

MARS 1937 - MARS 1997

NORDISK FILATELI FYLLER 60 ÅR

av S-O Forselius

Till marsnumret 1937 utlovade den tidigare tjänstemannen vid General Motors i Stockholm, just nyblivne ägaren och chefredaktören för tidskriften Nordisk Filateli, Ernst Gillberg, att hans nystartade filateltidskrift skulle utkomma: "under medarbetarskap av en del av våra mest välkända filatelistiska skribenter".

Så skedde också och så har det fortsatt att vara under de 60 år Nordisk Filateli getts ut.

Ernst Gillberg var den som startade det hela. Han ansåg att det fanns ett behov av en tidskrift, som gav en vederhäftig och lättillgänglig information om filateli, en överskådlig och täckande nyhetsanmälan, intressant och stimulerande läsning om händelser och personer inom frimärksvärlden, och sist men inte minst ett organ med annonser där läsekretsen kunde köpa och sälja filatelistiskt material.

Annonserna var från början relativt få, men man kunde redan från starten notera sådana filatelistiska storheter som bl.a. Karin Nilsson, Märtha Lundin, Rolf Gummeson och Franz Obermüller.

Prenumerationspriset var för 8 nummer det första året kr. 3.50 och lösnummerpriset 50 öre.

Tidskriften fick ett positivt mottagande och Gillberg hade som målsättning att redan andra året, 1938, utöka sidantalet till 24 sidor, och ta ut en prenumerationsavgift på 4 kronor per helår. En helsidesannons kostade 50 kronor.



Så här såg det allra första numrets omslagssida ut. Som synes med färg redan från starten, om än i betydligt mer begränsad omfattning än i dag.

Gillberg själv var positiv efter första året och tyckte att utvecklingen varit bättre än vad han vågat hoppas på.

År 1939 började Pressbyrån sälja Nordisk Filateli, vilket självklart inverkade fördelaktigt på upplagan, något som i sin tur gagnade annonsörerna, som nu strömmade till i allt större omfattning. Den prenumererade delen av upplagan steg även den, allt utvisande

att Gillberg haft rätt i sin bedömning, att intresse fanns för en allsidig och reklamintresserad tidskrift i branschen.

Krigsutbrottet 1939

Vi har kommit fram till 1939 och krigsutbrottet. Trots att kriget självklart lade många hinder i vägen för det mesta, så fick filatelin ändå ett uppsving. Människor behövde förströ sig och få koppla bort den dystra vardagen. Frimärkssamlande blev ett sätt att skingra tankarna och oron.

Folket i Bilds frimärksklubb startade och kunde ganska snart redovisa hundratusentals medlemmar, en otrolig siffra.

Nordisk Filateli hängde på den uppåtgående trenden inom förenings- och klubbverksamheten och erbjöd de olika frimärksklubbarna ett specialpris för prenumerationer till klubbens medlemmar. Nordisk Filateli blev på så sätt något av en medlemstidning.

Under hela sin tid som energisk utgivare höll Gillberg fast vid sin grundidé. Tidskriften

Upplagan ökade ständigt.

Under hela sin tid som energisk utgivare höll Gillberg fast vid sin grundidé. Tidskriften

forts sid 6.



Nordisk Filateli har genom åren förändrat utseendet en del. Överst ett nummer från 1974 på Sigurd Tullbergs tid som redaktör. Därunder ett nummer från 1978, och nederst ett från 1987, båda från S-O Forselius tid.

forts från sid 4.

skulle innehålla kortare noter om händelser och personer, följa upp nyutgåvor och nya samlingsområden samt innehålla många annonser.

Det visade sig vara en sund och hållbar policy, så hållbar att upplagorna ständigt ökade och gjorde Nordisk Filateli till en etablerad institution.

Nya ägare, samma policy

Gillberg fortsatte sitt oförtröttliga arbete med att utveckla och profilera Nordisk Filateli,

men drabbades slutligen av sjukdom, som definitivt satte punkt för hans vidare engagemang.

År 1966 tog Ernst Gillberg kontakt med Sigurd Tullberg, som under åren aktivt medverkat med artiklar av skilda slag, och erbjöd honom att överta tidskriften. Tullberg accepterade och kunde glädjas åt en tidskrift med ordnad ekonomi, stabil läsekrets och gott annonsunderlag.

Meningen var att Tullberg med hjälp av Gillberg skulle driva tidskriften fram till 1970 då Tullberg hade för avsikt att upphöra med sin ordinarie antikvariatverksamhet. Nu blev det

inte så. Gillbergs hälsa förämrades snabbt och hans medverkan uteblev helt, lämnande Tullberg att ensam föra tidskriften vidare.

Den allmänna policy som Gillberg infört levde vidare under Tullberg, som dock tillförde en helt ny avdelning, nämligen Flygpост. Det var den inom detta område synnerligen förfarne Georg Lindman som svarade för en lång rad initierade artiklar inom detta specialområde. Nordisk Filateli blev utan tvekan en pionjär inom detta samlingsområde.

Nils Färnström var en annan profil som nu regelbundet dök upp i spalterna tillsammans med "Frimärksdoktorn" Bo Grenstedt.

Annonserarna blev allt fler och annonserade flitigare. Märkbart var deltagande från de utländska auktionsföretagen och på hemmaplan sågs Frimärkshuset, Einar Lundströms stora företag, allt oftare med flera helsidesannonser per nummer.

Det var ett framgångsrikt

och ur filatelistisk synpunkt oerhört intressant och dynamiskt årtionde, 1966 till 1976, som Nordisk Filateli ägdes av Sigurd Tullberg.

Åren började dock ta ut sin rätt och då Frimärkshuset år 1976 uppvaktade Tullberg med en förfrågan om att överta Nordisk Filateli och driva den som en självständig enhet inom Frimärkshuskoncernen accepterade han. Tullberg ansåg tiden mogen att pensionera sig som företagsledare men kunde utan större övertalning fås att kvarstå som aktiv medarbetare på det redaktionella planet.

Eric Penser ägare kort tid

År 1976 övertog således Frimärkshuset ägarskapet av Nordisk Filateli och engagerade redaktören för tidningen Aktiespararen, Stig Nordvall, som ansvarig redaktör. Detta engagemang varade i drygt ett år till dess Frimärkshusets ägare, Eric Penser, sålde Frimärkshuset till Stanley Gibbons i London. Herrarna där var av naturliga skäl inte intresserade av att överta Nordisk Filateli varför budet gick till Frimärkshusets VD, Sven Olof Forselius, som med en bakgrund bl.a. inom annonsbyråbranschen ansåg sig kunna klara uppgiften, och gick in som ny ägare.

Överlåtelsen skedde i februari 1978.

Nya idéer, samma policy

Vad som för den nye ägaren var ett absolut måste var att få så stora annonsintäkter som möjligt för att även ekonomiskt göra tidskriften oberoende. Med annonsbyråbakgrund var det också naturligt att se över annonsernas utformning och att om möjligt öka annonsunderlaget.

Självklart var prenumerationssstockens utveckling minst lika viktig och där gällde det att förmå de bästa skribenterna att medverka så att tidskriften blev så läsvärd och informativ som någonsin möjligt.

I båda fallen får man nog så



Sedan mer än två år tillbaka kan man se Nordisk Filatelis löpsedel uppsatt hos återförsäljarna.

här i efterhand anse att ansträngningarna gav resultat. Nordisk Filateli utvecklades till att bli det största annonsorganet i Norden.

Prenumerationsstockens utveckling fick ett nästan explosionsartat förlopp. Anledningen stod att finna i en satsning på något som kallades Färglikaren. Med Facitkatalogen som utgångspunkt återgavs i naturtrogna färgnyanser samtliga svenska klassiska frimärken från 3 skilling banco till Oscarsmärkena.

Det tog i det närmaste 8 år att få fram hela Färglikaren, som omfattade c:a 80 blad. Varje månad häftades ett blad in i tidskriften, vilket gjorde att de som önskade få Färglikaren komplett var tvungna att prenumerera på Nordisk Filateli och göra det i åtta år.

Som en efterföljare kom sedan en inlaga där man kunde montera Nobelmärken och få faktaupplysningar om dessa märken. Därefter satsades på en inlaga omfattande Slanias produktion. Jämsides med dessa inlagor presenterades Jan Gabrielssons "Frimärken från A-Ö", ett uppslagsverk uppdelat på ett stort antal inlagor under en följd av år. Det var med andra ord en hel del förutom själva tidskriften prenumeranterna fick.

I sammanhanget får inte glömmas sådana storheter på

den redaktionella sidan som Sven Åhman, Sven Carlin, Rune Almqvist, Curt Haij, Karl Erik Stenberg, Henry Runhag, Bo Isacsson, Axel Miltander och många, många fler.

Det gick bra för Nordisk Filateli.

Nuvarande ägare, samma policy

Efter sjutton arbetsamma, men roliga år kom det till en punkt då S. O. Forselius började se sig om efter en lämplig kandidat att överta tidningen. Det var ingen lätt uppgift att hitta någon som både kunde branschen, kunde skriva och vara insatt i tryckerifrågor, och som dessutom var i lämplig ålder.

Turligt nog råkade det finnas just en sådan person, nämligen Persson, med tillnamnet Morten.

Han hade tidigare varit anställd på Postiljonen som bl.a. ansvarig för deras marknadsföring och auktionsorganisation. Han var väl insatt i tryckeriproblematiken, han kunde skriva och var van att utforma annonser – han var som klippt och skuren för uppgiften. Dessutom sammanföll det i tid med hans önskemål om att byta jobb.

Efter mycket korta överläggningar kom vi överens och från septembernumret 1994 övertog Morten Persson ansva-

ret och ägarskapet av Nordisk Filateli.

Det är nu två och ett halvt år sedan, och det är med största glädje jag kan konstatera att Nordisk Filateli hamnat i mycket goda händer.

Många friska initiativ har genomförts, produktionen har rationaliserats och mycket av det som hör till modern marknadsföring har ökat upplagorna och annonsunderlaget, trots att filatelin inte lever i någon påtaglig expansionsyra för tillfället. En stor breddning till de övriga nordiska länderna har också skett.

Det är förvisso 60 år sedan Nordisk Filateli kom till, som ett förverkligande av en idé hos Ernst Gillberg. Det är 30 år sedan Sigurd Tullberg tog över och förvaltrade denna ursprungside och gav tidskriften en solid grund att stå på. Det är snart 20 år sedan S. O. Forselius tog initiativ till en rad nymodigheter inom filatelistisk press och det är nu snart tre år sedan Morten Persson blev den, som om inget oförutsett inträffar, kommer att föra Nordisk Filateli in i det tjugonde århundradet, som en modernare, färgrikare och frispråkigare tidskrift, men med samma grundpolicy, som den alltid haft.

Vi gratulerar på födelsedagen och säger av hjärtat, lycka till!