

SlösO

Ny SlösO 37 | Årets värsta slöseri 40

”...lokalpolitiker sumpar bort invånarnas pengar på saker de inte förstår.”

Läs om Region Gävleborgs vindkraftsaffärer på sidan 40.

Amilia Stapelfeldt blir SlösO

”Många varken ifrågasätter eller kontrollerar vart deras pengar går ...”



Hon blir ny SlösO

Text: Thomas Östberg

Foto: Magnus Glans

Sverige har fått en ny Slöseriombudsman. Hon heter Amilia Stapelfeldt och beskriver sig som polfluencer – ett begrepp som den politik- och samhällsintresserade influencern uppfunnit själv. Ett mål med uppdraget är att få fler unga kvinnor att bli intresserade av samhällsekonomi och reflektera över hur våra skattepengar egentligen används.

Amilia Stapelfeldt

Bor: Stockholm
Gillar: Inredning, populärkultur och vin.
Läser: Förundersökningsprotokoll.
Tittar på: Dokumentärer, reality och nyheter.
Lyssnar på: True crime-poddar och Taylor Swift.

Det blir Amilia Stapelfeldt som tar över stafett-pinnen efter Josefin Utas. Amilia är 28 år och har redan en bred yrkeserfarenhet. Hon har bland annat arbetat inom marknadsföring med inriktning mot digitala medier och tv. Det sista uppdraget innan hon blev influencer handlade om att rekrytera nya profiler till Nordens största Youtubenätverk. Hon har också gedigen erfarenhet av att jobba med de stora sociala medier-plattformarna.

– Amilia kombinerar engagemang och kunskap i slöserifrågan med stor förståelse för pedagogik och sociala medier. Det gör att trogna följare kommer att känna igen sig, samtidigt som jag tror att vi kan nå ut till ännu fler slöseritrötta medborgare, säger Skattebetalarnas vd Christian Ekström.

Amilia Stapelfeldt har också länge varit intresserad av politik och var som tonåring engagerad i Moderata ungdomsförbundet (MUF).

De flesta som känner till henne följer antingen henne på Instagram (25 000 följare) eller såg hennes deltagande i dokusåpan Big Brother för några år sedan.

– Big Brother är inte representativt för vem jag är som person. Samtidigt gav programmet mig ett genombrott och grunden till den plattform jag har i dag. Jag hade inte kunnat nå ut med det jag gjort de senaste åren om jag inte hade varit med i programmet, säger Amilia Stapelfeldt.

Som influencer med Instagram som kanal har inriktningen gått mer och mer mot politiskt opinionsbildande. Därav titeln polfluencer (politisk influencer) som hon själv skapade och som nu är



”Jag tror att det rådande ekonomiska läget kommer göra att många fler blir mer medvetna om ekonomi.”

ett begrepp i kommunikationsbranschen.

Det som lockar henne med jobbet som SlösO är dels att hon ogillar orättvisor och när skattepengar använd fel, dels möjligheten att öka intresset för och sambanden mellan ekonomi, politik och skatter bland yngre.

– En stor del av min publik på Instagram är kvinnor i åldern 25–35. Många varken ifrågasätter eller kontrollerar vart deras pengar går, eftersom de har fått lära sig att de bara går till viktiga saker, men så är det ju tyvärr inte alltid. Jag tror att det rådande ekonomiska läget kommer göra att många fler blir mer medvetna om ekonomi. Om man sätter sig in i sin privatekonomi bör även den stora utgiften skatt ifrågasättas. Här finns en möjlighet för mig att lyfta och förenkla saker som kan upplevas som svåra. Om det är något mina

erfarenheter som polfluencer har lärt mig så är det att många fler än man kanske tror är intresserade av komplexa samhällsfrågor, säger Amilia Stapelfeldt.

Slöserier som fått henne att reagera de senaste åren är forskningsprojektet *Trollsyn i hjärtemarkerna* på Linnéuniversitetet och den nu inställda konstnärliga gestaltningen *Evig anställning* i Göteborg. Vad hon själv kommer att fokusera på får framtiden utvisa. Men någon brist på slöserier att uppmärksamma lär det inte bli.

– Det blir spännande att se vad som väntar runt hörnet. Jag ser fram emot att i SlösO-rollen få fördjupa mina kunskaper och hoppas att få fler att intressera sig för vad skattepengar går till.

Amilia Stapelfeldt börjar att arbeta heltid som SlösO i april.

Gävleborgs dyra vindkraftsäventyr

Regionens snurriga affärer vinnare

Två vindkraftverk som kostade skattebetalarna i Gävleborg mer än 100 miljoner kronor på tio år. Där har ni Årets värsta slöseri 2022. Intresset för tävlingen har varit ovanligt stort och cirka 18 000 tog chansen att rösta. Tvåa blev en påkostad reklamkampanj för att sälja in EU:s miljardslöseri Coronafonden.

Text: Thomas Östberg

– **Omröstningen och att vindkraftsaffären i Gävleborg vann** visar att det finns ett stort lokalt engagemang. Där finns troligen också ett samband med den uppmärksamhet tävlingens bidrag fått i olika lokala medier. Föregående år vann EU:s enorma Coronafond. Det var bra att även slöserier på Europainivå uppmärksammas. Nu är strålkastarljuset tillbaka på hur lokalpolitiker sumpar bort invånarnas pengar på saker de inte förstår, säger Skattebetalarnas vd Christian Ekström.

Vinnaren i Årets värsta slöseri 2022 fick 5 022 röster. Christian Ekström tycker att den kostsamma affären där Region Gävleborg köpte in två vindkraftverk 2012 för 85 miljoner kronor, sålde dem i fjol för 12 miljoner och däremellan lyckades slösa bort ytterligare 42 miljoner är ett typiskt exempel på att politiker gör affärer inom områden där de saknar kompetens.

– Man vill lösa energifrågan och bidra till ett bättre klimat och blir överentusiastiska.

Det är lätt att ta beslut som bygger på felaktiga kalkyler och att man inte förstår konsekvenserna, säger Christian Ekström.

Intresset för Årets värsta slöseri 2022 var större än på många år och antalet röstande var ungefär 20 procent fler än 2021. Tvåan, som alltså hade syftet att marknadsföra förra årets vinnare Coronafonden (Next Generation EU) på 750 miljarder euro fick 4 153 röster. Själva kampanjen kostade 700 miljoner kronor.



Foto: Shutterstock

Enligt Christian Ekström fyller tävlingen Årets värsta slöseri en viktig funktion genom att uppmärksamma att slöserier inte är enskilda händelser som bara sker ibland. De förekommer ständigt och följer kända mönster.

– Tyvärr kan ju tävlingen enbart handla om saker som redan skett. Att stoppa nya slöserier med skattepengar är betydligt svårare och där jobbar vi med andra verktyg. Men genom uppmärksamheten kanske även politiker och tjänstemän lär sig något och drar slutsatser av sina egna och andras erfarenheter. Och hos allmänheten vill vi gärna skapa en större medvetenhet och en sund skepsis till att skattepengar används till en massa projekt som politiker hittar på. Det kommer nämligen alltid att komma nya sådana, säger Christian Ekström.

”Man vill lösa energifrågan och bidra till ett bättre klimat och blir överentusiastiska.”

Följ SlösO på Facebook

På SlösO:s Facebooksida publiceras slöserier på löpande band. Gilla sidan och ta del av avslöjandena: facebook.com/slوسيmbudsmannen