

# POOL MEDIA SKOR S

Telemarketingbolag hotas av stämning - och anklagas för varumärkessnyltning

Sedan 1996 har Pool Media sålt stödmedlemskap i olika organisationer. Men bara en liten del av pengarna kommer stödorganisationerna till godo. Vissa välgörenhetsprojekt påstås dessutom bara finnas på papperet. Nu höjs kritiska röster mot Pool Media och ägarfamiljen Falk i Örebro.

**PR** Pool Media bildades 1996 och erbjuder sina kunder telemarketingtjänster för marknadsföring och opinionsbildning. Bland de organisationer som anlitar Pool Media finns Företagarförbundet, Hem och skola, Rökfri ungdom och det egna projektet Ett narkotikafritt Sverige - ENS 2000. För Pool Media är det en lönsam affär. Ägarfamiljen har tagit ut miljonersättningar.

## Skinnar företag

Men kritiken mot bolaget är stark. Vissa menar att det skinnar företag på pengar och att välgörenhetsorganisationerna knappt ser röken av några pengar.

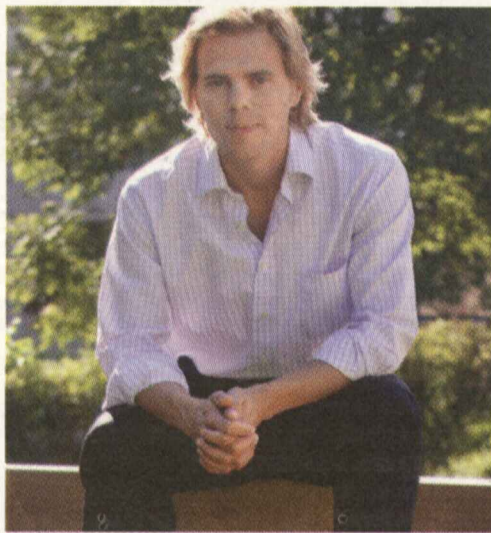
Dessutom utnyttjar de kända varumärken för sin egen insamling. Nu väntar en rättslig prövning för Pool Media.

- Vi har kopplat in en advokat och samlar ihop material för att kunna gå vidare med en eventuell stämning men vår styrelse har ännu inte tagit beslut om det, säger Gazal Amini, förbundsjurist på Riksförbundet narkotikafritt samhälle, RNS.

RNS har problem med att gi-



Originalen och kopiorna: A non smoking generation och Riksförbundet narkotikafritt samhälle, RNS, anser att Pool Media snyltar på deras varumärken med kampanjerna Rökfri ungdom och Ett narkotikafritt Sverige, ENS.



Fredrik Söderhielm, A Non Smoking Generation, och Erik Zachrisson, Frivilligorganisationernas insamlingråd, riktar skarp kritik mot Pool Media.

## FÖR GIVARNA ÄR DET SOM ATT KASTA PENGARNA I SJÖN

vare har blandat samman dem med ENS 2000.

- Vi har haft problem med dem länge. De utger sig för att vara en ideell organisation men

egentligen är det ett familjeföretag med enda syftet att dra in så mycket pengar till sig själva som möjligt.

- Företag som blir kontak-

tade går på det här och betalar in pengar. Pool Medias säljare är jätteduktiga men allt är lurendrejeri.

Gazal Amini hävdar också att deras verksamhet knappt existerar.

- De gör så lite som möjligt för att inte göra av med några pengar. Till exempel har de kopierat och snott vårt material, säger han.

## Renommésnyltning

Även A non smoking generation hävdar att Pool Media utnyttjar deras varumärke för att tjäna pengar. I ett hemligt samarbete mellan Hem och skola och Pool Media har varumärket Rökfri ungdom startats. Hem och skolas ordförande Bo Sundbäck är tystlåten kring samarbetet.

- Jag vill inte berätta hur vårt avtal ser ut. Jag är nöjd med dem för att de gör ett skapligt jobb för oss. Jag tycker inte vårt arbete kan förväxlas med A non smoking generations, säger Bo Sundbäck.

Men det är A non smoking generations generalsekretare Fredrik Söderhielm helt övertygad om. Han hävdar att renommésnyltning i själva verket är Pool Medias affärsidé.

- Vi bedömer att de tar den här risken medvetet. Deras kampanjer handlar dessutom bara om att skicka ut affischer till skolorna. Det är bara renommésnyltning, säger Fredrik Söderhielm.

Erik Zachrisson är generalsekretare på Frivilligorganisationernas insamlingsråd och är

också mycket skeptisk till den verksamhet som Pool Media bedriver.

Han är också tveksam till vad Hem och skolas verksamhet står för i dag och hävdar att det kan vara Pool Media som har blåst liv i den tidigare insomnade föreningen.

- Ingen av de organisationerna de jobbar med är medlemmar åt oss. De samlar alltså inte in pengar genom 90-kontot vilket är standard i vårt land. I mitt tycke har de bara hittat ett smart sätt att tjäna pengar genom att de lyckas få sin verksamhet att framstå som att man säljer kampanjmaterial, fortsätter Erik Zachrisson.

- Jag kommer att starta en undersökning av Pool Media eftersom det verkar oklart vad givarna får för pengarna.

## Gangstermetoder

Tidigare anställda beskriver Pool Medias affärskultur som rena gangstermetoder.

- Det är rent bedrägeri och långt ifrån seriöst. ENS 2000 bedriver de till exempel som ett företag där de utger sig för att vara något annat än vad de egentligen är. Det är bedrägeri, enbart för att tjäna pengar till sig själva, säger Lars-Inge Björklund som var anställd i Pool Media i tolv år, mellan 1991 och 2003.

- De lurar företag som de ringer, för givarna är det att kasta pengarna i sjön, säger Lars-Inge Björklund.

CLAES DE FAIRE  
claes.defaire@resume.se

# Många nya tidskrifter - och många som går i graven

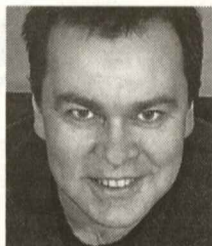
**Tidskriftsboomen håller i sig. Under första halvåret har det åtminstone kommit ut 74 nya tidskrifter. Samtidigt drar sig inte ägarerna för en snabb nedläggning om tidningen inte tjänar pengar.**

**MEDIAER** - Det är förvånande att utgivningen fortsätter i oförminskad takt, säger Anders Malmsten, tidningskonsult på M&M.

Det är också ett första halvår som har bjudit på en rad stora lanseringar. Bonnier är absolut flitigast med nio titlar. Bland de mest uppmärksammade finns Amelia Adamos M magazine, Glamour och Family living. Men allt har inte gått Bonniers väg. Easy shopping har både startats och lagts ner.

- Ägarna är snabbare att dra i snöret än tidigare. Ett annat exempel är Metro weekend som återuppstod, men sedan lades ner efter bara några få utgåvor.

Men trots Metros reträtt är intresset för att ge ut nöjestidskrifter stort. Bland annat har Dorian magazine, Grand och Lounges kommit ut under våren. Ingen av de tidningarna kommer dock från de etablerade förlagen.



Anders Malmsten.

Allers Förlag som har varit ganska så sparsamt med nya tidskrifter under de senaste åren gjorde under våren sin största lansering i tidningen Laura, som främst utmanar Bonniers Tara.

## Bil, mc och båt i topp

Något överraskande kommer det ut flest tidningar inom bil-, mc- och båtkategorin. Detta trots att Albinsson och Sjöberg, som är störst i segmentet, har fått se

intäkterna sjunka den senaste tiden.

Som vanligt är ungdomsförlaget Egmont Kärnan flitiga. De har bland annat gett ut Hot wheels och Kakuromagasinet. Sudoku-trenden är alltså inte helt över.

Precis som tidigare är det vanligt med one-shot. Bland annat har både Drömhjem & trädgård och Vi bilägare testat det under våren. Men samtidigt

har det visat sig svårt att konvertera one-shot till en vanlig utgivning. I veckan meddelade Forma Publishing att de lägger ner Vovve, som utsågs till året bästa one-shot 2004.

- Det är möjligt att de haft lite bråttom att öka takten på sin one-shot. Om man jämför med Amelia, som ger ut många one-shot, så är det bara Topphäls som blivit egen tidning, konstaterar Anders Malmsten.

TOBIAS RYDERGREN  
tobias.rydergren@resume.se

**Hela listan på de nya tidskrifterna:** [www.resume.se](http://www.resume.se)

Vill du veta mer om de nya tidskrifterna? Gå in och sök på: <http://www.resume.se/tjanster/rst/>  
Är inte din tidning med i statistiken, mejla: [rst@mochm.se](mailto:rst@mochm.se)

## TIDSKRIFTSFAKTA

Förlagstoppen		Utgivningsmodell	
Bonnier	9	Traditionell	43
Egmont Kärnan AB	5	Gratis	14
Hjemmet Mortensen AB	4	One-shot	10
Forma Publishing Group	3	Bilaga one-shot	2
LRF Media AB	3	Organisationstidning	2
IDG AB	2	Bilaga, hybrid, undertitel	1

# IG PÅ VÄLGÖRENHET

## Elva miljoner i aktieutdelning

**Pool Media kontrolleras helt av familjen Falk i Örebro. Bolaget grundades 1986 av Morgan Falk, vice vd:ar är hans barn Niklas Falk och Maria Falk. Morgan Falks fru Carina är anställd och dessutom arbetar Niklas Falks fru Petra i bolaget.**

**FR** Morgan Falk tar ut över en miljon kronor i lön varje år, hans båda barn strax över 800 000 var. Men det stora klippet för familjen Falk är aktieutdelningen. Vid den senaste bolagsstämman delade bolaget ut 11 640 000 kronor till sina ägare. Men var kommer pengarna ifrån?

### Provision

När Pool Media åtar sig ett uppdrag är det enbart provisionsbaserat. Det gör att bolaget kan kräva en mycket stor del av de

pengar de samlas in. I en presentation beskriver bolaget sig så här: "Pool Media AB tar hela affärsrisken. Vi arbetar enbart mot överenskommen provision utan några fasta kostnader." Alla verksamhet styrs från bolaget Pool Media i Örebro AB som heläger dotterbolagen Pool Media ENS AB, Pool Media i Hudiksvall AB och Pool Media i Nora AB. Koncernen har gjort stora vinster: 9,4 miljoner kronor 2005 och 8,2 miljoner

2004. I förvaltningsberättelsen för 2005 briljerar bolaget med att man har etablerat ett helt nytt kontor med 25 anställda och med egna medel finansierat hela uppbyggnaden, anställningen och inskolningen.

### Tyst om arvodet

År 2003 drog Pool Media in cirka 28,5 miljoner till Företagarförbundet. Av den rekordsumman behöll Pool Media hela 20 miljoner kronor själva. Bara 8,5

miljoner gick till Företagarförbundet, enligt Dagens Nyheter.

För organisationen Ett narkotikafritt Sverige - ENS 2000 som har skapats och helt styrs av familjen Falk, säljer man olika stödmedlemskap. Sammanlagt räknar man med att omsätta 20 miljoner i det projektet 2006. Men gemensamt för alla projekt är att man inte uppger hur mycket pengar som man behåller i arvode och hur mycket som går till ursprungsprojektet.

- Det är en sak mellan oss och våra uppdragsgivare, säger Morgan Falk.

Enda undantaget är just det egendrivna projektet ENS 2000 där Morgan Falk uppger att 67 procent av de insamlade medlen går till kampanjer mot narkotikabekämpning.

CLAES DE FAIRE



## FöretagarFörbundet

Av de 28,5 miljoner som Pool Media drog in till Företagarförbundet år 2003 fick organisationen bara behålla 8,5 miljoner.

## Vd avvisar kritiken: Det är bara avundsjukt baktaleri

**Morgan Falk, vd för Pool Media, menar att andra företag och organisationer är avundsjuka på Pool Media och dess verksamhet - därav den samlade kritiken.**

**FR** - De ljuger. Vi gömmer oss inte eller mörkar någonting. Jag ser det här som baktaleri och avundsjuka för att vi bygger

ger nya kontor, säger Morgan Falk.

Men han vägrar att avslöja hur provisionen mellan säljbolaget och Företagarförbundet respektive Hem och skola ser ut.

- Jag vill inte avslöja några avtal över huvud taget.

Morgan Falk är upprörd över kritiken som riktas mot hans verksamhet.

- Riksförbundet narkotika-

fritt samhälle har härjat fritt i flera år och gillar inte någon konkurrens. Detsamma gäller A non smoking generation.

### Ingen märkvärdig lön

- Att vi inte har någon välgörenhetsverksamhet är fel. Vi håller just nu på med att göra kampanjmaterial på åtta av de mest tolkade språken i Sverige för ENS 2000.

Miljonlönen och aktieutdelningen på elva miljoner tycker han inte är så märkvärdig.

- Det är ett aktieutdrag efter tjugo år av skattetekniska skäl. Vi vill slippa förmögenhetsskatt på pengar vi inte tagit ut, den så kallade lex Ugglå.

- Våra löner tycker jag inte är så märkvärdigt höga.

CLAES DE FAIRE

### POOL MEDIA AB

#### Företaget

Pool Media har i dag hundra anställda men räknar med att ha ytterligare tio anställda till innan 2006 är slut. Bolaget räknar med att omsätta 65-70 miljoner 2006.

Sammanlagt har Pool Media 70 000 företag som skänner pengar till ett eller flera av projekten.

Mest populärt är medlemskap i Företagarförbundet eller radannonser i deras medlems-tidning.

#### Löner

Morgan Falk  
1 183 077 kronor (2005)  
Maria Falk  
812 500 kr (2004)  
Niklas Falk  
812 500 kr (2004)  
Petra Falk  
543 600 kronor (2005)  
Carina Falk  
304 000 kronor (2005)

#### Resultat

Resultat efter finansiella poster för koncernen Pool Media AB

2005	9,4 miljoner
2004	8,2 miljoner
2003	8,4 miljoner
2002	8,6 miljoner
2001	8,3 miljoner



Ett aplock ur de 74 tidskrifter som sett dagens ljus under det första halvåret.