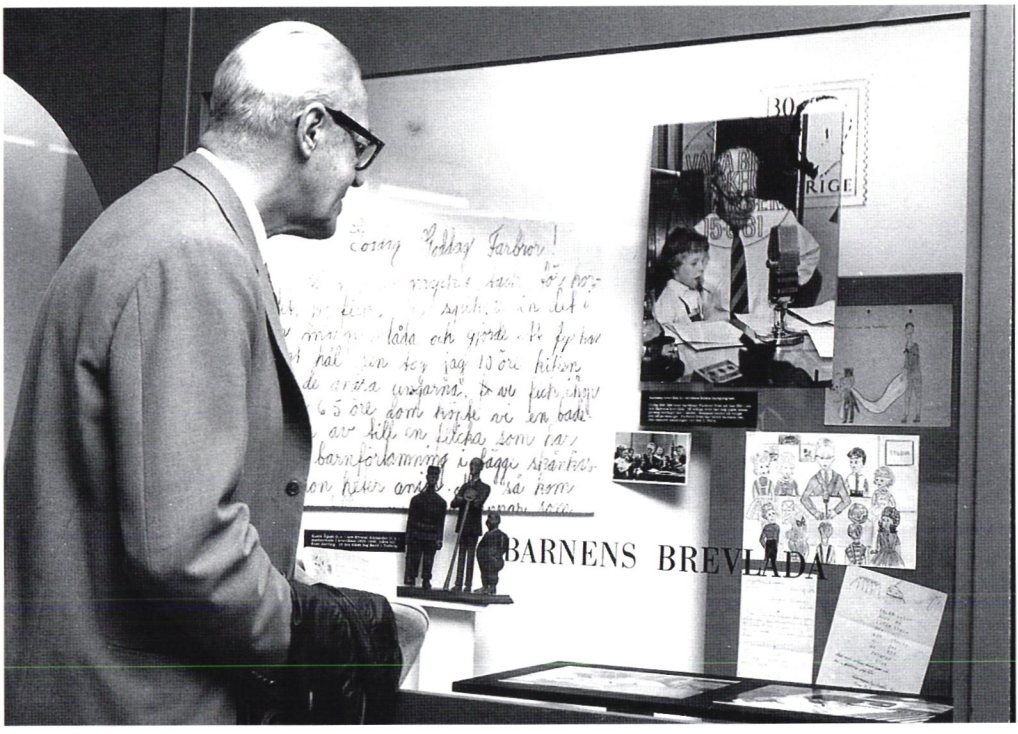


Sten Didrik Bellander, en av de stora inom svenskt foto, har avbildat människor i alla åldrar för Postens brevkampanj. Han inledde med "Mormor med schalen", som varit motiv på affischer, ljusskyltar, PT-kort, grammofonskivomslag och även frimärke på det kort som Postmuseum gav ut till den synnerligen sevärda och mycket sedda utställningen "Ett brev betyder så mycket", öppnad den 28 mars 1998. Nu kan det avslöjas. Den rara damen är inte en mormor. Hon var ogift. Men hon spelade rollen bra.

Som medarbetare hade vi förvärvat kända kulturpersoner – Barbro Alving, Jan Fridegård, Sven Jerring och Bernhard Tarschys.

Den totala upplagan under 1960-talet uppgick till 1,4 miljoner exemplar. En stor del gick till skolorna. Samarbetet med Skolöverstyrelsen och modersmålslärarna – de kallades så på den tiden – gick som en dans.

Det är inte statistiskt belagt men "Våra brev" torde näst efter psalmboken, Bibeln



Medarbetaren i "Våra brev" Sven Jerring studerar med nöje sin monter på en brevutställning på Skansen i Stockholm 1961.
Farbror Sven var med all rätt stolt över sitt program "Barnens brevlåda", som han höll igång oavbrutet i 47 år, sannolikt ett längdrekord i radiovärlden.
Yngve Hellström berättade för Farbror Sven att han som barn – företagsam redan då – skrivit till honom och inbjudit honom att komma hem till Arboga och äta pannkaka. Jodå, Farbror Sven hade svarat men han kom inte.

och ICA-förlagets "Sju sorters kakor" vara vårt lands mest spridda bok.

En av Postens argaste vedersakare genom åren – Nya Wermlandstidningen – skrev på ledarplats om "Våra brev":

"Må Kungl. Generalpoststyrelsen ha framgång genom den lilla boken. Även om postverkets inkomster stiger genom att vi skriver fler brev, så vinner vi ändå mest själva."

Det skall ju vara fyra äss i leken, så "Våra brev" åtföljdes av "Våra brev till utlandet", "Företagets brev" och "Företagets brev till utlandet".

Det var inte så att Sverige var ett underutvecklat land i fråga om brevfrekvens. På press- och informationsavdelningen gjorde vi en sammanställning enligt 1964 års internationella poststatistik – en tio-i-topplista. USA hamnade överst med god marginal – 232 brev per innevånare. Tvåa kom Australien med 165 brev. Frankrike och Storbritannien delade tredje platsen med 126 brev. Därefter följde Schweiz, Kanada och Västtyskland. På åttonde plats kom Sverige med 102 brev och med Danmark och Nederländerna tätt i hälarna.

Förutom att Posten bidragit till att modernisera, förenkla och stimulera korrespondensen människor och företag emellan har den haft en bieffekt. Många har omvittnat att den gett Posten ett mänskligare ansikte. Vi har från företagets och personalens sida visat att vi har ett kulturellt, medmänskligt engagemang som förmedlare av kontakter och överbringare av budskap.

Kvinnor kan

Det är vanligt i nutiden att lägga könsperspektiv på det mesta. En undersökning i slutet på 1980-talet bekräftade vad som poängterats i "Våra brev". Det är kvinnorna som är de bästa brevskrivarna. I alldeles övervägande grad är det kvinnor som skriver de personliga breven, skickar semesterhälsningar, julkort osv. Dubbelt så många brev skrivs av kvinnor som av män. 80 procent av alla kvinnor skickar julhälsningar, i genomsnitt 18 per pennskaft. Utslaget på alla kvinnor blir medeltalet 14. Männen når bara upp till hälften per skalle.

På ledarsidan i Expressen den 23 februari 2001 skriver tidningens medarbetare Anders Mildner att Postens kampanj för brevet är en av de mest lyckade svenska reklamkampanjerna någonsin. "Vi minns den ju fortfarande".

Till saken hör att tidningen Expressen inte varit overksam när det gäller budskapets överlevnad. Så gott som dagligen sedan 1960-talet finns en ruta på tidningens insändaravdelning med texten: "Ett brev betyder så mycket – särskilt om det står på insändarsidan".

Bevingat

Pelle Holms "Bevingade ord" – en klassiker som upplevt ett 20-tal omarbetade upplagor – har år 2000 fått en efterföljare. Den heter "Bevingat från Adam och Eva till Oväntat besök" – en innehållsrik volym på över 400 sidor. Om "Ett brev betyder så mycket" står det bl.a. att det var Postens uppmaning till svenska folket att skriva fler brev. Med hjälp av affischer, reklamfilm och brevställaren Våra brev inleddes en kampanj för att väcka svenskarnas "brevsamvete".

Små höjningar – stora rubriker

Under 1960-talets första hälft höjdes det vanliga brevportot två gånger – 1962 från 30 till 35 öre och 1964 till 40 öre. Ännu räckte det således med 5-öreshöjningar. Trots att Postens prishöjningar inte heller under andra halvan av 1960-talet var anmärkningsvärt stora – de var liksom de flesta andra prishöjningar inflatoriskt betingade – framkallade de kraftiga rubriker och mycken klagolåt på ledar- och insändarsidor. Privatekonomiskt var portohöjningarna näst intill försumbara men för företagen kunde de betyda obudgeterade utgiftsökningar och var därigenom ovälkomna.

När besluten om posttaxorna 1969 flyttades från riksdagen till regeringen och delvis vidare till Postens styrelse blev det lättare att gå ut med information i god tid om förestående portoändringar. De blev därigenom mindre dramatiska.

En kostnadsutredning som professor Ulf af Trolle presenterade 1964 visade att tidningsrörelsen gick med stor förlust, vidare att paket, postförskott och rek inte gav full kostnadstäckning.

Mot den bakgrunden framhöll Generalpoststyrelsen i en skrivelse till regeringen att det stora underskottet i tidningsrörelsen innebar en stor påfrestning på Postens ekonomi. Detta var i längden ohållbart. En lösning är att Posten får ett årligt bidrag av statsmedel, som motsvarar underskottet.

Denna lösning avvisades av riksdagen. Det enda som hände var att regeringen tillsatte den ena utredningen efter den andra.

Samma skäl som åberopades 1964 återkom Poststyrelsen till 1971. Om ett statligt företag med ansvar för sin egen ekonomi av sociala eller andra skäl måste tillämpa taxor som inte är kostnadstäckande är det i högsta grad rimligt att detta kompenseras genom anslag från staten. Men yrkandet avslogs – då som tidigare och senare – av "statsfinansiella skäl".

En hektisk tid

I sina avskedsord till Postens personal skrev Erik Swartling:

"Det har efter kriget varit en hektisk tid för det svenska postverket liksom för många andra företag, en förändringens tid, som har ställt stora krav på personalen, och svårigheterna kommer nog inte att bli mindre under den tid som kommer".

Som avslutning på min skildring av det swartlingska skedet vill jag ge en tidsbild av alldeles speciell karaktär. Hervor Thelin, som var sekreterare åt tre postchefer – Anders Örne, Erik Swartling och Nils Hörjel – har räddat en dikt åt eftervärlden, skriven under ett plenum av Erik Swartling, utan minsta tanke på publicering. Hervor Thelin fann dikten bland hans arbetspapper efter ett styrelsesammanträde i plenisalen, ett i en lång, lång rad.

Dikten får väl räknas in i kategorin tillfällighetsvers. Men det var ingen tillfällighet att den skrevs. Snarare är det en sammanfattning av tidigare ofta tänkta tankar och iakttagelser – en livsvisdom i humortappning.

Dikten vittnar om att det ännu vilade något rofyllt över tillvaron i Posten – åtminstone i högkvarteret – på den tiden.

Plenum

Nu slutas många ögon
som liljekonvaljestänglar
med en blomklase längst ut
böjer halsarna
och hakorna närmar sig bröstet.
O, varför hör jag intet ljud
från dessa kolosser i stillhet?
Tränger den livfulla föredragandens röst
genom det till synes hårda skalet?
Hör pärlan något innanför musselskalet?
Är vi båda de enda i världen,
han livfullt föredragande
och jag skrivande modern dikt?
Vad vet ett ensamt hjärta,
som själv önskar krypa in i musslan!
Nu slutar den som livfullt talar,
då öppnas alla ögon,
då rätas liljekonvaljhalsarna,
nu diskuteras klarvaket vad den livfulle sagt.
Hur kunde ljuden tränga genom musselskalen?
Endast jag, Salomo, har trötta sömniga ögon.

"Vi lever i en brytningstid"

I essän "Framför en bokhylla" i "Sällskap för en eremit" skriver Frans G. Bengtsson att han med nöje läser nästan all litteratur. Till undantagen hör nationalekonomi, fri vers – sådan som Swartling skrev – och alla uppsatser i allmänna ämnen av den omtyckta typen "Vi lever i en brytningstid".

Trots dessa varningens ord av en av mina litterära husgudar vill jag hävda att år 1965 inbryter en ny tid för Postverket – en tid av stark utveckling och stora omdaningar under en dynamisk ledare – Nils Hörjel.

Som statssekreterare i Kommunikationsdepartementet i sju år var Nils Hörjel väl insatt i de postfrågor som avgjordes av regering och riksdag, likaså i ärenden som togs upp i riksdagen i motioner, interpellationer och frågor. Särskilt betydelsefullt var att han kunnat ägna tid och kraft åt departementets överarbetning av Postutredningens olika förslag sedan de remissbehandlats.

I "Från Myndighet till Marknadsföretag" citerar Sture Jogevall dåvarande ordföranden i Posttjänstemännens Förening, Per-Olof Sandrén, som vid en avskedslunch för Nils Hörjel 1973 travesterade inledningsorden i Strindbergs Hemsöborna: "Han kom som ett yrväder en januaridag och hade ett åttapunktsprogram i en svångrem om halsen".

Det var ingen överdrift, skriver Jogevall. "Redan från första dagen stod det klart att nu hade en ny företagsanda och en ny ledarstil introducerats i Posten. Det började blåsa från postchefens korridor. Plötsligt fick inga hinder vara för stora, inga svårigheter för övermäktiga".

Mitt eget första möte med Nils Hörjel för en intervju i personaltidningen *PS* inför "trontillträdet" skedde i en pampig byggnad i Gamla stan, där Stockholmsutredningen var inhyst. Bakom sig på väggen hade Nils Hörjel en jättekarta över Stockholm med vid omnejd. Han var då i färd med att klara ut Storstockholms trafikproblem. De hade tett sig närmast olösliga genom att ägandet och driften var splittrade i en rad olika, stora som små, icke samverkande trafikföretag.

Men under Nils Hörjels energiska ledning sydde utredningen ihop ett finmaskigt och hållfast nätverk. Stockholms Lokaltrafik, SL, skapades som huvudman för tunnelbanor, bussar och pendeltåg. Nils Hörjels bedrift att skapa detta enhetliga trafiksystem imponerade på alla berörda och massmedia satte stämpeln "stark man" på Postens nye chef.

Ny styrelse och organisation

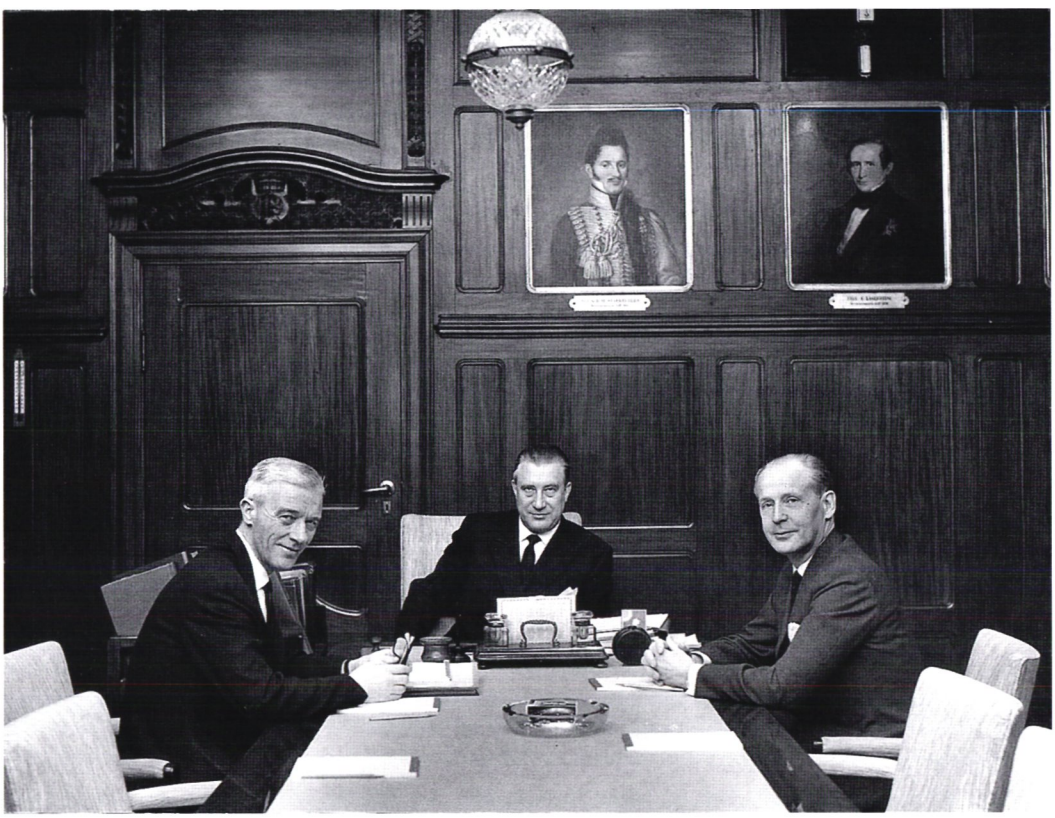
Posten får inte bara en ny ledare den 1 januari 1965 utan också ny styrelseform och ny organisation. Generalpoststyrelsen går ut och in kommer Poststyrelsen – en kollegialt beslutande lekmannastyrelse med generaldirektören som ordförande.

Tre riksdagsledamöter ingick i styrelsen – Gösta Bohman, VD i Stockholms handelskammare, Elias Jönsson, jämtländsk lantbrukare och Anna-Greta Skantz, ombudsman för handelsanställda i Skåne. Vidare hade regeringen utsett tre ledamöter med erfarenhet av företagsledning och ekonomi – Seved Apelqvist, chef för Folksam, Arne Callans, riksbanksdirektör samt Arne Henrikson, ekonomidirektör i LKAB.

Den centrala förvaltningen delades in i tre huvudområden – Driftenheten, Ekonomienheten och Postbanken. Generaldirektören och de tre cheferna – driftdirektör Helge Jäder, ekonomidirektör Elof Lövgren och postbankschef Sven Lönnqvist – bildade en central direktion.

Viktigare frågor om Postbankens in- och utlåningsverksamhet hade dessförinnan behandlats av Postbanksfullmäktige. I stället inrättas en postbanksdelegation , som består av generaldirektören, postbankschefen och två banksakkunniga från lekmannastyrelsen,

Den 7 januari 1965 sammanträder för första gången Postens nya direktion, fr.v. driftdirektör Helge Jäder, generaldirektör Nils Hörjel och postbankschef Sven Lönnqvist. En stol står tom, ekonomidirektörens. Den kommer att intas av Elov Lövgren.



Seved Apelqvist och Arne Callans.

I driftdirektörens revir ingick Driftbyrån, Intendentsbyrån, Kanslibyrån och Personalbyrån och i ekonomidirektörens Ekonomibyrån och Kommersiella byrån. Regionalt var Posten liksom tidigare indelat i sju distrikt och lokalt fanns 189 postkontor, 1.281 postexpeditioner samt 1.909 poststationer.

Kraftpaket i åtta punkter

Nils Hörjel såg tidigt ett stort problem i att Postens behov av arbetskraft var i stadigt stigande. 1965 hade Posten 47.000 anställda. En prognos tydde på att antalet skulle uppgå till 50.000 år 1970.

Kraftiga åtgärder måste därför till för att minska personalbehovet. Postarbetet måste rationaliseras, mekaniseras och automatiseras. Det gäller att ta till vara nya landvinningar på teknikens fält, att studera forskning och utveckling i andra länder med avancerad teknik och att bedriva försök i egen regi, där svenska postverket har möjlighet att vara nyskapande.

Ett rationaliseringsprogram i åtta punkter tog form under första halvåret 1965. På hösten var det dags för presentation internt och externt.

De åtta punkterna var följande:

1. Automatisk brevsortering i de större tätortsregionerna
2. Ett postnummersystem för att underlätta sorteringen
3. Specialkonstruerade kassamaskiner i postkassorna
4. Nya effektivare paketsorteringsmaskiner
5. Motorisering av brevbäringen i villaområdena
6. Prestationslön i brevbäringen
7. Fullständig övergång till automatisk datateknik på Postbanken
8. Mekaniska hjälpmedel för transporter och hantering av postgods

Numrera numera

Den viktigaste reformen, sett på sikt, var införandet av postnummer. Valet stod mellan ett enkelt, fyrsiffrigt system i stil med det västtyska, infört 1960 eller ett mera differentierat femsiffrigt. Båda alternativen hade sina förespråkare. Diskussionsvågorna gick höga. Det fyrsiffriga systemet med ett postnummer för varje ort var lätt att introducera och underhålla, lätt för kunderna att ta till sig. Men det hade en svaghet. Det kunde bara användas vid sortering på inlämningsorterna, i postkupéerna osv. För sortering på adressorterna under hektiska morgontimmar hade det fyrsiffriga postnumret inget att ge.

Nils Hörjel lyssnade därför noga när Bo Klevborn, då sektionschef på rationaliseringsavdelningen, skissade ett femsiffrigt system som kunde ge information för både avgående och ankommande sortering.

Klevborn framhöll att de stora orterna blir allt större och för sorteringspersonalen i de stora städerna blir det allt svårare att lära sig indelningen i brevbäringsdistrikt och brevbärarlag. Femsiffriga postnummer ger utrymme inte bara för indelning i adressblock utan också för att särskilja post till storkunder, boxpost, tävlingspost, svarsförsändelser, osv.

Bo Klevborn fick i uppdrag att utarbeta ett förslag till femsiffrigt postnummersystem och det var detta som antogs av Poststyrelsen. Det var visserligen oprövat men det var framsynt och det avgjorde. Det var lämpat för såväl manuell som mekanisk sortering och framför allt för en förutsedd automatiserad sortering.

En stor vinst har visat sig ligga i möjligheterna till rationell och smidig kundsamverkan. Stora kunder kan mot rabatt ställa i ordning buntar, lastpallar, containers osv. med försändelserna i postnummerordning.

I mars 1968 sändes den första postnummerkatalogen ut till alla hushåll och kontor och en bred kampanj inleddes på temat "Numrera numera".

Reformen slog igenom oväntat snabbt. Efter ett år hade 78 procent av de inrikes

Brevbärarbilen Tjorven blev en framgång för Posten men inte för Kalmar Verkstad som byggde bilen, en omgjord holländsk DAF. Posten köpte 1.000 bilar och försökte påverka främst postverken i grannländerna att satsa på den specialutrustade brevbärarbilen. Men intresset var för klent och tillverkningen fick läggas ned. Här är provkörning på gång i Täby med Ingemar Hedén vid ratten.

breven postnummer och efter ytterligare ett år 88 procent. 97 procent uppnåddes 1973.

Till framgången bidrog att Posten lade ned extra kol på kompletteringen av de många adressregistren hos företag, statliga organ och föreningar. På initiativ av Nils Hörjel och i samverkan med Arbetsmarknadsstyrelsens generaldirektör Bertil Olson lånade Posten AMS-personal, mest friställd äldre arbetskraft, som kompletterade bortåt 50 miljoner adressplåtar med postnummer.

För företag med databaserade adresser skapade Postens dataexperter ett dataprogram, som fick utnyttjas kostnadsfritt. Därigenom blev 80 miljoner adresser smidigt postnummersatta.

Aktiv och öppen information

På hösten 1965 började Postverket med Nils Hörjel i spetsen informera internt och externt om verkets kommande problem och hur de skulle lösas genom åttapunktsprogrammet.

Posten behövde stöd och medverkan av staten/ägaren. Till de första målgrupperna hörde därför Kommunikationsdepartementet och två riksdagsutskott – konstitutionsutskottet och statsutskottet.

I mediavärlden inbjöds Expressens redaktion till en särskild övning. Tidningen ställde upp med chefredaktören Per Wrigstad och redaktionschefen Sigge Ågren samt en rad andra medarbetare. Expressen, som

något år senare inbjöd till svarsvisit, hade länge varit en av de mest högljudda kritikerna. Det var fel på det mesta i postservicen och ledningen var tydligen inkompetent. Expressen var inte ensam om den slentrianmässiga inställningen att det statliga företagandet var illa skött – i stark kontrast till det privata näringslivet.

Att denna föreställning är seglivad framgår bl.a. av ett uttalande i Svenska Dagbladet 24.7 2000. VD i Svenska Spel Meg Tivéus med ett förflutet i Posten: "Folk verkar tro att bara för att vi är ett statligt företag, så är vi dumma."

Genom att informera öppet och ärligt, medge brister där de fanns och tillbakavisa osaklig kritik lyckades Nils Hörjel vända opinionsvinden. Posten blev ett respekterat företag. Självkänslan växte hos alla i Posten och därmed trivseln i arbetet. Det var skönt med en ledare som stod upp för sitt företag och skapade tilltro till Postens vilja och förmåga att ge sina kunder allt bättre service. Man behövde inte längre huka sig och smyga med att man arbetade i Posten – något som tidigare tidvis inte varit ovanligt.

Genom att personalen blev bättre informerad och så långt det var möjligt fick del av nyheterna före eller åtminstone samtidigt med press, radio och TV kunde man lättare klara rollen som Postens informatör och "PR-ambassadör" på jobbet, hemma och i vänkretsen.

Nils Hörjel blev en förebild för andra chefer i Posten. De vågade framträda på ett helt annat sätt. Många postmästare hade varit tämligen anonyma på sina orter. Posten som varit ett slutet företag började öppna sig – ge insyn.

"Människor möts och ljuv musik uppstår i hjärtat" hette en omtalad roman på 1940-talet av den danske författaren Jens August Schade. Riktigt så gick det förstås inte till, men människors möten – reellt och bildligt talat över postdisken – ledde till ökad förståelse och – kanske – sympati. Det var vackert så.

En märkesdag på gott och ont

Den 12 maj 1968 är ett posthistoriskt datum. En nödvändig men oprövad och komplicerad totalomläggning av sortering och transporter ställde till det för Posten och postkunderna. Företag och privatpersoner blev upprörda. Var har ni gjort av vår post? Vi har bara fått hälften av det normala. Kommer brevbäraren aldrig idag? Varför är postboxen tom?

Det slogs rekord – ett svårslaget sådant – ifråga om klagomål framförda på en enda dag. En liten tröst i bedrövelsen var att kundernas reaktioner samtidigt var ett kvitto på att Posten fungerat bra dittills.

Vad var det som hände och varför blev det snudd på kaos? Varför ställa till med en premiär utan generalrepetition, ja utan repetitioner alls?

Det gavs helt enkelt inte tid för det. Datum fastställdes av SJ, som lade om sin tågföring radikalt i samband med det årliga, vårliga tidtabellskiftet. 1950- och 60-talens folkomflyttningar och privatbilismens expansion minskade underlaget för persontrafiken år efter år. SJ tog nu konsekvenserna. Tågen blev färre och snabbare. De stannade bara vid större stationer och uppehållen blev korta. All godsbefordran avlystes från de snabba persontågen. Allt som allt ändrades förutsättningarna helt och hållet för att anlita SJ för postbefordran.

Under natten till den 12 maj gjordes ett stort och nödvändigt ingrepp i järnvägsposten, som hade svarat för en betydande del av sorterings- och transportarbetet. 108 av 147 postkupéer försvann.

Postens nya sorterings- och transportsystem baserades på en indelning av landet i 41 brevområden och 19 paketområden. Från alla delar av landet skickas posten med flyg, snabbtåg och lastbil till centralorten i varje brevområde. Där sorteras posten under natten och tidiga morgontimmar och skickas ut i biltransporter till brevbäringskontor och andra postanstalter inom området.

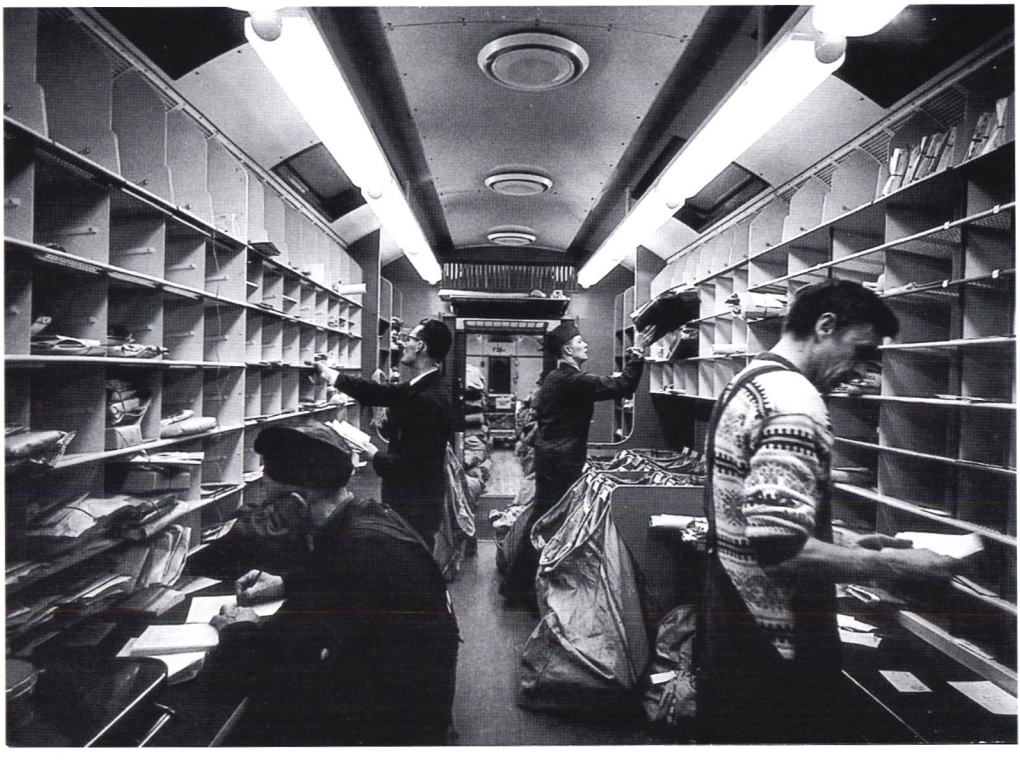
All sortering, vid den tiden nästan enbart manuell, sker efter postnumren. De två

första siffrorna anger vilket brevområde en ort tillhör.

En annan förändring är uppdelning i A- och B-post. A-posten – brev, ilpaket, nyhetstidningar och betalningshandlingar – transporteras i en enda snabb förbindelse.

Andelen övernattbefordrade brev ökade från 85 till 95 procent. Det gagnade samhälls- och näringslivet i hela landet och motverkade de nackdelar för kommunikationerna som följer av att vårt land är så pass långsträckt.

Den 11 maj 1968 rullade 147 postkupéer. Natten till den 12 maj var de bara 39. Yngve Hellström var med när en ny typ av postkupé hade premiär i mars 1965 på sträckan Stockholm – Kiruna. Kupémästare Henry Lindskog stämplar brev före avgången från Stockholm Ban.



Postkupén bytte nummer och arbetslagen växlade. I pkp 313 från Långsele arbetar fr.v. kupémästare Henry Fagerström med värdekartor och förpassningar, Sigurd Wallin sorterar brev, Ralf Nilsson korsband och Ingemar Holm brev.

För en yrkesgrupp i Posten innebar omstruktureringen av sorterings- och transportorganisationen en kulturrevolution. All den kunskap som överpostiljoner och förstepostiljoner förvärvat i specialkurser och sedan underhållit om snabbaste befordringsväg för varje brev till slutmålet, ofta i krångliga "vior", olika vid olika tider på dygnet – det kallades dirigering – blev plötsligt helt värdelös. Det hade varit ett krävande och kvalificerat arbete, en konst och det hade gett status. Nu kunde vem som helst sortera brev. Det behövdes ingen särskild utbildning längre.

Som framgått gnisslade det betänkligt vid igångsättningen av den nya organisationen. Det tog veckor av inlärning och intrimning, av justeringar och kompletteringar för att få det hela att klaffa. Efter en tid startade "Operation precision" för ytterligare finslipning. Vid kontroller visade det sig att felsorteringarna understeg 5 promille – ingen hundraprocentig precision men näst intill.

Goodwill genom goda gärningar

Under 1960-talet ställde Posten upp i en rad insamlingsaktioner. Det var i regel Sveriges Radio-TV som var arrangör med Lennart Hyland, den förste som av Postens chef utsetts till hederspostiljon, som programledare och primus motor. Posten engagerade sig som partner främst på det lokala planet, där också välgörenhetsorganisationen Lions verkade.

Lennart Hyland hade fått en idé från Japan att använda en röd fjäder som insamlingssymbol. Den första Röda Fjädern-aktionen ägde rum 1965. Posten sålde brevmärken med fjädermotiv för 415.000 kr till stöd för handikapprörelsen.

På egna ben stödde Posten samma år "Riksinsamlingen mot cancer" genom att till julen ge ut ett helgkort "Vinter i Trosa" med motiv av Reinhold Ljunggren. Sveriges vackraste julkort? Försäljningen av över en halv miljon kort gav ett bidrag på 312.000 kr. Året därpå blev stödet 1,3 miljoner kr genom en nyutgåva av "Fartyg på frimärken".

En stor framgång blev hjälpaktionen "Flykting 67". Söndagen den 16 april 1967 öppnades för en gångs skull landets alla postkontor, tillkännagivet av Nils Hörjel och Lennart Hyland i TV. 20.000 av Postens folk ställde upp i kassorna för att samla in pengar, förstärkta av skådespelare, idrottsstjärnor, politiker och andra kändisar. 18 miljoner kr samlades in till hjälp åt flyktingar i misär.

Helgkortet "Vinter i Trosa" förstadagsstämplades förstås i Trosa. Det var den 1 december 1965. Försäljningen sköttes av konstnären Reinhold Ljunggren och tillresta Nils Hörjel och Ragnar Sachs, NK:s VD, aktiv i "Riksinsamlingen mot Cancer". Postmännens musikkår från huvudstaden och en lokal barnkör bidrog till feststämningen i Trosavimlet.

Marianne Zetterström, signaturen Viola i Svenska Dagbladet, en underbar skribent med sinne för livets skiftningar, skrev:

"Vi borde ha flera sådana här dagar då våra vanor bryts, då stängda dörrar öppnas, då det händer något. Då lossnar stelheten, då flyger tristessen sin kos. Det var rena nöjet att sitta på andra sidan postdisken och se en leende allmänhet stå i kö".

År 1969 tog Posten åter aktiv del i en stor insamling till stöd för cancerforskningen. I sina program i radio och TV lyckades Lennart Hyland stimulera lyssnare och tittare till ett nytt insamlingsrekord, 33 miljoner kr. Posten deltog bl.a. med försäljning av brevmärken och förmedling av spel på trav på Solvalla.

Samarbetet med radion började med ett

Repetition pågår söndagen den 16 april 1967 före sändning från Studio B, då Nils Hörjel skall förkunna att landets alla postkontor för en gångs skull skall ha söndagsöppet för att ta emot bidrag till "Flykting 67". Till vänster producenten Allan Schulman. Bredvid Hörjel sitter Lennart Hyland och kollar klockan, ännu inte fullt riggad för sändning så när som på postiljonsmössan. Till höger skymtar Postens PR-chef Carl Otto Ohm, som vid så många andra tillfällen förträfflig arrangör av Postens medverkan. Flickorna i bakgrunden är inte från Posten. De är kandidater i den då inte alls omstridda Fröken Sverige-tävlingen.

Vinter i Trosa
R. Ljungqvist.

00.000.000

inslag i det populäraste radioprogrammet någonsin – Karusellen. Söndagen den 1 december 1963 kungjorde Lennart Hyland om inte med pukor och trumpeter så med posthorn att Postverket lovat att alla privatbrev som postades den dagen fick skickas portofritt. Det var ett författningsmässigt tveksamt beslut av Erik Swartling. Men det var ett tillfälle att på ett unikt sätt slå ett slag för brevet som inte fick missas. Cirka en miljon brev postades utan frimärke.

På Karusellvägen i Hägersten var Lennart Hyland diligenspostiljon och samlade in 2.000 brev. Ett och annat var till honom själv.

Visst var detta evenemang ett "jippo", påhittat av Karusellredaktionen, i stil med Frufridagen och slipsbyte i Humlegården. Det ligger en viss nedvärdering i ordet. Ett "jippo" tilltros inte ha någon bestående effekt. Men i det här fallet anslöt sig aktionen på ett naturligt sätt till Postens eget långsiktiga brevfrämjande.

Dagen efter den stora brevskrivardagen, då alla glömda och uppskjutna brev skulle skrivas, fick jag ett telefonsamtal från en välkänd journalist, särskilt känd i Posten – K. G. Michanek på Expressen. Han hade under flera år i stort uppslagna artiklar framfört kritik, ibland berättigad men oftast oberättigad mot Posten för krångel och byråkrati. Posten rent av trakasserade allmänheten, menade han. Nu frågade K. G. Michanek med irriterad stämma vad vi hade för författningsmässig grund för att bevilja att brev får skickas portofritt. Så den här gången var vi inte tillräckligt byråkratiska.

Bättre än sitt rykte

I våra dagar är det ju vanligt att personer, företag och institutioner ställer upp i underhållningsprogram i radio och TV. Syftet är att profilera sig, inte sällan att söka ändra sin profil.

Syftet var detsamma med vårt deltagande på 1960-talet i radio- och TV-sända insamlingar och underhållningsprogram. Vi som närmast under verkschefen hade till uppgift att vårda och utveckla relationerna till omvärlden, ansiktet utåt, hade den uppfattningen att Posten var bättre än sitt rykte – en god grund för PR-aktiviteter. Vi ville tvätta bort en vanlig poststämpel – att Posten var en skyddad verkstad i monopolets hägn, att vi var mer en myndighet än ett serviceföretag, att kunden verkade vara till för Posten och inte tvärtom.

Men det främsta skälet till att delta i insamlingar var socialt. Det kändes naturligt att ställa upp till förmån för den neutrala och ansvarsfullt skötta Radiohjälpen – Postens postogrampartner, med en medmänsklighetens apostel som Maj Ödman i ledningen – liksom för andra seriösa välgörenhetsorganisationer.

Att Posten gjorde väl och var med och lekte var också trivselfrämjande för personalen. Det gav anledning till många trevliga samtal med kunderna.

Till glädje för oss i Posten utmärkte sig flera kolleger, bl.a. Bertil Edvardsson, Per-Olov Viklund och Harald Thegerström genom att segra i populära radiotävlingar som "Melodifrågan", mästerskapet i frågesport "Var då, då" och liknande program.

Den glatt sjungande kören "Postflickorna" med "Fiolen min" som signaturmelodi gjorde vidare sitt till för att popularisera Posten. Kören framträdde flera gånger i "Frukostklubben", ledd av filatelisten och postvännen Sigge Fürst.

Att ledning och medarbetare i Sveriges Radio-TV värdesatte och lovordade vår medverkan har varit positivt för vår renommé. När Posten ställde upp kunde man lita på att det inte var fagra löften utan ett hundraprocentigt engagemang. Motsatsen kunde förekomma.

Humana relationer

Samarbetet mellan verksledningen och personalen och de fackliga organisationerna var traditionsenligt goda under 1960-talet. Vad Nils Hörjel genom sin praktiska läggning och sitt effektiva arbetssätt var särskilt mån om var att samarbetet i föreskriven företagsdemokratisk ordning – med ett regelverk som kunde bli tyngande – inte fick för-

sena eller på annat sätt försvåra ett aktivt handlande.

Det dagliga umgänget på arbetsplatserna underlättades betydligt av ett ledigare tilltal. En tjänsteman i Stockholm var tidigt ute och föreslog i sin företagsnämnd att alla i Posten skulle säga du till varandra. Förslaget fördes vidare till Centrala företagsnämnden, där Nils Hörjel var ordförande. Där ställde man sig positiv till syftet. Men utvecklingen mot ett ökat duande bör – enligt protokollet – inte ske genom personligt tvång. Det kommer ändå inte att dröja länge förrän de flesta säger du till varandra. Det blev inte bara de flesta utan alla ganska snart.

Produktiviteten steg

I 1960-talets sista årsredovisning skriver Nils Hörjel att personalstyrkan tack vare åttapunktsprogrammet och andra rationaliseringar kunnat minskas åren 1967-69 med 1.700 anställda. Samtidigt har Posten kunnat uppväga den automatiska personalökning som omdaningar i samhället – främst urbaniseringen – leder till. Den faktiska rationaliseringseffekten för de tre åren är därför en personalbesparing med ca. 3.500 anställda, vilket motsvarar en förbättring av produktiviteten med 3 procent per år.

Det är en aktningsvärd prestation i ett ännu till övervägande del manuellt arbetande företag, där möjligheterna till rationalisering tidigare bedömts som väldigt små.

Ett eget rike

Bankavdelningen, som 1960 namnändrades till Postbanken, var underställd postledningen. Men den var ändå som Sture Jogevall skriver i "Från Myndighet till Marknadsföretag" en enklav i postorganisationen med egen budget och egen redovisning för verksamheten. Särskiljande var också att Posten som helhet hörde till Kommunikationsdepartementets domäner medan Finansdepartementet hyste stort intresse för Postbankens utveckling.

Till bilden hör vidare att chefen för Postbanken Sven Lönnqvist kom från bankvärlden medan andra souschefer av tradition var internrekryterade.

På postkontoren och i Posten totalt fanns ingen motsvarande divergens – post som post, brev, rek, paket, postgirobetalningar, omsättningar i Postsparbanken. I postkassorna var bankärendena klart dominerande.

Namnändringen 1960 markerade att Postbanken strävade efter att bli "en riktig bank". Den hade den stora konkurrensfördelen att kunna utföra sina tjänster i ett överlägset vidsträckt kontorsnät – Postens långa disk. Men samtidigt stod det klart att de rörelseregler och restriktioner som regeringen föreskrivit var ett allvarligt hinder i

Gammalt och nytt ställs mot varandra när Postbanken firar 80-årsjubileum 1964. Solveig Östergren visar förklädd en av Postbankens äldsta folianter, där alla omsättningar bokförts för hand. Monika Johansson representerar dataåldern.

konkurrensen med andra bankinstitut.

Centralt har Postsparbanken och Postgirot hela tiden arbetat rationellt och varit föregångare i den kontorstekniska utvecklingen. År 1950 installerades en hålkortsanläggning, först och störst i Norden. 1963 övertog datorer all bokföring och 1966 övergick man till optiska läsare, utvecklade i USA, för inregistrering i datorerna – en pionjärinsats.

En utredning tillsatt 1962 – Kreditmarknadsutredningen – föreslog 1967 att Postbanken skulle brytas ut ur Posten och bilda ett eget aktiebolag. Det var emellertid riksdagen motståndare till. Istället anbefalldes en närmare samverkan mellan Postbanken och statens affärsbank Sveriges Kreditbank.

De båda bankernas ledningsfunktioner samordnades i viss utsträckning efter en utredning av statssekreteraren Kjell-Olof Feldt. Det var dock inte fråga om en samverkan som gagnade Postbanken.

Professor Kurt Samuelsson skriver ironiskt i sin historik "Postbanken – postsparbank och postgiro 1884-1925-1974": "På de flesta punkter, där utredningsmannen talade om samarbete, utgjorde ordet en semantisk innovation för marknadsuppdelning, funktionsfördelning och konkurrensinskränkning mellan de båda bankerna".

Någon effektiv samverkan blev det inte heller. Det gick inte att samtidigt värna om den egna konkurrenskraften och etablera långsiktigt samarbete.

I stället fusionerades de båda bankerna. Postbankens saga var all den 1 januari 1974, då Post- och Kreditbanken bildades enligt riksdagens beslut året innan. Skälen var politiska.

Fusionen och dess ödesdigra verkningar för postkoncernen ligger utanför ramen för denna översikt, men förhistorien hör 1960-talet till. Upprinnelsen daterar sig till den extra partikongress som socialdemokraterna höll i oktober 1967. Då antogs med entusiasm ett nytt näringspolitiskt program. Det statliga företagandet skulle aktiveras och bli förebildligt. Flera motionärer hade yrkat på en socialisering av hela bankväsendet men moderata krafter höll igen. Deras alternativ var att bilda en stark statlig affärsbank som motpol till de privata affärsbankerna. Det skulle ske genom ett samgående mellan Postbanken och Kreditbanken.

Genom fusionen förlorade Postverket huvudmannaskapet för två betydelsefulla rörelsegrenar – Postsparbanken och den växande personkontorörelsen som utvecklats av Postgirot. Posten skulle svara för "den rutinmässiga driften", för vilken man aldrig lyckats få tillräckligt betalt.

Det är förvisso riskabelt att ägna sig åt så kallad kontrafaktisk historieskrivning, att spekulera över hur utvecklingen blivit om inte "det stora postråret" förövats. Men med bankverksamhet i egen regi hade Posten säkerligen kunnat hålla liv och lönsamhet i sitt kontorsnät med den långa disken – det nät som på senare tid blivit en svår belastning i Postens ekonomi.

Ännu en vitalisering

Som så mycket annat fick frimärksutgivningen en ny inriktning vid "tronskiftet" den 1 januari 1965 – en förnyelse med grund i traditionen. Erik Swartling vinnlade sig om att de svenska frimärkena skulle kännetecknas av konstnärlighet och hög grafisk kvalitet. Utgivningen var sparsmakad. Swartling hade en mycket bestämd uppfattning att Posten enbart skulle ge ut frimärken för att täcka rent postala behov och utan att snegla åt att det fanns en samlarmarknad.

Nils Hörjel höll fast vid kraven på konstnärlighet och kvalitet men breddade utgivningen på 6-7 utgåvor per år till det dubbla. Huvudlinjen var att spegla vårt lands natur, kultur, samhälle och näringsliv på ett nytt intresseväckande sätt.

Vilka former hans ambition tog sig har jag belyst i min krönika i Postryttaren 1999 om "Postens konst- och programråd 1948-1998". Så det skall jag inte gå in på här. Framställningen om 1960-talet har blivit lång nog ändå.

År 1967 träffade Yngve Hellström flera konstnärer på Gotland. En av dem var Nils G. Stenqvist, som här skissar på ett förslag – dock förgäves – till frimärket Folkhögskolan 100 år. Det var mycket förutseende av Yngve Hellström att "plåta" Stenqvist. 1973 efterträdde denne Philip von Schantz som professor i grafik på Konsthögskolan. 1981 utsågs han på förslag av Konstakademien till suppleant i Konst- och programrådet för Philip von Schantz. Ordinarie ledamot blev han 1985. Ingen kunde bättre än Nisse fylla tomrummet efter Philip när denne slutade i rådet 1991. Han är synnerligen väl insatt i svensk konstliv, i det internationella också, och som konsult åt Posten Frimärken är han en kunnig och klok rådgivare åt och samtalspartner med gravörerna.

Varje tid har sin guldglans

Om jag lyckats övertyga läsarna om att 1960-talet har varit Postens guldålder vet jag inte. Det har i varje fall varit ett händelserikt skede. Ett nytänkande har satt djupa spår i Postens fortsatta liv. Från att ha varit ett tämligen anonymt, delvis över axeln sett företag har Posten – för att uttrycka sig populärt – blivit en kändis.

Det kanske kan göras gällande av andra krönikörer att 1970- och 1980-talen också hade guldglans. Ett argument härför är att personalens ställning, självkänsla och trivsel då stärktes ytterligare genom ökat inflytande och större delaktighet – helt i den anda som allmänt genomsyrade arbetslivet under dessa decennier.

Att personalen är företagets viktigaste tillgång är en ofta upprepad självklarhet. Jag hyser en åsikt, en tes som borde vara lika självklar. Men det är den inte. Tesen lyder: I varje företag, stort som litet, kan och begriper personalen mer än ledningen tror.

Strängt taget har varje år, varje årtionde i Posten ett inslag av förgyllning. Det hör ihop med arbetets art, själva samhällsuppdraget. Att föra människor närmare varandra, var de än befinner sig, är Postens viktiga funktion.

Den franske författaren Antoine de Saint-Exupéry (1900-1944) var en äventyrare.

Som pilot åtog han sig farliga uppdrag, bl.a. som postflygare. I sina romaner skriver han lyriskt och högstämt om pliktuppfyllelse och solidaritet. Hans ideologi var att kamratskapet borde vidgas till en världsomspännande mänsklig gemenskap.

Ett citat av honom har jag burit med mig. "Le plus beau métier des hommes, c'est d'unir les hommes". Det skönaste yrke en människa kan ha är att förena människor.

Det är just detta som varit och är Postens uppgift – att förmedla budskap människor och företag emellan i alla tänkbara sammanhang, med gamla och nya medel.

Den PR-kampanj som Posten Sverige AB har inlett i början av år 2001 med FRÅN och TILL som huvudord tar fasta på Postens primära, i mitt tycke gyllene uppgift. Det bådar gott för framtiden.

Källor och litteratur

Dahlberg, Hans,
Hundra år i Sverige. Stockholm 1999.

Glans, Sigurd,
På första sidan 1900-1999. Stockholm 1999.

Jogevall, Sture,
Från Myndighet till Marknadsföretag. En krönika om Posten under tre postchefer 1965-1988. Stockholm 1994.

Samuelsson, Kurt,
Postbanken – postsparbank och postgiro 1884-1925-1974. Stockholm 1978.

Postens Årsbok 1960-1970, 1983, 1986.

Postens personaltidning PS 1960-1969.

Postens årsredovisningar 1963-1969/1970.