

# Den svenska mediemarknaden 2011

Staffan Sundin

MEDIENOTISER  
Nr. 3 • 2011

Nordicom-Sverige  
Göteborgs universitet

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

---

## MedieNotiser nr 3/2011

MedieNotiser utges av  
Nordicom-Sverige  
Göteborgs universitet  
Box 713  
SE 405 30 Göteborg

### Ansvarig utgivare & redaktör

Ulla Carlsson  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

### Prenumerationsärenden

Anne Claesson  
anne.claesson@nordicom.gu.se

ISSN 1101-4539

ISBN 978-91-86523-34-3

© Nordicom 2011

NORDICOM är ett nordiskt kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i den akademiska forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen. Arbetet syftar till att utveckla mediekunskapen och bidra till att forskningens resultat synliggörs i behandlingen av mediefrågor på olika nivåer i både offentlig och privat verksamhet. Nordicom är en institution inom Nordiska Ministerrådet. Verksamheten utmärks av tre huvudsakliga områden.

- **Medieforskningen och dess resultat i de nordiska länderna**

Nordicom utger en nordisk tidskrift, *Nordicom Information*, och en engelskspråkig, tidskrift, *Nordicom Review* (refereed), samt antologier och rapporter på flera språk. Olika forskningsdatabaser, bl a gällande litteratur och pågående forskning, uppdateras löpande och är tillgängliga via Internet. Nordicom kan sägas utgöra navet i det nordiska samarbetet vad gäller medieforskningen. Ett viktigt inslag i Nordicom's arbete är att göra nordisk medie- och kommunikationsforskning känd i andra länder samt förmedla kontakter mellan nordiska och internationella forskningsmiljöer. Verksamheten är uppbyggd kring nationella dokumentationscentraler.

- **Medieutvecklingen och medietrender i de nordiska länderna**

Nordicom utarbetar samnordisk mediestatistik och redovisar kvalificerade analyser i skriftserien *Nordic Media Trends*. Även medieägande och medielagstiftning i de nordiska länderna dokumenteras. Nordicom ger de nordiska länderna en samlad röst i flera europeiska och internationella nätverk och organisationer som utarbetar underlag i medie- och kulturpolitiska frågor. Samtidigt insamlar Nordicom relevant omvärldskunskap för vidareförmedling till olika brukargrupper. Det gäller mediepolitiska frågor inom EU, Europarådet och internationella organisationer.

- **Forskning om barn, unga och medier i världen**

Nordicom startade 1997 på uppdrag av UNESCO *The International Clearing-house on Children, Youth and Media*. Arbetet syftar till att öka kunskapen om barn, ungdomar och medier och därmed ge underlag för relevant beslutsfattande, bidra till en konstruktiv samhällsdebatt samt främja barns och ungdomars mediekunnskap och mediekompetens (media literacy). Det är också en förhoppning att Clearinghusets arbete ska stimulera vidare forskning om barn, ungdomar och medier. Verksamheten är uppbyggd kring ett globalt nätverk med 1000-talet deltagare som representerar inte bara forskarsamhället utan även t ex mediebranschen, politiken och frivilliga organisationer. En årsbok och ett nyhetsbrev utges.

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

# Innehåll

Tabell- och figurförteckning	2
1 Mediemarknaden	4
Tabeller och figurer	8
2 Mediebranscher	
2.1 Dagspress	13
2.2 Tidskrifter	18
2.3 Böcker	20
2.4 Radio	23
2.5 Television	25
2.6 Film	27
Tabeller och figurer	28
3 Medieföretag	
3.1 Aller	50
3.2 Bonniersfären	51
3.3 Com Hem	55
3.4 Egmont	56
3.5 KF Media	57
3.6 Mittmedia	58
3.7 Norrköpings Tidningar Media (NTM)	59
3.8 ProSiebenSat.1	60
3.9 Schibsted	61
3.10 Stampen	63
3.11 Staten	64
3.12 Stenbecksfären	66
3.13 Telenor	68
Tabeller och figurer	69

## Tabeller och figurer

### Mediemarknaden

Tabell 1	Reklaminvesteringar i Sverige 2010 (miljoner kronor)	6
Tabell 1.1	Ägarsfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt samt totala intäkter 2010 (miljoner kronor)	8
Tabell 1.2	Mediegrupper verksamma i både Sverige och utlandet 2009, omsättning (miljarder kronor)	9
Tabell 1.3	The 20 largest media companies by media revenue on the Nordic media market 2010 (Euro millions)	10
Tabell 1.4	The largest media companies in Europe by revenue 2009 (Euro millions)	11
Tabell 1.5	The largest media companies in the world by revenue 2009 (USD millions) and their main media activities	12

### Mediebranscher

Tabell 2.1	Ägargrupper på den svenska dagspressmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	28
Tabell 2.2	Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2010	29
Tabell 2.3	Upplaga inom flerdagarspress (≥3/v) vardagar 2010	30
Tabell 2.4	Ägargrupper på tidskriftsmarknaden 2009. Intäkter och resultat (miljoner kronor)	32
Tabell 2.5	De största förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2010 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga och procent)	34
Tabell 2.6	Marknadsandelar för de största utgivarna inom tre grupper av förlagsutgivna tidskrifter 2010 (procent av TS-registrerad upplaga)	34
Tabell 2.7	Företag/förlag på bokmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	35
Tabell 2.8	Författarrättighetsbolag. Intäkter och resultat 2010 (miljoner kronor)	39
Tabell 2.9	Företag på radiomarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	40
Tabell 2.10	De största radioföretagens räckvidd 2010 (procent)	41
Tabell 2.11	Företag på marknaden för distribution av radio och television. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	42
Figur 2.1	Antal grundabonnemang och intäkter för tv-tjänster 2006–2010 (antal och miljoner kronor)	42
Tabell 2.12	Programföretag på tv-marknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	43
Figur 2.2	De största tv-programföretagen på tv-marknaden efter tittartidsandel 2010 (%)	43
Figur 2.3	De största TV-företagens andel av tittartiden 1997–2010 (%)	44
Tabell 2.13	De fyra största programföretagen på den svenska TV-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2009 och 2010 (procent av tittartiden)	44
Tabell 2.14	Företag verksamma inom TV-produktion. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	45
Tabell 2.15	Företag på den svenska filmmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	47

### Medieföretag

Tabell 3.1	Allers verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	69
Tabell 3.2	Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	70
Tabell 3.3	Geografisk fördelning för Bonnier AB:s intäkter 2009 (miljoner kronor)	72
Tabell 3.4	Intäkter och rörelseresultat för Bonnier AB 2010 (miljoner kronor)	72
Tabell 3.5	Com Hem AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	73
Tabell 3.6	Egmontsfärens verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	74
Tabell 3.7	Geografisk fördelning för Egmont Internationals intäkter 2010 (miljoner kronor)	74
Tabell 3.8	Intäkter och rörelseresultat för Egmont International 2010 (miljoner kronor)	74
Tabell 3.9	Kooperativa Förbundets medieverksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	75
Tabell 3.10	KF:s medieintäkter 2010 (miljoner kronor)	75
Tabell 3.11	MittMedia Förvaltnings AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	76
Tabell 3.12	Norrköpings Tidningar Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	77
Tabell 3.13	ProSiebenSat.1:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	78
Tabell 3.14	Schibsteds verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	79
Tabell 3.15	Fördelning för Schibsteds intäkter 2010 (miljoner kronor)	80

Tabell 3.16	Geografisk fördelning för Schibsteds intäkter 2010 (miljoner kronor)	80
Tabell 3.17	Stampens verksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	81
Tabell 3.18	Intäkter för Stampengruppens medieintäkter 2010 (miljoner kronor)	82
Tabell 3.19	Statligt ägda företags medieverksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	83
Tabell 3.20	Stenbecksfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	84
Tabell 3.21	Intäkter för Stenbecksfärens medieverksamhet 2010 (miljoner kronor)	85
Tabell 3.22	Geografisk fördelning för MTG:s intäkter 2010 (miljoner kronor)	85
Tabell 3.23	Geografisk fördelning Metro International intäkter 2010 (miljoner kronor)	85
Tabell 3.24	Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)	86
Tabell 3.25	Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2010 (miljoner kronor)	86

# 1. Mediemarknaden

Den svenska mediemarknaden är inne i en omfattande omvandlingsprocess. Ny teknik har väsentligt minskat kostnaderna för produktion och distribution på en rad områden med följd att bland annat många nya, alltmer nischade tv-kanaler och tidskrifter kunnat startas. Gränserna mellan olika branscher tenderar att suddas ut i takt med att medieföretagen börjat använda internet som en plattform för produktion av en blandning av text, ljud och bild. Gratistidningar utmanar den traditionella dagspressen. Både konsumtionen av och annonseringen på internet har ökat mycket kraftigt. De stora koncernerna strukturerar om sin verksamhet, säljer vissa delar och köper eller startar företag på andra områden. Riskkapitalbolag med kortsiktiga vinstmål börjar intressera sig för mediebranschen. I denna nya situation med förändrade produktionsvillkor och konsumtionsmönster ställs de etablerade medieföretagen inför stora utmaningar för att behålla sina konsumenter och annonsörer.

## Nordiska koncerner återgår till kärnverksamheten

Under 1990-talet expanderade ett halvduzin nordiska företag kraftigt genom att dels gå in i grannländerna, dels etablera sig på de nya marknader som öppnade sig genom avreglering och ny teknik på etermedieområdet. Schibsted blev genom förvärven av Aftonbladet och Svenska Dagbladet en av de större aktörerna på den svenska mediemarknaden. Egmont gick in på film- och tv-produktionsmarknaden och ökade sin omsättning i Sverige. Bonniers och Stenbecksfären etablerade sig som stora aktörer i grannländerna. Nästan alla stora koncerner gick in på tv-området och ett par även på radiomarknaden. Stenbecksfären kompletterade sin etermedieverksamhet med gratistidningar, affärspress, filmproduktion, tidskrifter

och bokförlag. Det fanns en tydlig strävan bland de stora koncernerna mot att försöka vara aktiv inom så gott som alla medieområden.

En följd av expansionen var att konkurrensen kunde öka på enskilda marknader, i Sverige fick Bonniers dagstidningar möta hårdare motstånd sedan Schibsted övertagit Aftonbladet och Svenska Dagbladet samt Stenbecksfären etablerat gratistidningen Metro. På liknande sätt fick de stora inhemska bokförlagen i Danmark, Finland och Norge mer offensiva konkurrenter sedan Bonniers köpt några förlag i dessa länder.

Denna tydliga trend mot en expansion på bred front förefaller ha vänt kring 2005. De flesta av de stora nordiska mediekoncernerna har tydligt ändrat sin strategi. De vidgar inte längre sin verksamhet utan koncentrerar sig i allt större utsträckning på några kärnområden och avvecklar mer perifera verksamheter. Det kanske mest iögonfallande exemplet är Schibsteds reträtt från tv-marknaden. Efter att ha misslyckats med att ta över kontrollen över svenska TV4 och finländska Alma Media med MTV3 beslöt Schibsted att helt avyttra sina intressen på tv- och filmmarknaderna för att i stället expandera dels inom norsk dagspress, dels med rubrikannonsbolag i Norden och Sydeuropa.

Bonniers agerande utgör ett annat exempel på koncentration till färre verksamhetsfält. Koncernen har avyttrat sina intressen inom läromedel, landsortspress, gratistidningar, radio och musik samt kraftigt minskat sin ägarandel i affärsinformationskoncernen Binsode. Bonniers har i stället blivit en ledande aktör på tv-marknaden i både Finland och Sverige genom att ta över MTV Media, TV4 samt Canal Plus nordiska kanaler. En annan stor satsning har gjorts i USA där ett par specialtidningsförlag köpts. Trots alla avyttringar är Bonniers fortfarande en ledande aktör i Sverige på en rad medieområden som dagspress, affärspress, böcker, tidskrifter, film samt kommersiell television.

Stenbecksfären hade under sin dynamiska huvudägare Jan Stenbecks ledning klara ambitioner att bygga upp en bred medieverksamhet. Efter hans död 2002 har sfären under ledning av dottern Cristina Stenbeck avyttrat många bolag. MTG har koncentrerat sig på att driva ett stort antal tv-kanaler i Norden och Östeuropa, radio i Sverige och Norge samt ett TV-produktionsbolag. Sfärens gratistidningskoncern Metro International hade länge som målsättning att bli en världsomspännande aktör. Under de senaste åren har koncernen emellertid avvecklat eller sålt sin verksamhet i en rad länder för att koncentrera sig på ett tiotal marknader, bland annat Sverige, Danmark och flera latinamerikanska länder. I detta fall rör det sig troligen mindre om ett medvetet strategiskifte än ett tvång att avyttra mycket olönsamma rörelser.

Aller har valt att koncentrera sig nästan helt på utgivning av populärpress och specialtidningar sedan man sålt sin fack- och herrtidningsutgivning. Sanoma har avyttrat sitt stora allmänlitterära förlag, WSOY, i Finland och i stället köpt Bonnier Utbildning i Sverige.

En effekt av att koncernerna har lämnat vissa områden har blivit att de kvarvarande marknadsledarna kunnat stärka sina positioner. Ett exempel är den svenska radiomarknaden där MTG och ProSiebenSat.1 blivit helt dominerande sedan bland annat Bonniers och Stampen avyttrat sina intressen. Ett annat är att Bonniers blivit ännu mer dominerade på biomarknaden sedan Schibsted sålt sina intressen.

## Mediekonglomeraten små på den svenska marknaden

Flera av de allra största mediekonglomeraten i världen finns representerade med dotterbolag på den svenska mediemarknaden men deras omsättning är genomgående liten (se tabell 1.2). Time Warner, News Corporation, Disney, NBC Universal, Viacom och Vivendi Universal har alla dotterbolag som distribuerar deras respektive filmbolags produkter i Norden. Bertelsmann driver ett tv-produktionsbolag, Freemantle Media, i Sverige. Viacom har även ett svenskt dotterbolag som säljer reklam och producerar program för koncernens TV-kanaler i Norden. På filmdistributionsmarknaden är mediekonglomeraten en viktig aktör, men i övrigt är deras inflytande på de nordiska mediemarknaderna marginellt. Sedan News Corporation 2011 förvärvat Shine där bland annat tv-produktionsbolaget Metronome Film & Television ingår kommer dock koncernen vara en viktig aktör även på de nordiska tv-marknaderna. De tio största mediekonglomeratens sammanlagda intäkter i Sverige uppgick 2009 till 1,9 miljarder kronor, vilket var i nivå med Stampens tryckerikoncern, VTAB:s, omsättning.

De stora mediekoncernerna spelar givetvis indirekt en viktig roll för de svenska mediekonsumenterna i egenskap av leverantörer av program och filmer till de svenska tv-kanalerna. Däremot har deras egna kanaler låg räckvidd i Sverige. Viacom med MTV och Nickelodeon och Disney med sina barnkanaler är mest populära med sammanlagt 2,0 respektive 1,6 procent av den totala tittartiden. Time Warners CNN når endast 1 promille av befolkningen per dag. Inslag från CNN som sänds i svenska kanaler når däremot givetvis många fler.

Viktigare på den svenska mediemarknaden än de stora konglomeraten är ett knippe utländska bolag som är verksamma inom en eller ett par nischer, ofta över hela världen. De största är ett par riskkapitalbolagägda koncerner, ProSiebenSat.1 och Infinitas Learning. Tyska ProSiebenSat.1 är sedan SBS Broadcasting införlivats år 2007 en av de ledande aktörerna på de nordiska tv- och radiomarknaderna, medan Infinitas Learning samma år övertog det ledande läromedelsförlaget Liber. Den italienska mediekoncernen De Agostino förvärvade sommaren 2008 det expansiva tv-produktionsbolaget Zodiak med verksamhet i hela Norden och flera andra länder. Andra utländska koncerner som är verksamma i Sverige är de amerikanska tidskriftsförlagen IDG och Reader's Digest, europeiska tryckerikoncernen Circle Printers, holländska bokförlagskoncernen Wolters Kluwer samt kanadensiska Torstar (Harlequin), som alla är betydande aktörer på sina respektive svenska delmarknader.

## Nya reklambärare hotar traditionella medier

En mycket tydlig tendens sedan 1990-talet har varit att de medier som i huvudsak inriktar sig på underhållning har vuxit sig allt starkare. På etermedieområdet har de kommersiella kanalerna kommit att konkurrera allt hårdare om publiken med public service-kanalerna. En allt större andel av den totala tiden för mediekonsumtion ägnas åt underhållning. Troligen så läggs allt mer av hushållens utgifter för medier på anläggningar för och abonnemang på underhållningskanaler. De reklamfinansierade etermediebolagen ökade under 1990-talet snabbt sin andel av den totala reklamkakan, men har under senaste decenniet vuxit i ungefär samma takt som de totala reklaminvesteringarna.

Mer publicistiskt inriktade medieföretag har således fått känna av konkurrensen från de nya aktörerna på både publik- och annonsmarknaden (se tabell 1). Marginalerna för annonsfinansierade tidningar och tidskrifter har krympt i takt med att icke-publicistiska medier och icke-medierelaterade reklambärare ökat sin andel av de totala reklamutgifterna. Dagspressen är fortfarande den största

enskilda reklambäraren, men har minskat sin marknadsandel med 5 procentenheter mellan 2005 och 2010. Reklaminvesteringarna på internet har ökat mycket snabbt och nätet passerade 2009 tv som landets näst största reklambärare. Tv-branschen har under 2000-talet ökat sina reklamintäkter i ungefär samma takt som marknaden i stort och har en marknadsandel på cirka 15-16 procent.

Huvuddelen av annonsintäkterna på nätet går till andra aktörer än de traditionella medieföretagen. Intäkterna för sökordsannonsering ökar snabbt och uppgick 2010 till närmare två miljarder kronor. Google säredovisar inte sin omsättning i Sverige, men står sannolikt för merparten av denna typ av annonsering. Morgontidningarnas intäkter från nätannonseringen uppgick till 470 miljoner kronor eller 8 procent av den totala internetannonseringen. Av morgontidningarnas totala annonsintäkter svarar internet för inte mer än sex procent, landsortspresen för fyra och storstadsmorgontidningarna för nio. Uppgifter för kvällspresen saknas men andelarna för internet kan antas vara högre än för morgonpresen. Sannantaget har dock tidningsföretagen haft svårt att slå sig in på den nya annonsmarknaden.

Google växer mycket snabbt och den totala omsättningen 2010 översteg 200 miljarder kronor vilket ligger i nivå med intäkterna för världens allra största medieföretag. I Sverige har företaget utvecklats till en av de större aktörerna på den totala annonsmarknaden. En försiktig uppskattning visar att Google i Sverige bör vara större än både Dagens Nyheter och Aftonbladet, som vardera redovisade annonsintäkter på knappt en miljard kronor. Störst i Sverige är dock TV4 med reklamintäkter på närmare tre miljarder kronor.

## De etablerade medierna anpassar sig till den digitala världen

När internet snabbt slog igenom i mitten av 1990-talet ställdes de etablerade medieföretagen inför frågan om hur de skulle hantera den nya distributionsformen. Till en början verkade det som om många medier såg internet i första hand som ett hot. Nya aktörer utan anknytning till mediebranschen började erbjuda bostads-, plats- och rubrikannonser, områden som morgontidningarna tidigare hade behärskat i det närmaste ohotade. De etablerade medierna fruktade att de nya företag och varumärken som snabbt fick ett stort genomslag skulle bli farliga konkurrenter om läsare, lyssnare och tittare.

Men många av de nya företagen försvann eller försvagades i IT-kraschen 2000 samtidigt som de etablerade medieföretagen lyckades skapa attraktiva sajter på nätet. I dag drivs flertalet av de mest besökta sajterna av medieföretag varav de flesta grundades redan på 1800-talet. Bland de sajter som erbjuder nyheter och underhållning är de etablerade medierna helt dominerande. Ett par mediekoncerner med Schibsted i spetsen har dessutom övertagit flera av de största tjänste- och annons sajterna som Hitta.se, Blocket och Tv.nu. Många medier har tagit till sig och börjat utnyttja populära nättjänster som Youtube, Twitter och Facebook. Flera av de mest lästa bloggarna återfinns på de traditionella mediernas hemsidor. Medieföretagen ligger även i frontlinjen i utvecklingen av innehåll för nya plattformar som smartphones och läsplattor.

De etablerade medieföretagen har således genomgående lyckats väl med att anpassa sig till det nya digitala informationssamhället, i många fall

**Tabell 1. Reklaminvesteringar i Sverige 2010 (miljoner kronor)**

	Investeringar	Andel (%)	Förändring 2005-2010 (%)
Dagstidningar	7 855	25,5	-4
Tidskrifter	1 943	6,3	-12
Bio	119	0,4	75
Tv	5 213	16,9	24
Radio	688	2,2	34
Internet/mobiler	5 786	18,8	256
Gratispublikationer	2 513	8,2	8
Kataloger/Vägledande medier	1 116	3,6	-46
DR	3 970	12,9	-8
Utomhusreklam	1 079	3,5	8
Butiksmedia	84	0,3	68
Bilagor	429	1,4	15
<b>Totalt</b>	<b>30 795</b>	<b>100,0</b>	<b>14</b>

Källa: Bearbetning av IRM:s pressmeddelanden 2006-02-20 och 2011-02-15.

har de lyckats bättre än de nya specialinriktade IT-företagen. Deras problem ligger inte i att nå en stor publik eller att anpassa sitt utbud till nya plattformar utan hur de ska kunna få sin verksamhet på nätet att bli vinstgivande. Som ovan nämnts så går stora delar av annonsintäkterna på nätet till andra aktörer än medieföretagen.

De etablerade medierna har också haft betydande svårigheter att ta direkt betalt av konsumenterna. Vissa tidningar har reserverat sitt innehåll för prenumeranterna. En del tidningar och tv-kanaler har introducerat betaltjänster för exklusiva delar av sitt utbud. Någon större framgång tycks inte dessa försök ha blivit. Av Aftonbladets totala intäkter så genereras knappt två procent av tidningens betaltjänst. En del tidningar får även intäkter för användningen av deras material i ett par textdatabaser.

Sammanfattningsvis står de etablerade medieföretagen inför stora utmaningar de närmaste åren. Hur ska de kunna finansiera en kvalificerad journalistik när konkurrensen om annonsörerna blir allt hårdare samtidigt som konsumenterna överger betalda produkter för digitala plattformar som genererar intäkter till distributörerna men inte till innehållsleverantörerna. Vi har redan sett hur många medieföretag har genomfört stora kostnadsbesparingar som bland annat lett till mindre resurser för granskande journalistik, specialreportrar, kulturbevakning och utrikeskorrespondenter. Om medieföretagen inte lyckas finna nya intäktskällor är risken stor att denna utveckling mot en allt mer utarmad journalistik kommer att fortsätta.

**Tabell 1.1 Ägarsfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt samt totala intäkter 2010 (miljoner kronor)**

Ägarsfärer	Huvudbolag	Medieintäkter		Totala intäkter	Resultat efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige
		Sverige	Totalt		Medier	Totalt	
Familjen Bonnier	Albert Bonnier AB	16 749	30 830	33 011	1 000	1 099	<i>Albert Bonniers Förlag, Wahlström &amp; Widstrand, Forum, Bonnier Carlsen, Bonnier Audio, AdLibris, Bonnier Tidskrifter, Semic, Dagens Nyheter, Syd-svenskan, Expressen/Kvälls-posten/GT, Dagens Industri, TV4, C More (Canal Plus), Svensk Filmindustri, SF Bio, Homeenter, Discshop</i>
	<i>Bonnier AB</i>	<i>16 749</i>	<i>30 830</i>	<i>30 830</i>	<i>1 000</i>	<i>1 000</i>	
Svenska staten		11 813 <sup>1</sup>	11 813 <sup>1</sup>	...	353	...	
	<i>SVT, SR och UR</i>	<i>7 365</i>	<i>7 365</i>	<i>7 365</i>	<i>65</i>	<i>65</i>	<i>Sveriges Television, Sveriges Radio, Utbildningsradion</i>
	<i>Teracom</i>	<i>3 852</i>	<i>3 852</i>	<i>3 852</i>	<i>281</i>	<i>281</i>	<i>Teracom, BoxerTV</i>
<i>Svenska staten (60), Danska staten (40)</i>	<i>Posten Norden AB</i>	<i>1 219</i>	<i>1 219</i>	<i>41 958</i>	<i>7</i>	<i>1 348</i>	<i>Tidningstjänst</i>
Familjen Hjärne (87)	Stampen	5 196	5 196	5 196	136	136	Göteborgs-Posten, V-TAB, Promedia (VLT, Nerikes Allehanda samt 10 lokaltidningar), Mediabolaget Västkusten (Hallandsposten, Hallands Nyheter, TTELA, Bohuslänningen, Strömstads Tidning), GISAB, Appelberg Publishing Group, Stampen Media Partner
Familjen Stenbeck (>50 genom direkt och indirekt ägande)	Stenbecksfären <sup>2</sup>	ca 5 400	16 716	94 434	2 477	...	
	<i>Modern Times Group</i>	<i>3 950</i>	<i>13 101</i>	<i>13 101</i>	<i>2 321</i>	<i>2 321</i>	<i>TV3, TV6, TV8, V1000, ViaSat, Strix, MTG Radio (Rix FM)</i>
	<i>Metro International CDON Group</i> <sup>3</sup>	<i>639</i>	<i>2 123</i>	<i>2 123</i>	<i>56</i>	<i>56</i>	<i>Metro</i>
		...	<i>1 492</i>	<i>2 210</i>	<i>100</i>	<i>116</i>	<i>CDON</i>
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted ASA	4 911	16 406	16 406	4 050	4 050	Svenska Dagbladet, Affonbladet, Blocket, Hitta.se, Sandrew Metronome
Caryle Group och Providence Equity <sup>4</sup>	Com Hem	4 317	4 317	4 317	924	924	Com Hem
Kooperativa Förbundet	KF	2 806	2 806	36 659	...	26	Akademibokhandelsgruppen, Norstedts Förlagsgrupp (Norstedts, Rabén & Sjögren), Tidningen Vi, Pan Vision
Norska Staten (54)	Telenor <sup>5</sup>	1 836	8 184	113 013	...	24 076	Canal Digital
Erik och Asta Sundlins Stiftelse (70), Axel Johansson Upsala Nya Tidning Förvaltning AB (20)	Norrköpings Tidningars Media	1 757	1 757	1 757	84	84	Norrköpings Tidningar, Östgöta Correspondenten, Norrländska Socialdemokraten, Norrbottens-Kuriren, Upsala Nya Tidning (50) samt ytterligare 4 lokaltidningar
Egmont Fonden	Egmont International Holding <sup>6</sup>	1 685	13 549	13 549	642	642	Egmont Kärnan, Nordisk Film, Egmont Tidskrifter, Vagabond
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB	1 580	1 580	1 580	52	52	Sundsvalls Tidning, Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Östersunds-Posten, Dalarnas Tidningar samt ytterligare 8 lokaltidningar
KKR och Permira (88) <sup>7</sup>	ProSieben Sat.1	1 479	28 624	28 624	4 093	4 093	Kanal 5, SBS Radio
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement	1 377	5 017	5 017	517	517	Aller Media

<sup>1</sup> SVT:s, SR:s och UR:s avgifter till Teracom är eliminerade.

<sup>2</sup> Stenbecksfären bedriver genom Tele2 kabel-tv-verksamhet som inte särredovisas.

<sup>3</sup> CDON:s medieförsäljning i Sverige uppskattas till 811 miljoner kronor. I CDON:s medieintäkter ingår även försäljning av elektronik och leksaker. Resultatet för medier avser rörelseresultat.

<sup>4</sup> Com Hem såldes sommaren 2011 till BC Partners.

<sup>5</sup> Telenor bedriver även distribution av television via bredband i B2 Bredband. Denna verksamhet särredovisas inte.

<sup>6</sup> Uppgifterna för Sverige avser koncernens totala medieintäkter exklusive koncernelimineringar.

<sup>7</sup> KKR och Permira kontrollerar 88% av rösterna och 51% av aktiekapitalet i ProSieben Sat.1.

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2010.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 1.2 Mediegrupper verksamma i både Sverige och utlandet 2009, omsättning (miljarder kronor)

Företag	Total medieomsättning	Total omsättning	Medieomsättning i Sverige	Den svenska medieomsättningens andel av total medieomsättning (%)
News Corporation (Murdoch) <sup>1</sup>	236,1	236,1	0,34	0,14
Time Warner	197,1	197,1	0,27	0,14
Disney	176,3	276,4	0,23	0,13
Bertelsmann	163,2	163,2	0,06	0,03
General Electric (NBC Universal)	118,0	1 198,7	0,14	0,12
Viacom	104,1	104,1	0,40	0,38
Sony	99,5	590,0	0,39	0,39
Thomson Reuters	99,4	99,4	0,06	0,06
Vivendi	94,5	288,2	0,06	0,07
Wolters Kluwer	36,3	36,3	0,30	0,84
Bonnier	30,9	33,2	15,76	50,94
ProSiebenSat.1	29,4	29,4	1,28	4,34
Sanoma	29,4	29,4	0,10	0,34
TF1	25,1	25,1	0,09	0,35
IDG	23,3	23,3	0,29	1,24
ITV	22,4	22,4	0,14	0,61
de Agostino	20,7	44,2	0,3	1,40
Stenbecksfären	16,5	90,0	4,85	29,40
Reader's Digest <sup>2</sup>	16,3	16,3	0,05	0,29
Egmont	15,7	15,7	1,97	12,57
Schibsted	15,5	15,5	4,76	30,72
Torstar	10,1	10,1	0,06	0,61
Telenor <sup>3</sup>	8,1	118,8	1,77	21,80
Aller	5,5	5,5	1,38	25,00
Circle Printers	4,9	4,9	0,58	11,88
JP/Politikens Hus	4,7	4,7	0,16	3,31
Infinitas Learning	3,0	3,0	0,53	17,72
Eyeworks	2,0	2,0	0,18	8,97
Talentum	0,7	0,7	0,19	26,67
<b>Totalt</b>	<b>1 608,9</b>	<b>3 683,7</b>	<b>36,7</b>	<b>2,28</b>
<i>varav företag från</i>				
<i>Sverige</i>	<i>47,5</i>	<i>123,1</i>	<i>20,6</i>	<i>43,45</i>
<i>Övriga Norden</i>	<i>79,6</i>	<i>190,3</i>	<i>10,3</i>	<i>12,97</i>
<i>Övriga världen</i>	<i>1 481,8</i>	<i>3 370,3</i>	<i>5,7</i>	<i>0,39</i>

<sup>1</sup> Avser 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>2</sup> Avser 2008 (07) - 2009 (06).

<sup>3</sup> Intäkter i Sverige avser Canal Digital. Telenors medieintäkter i Sverige via Bredbandsbolagets tv-tjänster är ej inräknade.

Anm: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2009.

Källa: Bearbetning av årsredovisningar.

**Tabell 1.3 The 20 largest media companies by media revenue on the Nordic media market 2010 (Euro millions)**

Media company	Domicile	Media revenue		Nordic share of total media revenue (%)	Total company revenue (Euro mills)	Media share of total company revenue (%)
		Media revenue in the Nordic countries (Euro mills)	Total company media revenue (Euro mills)			
1 Bonnier	Sweden	2 662	3 225	83	3 225	100
2 Sanoma	Finland	1 433	2 761	52	2 761	100
3 Schibsted	Norway	1 432	1 719	83	1 719	100
5 Egmont <sup>1</sup>	Denmark	1 169	1 420	82	1 420	100
4 Stenbeck: MTG/Metro <sup>2</sup>	Sweden	1 112	1 593	70	9 897	16
6 Telenor Broadcast <sup>3</sup>	Norway	1 091	1 091	100	11 826	9
7 SVT/SR/UR (Förvaltningsstiftelsen) <sup>4</sup>	Sweden	770	770	100	770	100
8 Mecom Group	UK	665	1 415	47	1 415	100
9 NRK	Norway	607	607	100	607	100
10 Stampen	Sweden	545	545	100	545	100
11 TDC: YouSee <sup>5</sup>	Denmark	539	539	100	3 512	15
12 A-pressen <sup>1</sup>	Norway	532	580	92	580	100
13 Aller <sup>6</sup>	Denmark	526	526	100	526	100
14 DR	Denmark	518	518	100	518	100
15 Com Hem	Sweden	453	453	100	453	100
16 JP/Politikens Hus	Denmark	440	440	100	440	100
17 Teracom	Sweden	404	404	100	404	100
18 ProSiebenSat.1 Group	Germany	399	3 000	13	3 000	100
19 YLE	Finland	398	398	100	398	100
20 TV 2 Group <sup>1</sup>	Norway	337	337	100	337	100

<sup>1</sup> On the Norwegian media market there is some cross ownership: Telenor ASA owns 44% of A-pressen, which in its turn owns 50% of the TV 2 Group. The other 50% of the TV 2 Group.

is owned by Danish Egmont. TV 2 Group's revenue is included in A-pressen's and Egmont's accounts according to share of ownership.

<sup>2</sup> The media holdings of the Stenbeck sphere: Modern Times Group MTG AB and Metro International S.A. The Group's internet retailing business CDON Group AB was demerged at the end of 2010 and its shares were distributed to MTG's shareholders. CDON's revenue of 231 Euro millions is not included in MTG's income statement 2010.

<sup>3</sup> Telenor's broadcasting division. Telenor ASA's total volume 2010 was 11 826 Euro millions.

<sup>4</sup> Data refer to Förvaltningsstiftelsen, i.e. the owner foundation of Sweden's three public service programme companies: SR (radio), SVT (television) and UR (educational programmes, turnover 37 Euro millions in 2010). Data exclude transactions within the group.

<sup>5</sup> TDC's broadcasting subsidiary YouSee A/S. TDC's total volume 2010 was 3 512 Euro millions.

<sup>6</sup> Financial year 2009 (10) – 2010 (09).

Sources: Company annual reports and websites.

Tabell 1.4 The largest media companies in Europe by revenue 2009 (Euro millions)

	Company	Domicile	Media revenue <sup>1</sup> (Euro mills)	Total revenue (Euro mills)	Media share of total revenue (%)
1	Bertelsmann AG	Germany	15 364	15 364	100
2	Vivendi <sup>2</sup>	France	8 893	27 132	33
3	Lagardère	France	7 892	7 892	100
4	BSkyB <sup>3</sup>	Great Britain	7 829	7 829	100
5	Reed Elsevier	The Netherlands/Great Britain	6 911	6 911	100
6	ARD	Germany	6 385	6 385	100
7	Pearson	Great Britain	6 315	6 315	100
8	BBC <sup>4</sup>	Great Britain	5 379	5 379	100
9	Mediaset <sup>5</sup>	Italy	3 883	3 883	100
10	Virgin Media	Great Britain/USA	3 604	4 272	84
11	Wolters Kluwer	The Netherlands	3 425	3 425	100
12	Grupo Prisa	Spain	3 209	3 209	100
13	RAI	Italy	3 179	3 179	100
14	France Télévision	France	3 034	3 034	100
15	Bonnier	Sweden	2 913	2 913	100
16	ProSiebenSat.1	Germany	2 761	2 761	100
17	Springer Verlag	Germany	2 612	2 612	100
18	Sanoma	Finland	2 368	2 768	86
19	TF1- Société Télévision Française	France	2 365	2 365	100
20	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrink	Germany	2 358	2 358	100
21	RCS MediaGroup	Italy	2 206	2 206	100
22	Daily Mail & General Trust	Great Britain	2 182	2 378	92
23	ITV Plc	Great Britain	2 110	2 110	100
24	Hubert Burda Media	Germany	2 078	2 078	100
25	Mattby Capital/EMI Group <sup>4</sup>	Great Britain	1 854	1 854	100

<sup>1</sup> Media revenue refers to revenue from advertising, publishing, radio or television transmissions, TV and film production, music publishing, printing, distribution services, subscriptions, government support, etc. Retail sales, theme parks, games etc are not included.

<sup>2</sup> Telecom (SFR and Maroc Telecom), revenue 15 089 Euro millions, and games, revenue 3 038 Euro millions, not included in media revenue.

<sup>3</sup> Fiscal year 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>4</sup> Fiscal year 2009 (04) - 2010 (03).

<sup>5</sup> Revenue for the advertising agency Publitalia 80 unknown and therefore not excluded from media revenue.

Sources: Company annual reports (processed), company websites, Institut für Medien- und Kommunikationspolitik ([www.mediadb.eu](http://www.mediadb.eu)).

**Tabell 1.5 The largest media companies in the world by revenue 2009 (USD millions) and their main media activities**

	Company	Domicile	Media revenue <sup>1</sup> (USD mills)	Total revenue (USD mills)	Media share of total revenue (%)
1	News Corporation <sup>2</sup>	USA	30 423	30 423	100
2	Time Warner Inc <sup>3</sup>	USA	25 785	25 785	100
3	The Walt Disney Company <sup>4,5</sup>	USA	23 057	36 149	64
4	Comcast	USA	22 317	35 756	62
6	The DirecTV Group	USA	21 565	21 565	100
5	Bertelsmann AG	Germany	21 343	21 343	100
7	NBC Universal <sup>6</sup>	USA	15 436	15 436	100
8	Viacom Inc.	USA	13 619	13 619	100
9	Vivendi <sup>7</sup>	France	12 354	37 691	33
10	Dish Network	USA	11 663	11 663	100
11	Time Warner Cable <sup>3</sup>	USA	11 462	17 868	64
12	CBS Corporation <sup>8</sup>	USA	11 292	13 015	87
13	Lagardère	France	10 963	10 963	100
14	Cox Enterprises <sup>9</sup>	USA	10 800	14 700	73
15	Liberty Global	USA	8 953	8 953	100
16	ARD	Germany	8 870	8 870	100
17	Pearson	Great Britain	8 772	8 772	100
18	Reed Elsevier	The Netherlands/Great Britain	8 592	9 601	89
19	BBC <sup>10</sup>	Great Britain	8 463	8 463	100
20	BSkyB <sup>2</sup>	Great Britain	8 359	8 359	100
21	Advance Publication <sup>11</sup>	USA	7 630	7 630	100
22	Sony Corporation <sup>10,12</sup>	Japan	7 322	78 877	9
23	NHK - Nippon Hoso Kyokai <sup>13</sup>	Japan	7 077	7 077	100
24	Cablevision	USA	6 584	7 773	85
25	Gannett Co. Inc.	USA	5 613	5 613	100

<sup>1</sup> Media revenue refers to revenue from advertising, publishing, radio or television transmissions, tv and film production, music publishing, printing, distribution services, subscriptions, government support etc. Retail sales, theme parks, games etc are not included.

<sup>2</sup> Fiscal year 2008 (07) – 2009 (06).

<sup>3</sup> Time Warner Cable was separated from Time Warner Inc in March 2009. Time Warner Inc has no longer an ownership interest in Time Warner Cable.

<sup>4</sup> Fiscal year 2008 (10) – 2009 (09).

<sup>5</sup> Parks and Resorts, revenue 10 667 USD millions, and Consumer Products, revenue 2 425 USD millions, not included i media revenue.

<sup>6</sup> Revenue for Universal Parks & Resorts not available and therefore not excluded from media revenue.

<sup>7</sup> Telecom (SFR and Maroc Telecom), revenue 20 961 USD millions, and games, revenue 4 220 USD millions, not included in media revenue.

<sup>8</sup> Outdoor advertising, revenue 1 723 USD millions, not included in media revenue.

<sup>9</sup> Telecom revenue included in media revenue.

<sup>10</sup> Fiscal year 2008 (04) – 2009 (03).

<sup>11</sup> Fiscal year 2008.

<sup>12</sup> Electronics, revenue 51 356 USD millions, Games, revenue 10 049 USD millions, and Financial Services, revenue 5 340 USD millions, not included in media revenue.

<sup>13</sup> Fiscal year 2009 (04) – 2010 (03).

Sources: Company annual reports (processed), company websites, Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (www.mediadb.eu).

## 2. Mediebranscher

### 2.1 Dagspress

Den svenska dagstidningsmarknaden präglades under lång tid av en mycket stor stabilitet, beträffande både ägande, konsumtion och innehåll. De senaste åren har dock dagspressen och dess villkor börjat förändras på flera sätt. Sedan början av 1990-talet har ägarkoncentrationen successivt ökat genom en rad försäljningar och fusioner, en utveckling som accelererat under det nya seklet sedan både arbetarrörelsen och centerrörelsen sålt stora delar av sin press. I framför allt storstäderna har de traditionella dagstidningarna fått konkurrens på läsarmarknaden av gratistidningar. Det finns vidare en tendens att läsningen av den tryckta tidningen går ner något bland yngre läsare, även om den fortfarande är hög i ett internationellt perspektiv.

Den svenska morgontidningsmarknaden består av ett sjuttioal delmarknader med av hävd distinkta gränser. På grund av tidningsnedläggningar och begränsning av spridningsområden har konkurrensen försvunnit på många lokala morgontidningsmarknader. I merparten av de 70 A-regionerna har den största tidningen en marknadsandel på över 70 procent, i endast nio områden föreligger en verklig konkurrenssituation.

Förstatidningarna som får huvuddelen av annonsintäkterna uppvisar i regel goda ekonomiska resultat och hög soliditet, medan många andratidningar har ett svårt ekonomiskt läge trots presstöd. De ekonomiska resultaten för branschen i stort är starkt beroende av annonskonjunkturen och kan därför variera kraftigt från år till år. Under de senaste åren har många av de större tidningsföretagen skurit kraftigt i sina kostnader bland annat genom personalneddragningar. En del av dessa företag har redovisat betydande förluster, medan andra har varit lönsamma men inte nått fram till ägarnas avkastningskrav.

### Fyra koncerner dominerar på storstadsmarknaderna

I de tre storstadsområdena är ägarkoncentrationen på dagspressmarknaden betydande. Fyra koncerner, Bonnier, Schibsted, Stampen och Metro har sedan millennieskiftet svarat för nästan all dagstidningsutgivning i storstäderna. På de enskilda marknaderna, främst i Stockholm men i viss mån även i Göteborg och Malmö, konkurrerar koncernerna intensivt med varandra.

Bonniers har sedan länge en mycket stark ställning på dagstidningsmarknaden i Stockholm med *Dagens Nyheter*, *Expressen* och *Dagens Industri*. Hushållstäckningen för Dagens Nyheter i utgivningsområdet är dock exceptionellt låg, 25 procent, för att vara en förstatidning. I början av 1990-talet övergav Bonniers sin policy att inte expandera utanför huvudstaden genom att först förvärva *Sydsvenska Dagbladet* och därefter kvällstidningarna *GT* och *Kvällsposten*. Koncernen köpte samma decennium även tre lokaltidningar i Skåne, som emellertid sommaren 2011 såldes till Gota Media med motiveringen att man skulle koncentrera sig helt på storstadspress. Bonniers andel av den totala dagspressupplagan har länge legat kring 26 procent men kommer att minska 2011 till cirka 24 procent som följd av försäljningen i Skåne.

Norges ledande dagstidningsföretag, Schibsted, etablerade sig 1996 på den svenska marknaden genom att överta den operationella kontrollen av *Aftonbladet*. Schibsted ökade 2009 sin ägarandel från 49 till 91 procent medan LO behöll 9 procent. År 1998 förvärvade Schibsted även *Svenska Dagbladet* och blev därigenom landets näst största tidningsutgivare med en marknadsandel på 16 procent.

Under Schibsteds tid som ägare har *Svenska Dagbladet* genomgått en stor omstöpning. En viktig del i denna process har varit att försöka nå för tidningen mer lönsamma läsare. I delar av landet

har distributionen lagts om från tidningsbud till postutbärning med följd att upplagan i landsorten minskat kraftigt. Denna nedgång har dock kompenseras genom att nya läsare i Stockholmsområdet tillkommit, lockade bland annat av en redaktionell förnyelse av tidningen. Detta byte av äldre läsare i landsorten mot yngre i Stockholm har ingått i en medveten strategi att minska distributionskostnaderna och öka intäkterna genom att erbjuda annonsörerna en mer attraktiv läsekrets.

I Stockholm fick de etablerade morgontidningarna konkurrens 1995 då Stenbecksfären började ge ut gratistidningen *Metro* som distribuerades genom ställ vid tunnelbanestationerna. Tidningen lyckades snabbt finna läsare och annonsörer och har blivit en stor ekonomisk framgång. Editioner startades i Göteborg 1998 och i Malmö 1999. Ett försök i mitten av 00-talet att nå nationell spridning avbröts och i stället har tidningen koncentrerat utdelningen till de största städerna. Mätt i räckvidd är *Metro* landets största morgontidning med cirka 1,5 miljoner läsare 2011 (Se även 3.12).

### Tidningskedjorna förvärv och fusionerar

Landsortspressen har av tradition en mycket stark ställning i Sverige. Gruppen svarade 2010 för något över hälften av den totala upplagan för flerdagars-tidningarna. De borgerliga landsortstidningarna startades och drevs i regel av lokalt förankrade ägare. Sedan 1960-talet har det pågått en process där de familjeägda entidningsföretagen successivt införlivats i olika tidningskedjor. Fyra koncerner har under 2000-talet kraftigt ökat sina andelar av landsortspressen upplaga genom en rad förvärv. Störst i gruppen är familjeägda Stampen följd av de tre stiftelseägda koncernerna Mittmedia, Gota Media och Norrköpings Tidningar Media (NTM).

Grunden för Stampengruppen, till största delen ägd av familjen Hjärne, utgörs av *Göteborgs-Posten*, som har en mycket stark ställning i Göteborgsområdet, där den på morgontidningsmarknaden endast möter konkurrens från *Metro*. Åren kring 2005 expanderade koncernen kraftigt genom en rad transaktioner där VLT-koncernen, Nerikes Allehandakoncernen, *Hallandsposten* samt flera av Centertidningars titlar förvärvades. Genom förvärven ökade Stampens andel av den totala dagspressupplagan på ett par år från sju till 16 procent. Sammantaget ger koncernen ut ett femtontal dagliga morgontidningar som alla har en dominerande ställning på sina respektive utgivningsområden på Västkusten samt i Mälardalen runt Stockholm. Koncernen gick 2008 in på huvudstadsmarknaden genom att överta aktiemajoriteten i GISAB, som på veckobasis ger ut ett trettiotal veckoutgivna gratistidningar i Storstock-

holm med en sammanlagd distribuerad upplaga på cirka 900 000 exemplar.

Mittmedia, ägd av två liberala stiftelser, har under flera decennier successivt byggt upp en helt dominerande position på dagstidningsmarknaden i södra Norrland genom en rad företagsförvärv, som har resulterat i att koncernen nu äger samtliga tolv dagstidningar som ges ut i de tre sydligaste norrlandslänen. Det senaste förvärvet är *Dalarnas Tidningar*, som har en dominerande ställning i större delen av Dalarna men också möter konkurrens från *Dala-Demokraten*.

Gota Media bildades 2003 genom en fusion av Sydostpress och Borås Tidning, som båda ägdes av moderata stiftelser. Sedan koncernen köpt de arbetarrörelseägda *Östra Småland* och *Sydöstran* ger man ut samtliga tidningar i Kalmar, Kronobergs och Blekinge län samt i Boråsområdet. Sommaren 2011 förvärvades *Kristianstadsbladet*, *Ystad Allebanda* och *Trelleborgs Allebanda* från Bonniers. Koncernen kommer efter förvärven ge ut elva tidningar med en sammanlagd upplaga på cirka 250 000 exemplar.

Den fjärde stora aktören på landsortspressmarknaden, Norrköpings Tidningar Media, majoritetsägs av en moderat stiftelse. Med Sveriges äldsta nyhetstidning, *Norrköpings Tidningar*, som bas har koncernen förvärvat tidningar på flera olika geografiska marknader, Östergötland, Gotland och Norrbotten. De senaste åren har koncernen gått in i två av de största landsortstidningarna genom att bli majoritetsägare i *Östgöta Correspondenten* och hälftenägare i *Uppsala Nya Tidning*.

Sedan släkten Pers och familjen Bengtsson sålt VLT-koncernen respektive Dalarnas Tidningar återstår två stora familjekontrollerade tidningskoncerner, Nya Wermlands-Tidningen och Herenco. NWT-koncernen, som ägs av familjen Ander, ger ut tolv tidningar i Värmland, Västergötland och Dalsland. I Skåne äger familjerna Ander och Sommelius hälften var av landets största tidning utanför de tre storstäderna, *Helsingborgs Dagblad*. Herenco, som ägs av familjen Hamrin, är ett industrikonglomerat där tidningsdelen, Hallpressen, svarar för cirka 21 procent av omsättningen. Koncernen är ensam dagstidningsutgivare i Jönköpings län och angränsande områden i Västra Götalands och Kronobergs län. Herenco har profilerat sig som det enda stora tidningsföretag som inte publicerar sig på nätet, men har våren 2011 aviserat intresse att etablera sig på internet. Koncernen har inte heller som större delen av pressen i övrigt gått över till tabloidformat utan man har hållit fast vid det stora broadsheet-formatet. NWT och Herenco har sedan länge uppmärksamats för att vara starkt kostnadsmedvetna och mycket lönsamma. Båda familjerna har överlåtit betydande minoritetsposter till vetenskapliga stiftelser som de kontrollerar via styrelserna.

## Organisationerna retirerar från dagstidningsmarknaden

Den organisationsägda pressen har sedan i början av förra seklet haft en stark ställning i Sverige. Arbetarrörelsen var länge en av de allra största ägarna på dagspressmarknaden. Även centerrörelsen var en betydande aktör genom sina två koncerner, Centertidningar och Skånska Dagbladet, som 2004 sammantaget svarade för 5 procent av flerdagars-tidningarnas upplaga. Under 2000-talet har emellertid organisationerna minskat sitt ägande kraftigt och 2010 uppgick arbetarrörelsens och centerrörelsens andelar av den totala dagspressupplagan vardera till endast 1,6 procent.

När socialdemokratiska partiet och fackföreningsrörelsen grundades för drygt hundra år sedan spelade uppbyggnaden av en egen press en mycket viktig roll. De nya rörelserna försökte att nå ut med sitt budskap inte bara genom sin organisationspress utan också via egna dagstidningar, i princip en tidning i varje län. Under efterkrigstiden fick emellertid arbetarrörelsens press växande ekonomiska problem, som löstes genom att LO gick in och täckte förlusterna. Kring 1990 förändrades situationen radikalt då LO och SAP på central nivå upphörde att ge bidrag till förlusttyngda tidningar. Sedan A-presskoncernen gått i konkurs 1992 vidtog ett omfattande rekonstruktionsarbete för att säkerställa en fortsatt utgivning av rörelsens dagstidningar. Den lokala arbetarrörelsen i form av olika konstellationer med fackliga och socialdemokratiska organisationer samt enskilda medlemmar lyckades överta och rekonstruera så gott som alla de konkursdrabbade tidningsföretagen. Svagheterna i den nya ägarstrukturen visade sig med eftertryck när *Arbetet* åren före millennieskiftet fick allt svårare ekonomiska problem och till slut lades ner år 2000 efter 113 års utgivning.

Arbetarrörelsen började nu söka samverka med andra intressenter för att på sikt rädda sina tidningar. Den första och mycket uppmärksammade affären var den ovan nämnda försäljningen 1996 av *Aftonbladet* till Schibsted, där LO dock garanterades plats i styrelsen och rätt att utse ledningen för de opinionsbildande avdelningarna.

*Norrköpings Tidningar*, ägd av en moderat stiftelse, genomförde vid millennieskiftet två affärer som kom att bli normbildande som metod att rädda svaga andratidningar. Tidningskoncernen förvärvade 1999 den moderata *Gotlands Allebanda* och den av arbetarrörelsen och centerrörelsen gemensamt ägda *Gotlands Tidningar*, vilka sammanfördes i ett bolag, Gotlandspress (numera Gotlands Media), som svarar för administration, annonsförsäljning och teknisk produktion. Redaktionerna arbetar däremot självständigt och producerar två konkurrerande tid-

ningar. *Norrköpings Tidningar* köpte 2000 arbetarrörelseägda *Folkbladet Norrköping*, som drivs vidare i ett separat bolag. *Folkbladet* svarar självständigt för redaktionell produktion och annonsförsäljning, men samverkar med moderbolaget beträffande tryckning, distribution, annonsproduktion och viss administration. I både Visby och Norrköping fick de tidigare ägarna en minoritetspost i de bolag som driver tidningarna.

I Luleå, Umeå, Östersund, Sundsvall, Gävle, Eskilstuna, Kalmar och Karlskrona har ägarna av förstaidningarna förvärvat aktiemajoriteten i sin respektive ortskonkurrent som drivs vidare som självständig tidning efter liknande modell som i Norrköping och med arbetarrörelsen som minoritetsägare med rätt att utse den politiska ledningen.

På Gotland inledde centerrörelsen och arbetarrörelsen redan på 1960-talet ett nära samarbete mellan sina tidningar som 1983 ledde fram till en fullständig sammanslagning, *Gotlands Tidningar*, men där ägarnas skilda politiska uppfattningar återspeglades på två olika ledarsidor. Samma modell tillämpades vid sammanslagningen 1999 av *Nya Norrland* och *Västernorrlands Allebanda* till *Tidningen Ångermanland* med en socialdemokratisk och en liberal ledarsida. Majoritetsägare är den liberala Mittmedia-koncernen, medan den lokala arbetarrörelsen har en minoritetspost.

Av de tjugotvå tidningar som arbetarrörelsen ägde 1985 driver och äger rörelsen fortfarande tre, nämligen, *Dala-Demokraten*, *Piteå-Tidningen* och *Värmlands Folkblad*. Elva lever vidare i olika typer av ägarkonstellationer, medan sju är nedlagda. De av arbetarrörelsen majoritetsägda tidningarna har minskat sin andel av den totala dagspressupplagan från 16,8 procent 1993 till 1,6 procent 2010. Men på grund av att de flesta av tidningarna behållit sin politiska linje har upplagan för tidningar med socialdemokratisk ledarsida minskat sin andel av den totala dagspressupplagan endast marginellt från 18,0 procent 1993 till 16,3 procent 2010, varav *Aftonbladet* svarar för 9,6 procent.

Morgontidningsmarknaden i storstäderna domineras av borgerlig press. I de tio största kommunerna utkommer en socialdemokratisk tidning, *Folkbladet Norrköping*, med en upplaga år 2010 på 6 500 exemplar och tretton borgerliga med en sammanlagd upplaga på 1 312 700 exemplar. Även om de socialdemokratiska tidningarna kunnat hålla uppe konkurrensen och den politiska mångfalden på ett femtontal utgivningsorter har de således förlorat fästet i så gott som samtliga stora tillväxtregioner.

Centerrörelsens tidningsföretag brottades tidigare inte med några större ekonomiska problem. Centertidningar, ägt av Centerpartiet, redovisade stora vinster och med hjälp av presstödet kunde även Skånska Dagbladet-koncernen i regel redovisa

positiva resultat. Centerpartiet beslöt dock 2005 att avyttra Centertidningar till ett konsortium, där bland annat Stampen och Mittmedia ingick, som delade upp de inköpta tryckerierna och de åtta dagstidningarna mellan sig. Kvar i centerrörelsens ägo är *Skånska Dagbladet* med tre tidningar som svarar för 1,6 procent av landets totala dagspressupplaga. Koncernen redovisade 2010 ett positivt resultat efter att några år gått med stora förluster.

### Samverkan inom koncernerna

När tidningskedjorna byggdes upp under efterkrigstiden drevs de införlivade tidningarna i regel vidare som självständiga bolag. Samarbetet inom koncernen inskränkte sig ofta till samannonseringspaket. Det senaste decenniet har dock många koncerner successivt låtit sina tidningar samverka även på de redaktionella, tekniska och administrativa områdena för att därigenom försöka uppnå stordriftsfördelar. Den tekniska produktionen har centraliserats till en eller ett par enheter samtidigt som administrativa rutiner som prenumerationshantering har samordnats.

Det mest remarkabla är kanske det omfattande redaktionella samarbete som de senaste åren utvecklats inom en rad koncerner. Journalisternas texter och bilder används i flera tidningar. Det blir allt vanligare att flera tidningar har en gemensam stomme av centralt redigerat icke-lokalt material och endast skiljer sig från varandra på de lokala sidorna. Inom Stampengruppen pågår exempelvis ett intensivt arbete med att öka den redaktionella samordningen i de regionala underkoncernerna Västskust Media och Promedia.

### Mer centralt producerat redaktionellt material

Inte bara inom tidningskoncernerna utan även inom dagspressbranschen i sin helhet har det funnits en mycket lång tradition av samverkan i olika former. Annonsörer har erbjudits olika typer av paket från tidningar inom samma region. Över hela landet har tidningarna samdistribuerats, sedan 1970 med statligt stöd.

På produktionssidan var det länge sällsynt att tidningsföretagen samarbetade. Tidningar på samma ort ville i regel inte trycka på samma press, bland annat på grund av att man inte ville ge konkurrenten försteg beträffande pressläggningstider. Tidigare måste redaktion och teknisk produktion ligga i omedelbar närhet av varandra. På 1960-talet lyckades man överföra tidningssidor elektroniskt, men den nya tekniken utnyttjades sparsamt. Det senaste decenniet har emellertid en rad samverkansprojekt utvecklats på produktionsområdet, ett exempel är ett nytt tryckeri i Borås till lika delar ägd av Borås

Tidning och Bonniers. Flera tidningar, däribland *Svenska Dagbladet*, *Aftonbladet* och *Skånska Dagbladet* har också följt *Dagens Industri* och *Metros* exempel och lagt ut den tekniska produktionen på externa tryckerier.

På det redaktionella fältet inleddes samverkan på det nationella planet redan 1921 då den av pressen gemensamt ägda byrån TT bildades. TT ägs numera av de större tidningsföretagen med Schibsted och Bonniers som största ägare med vardera 30 procent. Dotterbolaget TT Spektra erbjuder sina kunder bland annat färdigredigerade sidor, bilagor, samt nöjes- och featurematerial. Efter flera fusioner har TT:s bildbyrå Scanpix en mycket stark ställning på sitt område

Den ökade användningen av centralt producerat material har kritiserats för att likrikta innehållet och minska mångfalden på dagspressmarknaden. Ägarna har försvarat sig med att eftersom tidningarna inte konkurrerar med varandra minskar inte mångfalden för läsarna. De brukar även hävda att det redaktionella samarbetet frigör resurser som kan satsas på en utökad lokal bevakning. Det finns emellertid en risk för att tidningarna förlorar sin identitet vid en långtgående samverkan med läsarflykt som följd. Herencos tidningar i Västergötland förlorade exempelvis 40 procent av upplagan när de sammanfördes.

När det gäller samverkan mellan konkurrerande tidningar ställer sig frågan om mångfald något anorlunda. Exempelvis så konkurrerade *Helsingborgs Dagblad* och *Nordvästra Skånes Tidningar* med varandra i några kommuner där de hade var sin lokalredaktion, vilka slogs samman efter fusionen. Den så kallade Norrköpingsmodellen för samverkan mellan tidningar på samma utgivningsort utgår från att redaktionerna arbetar helt självständiga. Lönsamhetsproblem och önskan att nå stordriftsfördelar kan dock komma att leda till samverkan på vissa avdelningar, vilket redan skett i till exempel Gävle och Östersund (se 3.6).

Sammanfattningsvis går utvecklingen på dagspressområdet mot en ökad grad av samverkan både inom och utom koncernerna. Entidningsföretagen blir allt färre. Av de större tidningarna utges endast de privatägda *Nya Lidköpings Tidning* och den stiftelseägda *Norran* samt ett par arbetarrörelseägda tidningar av entidningsföretag.

### Växande konkurrens för storstadstidningarna

Kvällstidningsmarknaden har sedan 1950-talet varit nationell eller regional. *Aftonbladet* och *Expressen* har haft en relativt jämn spridning över hela landet med undantag för Skåne och Göteborg, där *Kvällsposten* respektive *GT* dominerat. Under 2000-talet har den totala kvällstidningsupplagan minskat med 24 procent, *Aftonbladet* med 19 procent och *Expres-*

sen/GT/Kvällsposten med 30 procent. Schibsted med *Aftonbladet* är marknadsledare med en andel på 53 procent. Sedan 2007 har emellertid gapet mellan *Aftonbladet* och *Expressen* med *GT* och *Kvällsposten* minskat.

De storstadsmorgontidningar som sprids utanför spridningsområdet och där fungerar som fördjupande komplement till de lokala tidningarna utgör en upplagemässigt liten men ur opinionsbildnings-synpunkt viktig marknad. Bonniersfären äger sedan man startat *Dagens Industri* och köpt *Sydsvenska Dagbladet* tre av de fem tidningar som utgör denna marknad. Fyra av tidningarna har sedan 1970-talet kraftigt minskat sin överspridda upplaga. För gruppen i sin helhet har tillkomsten av *Dagens Industri* kunnat uppväga de andra tidningarnas upplageförluster.

Av de svenska dagspressföretagen är det endast Stenbecksfären och Bonniers som engagerat sig i

någon större utsträckning på utländska marknader. Stenbecksfären har sedan 1997 lanserat *Metro* på en rad marknader och gav i juni 2011 ut tidningen i åtta länder. Bonniers ger ut sju affärstidningar, varav sex har byggts upp enligt Dagens Industri-konceptet.

## Referenser

- Konkurrens och samarbete inom medierna* (2003) Konkurrensverkets serie: 2003:2 Stockholm.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- Sundin, Staffan (2010) En mediemarknad i förändring – ägar- och mediekoncentration, i Ulla Carlsson, & Ulrika Facht (red) *MedieSverige 2010* Göteborg: Nordicom.
- TS-Boken.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

## 2.2 Tidskrifter

Den svenska tidskriftsmarknadens utveckling under det senaste decenniet karaktäriseras av både tradition och förnyelse. För traditionen svarar familjetidningarna som trots att de i flera decennier ansetts vara passé, fortfarande går ut i en sammanlagd upplaga på närmare en miljon exemplar. För förnyelsen står bland annat de etablerade utgivare som försökt anpassa sig till en ny omvärld genom att förändra sina tidskrifters innehåll och periodicitet eller starta nya specialtidningar riktade till väl avgränsade grupper.

Den nya produktionstekniken, som infördes på 1990-talet, sänkte etableringshindren på marknaden, vilket har inneburit att en rad nya utgivare kommit in på marknaden. De stora förlagen har givetvis en mängd konkurrensfördelar gentemot de små, som exempelvis finansiella och organisatoriska resurser att långsiktigt lansera och marknadsföra nya titlar. Trots de stora aktörernas försteg finns det exempel på hur små entreprenörsägda förlag inom en speciell nisch kunnat ta upp konkurrensen med både multinationella förlag och nordiska mediekoncerner. Populärpressen har mellan 2002 och 2010 i stort hållit sin andel av de totala reklaminvesteringarna på 2,5 procent medan fackpressen minskat från 6 till 4 procent.

Den svenska tidskriftsmarknaden som helhet är mycket differentierad med ett mycket stort antal titlar och utgivare. Titlar introduceras i en helt annan takt än för tio-femton år sedan. Bara under 2010 lanserades ett sextiotal nya titlar. Även om många tidskrifter har lagts ner så har nettotillskottet varit avsevärt. Det går inte tala om en enhetlig marknad, inte ens om en populärpress – eller specialtidningsmarknad, utan utgivarna konkurrerar med varandra på en stor mängd mer eller mindre väl avgränsade delmarknader.

### Tre nordiska koncerner dominerar populärpressmarknaden

Bonniers etablerade sig på allvar på tidskriftsmarknaden redan 1929 då landets största veckotidningsförlag Åhlén & Åkerlund förvärvades. Trots att Bonniers sedan 1980-talet lagt ner eller sålt flera stora veckotidningar samt avyttrat sin omfattande utgivning av serietidningar har gruppen behållit sin ställning som ledande tidskriftsutgivare genom att successivt gå in på de nya marknader som successivt har uppstått för livsstilstidningar, specialtidningar och affärspress. Huvuddelen av den svenska verksamheten är samlad i Bonnier Tidskrifter som ger ut ett tjugotal specialtidningar, nio livsstils- och modemagasin samt ett knippe korsordstidningar. Koncernens danska dotterbolag Bonnier Publications producerar svenska utgåvor av åtta av sina specialtidningar (Se även 3.2).

Danskägda Aller, har valt att koncentrera sig på traditionella veckotidningar och är dominerade på de svenska marknaderna för familje- och kändistidningar. Efter förvärv av bland annat Hachettes svenska dotterbolag är Aller även en betydande utgivare av specialtidningar och livsstilsmagasin. Aller gick 2008 in som hälftenägare i Frida Förlag som ger ut populärtidningar. Koncernen har däremot avyttrat sina facktidnings- och herrtidningsförlag.

Det andra stora danska förlaget Egmont har framför allt profilerat sig som utgivare av serie- och ungdomstidningar, men ger även ut några populärtidningar. Sedan det tidigare hälftenägda Hjemmet Mortensen övertagits helt 2008 och därefter integrerats i Egmont Tidskrifter är koncernen med ett tjugotal titlar också en av de ledande utgivarna av specialtidningar.

De tre stora förlagen, Bonnier, Aller och Egmont, dominerar populärpressmarknaden. De enda större konkurrenterna är två utgivare av livsstilsmagasin, Plaza Publishing och Mats Drougge Media samt LRF Media Hearst som ger ut den svenska utgåvan av *Cosmopolitan* genom ett joint venture mellan licensägaren amerikanska Hearst Corporation och LRF Media.

### Ökad konkurrens på specialtidningsområdet

Forma Publishing, ägd av ICA-koncernen, hör till landets största tidskriftsförlag med konsumenttidningen *ICA Kuriren*, några specialtidningar, däribland *Hus & hem*, samt tre facktidningar. Förlaget ger även ut Icas kundtidning *Buffé* med en upplaga på över 2 miljoner exemplar. Forma Publishing förvärvade 2007 OTW som har en omfattande utgivning av kund-, personal- och medlemstidningar. I bolaget ingår även ett av landets största bokförlag.

LRF har byggt upp ett stort tidskriftsförlag, LRF Media, som de senaste åren året har vuxit kraftigt genom dels köp av flera förlag, bland annat TTG och Historiska Media Tidskrifter, dels lansering av flera nya titlar. Förutom medlemstidningar ger förlaget ut familjetidningen *Land*, ett drygt tjugotal specialtidningar samt några facktidningar, bland andra affärstidningen *ATL* som bevakar lant- och skogsbruksnäringen. Genom förvärven har förlaget numera ett brett utbud av tidskrifter, även om titlar med anknytning till jordbruk, jakt och landsbygdsliv fortfarande utgör basen.

Amerikanska IDG ger ut cirka 200 datatidningar över hela världen. I Sverige är koncernen klart marknadsledande på datamediefältet med både tidskrifter och webbsajter. Finska Talentum ger via sitt svenska dotterbolag ut *Affärsvärlden* och *Ny Teknik* samt några facktidskrifter. Ett par stora internationella tidskriftsförlag, franska Hachette och holländska Telegraaf Media Groep, var tidigare betydande aktörer på den svenska tidskriftsmarknaden men avyttrade

i slutet av 00-talet sina svenska intressen till Aller respektive LRF Media. De utlandsägda förlagen har dock fortfarande en stark ställning på den svenska marknaden: På listan över de tio största förlagen återfinns fyra utlandsägda, nämligen Aller, Egmont, IDG och Talentum.

Det finns en rad förlag som är specialiserade på ett eller ett par segment av marknaden, som till exempel tidskrifter om bilar, ridsport, skidor, jakt, fiske, historia, hifi, resor, barn, mobiltelefoner och antikviteter. Störst i gruppen är Albinsson & Sjöberg med en bred utgivning av motortidningar. Förlaget möter konkurrens från bland annat Bonniers med *Teknikens Värld* och OK-förlaget.

Det finns en tydlig tendens mot att utgivarna även inom de enskilda segmenten försöker differentiera titlarna för att nå en mycket väl avgränsad målgrupp som kan locka annonsörer. Inom kategorin "hem, bostad och trädgård" finns exempelvis en rad mycket nischade specialtidningar. Förlagen bevakar varandras utgivningar mycket noga. Om en tidskrift är framgångsrik, startas eller relanseras i regel konkurrerande titlar med liknande innehåll.

Organisationsägda tidskrifter har av hävd haft en stor spridning i Sverige. De flesta av dem som till exempel fackförbundspressen och *Hem & Hyra*, ges ut som medlemstidningar. I likhet med kundtidningar har många organisationstidningar med stora upplagor satsat alltmer på annonsförsäljning och därigenom kommit att konkurrera med både andra tidskrifter och andra medier på reklammarknaden.

Av de svenska tidskriftsförlagen är Bonniers en ledande aktör på de övriga nordiska specialtidningsmarknaderna, *Illustrerad Vetenskap* ges dessutom ut i sexton länder utanför Norden i egen regi eller på licensbasis. Forma Publishing, LRF Media, OK-

förlaget och Mediaprovider är andra förlag med verksamhet i en eller flera nordiska länder.

Sammanfattningsvis så har merparten av de större förlagen stärkt sin position på tidskriftsmarknaden, framför allt genom företagsförvärv men också genom organisk tillväxt. Denna ägarkoncentration har paradoxalt nog ökat konkurrensen på många delmarknader genom att de uppköpta titlarna fått starkare ägare med större resurser för redaktionell utveckling, annonsförsäljning och marknadsföring.

### Två stora tidskriftsdistributörer

Bonniers, Allers, Egmont och Albinsson & Sjöberg äger tillsammans den ledande tidskriftsdistributören Tidsam. För att åta sig distributionen ställer Tidsam vissa minimikrav på tidskrifternas lösnummersålda upplaga och periodicitet. Flera kritiska utgivare har hävdats att de för att nå minimiupplagan måste ha tillgång till Tidsams nät. Tidsam distribuerar cirka 400 tidskriftstitlar till 8 000 återförsäljare. Företaget beräknar sin marknadsandel till 90 procent.

Tidsams närmaste konkurrent är Svenska Interpress, ägd av norska Narvesen-koncernen, som dock har knappt hälften så stort återförsäljarnät och långsammare distribution än Tidsam. Svenska Interpress har 350 svenska specialtidskrifter samt 2 300 internationella och ett 50-tal internationella dagstidningar i sitt utbud som distribueras till 3 500 butiker.

### Referenser

Hafstrand, Helene (2002) Competitive Advantage in the Magazine Publishing Business, *Nordicom Review* 1-2/2002.

*Analysbrevet från Vassa Eggen.*

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

## 2.3 Böcker

Bokmarknaden har under det nya seklet genomgått en mycket dynamisk utveckling. Mellan åren 2000 och 2007 ökade den totala försäljningen av allmänlitteratur med cirka 44 procent. Därefter har det skett en nedgång varför ökningen under decenniet stannar vid cirka 23 procent. Sänkningen av momsén 2002 brukar framhållas som en viktig förklaring till den snabba tillväxten, men det fanns redan tidigare en uppåtgående trend.

Bokförlagsbranschen i sin helhet karaktäriseras av en mycket stark kontinuitet. Flera av de ledande aktörerna har sina rötter i förlag som grundades på 1800-talet. Vid förra sekelskiftet dominerades den svenska bokmarknaden av två förlag, Bonniers och Norstedts, som var inriktade på var sin del av marknaden, allmänlitteratur respektive skolböcker. Vid sidan av de två stora fanns ett antal medelstora förlag, i regel specialiserade på någon nisch. Branschen behöll i stort denna struktur in på 1980-talet. Sedan dess har det funnits en tydlig tendens mot en polarisering på bokmarknaden med å ena sidan en liten grupp stora förlagskoncerner som blivit allt större och å den andra sidan en växande grupp små förlag. De medelstora förlagen har i stor utsträckning införlivats med någon av de stora förlagsgrupper, några exempel är Tiden, LT, Prisma och Legenda. Ytterligare en tendens är en utveckling mot en större vertikal integration inom de stora koncernerna.

### Två dominanter – Bonniers och KF Media

Bonniers fortsatte efter andra världskriget att koncentrera sig på det allmänlitterära fältet och stärkte sin ställning i försäljningsledet genom att sedan bokpriserna släppts fria 1970 etablera en rad bokklubbar. Bokverksamheten i Sverige är samlad i Bonnierförlagen där tyngdpunkten ligger på de allmänlitterära förlagen Albert Bonniers Förlag, Wahlström & Widstrand, Forum, Semic samt barn- och ungdomsförlaget Bonnier Carlsen. Koncernen driver ytterligare ett tiotal mindre förlag med i regel nischade utgivningsprofiler, som till exempel Bonnier Audio och Max Ström. Läromedelsförlaget Bonnier Utbildning såldes till Sanoma 2011 och ändrade namn till Sanoma Utbildning.

Under de senaste åren har Bonniers på ett markant sätt stärkt sin ställning inom försäljningsledet. Koncernens bokklubbar, som delvis konkurrerar med varandra har visserligen minskat sin försäljning, något som dock mer än väl vägts upp av förvärvet av den expansiva nätbokhandeln AdLibris, som sedan Bonniers förvärv 2004 femdubblat sin omsättning och blivit dominerande aktör inom sin nisch. Gruppen finns även representerad i grossistledet genom Pocketgrossisten som köptes 2010 (se även 3.2).

KF Media har genom olika förvärv byggt upp en bred verksamhet på bokmarknaden. Bokutgivningen drivs genom dels det allmänlitterära förlaget Norstedts, dels landets ledande barn- och ungdomsförlag Rabén & Sjögren. KF Media har också en stark ställning i försäljningsledet genom bokhandelskedjan Akademibokhandeln och internetbokhandeln Bokus. All verksamhet på bokmarknaden fördes 2010 samman under en gemensam ledning med målet att nå samordningsvinster (se även 3.5).

### Profilerade förlag starka inom sina nischer

Liber-koncernen bildades 1990 genom en rad fusioner där bland annat Norstedts och Almqvist & Wicksell ingick som dotterbolag. Liber fick en dominerande ställning på läromedelsmarknaden och förvärvades 1993 av den holländska förlagskoncernen Wolters Kluwer. Liber renodlade 1997 sin inriktning på den institutionella marknaden genom att sälja det allmänlitterära förlaget Norstedts till KF. En ytterligare uppdelning gjordes 2007 då Wolters Kluwer sålde Liber till det brittiska riskkapitalbolaget Bridgepoint, men behöll drygt en tredjedel av utgivningen som drivs vidare under namnet Norstedts Juridik. Liber har en mycket bred utgivning av läromedel på alla stadier från förskola till universitet samt av facklitteratur inom en rad områden. Norstedts Juridik är inriktat främst på ekonomi och juridik.

Bokförlaget Natur och Kultur startades 1922 av Johan Hansson. Grundarens intresse för folkupplysning återspeglades i en omfattande utgivning av fackböcker, men också av skönlitteratur och barnböcker. Hansson överlät 1947 förlaget till en stiftelse. Förlaget präglas fortfarande av grundarens idéer med bland annat inriktning på böcker inom psykologi, humaniora, samhällsvetenskap och medicin. Natur och Kultur hör även till de ledande utgivarna av skönlitteratur och barnböcker. Tyngdpunkten i verksamheten ligger dock på läromedelsområdet, där förlaget hör till de allra största.

Forma Books som ingår i Forma Publishing Group, ägd av Ica-koncernen, har under senare år etablerat sig som en av de större aktörerna på bokmarknaden. Basen utgörs av Ica bokförlag med en omfattande utgivning av fackböcker. De två ledande utgivarna av underhållningslitteratur, Damm Förlag och B. Wahlströms Bokförlag, förvärvades 2006 respektive 2007 av Egmont respektive familjen Wahlström.

På den svenska bokmarknaden har det alltid funnits en relativt omfattande utgivning av litteratur med kristna förtecken. Efter flera fusioner är en betydande del av denna utgivning samlad i Berling Media, ägd av bland andra Svenska Kyrkan och Missionsförbundet. Det största förlaget i gruppen är läromedelspro-

ducenten Gleerup, medan Verbum framför allt ger ut fackböcker. Ett annat förlag med utgivning av religiösa verk är Libris, som ingår i Swedmedia som sedan 2010 ägs av norska Mentor Medier.

Familjen Tönnesson driver via koncernerna Cydonia och IMP, flera bokförlag av vitt skilda typer. Nationalencyklopedin som sålts i cirka 180 000 uppsättningar utgör basen för ett förlag med samma namn som ger ut uppslagsverk och lexikon i både tryckt och digital form. Barn- och ungdomsförlaget Stabenfeldt har i regel varit lönsamt medan Bra Böcker som en gång drev en mycket stor bokklubb har i flera år redovisat negativa resultat.

Den stora finländska mediekoncernen Sanoma finns representerade på den svenska bokmarknaden genom dels Bertmarks Förlag, som säljer årsböcker i hela Skandinavien, dels Bonnier Utbildning som förvärvades 2011.

### Ökad konkurrens om författare

Läromedelsförlagen och de allmänlitterära förlagen arbetar på olika typer av marknader. De förra saluför i regel ett läromedelspaket i stora upplagor i konkurrens med ett fåtal andra paket till en begränsad kundkrets som är beroende av beslut i riksdag, kommunala församlingar och friskolekoncerner. De allmänlitterära förlagen är verksamma på en konsumentmarknad där de bjuder ut sina verk i konkurrens med hundratals andra titlar. De skönlitterära förlagen arbetar dessutom ofta på mycket lång sikt genom att odla författarskap som kanske inte blir lönsamma förrän efter tio – femton års utgivning. På den allmänlitterära marknaden har det i hela västvärlden funnits en tendens det senaste decenniet mot att bestsellers säljer allt bättre och blir allt viktigare för förlagens lönsamhet.

I Sverige har det funnits en mycket lång tradition att förlagen inte aktivt skall försöka ta författare av varandra. Författarna har å sin sida i regel visat stor trohet mot sina förlag. Mot den bakgrunden väckte det stor uppmärksamhet när Piratförlaget bildades 1999 med bland annat två bestsellerförfattare, Jan Guillou och Liza Marklund, bland ägarna. Det nya förlaget deklarerade att det skulle erbjuda bra säljande författare bättre villkor än branschen i övrigt. Piratförlaget etablerade sig snabbt som ett av de större skönlitterära förlagen. Under 00-talet har allt fler författare börjat anlita agenturer och förlagsbyten förekommer allt oftare.

### Stora och små aktörer på delmarknaderna

Flera av de större skönlitterära förlagen kompletterar sin kvalificerade utgivning med böcker av mer underhållningskaraktär. Det finns även några förlag som har specialiserat sig på denna genre. Störst är

de ovan nämnda Damm Förlag och B Wahlströms. Harlequin, ägd av den kanadensiska mediekoncernen Torstar, har liksom Boknöje, ägd av Schibsted, en omfattande utgivning av massmarknadsböcker.

På fackboksområdet finns en rad förlag som är inriktade på vissa nischer, där de kan ha en mycket stark marknadsställning. Atlantis och Historiska Media har exempelvis profilerat sig med utgivning av historisk litteratur, en genre som varit mycket framgångsrik de senaste åren. Andra förlag är specialiserade på vitt skilda områden som filosofi, jakt, konst och sport.

Barnboksmarknaden kan i likhet med den för skönlitteratur delas in i två delmarknader, en för kvalificerade barn- och ungdomsböcker samt en för böcker av mer underhållningskaraktär. På den senare marknaden har B Wahlströms av tradition haft en mycket stark position, liksom Egmont med sin utgivning av Disneybaserade böcker. Rabén & Sjögren och Bonnier Carlsen är de dominerade förlagen på marknaden för kvalificerad barn- och ungdomslitteratur. De möter främst konkurrens från Alfabet, Opal, Natur och Kultur, samt Berghs.

Många av de mindre förlagen svarar för en viktig del av utgivningen av kvalificerad litteratur. Som företag betraktade är de dock mycket små. Uppmärksammade förlag som Nya Doxa, Daidalos och Ellerströms har exempelvis alla en omsättning som understiger 6 miljoner kronor. En billigare produktionsteknik i kombination med det statliga litteraturstödet har gjort det möjligt att starta små förlag, vilka ofta drivs närmast på ideell grund.

Flera av de stora förlagskoncernerna finns som ovan nämnts representerade på läromedelsmarknaden som Liber, Natur och Kultur, Sanoma och Berling Media. Störst bland de från koncernerna fristående förlagen är Studentlitteratur, som ägs av familjen Bratt. Det finns även en rad mindre läromedelsproducenter, ofta specialiserade på en nisch där de kan bjuda de större förlagen god konkurrens.

Författarrättighetsbolag är en företagstyp som vuxit snabbt på den svenska bokmarknaden under 2000-talet. I särklass störst bland författarbolagen är Moggliden som förvaltar Stieg Larssons rättigheter och som under sitt första förlängda verksamhetsår omsatte 206 miljoner kronor och därigenom tog en plats bland de tio största aktörerna på bokmarknaden. Saltkråkan som förvaltar Astrid Lindgrens rättigheter, Camilla Läckbergs Camlac och Henning Mankells Palco Media är andra bolag som omsätter tiotals miljoner kronor.

### Förlagen stärker intressena i försäljningsledet

Tidigare var det vanligt att förlagen hade egna tryckerier och binderier, något som nästan helt har

försvunnit. I stället har en annan form av vertikal integration ökat i betydelse, nämligen att förlagen skaffar sig intressen i försäljningsledet. KF Media har som ägare till den största bokhandelskedjan, Akademibokhandeln, en mycket stark ställning inom detaljhandelsförsäljningen. En rad förlag driver bokklubbar på egen hand eller i olika samverkansprojekt. Helt dominerade på denna marknad är Bonnierförlagen som äger merparten av de största klubbarna. Bonniers äger sedan 2004 även aktiemajoriteten i den största internetbokhandeln, AdLibris.

Flera stora utländska förlagskoncerner är etablerade på den svenska bokmarknaden. Det brittiska riskkapitalbolaget Bridgepoint äger via Infinitas-koncernen Liber. Wolters Kluwer, en av världens större förlagsgrupper inom juridik och ekonomi, har visserligen minskat sin verksamhet i Sverige men är fortfarande en av de större aktörerna genom Norstedts Juridik. Mediekoncernerna Thomson Reuters och Torstar finns representerade med vitt skilda typer av utgivning, juridik respektive Harlequin-böcker.

Bonniers har sedan 1987 gjort en lång rad utländska förvärv av i första hand kvalitetsförlag och är numera stor aktör i flera länder. Koncernen stärkte sin redan starka ställning på den finska marknaden 2011 genom att förvärva WSOY av Sanoma och därigenom bli landets i särklass största utgivare av allmänlitteratur. Även på den stora tyska marknaden har Bonniers nått framgångar framför allt på barnbokssidan bland annat genom utgivning av Harry Potter-böckerna. Den utländska verksamheten svarade 2010 för cirka 64 procent av affärsområdet Bonnier Books' totala omsättning.

### Referenser

Nationalencyklopedin.

*Branschstatistik 2010*. Rapport från Svenska Förläggareföreningen Stockholm: Svenska Förläggareföreningen Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Österberg, Carin (1987) *Natur och Kultur. En förlagskrönika: 1922-1986* Stockholm: Natur och kultur.

## 2.4 Radio

Under några få år i mitten av 1990-talet förändrades situationen på den svenska radiomarknaden i grunden sedan Sveriges Radio fått konkurrens av ett stort antal privata lokalradiokanaler över hela landet. Lyssnarvanorna förändrades radikalt, framför allt bland de yngre. De nya kanalerna fann snabbt sin nisch, formaterad musikradio. En ny marknadsstruktur skapades, som sedan dess behållit sina huvuddrag.

Före introduktionen av den kommersiella radion kännetecknades marknaden under många decennier av en mycket hög stabilitet. Sveriges Radio (dåvarande Radiotjänst) fick 1925 koncession att ensam driva rundradioverksamhet i Sverige. Monopolet luckrades upp något 1981 då ideella föreningar fick tillstånd att sända närradio. Någon större konkurrens uppstod dock inte, kanske framför allt på grund av att närradions sändningsområden endast hade en radie på fem kilometer. Radiomarknaden öppnades därför på allvar först 1993 då riksdagen beslöt att tillåta reklamfinansierad privat lokalradio.

### Stark ägarkoncentration på den kommersiella radiomarknaden

När den privata lokalradion introducerades 1993 av den dåvarande borgerliga regeringens var målsättningen att skapa förutsättningar för lokalt förankrade radiostationer över hela landet. I praktiken kom dock en handfull aktörer, främst stora mediebolag, att ropa in merparten av de 85 koncessioner som auktionerades ut. De stationer som satsade på journalistiskt utformade program fick snabbt svårigheter på marknaden liksom de som inriktade sig på klassisk musik. Efter en tid kom utbudet i samtliga kanaler att utgöras av formaterad populärmusik riktad mot specifika åldersgrupper. Trots lagstiftarnas intentioner om självständiga, lokala radiostationer bildades snabbt olika former av nätverk. Efter en rad fusioner och förvärv återstår endast två grupperingar, MTG och ProSiebenSat.1 med SBS Radio som kontrollerar så gott som hela den kommersiella radiomarknaden.

Reglerna för tillståndsgivning har ändrats vid två tillfällen senast i samband med att en ny radio- och tv-lag antogs 2010. Villkoren för att sända kommersiell radio har blivit färre: Nu ställs endast krav på sändningarnas räckvidd och minimitid. De 89 äldre tillstånden har förlängts till 2010, samtidigt som 14 nya tillstånd har delats ut efter ett anbuds förfarande. De nya koncessionerna gäller mellan 2011 och 2018. Den sammanlagda koncessionsavgiften uppgår till 130 miljoner kronor, som kan ställas mot den kommersiella radions totala intäkter som 2010 uppgick till 688 miljoner kronor. Radions andel av de totala reklaminvesteringarna uppgår till 3 procent.

Stenbecksfärens MTG Radio har 45 stationer med en total daglig räckvidd hösten 2011 på 18 procent. Störst är Rix FM-nätet som består av 30 stationer, av vilka de flesta ägs av bolag i Stenbecksfären samt i ett par fall av lokala tidningsföretag. Rix FM hade hösten 2011 en daglig räckvidd på 12 procent. MTG driver även nätverken Bandit Rock med tio stationer och en räckvidd på 4 procent samt NRJ med tre stationer i storstäderna och en räckvidd på 2 procent.

SBS Radio har sedan 2003 kraftigt stärkt sin ställning på den svenska radiomarknaden genom flera stora förvärv, bland annat av Fria Media och Bonniers radioverksamhet. Bolaget kontrollerar hösten 2011 42 stationer, varav 29 ingår i nätverket Mix Megapol och åtta i Rockklassiker. I december 2010 erhöll SBS Radio 13 av de 14 nya sändningstillstånd som Myndigheten för radio och tv utlyst, varav sju kommer att ingå i Rockklassiker-nätverket och sex i Mix Megapol-nätverket. Den totala räckvidden för SBS Radios stationer uppgick hösten 2011 till 15 procent, varav Mix Megapol nådde 10 procent och Rockklassiker 4 procent. SBS Radio ägs till 80 procent av ProSiebenSat.1-koncernen och till 20 procent av Stampen.

Styrkeförhållandena på den kommersiella radiomarknaden kommer att förändras 2013 då SBS Radio övertar driften av NRJ:s 20 tillstånd, som sedan 2004 ingått i MTG Radio. SBS Radio kommer att kontrollera 76 sändningstillstånd mot 26 för MTG Radio. De tre övertagna stationerna i storstäderna planeras att behålla sitt NRJ-format medan de övriga 17 kommer att byta från Rix FM eller Bandit till Mix Megapol eller Rockklassiker.

Sammanfattningsvis har utvecklingen på den privata radiomarknaden alltsedan starten 1993 gått mot en ökad ägarkoncentration och en centraliserad produktion. Efter de senaste förvärven behärras marknaden nästan totalt av två multinationella mediekoncerner. Utanför storstäderna konkurrerar framför allt två nätverk med varandra, MTG:s Rix FM och SBS Radio Mix Megapol, om lyssnarna. I de områden där ett av bolagen äger två koncessioner kompletteras huvudkanalen med en station med rockmusik. I storstäderna bjuder koncernerna dessutom på ytterligare några nischade musikkkanaler. Sedan våren 2011 driver MTG även en talkanal, Radio Ett. En mycket stor andel av den kommersiella radions sändningar produceras i Stockholm.

### Sveriges Radio – det största radioföretaget

Av de enskilda företagen på radiomarknaden är Sveriges Radio överlägset störst beträffande såväl omsättning som lyssnande. Sveriges Radio AB ägs av den statliga stiftelsen Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Förvaltningsstiftelsens

styrelse utses av regeringen medan Sveriges Radios styrelseledamöter utses av ägarstiftelsen.

Sveriges Radio har fyra rikstäckande kanaler och 26 lokala kanaler samt några digitala kanaler. Landets i särklass största kanal är P4 med en daglig räckvidd på 30 procent. P3 är den kanal som utsatts hårdast av konkurrensen från den kommersiella radion men har sedan 2005 kunnat behålla sin räckvidd på 11 procent. Även P1 och P2 har med räckvidder på 12 respektive 2 procent haft stabila lyssnarskaror.

### Stora skillnader i lyssnandet mellan åldersgrupperna

När den privata lokalradion var utbyggd 1995 nådde den en dygnsräckvidd på 30 procent av den totala befolkningen, som 2005 hade ökat till 35 procent för att 2011 ha gått ner till 30 procent. Sveriges Radio har minskat sin dygnsräckvidd från 59 procent 1995 till 51 procent 2011. Närradion ökade under samma tid sin räckvidd från 1,5 till 2,7 procent, sannolikt på grund av att vissa kommersiella kanaler numera sänder i närradion. Webbradiolyssnandet uppgick

2011 till 4,4 procent, ungefär lika fördelat på Sveriges Radio och den kommersiella radion. Lyssnartidsandelarna fördelade sig med 68 procent för Sveriges Radio och 26 procent för den lokala privatradion. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är betydande. Den privata lokalradion når fler än Sveriges Radio i åldersgrupperna 9-34 år, medan i den äldsta åldersgruppen 65-79 år är Sveriges Radio dygnsräckvidd 76 procent mot privata lokalradions 3 procent.

### Referenser

- Hadenius, Stig (1998) *Kampen om monopolet. Sveriges radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Institutet för Reklam- och Mediestatistik / IRM:s hemsida ([www.irm-media.se](http://www.irm-media.se))
- Prop. 1992/93:70
- Medieutveckling 2011* (2011) Stockholm: Myndigheten för radio och tv.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- TNS Sifo:s hemsida ([www.tns-sifo.se](http://www.tns-sifo.se))
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

## 2.5 Television

Televisionen har under 2000-talet genomgått en djupgående utvecklingsfas som präglats av övergången från en dyr analog teknik till en billig digital teknik som i grunden har förändrat villkoren för såväl produktion som distribution. En följd av tekniskskiftet är att en rad nya kanaler riktade till en svensk publik har startats av alla de stora aktörerna på marknaden.

### Public service-kanaler

När televisionen introducerades i Sverige i mitten av 1950-talet organiserades verksamheten på samma sätt som radion. Sveriges Radio fick genom avtal med staten ensamrätt att sända tv-program. Verksamheten finansierades genom licenser. Även den andra tv-kanalen som startade 1969 tilldelades Sveriges Radio. De två kanalerna skulle dock vara självständiga och konkurrera med varandra.

Ett speciellt programbolag, Sveriges Television, bildades 1979 och har sedan dess drivit de två stora public service-kanalerna, numera kallade SVT1 och SVT2. SVT24 startades som nyhetskanal 1999 men är numera repriskanal under prime time, medan dess kanalplats under dagtid används för Barnkanalen. Tillsammans med systerföretaget Sveriges Utbildningsradio driver Sveriges Television Kunskapskanalen (se även 3.11).

Sedan 1997 ägs Sveriges Television av den statliga stiftelsen Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Sveriges Televisions tittartidsandel minskade kontinuerligt från början av 1990-talet fram till 2010 då bolaget ökade med ett par procentenheter. Bolaget är marknadsledande med en sammanlagd tittartidsandel för sina fem kanaler på 35 procent år 2010 följt av TV4-gruppen med 29 procent.

### Bonniers tar över TV4

Sveriges Televisions monopol på den svenska tv-marknaden utmanades först av Jan Stenbeck med Kinnevik, som 1987 startade den reklamfinansierade satellitkanalen TV3 riktad till den skandinaviska marknaden (se även 3.12). TV3 följdes snart av andra satellitkanaler. Riksdagen beslöt 1991 att tilldela en reklamfinansierad kanal tillstånd att sända i det rikstäckande marknätet mot att den erlade en årlig koncessionsavgift baserad på de totala intäkterna samt att den uppfyllde vissa krav på programverksamhetens innehåll. Koncessionen tillföll TV4 AB, ägd av ett konsortium med Kinnevik, Investor och SPP som de största ägarna.

Ägarstrukturen i TV4 AB förändrades 1997 genom att Bonnier/Marieberg och det av Bonnier delägda finska mediebolaget Alma Media övertog två stora aktieposter. Hösten 2004 gjorde Schibsted ett försök

att ta över aktiemajoriteten i TV4 AB, men Bonniers lyckades genom att liera sig med investmentbolaget Proventus slå tillbaka framstötten för att 2007 bli ensam ägare av bolaget. Bonniers expanderade ytterligare på tv-marknaden 2008 genom att förvärva C More Entertainment, som driver Canal+ nordiska kanaler. TV4-gruppen startade 2003 TV4 Plus (numera Sjuan) som snabbt följdes av en rad nya kanaler, varav TV4 och Fakta och TV4 Sport varit mest framgångsrika. Sammanlagt driver gruppen ett tjugotal kanaler.

### MTG och ProSiebenSat.1 fokuserade på kommersiella kanaler

Stenbecksfären som gick in på TV-marknaden 1987 samlade sina medieaktiviteter 1994 i Modern Times Group (MTG). Sedan början av 1990-talet har sfären lanserat en rad nya kanaler så att MTG i dag kan erbjuda närmare ett tjugotal kanaler på den svenska marknaden. I utbudet finns fri-tv-kanaler som TV3, TV6, TV8 och TV10 samt betal-tv-kanaler som TV1000 och Viasat-kanaler som är nischade mot olika ämnen som historia, natur, vetenskap samt olika sportgrenar. Kanalerna sänds från Storbritannien och programverksamheten lyder därför under brittiska lagar och regler (se även 3.10).

Den fjärde stora aktören på den svenska tv-marknaden är det tyska TV-bolaget ProSiebenSat.1 som 2007 förvärvade SBS Broadcasting som i Sverige drev Kanal 5 och Canal+-kanalerna. Utbudet kompletterades 2007 med Kanal 9 medan Canal+ såldes till Bonniers. Till skillnad från konkurrenterna har ProSiebenSat.1 inte lanserat några nischade kanaler (se även 3.8).

Trots den växande konkurrensen från andra typer av reklambärare har televisionen mellan 2005 och 2010 kunnat öka sin andel av reklaminvesteringarna från 15 till 17 procent. I absoluta tal har ökningen under samma tid uppgått till 24 procent.

### De mindre kanalerna ökar sin marknadsandel

Den digitala tekniken har gjort det möjligt för program- och distributionsföretagen att till låga kostnader starta och sända nya kanaler. Merparten av de nya kanalerna är starkt nischade mot ett ämnesområde, till exempel sport, natur eller barn. Kanalerna drivs i regel med intäkter från distribution, dels direkt från konsumenterna, dels från distributörerna. De stora kommersiella aktörerna på den svenska tv-marknaden har de senaste åren satsat hårt på att etablera distributörsfinansierade nischkanaler bland annat för att minska beroendet av reklammarknaden.

En följd av det snabbt ökade kanalutbudet är att de tidigare helt dominerande kanalerna, SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5, minskat sin sammanlagda andel av den totala tittartiden från 81 procent 2005 till 64

procent 2010. TV4-gruppen och MTG har dock kunnat kompensera sina huvudkanalers tillbakagång med en ökad konsumtion av bolagens övriga kanaler så att bolagens tittartidsandel under samma tid ökat med tre respektive fyra procentenheter till 29 respektive 18 procent. Sveriges Television och ProSiebenSat.1 har däremot minskat sina andelar med fem respektive en procentenhet till 35 respektive 9 procent.

### Produktionsbolagen övertas av utländska bolag

Med tillkomsten av en rad reklamfinansierade kanaler som alla lade ut huvuddelen av sin programproduktion på fristående bolag skapades i början av 1990-talet en ny marknad. En rad entreprenörer med bakgrund i tv-branschen startade produktionsbolag för att möta den nya efterfrågan. De större bolagen köptes snart upp av mediekoncerner, som Schibsted, Egmont och Bonniers, som ville komma in på den nya marknaden. Under de senaste åren har emellertid de flesta av de större produktionsbolagen förvärvats av utländska bolag. I mitten av 00-talet hade det utkristalliserat sig en marknadsstruktur med tre stora bolag, Strix, Metronome och Zodiak. Under de senaste åren har emellertid flera andra bolag flyttat fram sina positioner med ökad konkurrens som följd.

Metronome Film & Television har sedan länge varit en ledande aktör på den nordiska marknaden. Bolaget ägdes tidigare av Schibsted men övertogs 2009 av det brittiska bolaget Shine som sedan våren 2011 ingår i Rupert Murdoch's News Corporation. Shine är den största aktören på den svenska marknaden med bland annat produktionsbolagen Meter och STO-CPH.

Stenbecksfärens Strix har bland annat profilerat sig som producent av dokusåpor. Bolaget har också lyckats att sälja formaträttigheterna för flera av sina program på den internationella marknaden.

Den tredje stora aktören, Zodiak Television, ingår sedan 2008 i den italienska mediekoncernen de Agostini. I Sverige drivs verksamheten i två dotterbolag, Jarowskij Enterprises och Mastiff.

En ny stor aktör på den nordiska tv-produktionsmarknaden skapades 2009 då det finländska riskkapitalbolaget Capman förvärvade och sammanförde bolag från hela Norden i Nice Entertainment Group. I Sverige driver gruppen Titan Television och Baluba Television som sammantagna har en omsättning på 200 miljoner kronor och därmed är i samma nivå som Zodiak och holländska Eyeworks på den svenska marknaden.

En rad stora utländska mediekoncerner har de senaste åren etablerat sig på den svenska tv-produktionsmarknaden genom att förvärva eller starta bolag. De främsta exemplen är brittiska ITV med ITV Studios Nordic (tidigare Silverback), tyska

Bertelsmann med Freemantle, Banijay med Nordisk Film TV samt holländska Endemol med det nystartade Endemol Sweden.

Bland programbolagen har Sveriges Television en mycket omfattande tv-produktion. Exakta uppgifter om omfattningen saknas men bolaget är med all säkerhet den största enskilda producenten på den svenska marknaden. Av de kommersiella bolagen har MTG länge drivit Strix, som genererar ungefär hälften av sin omsättning inom koncernen. TV4-gruppen och ProSiebenSat.1 har tidigare inte haft egna produktionsbolag men har det senaste året startat var sitt bolag, Scandinavian Studios respektive Snowman.

En ekonomiskt viktig nisch på tv-produktionsmarknaden utgörs av de bolag är specialiserade på sportsändningar som till exempel Mediatec Broadcast Sweden, Kanal 75 och Onside.

### Distributionsbolagen i allt intensivare konkurrens

På distributionsmarknaden har konkurrensen länge varit hård mellan satellit- kabel- och marknadsdistributörerna och mellan bolagen inom respektive delmarknad. Under de senaste åren har de stora telekombolagen kommit in på marknaden genom att erbjuda olika former av ip-tv och mobil-tv.

Teracoms dotterbolag Boxer är ensam operatör i det digitala nätet och har cirka 640 000 abonnenter. På satellitmarknaden konkurrerar Telenors Canal Digital med Stenbecksfärens Viasat. Uppgifterna om storlek och marknadsandelar är osäkra, men hösten 2011 föreföll Canal Digital ha varit något större.

Com Hem stärkte 2006 sin redan tidigare starka ställning på kabel-tv-marknaden genom att förvärva UPC Sverige. Koncernen ingick 2011 ett avtal om att förvärva Canal Digital Kabel-tv, men affären stoppades av Konkurrensverket. Trots den inhiherade transaktionen dominerar Com Hem den svenska kabel-tvmarknaden med 1,8 miljoner anslutna hushåll och en marknadsandel på över 80 procent (se även 3.3). Närmast kommer Canal Digital Kabel-TV med 220 000 hushåll.

### Referenser

- Institutet för Reklam- och Mediestatistik / IRM:s hemsida ([www.irm-media.se](http://www.irm-media.se)).
- MMS Mediamätning i Skandinavien hemsida ([www.mms.se](http://www.mms.se)).
- Medieutveckling 2011* (2011) Stockholm: Myndigheten för radio och tv.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

## 2.6 Film

De traditionella filmbolagen har under det senaste decenniet tvingats anpassa sig till de förändringar som mediemarknaden i stort genomgått. Distributionen av spelfilmer har förändrats radikalt genom tillkomsten av en rad nya kanaler som betal-tv, beställ-tv, hyrvideo/dvd och köpvideo/dvd vid sidan av de traditionella visningarna på biografier och allmän television. De nya distributionsformerna återspeglas även på produktionssidan där tv-bolag och videodistributörer i allt större utsträckning går in som delfinansierare av spelfilmer. Filmbolagen har av tradition varit verksamma i flera led i produktionskedjan, som producenter, distributörer, biografägare, rättighetsagenter etc. Tendensen i Sverige går dock mot mer specialiserade bolag.

### SF och Egmont störst på heterogen marknad

På den svenska filmmarknaden finns en rad olika typer av bolag representerade alltifrån de stora mediekonglomeratens dotterbolag till små enmansbolag. De två stora aktörerna på både den svenska och nordiska mediemarknaden är dock de nordiska bolagen Bonnier och Egmont, som båda har en bred verksamhet.

Svensk Filmindustri, sedan 1974 ingående i Bonnierfären, har alltsedan det bildades 1919 genom en sammanslagning av Svenska Bio och Skandia, varit en ledande aktör på den svenska filmmarknaden. Tyngdpunkten i dag ligger på biografvisning där SF Bio, ett systerbolag till Svensk Filmindustri, med 246 salonger i 22 städer har en marknadsandel på 66 procent i hela landet, och cirka 90 procent i de 20 största städerna. Bolaget har dessutom en ägarandel på 49 procent i Svenska Bio som har 113 salonger i framför allt mindre orter, men även några i Stockholm. SF producerar årligen ett par långfilmer och är även en av de ledande distributörerna av film för biografier och dvd.

SF Bio hade tidigare en stor konkurrent, Sandrew Metronome Sverige. Företaget gick med förlust varför Schibsted ingick ett avtal 2004 om att sälja det till SF Bio. Konkurrensverket ansåg dock att SF Bio skulle få en monopolliknande ställning på biografmarknaden och godkände inte affären. I stället förvärvades biografkedjan av ett konsortium som ändrade namnet till Astoria Cinemas. Efter tre år gick emellertid bolaget i konkurs och biograferna lades ner eller såldes, bland annat till SF Bio och Svenska Bio. En följd av transaktionerna blev att SF Bio tillsammans med Svenska Bio stärkte sin redan mycket starka position på den svenska biomarknaden. Det bör dock noteras att biograferna står för endast en liten del av den totala visningen av film i landet.

Den tredje största biografägaren är Folkets Hus och Parker med 208 salonger på 199 orter och en omsättning på 52 miljoner kronor jämfört med SF Bios 1 348 miljoner kronor.

Egmont har samlat all sin film-, tv- och data-spelsverksamhet i divisionen Nordisk Film, som med en omsättning på cirka 4,1 miljarder kronor är Nordens största bolag på området. I Sverige är Egmont representerat av ett distributionsbolag och ett postproduktionsbolag, som båda tillhör de marknadsledande på sina respektive fält. Schibsted är kvar på filmmarknaden med två dotterbolag för distribution och rättighetsinköp, som dock båda är utbudna till försäljning (september 2011). En omsättningsmässig stor aktör är Bonver som är logistikpartner för flertalet av de stora filmdistributörerna i Norden och bland annat svarar för två tredjedelar av alla distribution av videofilm i Norden.

Två nya ägare på filmproduktionssidan är italienska de Agostini-gruppen och amerikanska News Corporation, som genom förvärven av tv-produktionsbolagen Zodiak respektive Metronome Film och TV även kommit in på filmmarknaden via dotterbolagen Yellow Bird respektive Filmlance.

Vid sidan av de stora nordiska koncernernas filmbolag finns det rad mindre bolag, i regel ägda av producenter eller regissörer. Bolagen arbetar med liten fast personal och omsättningen kan variera kraftigt från år till år beroende på var i produktionscykeln deras filmer befinner sig. Sammantagna svarar dessa bolag för en betydande del av den svenska filmproduktionen. Till de större företagen i denna grupp hör Tre Vänner, Fladen (hälftenägd av Egmont), Bob Film, Götafilm och Taxinge Film.

### Amerikanska filmer dominerar repertoaren

Eftersom amerikanska filmer svarar för ungefär två tredjedelar av omsättningen på den svenska filmmarknaden är både distributörer och biografägare starkt beroende av de stora bolagen i Hollywood. Flertalet av dem som Sony Pictures, Fox, Warner Bros, Disney, Universal och Paramount har egna distributionsbolag i Sverige som marknadsför sina egna och även andra bolags filmer. De placerar i regel sina filmer på SF Bio och Svenska Bio för att snabbt nå en bred lansering, vilket missgynnar de små biografägarna.

### Referenser

Svenska Filminstitutets hemsida ([www.sfi.se](http://www.sfi.se)).  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

**Tabell 2.1 Ägargrupper på den svenska dagspressmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)**

Ägare	Huvudbolag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	5 228	-243
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted	3 473	34
Familjen Hjärne (87)	Stampen <sup>2</sup>	2 955	80
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB <sup>3</sup>	1 597	0
Erik och Asta Sundins Stiftelse (87,5) <sup>4</sup>	Norrköpings Tidningars Media (NTM)	1 206	30
Sydostpress (50), Borås Tidning (50)	Gota Media	823	85
Familjen Hamrin	Herenco <sup>5</sup>	609	7
Stenbecksfären (44)	Metro International <sup>6</sup>	556	53
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen AB <sup>7</sup>	549	322
Axel Johanssons stiftelser <sup>8</sup>	AB Upsala Nya Tidning	465	-9
Familjen Sommelius (50), Familjen Ander (50)	Pukslagaren i Helsingborg AB <sup>9</sup>	441	-3
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	438	-17
Arbetarrörelsen	Piteå-Tidningen AB, Värmlands Folkblad AB, AB Dala-Demokraten, AIP Media samt Östra Småland AB <sup>10</sup>	430	-3
Den lokala centerrörelsen	AB Skånska Dagbladet <sup>11</sup>	342	-72
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB <sup>12</sup>	299	41
Ingemarssonsfären <sup>13</sup>	Swepress i Vimmerby, Tryckeri AB Öland m fl	112	4
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten Tidnings AB	129	-7
Roger Boström (30) Stampen (24) Gota Media (24)	Orstidningar i Väst	90	6
Familjen Hörting	Nya Lidköpings Tidning AB	70	12
Familjen Michelsen	William Michelsens Boktryckeri	68	-3
Swedmedia (78)	Tidnings AB Nya Dagen	62	2
Familjen Wärmlöf	Sveagruppen Tidnings AB	41	8
...	Världen Idag AB	24	-1
Den lokala centerrörelsen	T.N. Tidningar i Norr AB	20	0
Stig Bertilsson <sup>14</sup>	Dalslänningen AB <sup>15</sup>	18	3
Bernt-Åke Hällzon	Litzon Press Förlags AB <sup>16</sup>	17	1
Helge Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri <sup>16</sup>	17	1
Johan Ehrenberg	ETC Förlag	17	0
Örjan Pekka	Haparandabladet AB	16	0
Den lokala centerrörelsen	Skaraborgsbygden Tidningsförening u.p.a.	15	2
Sune Tholin	Tryckeri AB Dalsland	15	0
Norra Halland Veckoblad Förening upa	Norra Halland Veckoblad	15	-1
Tapani Keikki	R.S. Press	12	0

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för affärsområdet Bonnier Morning Paper, AB Kvällstidningen Expressen samt Dagens Industri AB.

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och resultat EBITA för affärsområdena Göteborgs-Posten, Promedia och Mediabolaget Västkusten. Stampen AB:s totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 5 072 respektive 173 MSEK.

<sup>3</sup> Inklusive intäkter från extern tryckeriverksamhet på 102 MSEK.

<sup>4</sup> Norrköpings Tidningar Media AB förvärvade 2010 50% i AB Upsala Nya Tidning samtidigt som ägarstrukturen i NTM ändrades till Erik och Asta Sundins stiftelse (70), Axel Johansson Upsala Nya Tidning Förvaltning AB (20) och AB Ridderstads Stiftelseförvaltning (10).

<sup>5</sup> Uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för Hallpressgruppen. Herencos totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 2 937 respektive 156 MSEK.

<sup>6</sup> Uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för Metro Internationals segment "Sweden". Ägare av den svenska verksamheten: Metro International 65%, Schibsted 35%.

<sup>7</sup> Resultat efter finansiella poster exklusive återföring av nedskrivningar av aktier uppgick till 94 MSEK.

<sup>8</sup> Ägarstruktur 2010: Axel Johanssons stiftelser (50), Norrköpings Tidningar Media (50).

<sup>9</sup> Resultat efter finansiella poster exklusive återförda nedskrivning av aktier uppgick till -22 MSEK.

<sup>10</sup> Gota Media förvärvade 2011 Östra Småland AB.

<sup>11</sup> Resultat efter finansiella poster exklusive återförda nedskrivning av aktier uppgick till -109 MSEK.

<sup>12</sup> Resultat efter finansiella poster exklusive återförda nedskrivning av aktier uppgick till 29 MSEK.

<sup>13</sup> Med "Ingemarssonsfären" avses de företag på dagspressmarknaden som kontrolleras av Bengt Ingemarsson.

<sup>14</sup> Nya Wermlands-Tidningen AB förvärvade Dalslänningen AB i augusti 2009.

<sup>15</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2008 (07) - 2009 (06).

<sup>16</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (07) - 2010 (06).

Anm: Tabellen avser, med undantag för Metro International, utgivare av betalda dagstidningar. Uppgifterna avser det verksamhetsår som med minst sju månader infaller 2009. Intäkterna redovisas inklusive det statliga driftstödet.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 2.2 Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2010

Ägare	Företag eller huvudtidning	Antal tidningar	Upplaga helår 2010 vardagar	Andel av total upplaga (%)
Släkten Bonnier	Bonnier AB	6	780 500	24,2
Familjen Hjärne (87)	Stampen AB	16	523 000	16,2
Schibsted	Aftonbladet och Svenska Dagbladet	2	503 000	15,6
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	MittMedia Förvaltnings AB	13	264 700	8,2
Stiftelsen Barometern/Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	12	258 400	7,7
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar Media	8,5	212 250	6,6
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	9,5	173 350	5,4
Familjen Hamrin	Herenco	7	117 000	3,6
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	4	71 700	2,2
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	3	52 100	1,6
Arbetarrörelsen <sup>1</sup>	Värmlands Folkblad, Dala-Demokraten, Piteå-Tidningen	3	50 700	1,6
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	2	47 000	1,5
Familjen Sommelius	Helsingborgs Dagblad	0,5	37 950	1,2
Familjen Hörling	Lidköpingspress	1	25 800	0,8
Axel Johanssons stiftelser	Uppsala Nya Tidning	0,5	24 950	0,8
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten	1	24 800	0,8
Pingströrelsen (28), Vårt land (28)	Dagen	1	17 400	0,5
Familjen Ingemarsson (>50)	Vimmerby Tidning	1	12 200	0,4
Familjen Michelsen	Alingsås Tidning	1	11 900	0,4
Övriga		4	17 400	0,5
<b>Totalt</b>		<b>96</b>	<b>3 226 100</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen oberoende av juridiskt ägande.

Anm: Ägaruppgifter avser november 2011. Uppgifter för de tidningar som sålts under 2010 och 2011 har förts till den nya ägaren.

Källa: Bearbetning av TS upplageuppgifter för år 2010.

Tabell 2.3 Upplaga inom flerdagarspress (≥3/v) vardagar 2010

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
Lokala arbetarrörelsen	AB Dala-Demokraten	Dala-Demokraten	16 400	0,5	6	Falun
Axel Johanssons stiftelser/Erik och Asta Sundins Stiftelse	AB Upsala Nya Tidning	Upsala Nya Tidning	49 900	1,5	7	Uppsala
Blommenholm Industrier, investeringsfonder	Schibsted	Aftonbladet	310 900	9,6	7	Stockholm
		Svenska Dagbladet	192 100	5,9	7	Stockholm
Släkten Bonnier <sup>1</sup>	Bonnier AB <sup>1</sup>	Dagens Nyheter	292 300	9,0	7	Stockholm
		Expressen	270 900	8,4	7	Stockholm
		Sydsvenska Dagbladet	115 600	3,6	7	Malmö
		Dagens Industri	101 700	3,1	6	Stockholm
		Kristianstadsbladet <sup>1</sup>	26 800	0,8	6	Kristianstad
		Ystads Allehanda <sup>1</sup>	22 300	0,7	6	Ystad
		Trelleborgs Allehanda <sup>1,2</sup>	8 700	0,3	6	Trelleborg
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	Eskilstuna-Kuriren	30 300	0,9	6	Eskilstuna
		Södermanlands Nyheter	25 100	0,8	6	Nyköping
		Katrineholms-Kuriren	11 600	0,4	6	Katrineholm
		Folket	4 700	0,1	6	Eskilstuna
Stift. Tore G Wärenstam/ Stiftelsen Barometern	Gota Media	Borås Tidning	45 100	1,4	7	Borås
		Barometern/OT	42 300	1,3	6	Kalmar
		Smålandsposten	37 000	1,1	6	Växjö
		Blekinge Läns Tidning	34 500	1,1	6	Karlskrona
		Sydöstran	11 100	0,3	6	Karlskrona
		Östra Småland	8 900	0,3	6	Kalmar
		Ulricehamns Tidning	8 500	0,3	3	Ulricehamn
		Nyheterna	4 600	0,1	6	Oskarshamn
Familjen Hamrin	Herenco	Jönköpings-Posten	36 200	1,1	6	Jönköping
		Smålands-Tidningen	29 900	0,9	6	Eksjö
		Värnamo Nyheter	18 700	0,6	4	Värnamo
		Smålänningen	12 800	0,4	5	Ljungby
		Falköpings Tidning	8 700	0,3	6	Falköping
		Skaraborgs Läns Tidning – Skara Tidning	7 200	0,2	6	Skara
		Västgöta-Bladet	3 500	0,1	6	Tidaholm
Familjen Hörning	Lidköpingspress	Nya Lidköpings-Tidningen	25 800	0,8	3	Lidköping
Familjen Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri	Lysekilsposten	3 400	0,1	4	Lysekil
		Stenungsunds-Posten	1 600	0,0	4	Stenungsund
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Dalarnas Tidningar	59 700	1,8	6	Falun
		Sundsvalls Tidning	29 600	0,9	7	Sundsvall
		Östersunds-Posten	26 400	0,8	6	Östersund
		Gefle Dagblad	25 700	0,8	7	Gävle
		Arbetarbladet	22 600	0,7	7	Gävle
		Tidningen Ångermanland	19 400	0,6	6	Härnösand
		Örnsköldsviks Allehanda	16 700	0,5	6	Örnsköldsvik
		Hudiksvalls Tidning	14 000	0,4	6	Hudiksvall
		Länstidningen Östersund	12 500	0,4	6	Östersund
		Ljusnan	12 200	0,4	6	Bollnäs
		Dagbladet	11 800	0,4	6	Sundsvall
		Söderhamns-Kuriren	7 700	0,2	6	Söderhamn
		Ljusdals-Posten	6 400	0,2	6	Ljusdal
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten Tidnings AB	Norran	24 800	0,8	6	Skellefteå

Forts.

Forts. tabell 2.3 Upplaga inom flerdagarspress (≥3/v)

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
Erik och Asta Sundlins Stiftelse	Norrköpings Tidningar Media	Östgöta Correspondenten	53 300	1,6	6	Linköping
		Norrköpings Tidningar	41 800	1,3	6	Norrköping
		Norrländska Socialdemokraten	33 300	1,0	6	Luleå
		Norbottens-Kuriren	19 600	0,6	6	Luleå
		Gotlands Tidningar	12 100	0,4	6	Visby
		Västerviks-Tidningen	11 500	0,4	6	Västervik
		Gotlands Allehanda	9 200	0,3	6	Visby
		Folkbladet Norrköping	6 500	0,2	6	Norrköping
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen AB	Nya Wermlands-Tidningen	52 800	1,6	6	Karlstad
		Skaraborg Läns Allehanda	23 900	0,7	6	Skövde
		Mariestads-Tidningen	12 900	0,4	5	Mariestad
		Arvika Nyheter	11 500	0,4	3	Arvika
		Enköpings-Posten	10 100	0,3	6	Enköping
		Nya Kristinehamns-Posten	7 700	0,2	3	Kristinehamn
		Karlskoga Tidning	7 300	0,2	6	Karlskoga
		Säffle-Tidningen	5 500	0,2	3	Säffle
Lokala arbetarrörelsen	Piteå-Tidningen AB	Filipstads Tidning	3 700	0,1	3	Filipstad
		Piteå-Tidningen	15 600	0,5	6	Piteå
Familjen Sommelius/ Familjen Ander	Pukslagaren	Helsingborgs Dagblad	75 900	2,3	7	Helsingborg
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet AB	Skånska Dagbladet	30 900	1,0	7	Malmö
		Norra Skåne	18 100	0,6	6	Hässleholm
		Laholms Tidning	3 100	0,1	6	Laholm
Familjen Hjörne	Stampen	Göteborgs-Posten	227 200	7,0	7	Göteborg
		Nerikes Allehanda	57 900	1,8	7	Örebro
		VLT	37 900	1,2	6	Västerås
		Hallandsposten	30 900	1,0	6	Halmstad
		Bohusläningen	30 500	0,9	6	Uddevalla
		Hallands Nyheter	29 100	0,9	6	Falkenberg
		TTELA	27 700	0,9	6	Trollhättan
		Norrtejlje Tidning	14 500	0,4	5	Norrtejlje
		Länstidningen Södertälje	13 900	0,4	6	Södertälje
		Bärgslagsbladet och Arboga Tidning	10 700	0,3	5	Köping
		Motala Tidning/Vadstena Tidning	10 000	0,3	6	Motala
		Sala Allehanda	8 400	0,3	3	Sala
		Fagersta-Posten	6 900	0,2	3	Fagersta
		Avesta Tidning	6 900	0,2	3	Avesta
		Bengt Ingemarsson	Svepress i Vimmerby	Strömstads Tidning/ Norra Bohuslän	5 400	0,2
Karlskoga Kuriren	5 100			0,2	6	Karlskoga
Bengt Ingemarsson	Tryckeri AB Öland	Vimmerby Tidning/ Kinda-Posten	12 200	0,4	6	Vimmerby
Swedmedia	Tidnings AB Nya Dagen	Ölandsbladet	8 600	0,3	3	Borgholm
Tholin & Larsson Gruppen	Tryckeri AB Dalsland	Dagen	17 400	0,5	4	Stockholm
Familjen Michelsen	William Michelsens Boktryckeri	Provinstitidningen Dalsland	4 600	0,1	3	Åmål
...	Världen Idag AB	Alingsås Tidning	11 900	0,4	3	Alingsås
Lokala arbetarrörelsen	Världens Idag AB	Världen Idag	7 800	0,2	3	Uppsala
Stiftelsen VK-Press	Värmlands Folkblad AB	Värmlands Folkblad	18 700	0,6	6	Karlstad
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB	Västerbottens-Kuriren	34 700	1,1	6	Umeå
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB	Västerbottens Folkblad	12 300	0,4	6	Umeå
TOTALT			3 231 800	100,0		

<sup>1</sup> Gota Media förvärvade sommaren 2011 Kristianstadsbladet, Trelleborgs Allehanda och Ystads Allehanda.

Källor: TS-tidningen 1/2011. Nordicoms databas över medieföretag i Sverige.

Tabell 2.4 Ägargrupper på tidskriftsmarknaden 2009. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

	Förlag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	ca 2 055	...	
	<i>Bonnier Tidskrifter</i>	1 218,9	13,0	<i>Specialtidningar, populärpress, magasin</i>
	<i>Bonnier Publications</i>	ca 600	...	<i>Specialtidningar</i>
	<i>Bonnier Responsmedier</i>	110,0	-15,4	<i>Gratistidningar</i>
	<i>Spoon Publishing</i>	55,5	6,9	<i>Kundtidningar</i>
	<i>Dagens Medicin i Sverige</i>	49,5	6,9	<i>Facktidning</i>
	<i>Resumé Förlag</i>	22,3	-1,6	<i>Facktidning</i>
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement <sup>1</sup>	1 694,1	155,3	
	<i>Svenska Aller</i>	1 620,2	154,8	<i>Populärpress, specialtidningar</i>
	<i>Aller Business</i> <sup>2</sup>	33,0	-2,1	<i>Facktidningar</i>
	<i>Baltic Press</i> <sup>3</sup>	21,0	1,3	<i>Herrtidningar</i>
	<i>All Over Press</i>	19,8	1,4	<i>Bildbyrå</i>
Egmont Fonden	Egmont International Holding <sup>1</sup>	ca 790		
	<i>Egmont Kärnan</i> <sup>4</sup>	418,1	...	<i>Serie- och ungdomstidningar</i>
	<i>Egmont Tidskrifter</i>	239,7	16,6	<i>Populärpress</i>
	<i>Hjemmet Mortensen AB</i>	218,5	-31,3	<i>Specialtidningar</i>
	<i>Vagabond Media</i>	26,2	-1,9	<i>Specialtidning</i>
<i>Egmont Tidskrifter (51)</i> <sup>5</sup> , <i>Rosén &amp; Dackevall Media (49)</i>	<i>Auto, Motor och Sport Sverige</i> <sup>6</sup>	40,1	-0,4	<i>Specialtidning</i>
LRF	LRF <sup>1</sup>	662,4	58,1	
	<i>LRF Media</i>	599,4	62,5	<i>Konsumentmagasin, specialtidningar</i>
	<i>Förlags AB Storberget</i>	62,9	-4,5	<i>Specialtidningar</i>
Hakon Invest	Forma Publishing Group - koncern <sup>7</sup>	439,0	-25,2	
	<i>Forma Publishing Group - moderbolag</i>	ca 300	...	<i>Konsumentmagasin, specialtidningar</i>
	<i>Off the Wall Publishing</i>	61,3	5,2	<i>Kundtidningar</i>
Patrick McGovern/IDG Communications Inc	IDG International Data Group	288,7	9,2	<i>Datatidningar</i>
Reitan Narvesen	Svenska Interpress	258,0	12,6	<i>Tidskriftsimport och -distribution</i>
Bonnier (42,5), Aller (28,5), Egmont (14,5), Albinsson & Sjöberg (14,5)	Tidsam	204,6	36,2	<i>Tidskriftsdistribution</i>
Alma Media (31), Hertha&äsa (10)	Talentum <sup>1</sup>	189,2	-15,1	
	<i>Talentum Media</i>	172,2	-13,2	<i>Fack- och affärstidskrifter</i>
	<i>Dagens Media Sverige</i>	17,0	-1,9	<i>Facktidning</i>
Familjen Sjöberg	Förlags AB Albinsson & Sjöberg <sup>8</sup>	182,5	...	<i>Motortidningar</i>
Christopher Östlund	Östlundsfären <sup>1</sup>	166,7	6,6	
	<i>Plaza Publishing Group</i> <sup>9</sup>	83,7	3,0	<i>Magasin, specialtidning</i>
	<i>Lotsatorgruppen i Sverige</i> <sup>10</sup>	49,2	2,0	<i>Specialtidning</i>
	<i>Station 5</i> <sup>9</sup>	26,6	1,6	<i>Specialtidningar</i>
	<i>FWT Publishing</i> <sup>9</sup>	7,2	0,0	<i>Specialtidning</i>
Mikael Heining (27), Mentor Holding (20), Talentum (18), IDG (11)	Mentor Communications	137,9	-13,5	<i>Facktidningar</i>
Ove Jerselius (50), Aller (50)	Frida Förlag	94,3	18,5	<i>Populärpress</i>
Helena Delden (42), Mikael Stenemühr (42)	Newsfactory-koncernen <sup>1</sup>	79,8	3,3	
	<i>Newsfactory - moderbolag</i>	26,5	2,5	<i>Kundtidningar</i>
	<i>Newsfactory Sales</i>	53,3	0,7	<i>Kundtidningar</i>

Forts.

Forts. tabell 2.4 Ägargrupper på tidskriftsmarknaden

	Förlag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
OK ekonomisk förening	OK-Förlaget	78,4	-2,3	Konsumentmagasin
Stampen	Appelberg Publishing Group	75,8	1,2	Kundtidningar
Leif Hagen	NAE Group Sweden <sup>10</sup>	75,4	-6,9	Herrtidningar
Svenska Kyrkan (51), Svenska Missions- förbundet (33)	Berling Press	72,1	1,2	Organisationstidning
Svenska Travsportens Centralförbund	Trav- och Galoppronden	70,2	1,8	Specialtidning
Datagraf AS	Datagraf Communications	67,3	-0,9	Kundtidningar
Sveriges Läkarförbund	Läkartidningen Förlag	60,9	6,3	Organisationstidning
Fackförbunden Metall (49), Skogs-, Trä - och Grafiska (34), Pappers (17)	Dagens Arbete	50,2	0,8	Facklig press
Joel Wikell (75), Johan Sigvardsson (25)	First Publishing Group	49,0	5,7	Specialtidningar
Stenbecksfären/MTG	Redaktörerna i Stockholm	46,3	3,0	Kundtidningar
Schibsted	Schibsted Förlag <sup>11, 12</sup>	42,7	-19,7	Serietidningar
Björn Andersson (50), Erik Osvalds (50) <sup>13</sup>	Svenska Historiska Tidskrifter	39,3	3,6	Specialtidningar
LRF Media (50), Hearst (50)	LRF Media Hearst	33,5	-1,4	Magasin
LO	LO-Tidningen AB	32,9	0,2	Facklig press
Jan Bohlin	Tidnings AB Ridsport <sup>14</sup>	29,0	0,9	Specialtidning
Olle Wärmiöf (90)	Tidningshuset Kvällsstunden	28,7	9,0	Populärpress
KF	AB Tidningen Vi	28,5	-4,0	Magasin
...	Mediaprovider Scandinavia	26,5	-2,7	Specialtidningar
Mikael Karlsson (50), Peter Lejdestad (50)	Next World Sverige	26,5	1,3	Specialtidningar

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens sammanlagda tidskriftsverksamhet i Sverige exklusive koncernelimineringar.

<sup>2</sup> Mentor Communications förvärvade Aller Business i december 2009.

<sup>3</sup> SAB Group förvärvade hösten 2010 Baltic Press.

<sup>4</sup> De ekonomiska uppgifterna avser tidskrifts- och bokutgivning. Egmont Kärnans totala intäkter och resultat uppgick till 533,6 respektive 6,0 MSEK.

<sup>5</sup> Egmont övertog hela bolaget 2010.

<sup>6</sup> De ekonomiska uppgifterna avser verksamhet i Sverige och Norge.

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för affärsområdet Magazines som omfattar tidskriftsutgivning i Sverige, Finland, Estland och Lettland.

<sup>8</sup> Förlags AB Albinsson & Sjöbergs totala intäkter och resultat uppgick till 213,6 respektive 1,3 MSEK.

<sup>9</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>10</sup> De ekonomiska uppgifterna avser även annan verksamhet än tidskriftsutgivning.

<sup>11</sup> Inklusive bokutgivning.

<sup>12</sup> Tidskriftsutgivningen avecklades under 2009.

<sup>13</sup> LRF Media förvärvade Svenska Historiska Tidskrifter 2010.

<sup>14</sup> Resultatet avser rörelseresultat.

Anm: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2009.

Källa: Årsredovisningar.

**Tabell 2.5 De största<sup>1</sup> förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2010 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga och procent)**

Förlag/-sgrupp	Antal titlar	Upplaga/ utgåva	Årsupplaga	Andel av upplaga/ utgåva (%)	Andel av årsupplaga (%)
Aller media	23	2 379 500	66 645 700	11,3	21,5
Forma Publishing	11	2 594 700	34 455 900	12,3	11,1
Bonnier	37	2 011 400	28 427 100	9,5	9,2
LRF Media	15	870 600	26 008 300	4,1	8,4
Egmont	19	584 300	16 801 300	2,8	5,4
Talentum	6	212 000	7 403 500	1,0	2,4
IDG	6	163 500	4 835 400	0,8	1,6
Mentor Online	22	238 100	3 941 500	1,1	1,3
Förlags AB Albinsson & Sjöberg	11	214 500	2 659 500	1,0	0,9
OK Förlaget	3	147 600	2 423 200	0,7	0,8
Plaza Publishing	7	196 500	1 986 900	0,9	0,6
Svenska Media Docu AB	7	109 800	846 300	0,5	0,3
Övriga	208	11 384 500	112 885 800	53,9	36,5
<b>Totalt</b>	<b>375</b>	<b>21 107 000</b>	<b>309 320 400</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Titlar med förenklad upplagekontroll	39	703 000	5 443 400		
<b>TS-upplaga totalt</b>	<b>423</b>	<b>21 810 000</b>	<b>314 763 800</b>		

<sup>1</sup> Störst med avseende på upplagan för TS-kontrollerade, förlagsutgivna, titlar.

Anm: Tabellen omfattar enbart titlar som är TS-kontrollerade 2010 och med minst 4 utgåvor under året. Utöver de TS-kontrollerade titlarna finns en rad titlar utgivna av både de angivna förlagen och andra utgivare.

Beräkningen är gjord på både upplaga/utgåva och årsupplaga för att göra rättvisa åt de titlar som har högre frekvens (t.ex. veckotidningar)

Källor: TS-tidningen 1/2011 (bearbetning), TS-webbtjänst, Sveriges Tidskrifter, förlagens hemsidor.

**Tabell 2.6 Marknadsandelar för de största utgivarna inom tre grupper av förlagsutgivna tidskrifter 2010 (procent av TS-registrerad upplaga)**

	Populärpress <sup>1</sup>	Specialtidskrifter	Facktidskrifter
Aller media	59	15	-
Bonnier	7	40	8
Forma Publishing Group	7	6	6
LRF	11	10	31
Egmont	11	6	1
IDG Communications	-	2	10
Talentum	-	-	20
Mentor Online	-	-	11
Albinsson & Sjöberg	-	5	1
OK-Förlaget	-	5	-
Plaza Publishing Group	0	3	-
Övriga	4	7	12
<b>Totalt (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total årsupplaga</b>	<b>95 045 600</b>	<b>47 265 400</b>	<b>36 270 600</b>
<b>Antal titlar</b>	<b>24</b>	<b>104</b>	<b>95</b>

<sup>1</sup> Avser familje-, dam-, herr- och ungdomstidningar.

Anm: Marknadsandelarna är beräknade på förlagsutgivna titlar och deras TS-kontrollerade årsupplaga 2010.

Källor: TS-tidningen 1/2011, www.sverigestidskrifter.se, www.resume.se, Nordicoms databas över svenska medieföretag samt databas för transaktioner i nordisk medieföretag, förlagens hemsidor.

Tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	2 473,2	199,9	
	<i>Bonnierförlagen gm Albert Bonniers Förlag, Forum, Wahlström &amp; Widstrand, Bonnier Utbildning, Bonnier Carlsen, Bonnier Fakta, Minotaur, Fitnessförlaget, Reseförlaget, Rebus, Semic, Manga, Bonnier Baby samt åtta bokklubbar</i>	1 309,7	119,6	Allmänlitteratur, barnböcker, läromedel, bokklubbar
<i>Bonnier (85)</i>	<i>AdLibris</i>	977,2	61,2	Internetbokhandel
<i>Bonnier (70), SRF Iris (30)</i>	<i>Bonnier Audio</i>	118,0	20,0	Ljudböcker
<i>Bonnier (91)</i>	<i>MaxStröm Bokförlag</i>	33,5	-0,7	Allmänlitteratur
	<i>Bonnier Business Publishing</i>	24,8	0,6	Facklitteratur
KF	KF Media <sup>1</sup>	1 919,5	-48,4	
	<i>Akademibokhandelsgruppen</i>	1 418,6	-56,9	Bokhandelskedja, Internetbokhandel (Bokus)
	<i>Norstedts Förlagsgrupp gm Rabén &amp; Sjögren, Norstedts Förlag</i>	451,6	13,1	Allmänlitteratur, barnböcker
	<i>Norstedts Kartor</i>	49,4	-4,6	Kartor
Bridgepoint Capital	Liber	531,1	55,2	Läromedel, facklitteratur
Ratos (66), Litorina (34)	BTJ Sverige	441,3	-22,2	Bibliotekstjänster
Killbergs bokhandel (30), Natur och Kultur (29)	Bokia	322,7	-28,6	Bokhandelskedja
	<i>Bokia Internethandel</i>	21,0	-6,2	Internetbokhandel
Wolters Kluwer	Norstedts Juridik	303,3	26,5	Facklitteratur
Stiftelsen Bokförlaget Natur och Kultur	Natur och Kultur <sup>2</sup>	294,4	-2,9	Läromedel, allmänlitteratur
	<i>Storyside</i>	11,3	0,0	Ljudböcker
J.A Lindblads Förlag (60), Natur och Kultur (40)	Förlagssystem JAL	289,0	8,8	Bokdistribution
ICA Förbundet	Forma Publishing Group <sup>3</sup> gm Damm Förlag, B Wahlströms Förlag, Ica Bokförlag samt två bokklubbar	250,6	10,1	Underhållningslitteratur, barnböcker, facklitteratur
Svenska kyrkan (51), Svenska Missionsförbundet (34)	Berling Media <sup>1</sup>	250,0	14,8	
	<i>CWK Gleerups Utbildningscentrum</i>	165,4	9,8	Läromedel
	<i>Verbum Förlag</i>	56,5	2,0	Religiös litteratur
	<i>Gothia Förlag</i>	28,1	3,0	Läromedel
Familjen Bratt	Studentlitteratur	218,3	20,3	Läromedel
Familjen Tönnesson	Tönnesson-sfären <sup>1</sup>	178,6	...	
	<i>NE Nationalencyklopedin</i>	78,2	-18,6	Lexika
	<i>Stabenfeldt<sup>4</sup></i>	50,8	...	Barnbokklubbar
	<i>IMP Books AB</i>	29,9	6,2	Fackböcker
	<i>Bra Böcker</i>	19,7	-6,1	Allmänlitteratur
Egmont International Holding	Egmont Kärnan <sup>5</sup>	ca 150	...	Barnböcker, serialalbum
Bokgirot Invest (60), Skönås (40)	Boktjänst	126,4	0,8	Bokförsäljning till institutioner
Mathias Engdahl	Pocket Shop	122,8	9,0	Bokhandel

Forts.

Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e finansiella poster	Verksamhet
BookStop	Pocketstället	106,2	0,0	Pocketboksdistribution
Sanoma	Bertmarks Förlag	100,5	3,0	Årsböcker
Celesta <sup>6</sup>	Pocketgrossisten	99,5	-4,9	Pocketboksdistribution
Norstedts Förlagsgrupp (50), Opal (50)	Barnens Bokklubb	74,8	1,6	Barnbokklubbar
Jan Guillou (33), Liza Marklund (33), Anne-Marie Skarp (33)	Piratförlaget	72,9	1,7	Allmänlitteratur
Piratförlaget (45,5), Norstedts Förlagsgrupp (17,5), FG Gällstad AB (15), Läsförlaget (9)	Pocketförlaget	62,8	3,8	Pocketböcker
Torstar Corporation	Förlaget Harlequin <sup>7</sup>	61,6	...	Underhållningslitteratur
The Thomson Corporation Group	Thomson Reuters Professional	61,4	-5,5	Facklitteratur
Pagina Holding	Pagina Förlag	59,2	4,6	Facklitteratur
Anders Karlsson (50), Olle Hed (50)	Juresfären	57,2	2,2	
	<i>Jure AB</i>	51,5	1,3	<i>Fackboksförsäljning</i>
	<i>Jure Förlag</i>	5,7	0,9	<i>Facklitteratur</i>
Kraft & Kultur (91)	Select Investment Group <sup>1</sup>	56,6	-4,2	
	<i>Select Audio Books</i>	54,3	-4,6	<i>Ljudboksdistribution</i>
	<i>Ljudboken i Sverige</i>	2,3	0,4	<i>Ljudboksdistribution</i>
Sandviks a.s	Sandviks Förlag	53,4	2,3	Barnbokklubbar
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted <sup>1</sup>	52,9	-20,5	
	<i>Schibsted Förlag<sup>8</sup></i>	42,7	-19,7	<i>Allmänlitteratur</i>
	<i>Kartago Mediahus<sup>9</sup></i>	10,1	-0,8	<i>Seriealbum</i>
Reader's Digest	Reader's Digest <sup>10</sup>	46,8	-7,3	Allmänlitteratur
Norstedts (43), Natur och Kultur (28)	Böckernas klubb	42,2	0,9	Bokklubb
	Ordfront-sfären	35,4	-5,0	
Föreningen Ordfront (55), Kniga (45)	Ordfront Förlag	26,2	-3,3	Allmänlitteratur, bokklubb
Ordfront (75), En bok för allas vänner (25)	<i>En bok för alla</i>	9,2	-1,7	<i>Barnböcker, allmänlitteratur</i>
Swedmedia	Libris Media	35,1	-0,8	Religiös litteratur
...	Företagslitteratur	31,6	-2,7	Pocketboksförsäljning
S A Madelin	Beta Pedagog	30,7	9,1	Läromedel
	Lindsfären <sup>1,11</sup>	29,4	2,0	
Kristoffer Lind (64), Leif Eriksson (22)	<i>Bokförlaget Lind &amp; Co<sup>11</sup></i>	21,1	1,7	<i>Allmänlitteratur</i>
<i>Bokförlaget Lind &amp; Co</i>	<i>Bokförlaget T Fischer &amp; Co<sup>11</sup></i>	8,3	0,4	<i>Allmänlitteratur</i>
Dag Henning (60), Schildts Förlag (40)	Alfabetta Bokförlag	27,3	-1,5	Barnböcker
Bang Melchior & Co (80), Läsförlaget (20)	Tukan förlag <sup>12</sup>	26,2	3,3	Barnböcker, facklitteratur
Dan Israel (70), Hening Mankell (30)	Leopard Förlag	24,9	3,5	Allmänlitteratur
Lars Malmius (79), Görel Hydén (21)	Adastra Läromedel	24,7	8,9	Läromedel
Dorotea Bromberg (95)	Brombergs Bokförlag	23,0	2,4	Allmänlitteratur
Svenska Litteratursällskapet (30) m fl <sup>13</sup>	Bokförlaget Atlantis	20,5	0,6	Allmänlitteratur
Piratförlaget (25), Natur och Kultur (25), AdLibris (25), Norstedts Förlagsgrupp (25)	Ellib	18,0	-0,4	e-böcker

Forts.

Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Segerhjelm (50), Bengt Christell (34), Catrine Grimlund (16)	Bokförlaget Opal	17,4	4,1	Barnböcker
Björn Andersson (50), Erik Osvalds (50)	Svenska Historiska Media Förlag	17,2	-0,1	Facklitteratur
...	Earbooks-sfären <sup>1</sup>	15,6	-0,2	
	<i>Earbooks</i>	11,6	0,0	Ljudböcker
	<i>Ljudboksgruppen</i>	4,0	-0,2	Ljudboksdistribution- och försäljning
Skandinaviska Databöcker	Docendo	15,1	1,6	Facklitteratur
Göte Johansson	Läsförlaget Göte Johansson	14,7	0,1	Allmänlitteratur
Atlantis (50), Norstedts Förlagsgrupp (50)	Clio den historiska bokklubben	14,5	1,6	Bokklubb
Glenn Ek (50), Roger Grym (50)	Sportförlaget i Europa	13,3	0,0	Idrottslitteratur
Trygve Carlsson	T Carlsson Bokförlag	13,2	0,1	Allmänlitteratur
Familjen Strömberg	C A Strömberg <sup>14</sup>	12,7	-1,0	Idrottslitteratur
Bertil Ekerlid	Ekerlids Förlag	12,6	0,5	Allmänlitteratur
Joakim Hansson	Nordin Agency	11,3	5,6	Litterär agentur
Opal (31), Carl Hafström (24), Norstedts Förlagsgrupp (23), Saltkråkan (12)	Berghs Förlag	11,0	1,0	Barnböcker
Hans Lindberg	Årets Bilspport	10,8	1,0	Idrottslitteratur
Kerstin Aronsson (78), Bertil Falck (18)	Kabusa Böcker	10,4	0,3	Allmänlitteratur
Svenska Fotbollförbundet	Svenska Fotbollförlaget	10,4	5,2	Läromedel
Ulf Heimdahl	Informationsförlaget	9,6	0,0	Uppdragsproduktion
Per Jannersten	Jannersten Förlag	9,5	1,7	Facklitteratur
Johan Lindblad (73), Norstedts Förlagsgrupp (27)	Kakao Förlag	9,1	0,7	Facklitteratur
Stift. Juridisk Fakultetslitteratur (50), Juridiska föreningen i Uppsala (50)	lustus Förlag	8,4	1,1	Facklitteratur
Mosaikk AS	Bazar Förlag	8,2	-0,1	Allmänlitteratur
Christina Sejte	Symposion	7,3	0,3	Allmänlitteratur
New Wave Group	Kosta Förlag	7,3	-0,3	Facklitteratur
Niclas Salomonsson	Salomonsson Agency	7,3	1,5	Litterär agentur
Lars Danielsson (51), Patrik Hultberg (25), Lena Maria Nordstrand (24)	Kommunlitteratursfären	7,2	-1,1	
<i>Anna-Lena Hultberg (51), Lars Danielsson (49)</i>	<i>Bokförlaget Hegas</i>	4,5	-0,1	<i>Barnböcker</i>
	<i>Kommunlitteratur</i>	2,7	-1,1	<i>Facklitteratur</i>
Pietro Maglio (50) Lars Sundh (50)	Modernista	6,6	-0,1	Allmänlitteratur
Svante Weyler, Hr Ferdinand	Svante Weyler Bokförlag	6,5	0,3	Allmänlitteratur
Anders Ekberg	Bokförlaget Arena	6,4	-2,5	Allmänlitteratur
Marie Arvinus	Arvinus Förlag <sup>10</sup>	6,3	0,3	Facklitteratur
Nordisk Kriminalkrönike ApS	Förlags AB Weinco	6,1	-0,2	Facklitteratur
Interskol AB	Interskol Förlag	6,0	2,2	Läromedel
...	Bokförlaget Daidalos	5,8	0,7	Allmänlitteratur
...	Uppsala Publishing House	5,5	2,9	Läromedel

Forts.

Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e finansiella poster	Verksamhet
Familjen Åkertund	Artos Bokförlag	5,3	0,9	Facklitteratur
	Ordupplagsfären	5,2	-1,5	
<i>Sigge Sigfridsson och Kerstin Weigl (60), Jessica Örner (40)</i>	<i>Ordupplaget</i>	3,8	-0,5	Allmänlitteratur
<i>Sigge Sigfridsson (50), Kerstin Weigl (50)</i>	<i>Gamla Ordupplaget</i>	1,4	-1,0	Allmänlitteratur
Fanny Bergenström (50), Roberto Jequier (50)	Trio Förlag & Produktion	5,1	1,3	Facklitteratur
Familjen Wahlén	Bokförlaget Settern	5,0	0,4	Allmänlitteratur
Byggentreprenörerna	Byggförlaget	5,0	2,4	Facklitteratur
...	Allt om Hobby <sup>11</sup>	5,0	-1,0	Facklitteratur
Familjen Gidlund	Gidlunds Förlag	3,9	0,1	Allmänlitteratur
Medström Invest (50), Thomas Magnusson (50)	Medströms Bokförlag	3,8	-0,3	Facklitteratur
...	Excellent Förlag	3,8	0,5	Facklitteratur
Anna Bengtsson, Ola Wallin	Ersatz	3,7	0,1	Allmänlitteratur
Marie Ledin	Anderson E Pocket	3,6	-0,4	Pocketböcker
Läsförlaget (50), Piratförlaget (50)	Bästsäljarna	3,5	0,1	Bokförsäljning
David Stansvik	Bokförlaget Nya Doxa	3,4	0,1	Allmänlitteratur
Lars Hjalmarsen, Jörgen Högberg	Hjalmarsen & Högberg Bokförlag	3,3	0,0	Allmänlitteratur
Lantz International	Hallgren & Fallgren Studieförlag <sup>11</sup>	3,3	0,1	Läromedel

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens sammanlagda verksamhet på bokmarknaden i Sverige exklusive koncernelimineringar.

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2008.

<sup>3</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för affärsområdet Books.

<sup>4</sup> Stabenfeldts totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 87,5 respektive 4,9 MSEK.

<sup>5</sup> Egmont Kämans totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 533,6 resp. 8,0 MSEK. Bokförlagsverksamheten särredovisas inte.

<sup>6</sup> Bonnierförlagen förvärvade våren 2010 Pocketgrossisten.

<sup>7</sup> Harlequins totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 173,0 respektive 33,1 MSEK.

<sup>8</sup> De ekonomiska uppgifterna omfattar även tidskriftsutgivning.

<sup>9</sup> Bonnierförlagen förvärvade vid årsskiftet 2009/10 Kartago Mediehus.

<sup>10</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2008 (07) - 2009 (06).

<sup>11</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>12</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2008 (03) - 2009 (08).

<sup>13</sup> Atlantis ägs av Svenska Litteratursällskapet (30), Kjell och Märta Beijers stiftelse (20), Niilo Helanders stiftelse (20), Föreningen Konstsamfundet (15), Söderström & Co (15).

<sup>14</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (05) - 2010 (06).

Anm: Detaljhandelsföretag är medtagna endast i de fall de tillhör företag med förlagsverksamhet.

Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2009.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.8 Författarrättighetsbolag. Intäkter och resultat 2010 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
Erland Larsson, Joakim Larsson	Moggliden <sup>1</sup>	206,3	202,6
Familjen Nyman/Billing (59), Familjen Lindgren (41)	Saltkråkan AB – koncern <sup>2</sup>	159,3	79,0
	<i>Saltkråkan AB – moderbolag<sup>3</sup></i>	39,7	23,9
Camilla Läckberg	Camlac	30,2	8,8
Henning Mankell	Palco Media	27,7	14,6
Jonas Gardell	Jonas Gardell Produktion <sup>4</sup>	24,8	11,1
Leif G W Persson	Leif G W Persson AB	11,8	0,5
Mari Jungstedt	Next Page	9,2	2,7
Jan Guillou	Achilleus Art & Media <sup>4</sup>	6,7	-0,4
Elisabeth Marklund/Limerick Publishing	Mediahuset Altersbruk	6,2	-1,3
Johan Theorin	Theorins Texter	6,1	5,4
Alexander Ahndoril (50), Alexandra Ahndoril (50)	Green Eyes Fiction <sup>5</sup>	6,0	3,7
Sven Nordqvist (50) Eva M Ålander (50)	Nordqvist & Ålander AB	5,0	1,2
...	Steve Sem-Sandberg AB	4,9	0,9
Jan Arnald	Jan Arnald AB	4,6	3,1
Måns Gahrton	Någörlunda Art Stockholm	4,4	0,7
Mark Levengood	Hunk AB <sup>6</sup>	4,3	1,6
...	Åsa Larsson AB <sup>4</sup>	4,1	2,4
Martin Widmark	Martin Widmark AB	4,0	1,0
Gunilla Bergström	Bokmakaren	4,0	1,1
...	Kommando Ajvide <sup>7</sup>	3,1	2,0
Anders Roslund	Anders Roslund AB	3,1	1,0
Mons Kallentoft	Hard Boiled Productions i Stockholm	3,0	0,8
Börge Hellström	Ordkonstruktören i Nacka	2,9	0,8
Peter Englund	Petarden <sup>2</sup>	2,8	2,8
Helena Willis	Helena Willis AB <sup>2</sup>	2,7	1,6
Åsa Linderborg	Åsa Linderborg AB <sup>2</sup>	2,6	2,2
Kajsa Ingemarsson	Kajsa Ingemarsson AB	2,2	1,2
Mats-Eric Nilsson	Tal & Skrift	2,1	0,2

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2008 (11) – 2010 (04). Verksamheten omfattar Stieg Larssons Författarrättigheter.

<sup>2</sup> Verksamheten omfattar Astrid Lindgrens Värld AB samt Astrid Lindgrens författarrättigheter.

<sup>3</sup> Verksamheten omfattar Astrid Lindgrens författarrättigheter.

<sup>4</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (07) – 2010 (06).

<sup>5</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (05) – 2010 (06).

<sup>6</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (05) – 2010 (04).

<sup>7</sup> Verksamheten omfattar John Ajvide Lindqvists författarrättigheter.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 2.9 Företag på radiomarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
Staten	Sveriges Radio	2274,8	-4,9
Stenbecksfären	MTG <sup>1</sup>	ca 360,0	...
	<i>MTG Radio</i>	144,4	2,3
	<i>Kilohertz</i>	244,0	1,6
	<i>Intressebolag till MTG Radio</i>		
	<i>Radioindustri Xerxes i Borås</i>	4,9	-0,4
MTG (49)	<i>Radio National i Luleå</i>	4,8	1,0
MTG (49), Norrbottens-Kuriren (40)	<i>Radio National i Skellefteå</i>	1,2	-0,7
MTG (49), Norra Västerbotten (40)	ProSiebenSat.1 <sup>2</sup>	291,0	18,0
	<i>SBS Radio</i>	218,1	20,3
	<i>Radio Match</i>	56,4	0,5
	<i>SBS Radio HNV</i>	16,5	-2,8
SBS Radio (51), Dalarnas Tidningar (49)	<i>Radio Dattid</i>	8,8	3,3
NRJ SA	RBS Broadcasting	41,7	5,6
Norrköpings Tidningar Media	Norrköpings Radio & Co	21,5	4,2
Erik Roll (33), Anders Elfström (33), Roger Dackegård (33)	Filt	15,1	0,5
Li Skarin	Massa Media i Piteå	10,8	0,6
Anders Olsson	A-One Produktion	7,8	1,1
Uppsala Nya Tidning	Uppsala Musikradio City	6,0	2,1
Västerbottens-Kuriren	VK Radio	5,6	2,1
Erland Karling (33), Per Juhlin (33), Daniel Nilsson (33)	Beppo Ljudproduktion	5,3	0,5
NRJ (45)	RBG Broadcasting	4,8	0,0
Daniel Bengtsson (60), Mats Bengtsson (40)	DB Media	4,6	0,2
Petter Ljunggren, Lars Truedsson, Martin Wicklin	Tredje Statsmakten Media	4,2	0,2
Urban Björstadius (50), Tobias Svanelid (50)	Produktionsbolaget Prata	3,7	0,1
NRJ (49), Skånska Dagbladet (25)	RBM Broadcasting	3,6	0,1
Norrköpings Tidningar (60), SBS Radio (40)	Östersjöns Reklamradio	3,0	-0,1

<sup>1</sup> MTG Modern Times Group AB:s affärsområde Radio som omfattar MTG Radio i Sverige, P4 Hele Norge samt radiostationer i Baltikum redovisade intäkter och rörelseresultat på 688 MSEK respektive 80 MSEK. Verksamheten i Sverige särredovisas ej.

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser SBS Radio och dess dotterbolag exklusive koncernelimineringar.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.10 De största radioföretagens räckvidd 2010 (procent)

Ägare (Bolag)	Kanal/Nätverk	Daglig räckvidd (%) hösten 2010
Statsägd stiftelse (Sveriges Radio)	Sveriges Radio	48,3
Stenbeck (MTG Radio)	Rix FM, Bandit Rock, NRJ, Lugna Favoriter, Star FM	19,3
	<i>varav</i>	
	Rix FM	12,7
	Bandit Rock	4,5
	NRJ (Sthlm, Gbg, Malmö)	2,5
	Lugna Favoriter (Sthlm)	1,4
	Star FM (Sthlm)	0,4
SBS (SBS Radio)	Mix Megapol, Vinyl, Rockklassiker, Studio, The Voice	14,6
	<i>varav</i>	
	Mix Megapol	9,6
	Rockklassiker	3,5
	Vinyl (Sthlm)	0,9
	The Voice	1,3
	Radio 107,5 (Sthlm)	0,5

Anm: Räckvidd i procent under ett dygn i Sverige. Målgrupp 9-79 år.  
Lyssnande = lyssnat minst 5 min på en station.

Källa: TNS-Sifo Radiundersökningar, Rapport I/2011

**Tabell 2.11 Företag på marknaden för distribution av radio och television. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)**

Huvudägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
Carlyle Group och Providence Equity <sup>1</sup>	Com Hem	4 086,9	809,1
Staten	Teracom	3 408,0	483,0
	varav rörelsegren		
	Betal-TV	2 415,0	128,0*
	Radio och TV	615,0	296,0*
Telenor <sup>2</sup> (norska staten)	Canal Digital Sverige	1 767,8	-10,3
Stenbecksfären		...	...
Stenbeck/MTG	Viasat	1 398,1	246,5
Stenbeck/Tele2	Tele2 <sup>3</sup>	...	...

\* Avser rörelseresultat.

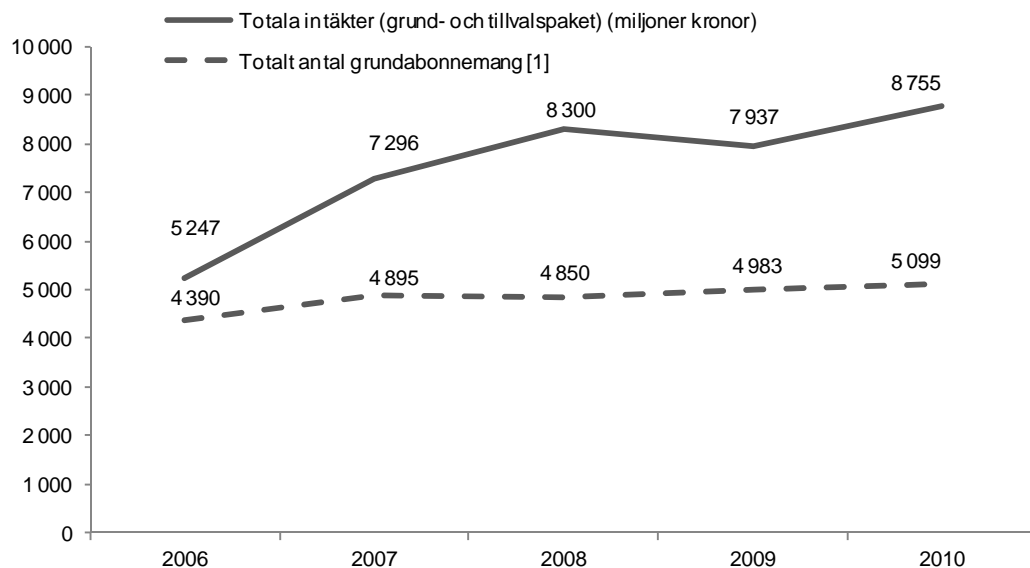
<sup>1</sup> Com Hem förvärvades sommaren 2011 av BC Partners. Affären är avhängig av Konkurrensverkets godkännande.

<sup>2</sup> Telenor bedriver även distribution av television via bredband i B2 Bredband. Denna verksamhet särredovisas inte.

<sup>3</sup> Stenbecksfären bedriver även kabel-tv-distribution i Tele2. Denna verksamhet särredovisas inte. År 2006 uppgick intäkterna till 224 MSEK.

Källor: Årsredovisningar.

**Figur 2.1 Antal grundabonnemang och intäkter för tv-tjänster 2006–2010 (antal och miljoner kronor)**



<sup>1</sup> Med abonnemang avses här ett grundpaket ("basutbud" och liknande, det första paket kunden köper) av kanaler som tillhandahålls slutkunder. Eftersom det är grundabonnemang som avses innebär det att ett hushåll som har ett analogt grundabonnemang via sin fastighetsägare och även tecknat ett individuellt abonnemang om ett digitalt grundutbud räknas såväl under analog som digital kabel-tv.

Källa: Post- och telestyrelsen(2011).

Tabell 2.12 Programföretag på tv-marknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Sfär	Företag	Intäkter		Resultat efter
		Sverige	Totalt	finansiella poster
				Totalt
Bonnier	TV4 AB – koncern	ca 4 225	5 543,1	347,7
	TV4 AB – moderbolag	2 781,2	2 464,9	186,3
	C More Entertainment	1 150,4	2 468,4	-173,7
	TV4 Sverige	493,5	493,5	186,5
	TV4 Sport AB	160,7	160,7	26,7
Staten	Sveriges Television AB	3 803,5	3 803,5	10,2
Staten	Sveriges Utbildningsradio AB <sup>1</sup>	319,8	319,8	-2,8
Stenbecksfären	MTG – Viasat Broadcasting	...	10 919,0	1 904,0*
	Affärsområde Betal TV Norden	...	4 163,0	725,0*
	Affärsområde Fri TV Skandinavien	...	3 652,0	820,0*
KKR, och Permira (88) <sup>2</sup>	ProSiebenSat.1	1 059,3	29 323,7	2 453,9
	Kanal 5 AB	1 059,3	1 059,3	266,5
Cikte Holding <sup>3</sup>	Millennium Media Group AB <sup>4</sup>	202,7	202,7	29,4
Viacom	MTV Networks AB	174,5	174,5	17,0
TF1	Eurosport Television AB	88,1	88,1	0,7
Time Warner	Turner Broadcasting System Sweden	9,0	9,0	0,5

\* Avser rörelseresultat.

<sup>1</sup> Producerar även radio.

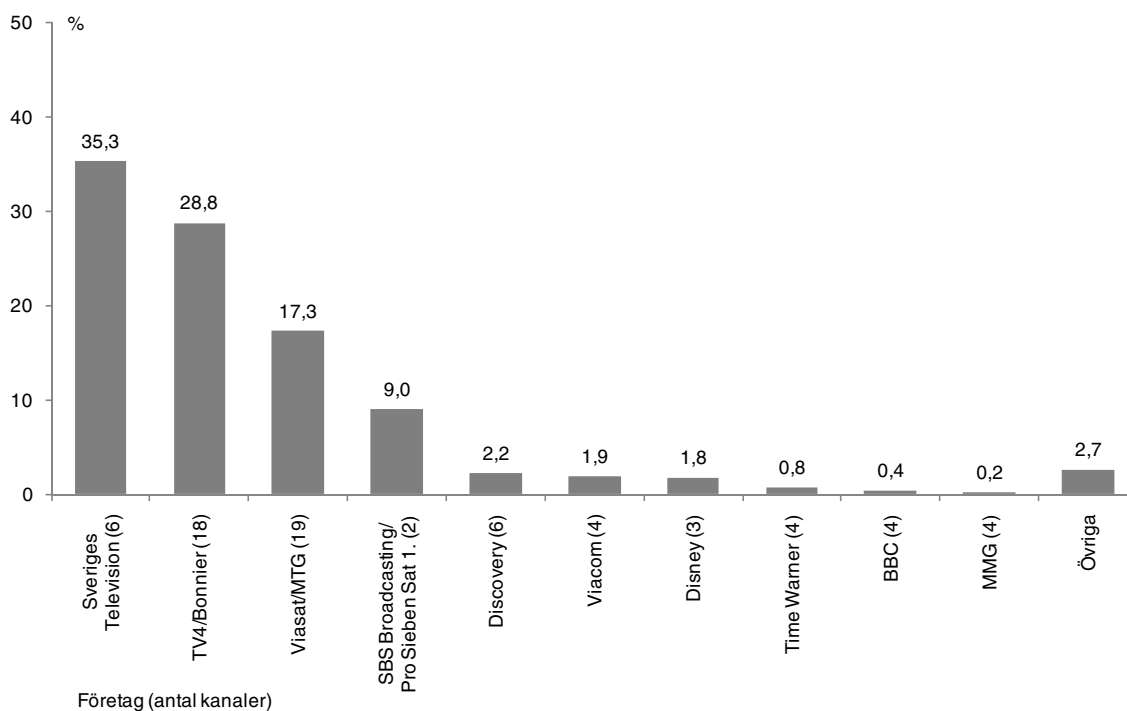
<sup>2</sup> KKR och Permira kontrollerar 88% av rösterna och 51% av aktiekapitalet i ProSieben Sat1.

<sup>3</sup> Time Warner förvärvade sommaren 2010 Millennium Media Group.

<sup>4</sup> De ekonomiska uppgifterna inkluderar filmdistribution (ca 51 MSEK).

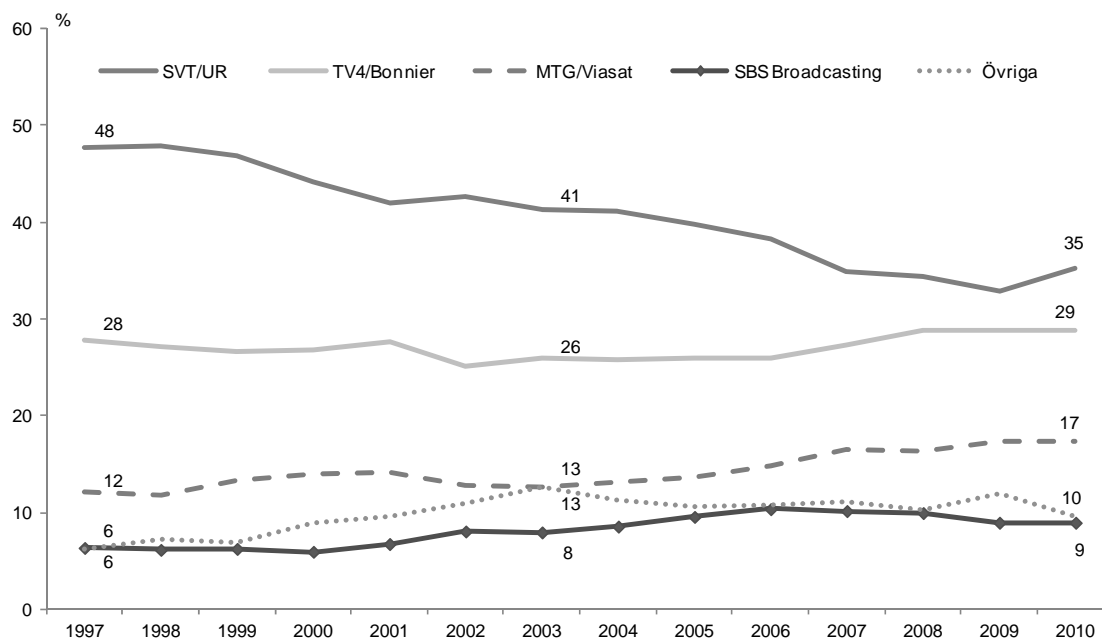
Källor: Årsredovisningar och företagens hemsidor.

Figur 2.2 De största tv-programföretagen på tv-marknaden efter tittartidsandel 2010 (%)



Källa: MMS AB (bearbetning).

Figur 2.3 De största TV-företagens andel av tittartiden 1997-2010 (%)



Anm: Figuren omfattar de kanaler som ingått i MMS offentliga redovisning av tittartid respektive år. Canal+ redovisas under Övriga 1997-2004, SBS Broadcasting 2005-2007 och TV4/Bonnier 2008-.

Källa: MMS AB (bearbetning).

Tabell 2.13 De fyra största programföretagen på den svenska TV-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2009 och 2010 (procent av tittartiden)

Kanalgrupper (antal mätta kanaler 1997/2005/2009/2010)	Tittartidsandel (%)				Differens %-enheter	
	1997	2005	2009	2010	2009-2010	1997-2010
SVT (& UR) (2/5/5/6)	47,6	39,9	32,8	35,3	2,5	-12,3
TV4 (1/5/16/18)	27,7	25,9	28,9	28,8	-0,1	1,1
MTG/Viasat (4/13/15/19)	12,0	13,7	17,3	17,3	0,0	5,3
SBS (1/6/2/2)	6,4	9,8	9,0	9,0	0,0	2,6
Övriga	6,4	10,7	12,4	9,6	1,9	3,2
Tittartid totalt (minuter)	141	146	166	166		

Källor: MMS (bearbetning), Nordicom-Sverige.

Tabell 2.14 Företag verksamma inom TV-produktion. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Ägare	Bolag	Intäkter i Sverige	Resultat efter finansiella poster
Stenbecksfären	MTG <sup>1</sup>	414,6	8,3
	<i>Strix Television Sverige</i>	377,0	12,2
	<i>Strix Drama</i>	37,5	-3,9
Shine <sup>2</sup>	Metronome Film & Television <sup>1</sup>	392,1	58,0
	<i>Meter Film &amp; Television</i>	257,8	36,7
	<i>STO-CPH Produktion</i>	97,3	12,3
	<i>Metrix Interactive</i>	20,1	3,0
	<i>Friday TV</i>	16,8	6,0
Stena Adactum (43) m fl <sup>3</sup>	MPP MediaTec Group <sup>1</sup>	347,0	-4,8
	<i>Mediatec Studios</i>	178,7	8,2
	<i>Mediatec Broadcast Sweden</i>	168,3	-13,0
De Agostino	Zodiak Television <sup>1</sup>	209,5	17,0
	<i>Jarowskij Enterprises</i>	114,9	6,5
	<i>Mastiff</i>	94,6	10,5
Eyeworks B.V	Eyeworks Scandinavia <sup>1</sup>	182,9	20,6
	<i>Eyeworks Sweden</i>	105,7	3,3
	<i>Eyeworks Gothenburg</i>	77,2	17,3
Trav & Galopp	Kanal 75	169,0	0,1
ITV	Silverback <sup>4</sup>	136,7	-22,0
Arvid Svensson AB (51), Thomas Hedberg (24,5), Anette Beijer (24,5)	Titan Television	105,3	3,2
Northern Alliance Group <sup>5</sup>	Baluba Television	96,1	11,8
Hakan Invest	Forma Publishing Group <sup>1</sup>	83,6	9,8
	<i>OTW Television</i>	34,5	4,4
	<i>OTW Sport Television</i>	23,2	2,1
	<i>OTW Sportproduction</i>	26,0	3,3
IMG	IMG (Sweden)	77,6	3,3
Svensk Elitfotboll (50), Fotbollförbundet (50)	Onside TV-Production	70,6	-4,8
Michael Hjorth (30), Johan Kindblom (30), Tomas Tivemark (30)	Tre Vänner Produktion	69,2	3,8
Bertelsmann/RTL	Freemantle Sverige	55,2	7,1
Banijay <sup>6</sup>	Nordisk Film TV-Produktion	52,5	-4,0
Jamea Holding	Johnér Bildbyrå	32,2	1,9
Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	Anagram Produktion <sup>7</sup>	26,7	-0,1
Fredrik Heining (44), Johannes Åhlund (44)	St Paul Film AB <sup>8</sup>	27,9	0,4
Bobo Ericzén Grand TV Operations	Barracuda Film & TV AB <sup>8</sup>	22,6	3,8
Ylva Axell (50), Felix Hengren (50)	FLX Film <sup>8</sup>	20,3	0,7
Erik Fågerwall (50), Jan Åsäter (50)	Filmpoint Communication <sup>9</sup>	19,6	0,8
Erik Gandini (25), Lars Rodvaldr (25), Tarik Saleh (25), Kristina Åberg (25)	Atmo <sup>1</sup>	15,3	1,5
	<i>Atmo Media Network</i>	7,7	1,5
	<i>Atmo Italia</i>	7,6	-0,1
Carl Molinder (50,5), John Nordlin (49,5)	Effi	14,9	3,5
Rolf Sohlman (...), Johan Mardell (...), Lisa Dahlberg (...)	Pampas Produktion	12,5	0,8
Anders Printz (50), Johan Eriksson (50)	Stream & Co	8,9	-1,6
Nordstjernen	Svenska Filmbolaget Axess	8,7	-9,7
...	Folke Rydén Production	8,7	-2,0

Forts.

Forts. tabell 2.14 Företag verksamma inom TV-produktion

Ägare	Bolag	Intäkter i Sverige	Resultat efter finansiella poster
Daniel Moll (50), Anders Helgeson (50)	Thelma/Louise Produktion	7,4	0,2
25 Frames Per Second	TakeOff Video	7,0	0,8
Anne-Marie Björkstedt Lindfors	Teamwork Television	5,7	0,5
Stampen (67)	Dobb Production	5,3	-0,3

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens sammanlagda verksamhet på TV-produktionsmarknaden i Sverige exklusive koncernelimineringar.

<sup>2</sup> Shine förvärvade Metronome-koncernen våren 2009 av Schibsted.

<sup>3</sup> MPP MediaTec Group ägs av Stena Adactum (43), Kenneth Paterson (19), Holtback Holding AB (14), Hans Öberg (10), Ulf Ahnstedt (10) P A Gullö AB (5).

<sup>4</sup> Silverback bytte 2011 namn till ITV Nordic Studios.

<sup>5</sup> Northern Alliance förvärvade hösten 2009 Baluba av Peter Settman.

<sup>6</sup> Banijay förvärvade hösten 2009 nordisk Film TV-Produktion av Egmont.

<sup>7</sup> Verksamheten omfattar även tv- och teaterproduktion.

<sup>8</sup> Avser 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>9</sup> Verksamheten omfattar även filmproduktion.

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2009.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	2 278,2	202,5	
	SF Bio	1 347,9	142,9	Biografer
	Svensk Filmindustri	828,9	76,2	Film- och dvd-distribution, filmproduktion
	Discshop	175,0	7,4	Dvd- försäljning
	Homeenter <sup>2</sup>	171,3	...	Filmklubbar
	SF Anytime	45,6	-13,6	Video-on-demand
	SF Media	34,5	5,0	Reklamförsäljning
	Sonet Film	13,5	-7,9	Filmproduktion
	Biograf Sture	7,7	-0,1	Biograf
KF	Pan Vision <sup>3</sup>	1 011,3	27,8	Dvd- och speldistribution
Egmont Fonden	Egmont International <sup>4</sup>	910,3	22,2	
	Nordisk Film Distribution	819,8	21,0	Film- och dvd-distribution
	Nordisk Film Post Production	84,4	-0,4	Filmbearbetning
	Nordisk Film Production Sverige	6,0	1,5	Filmproduktion
Versteegh-gruppen	Bonver Videodata <sup>5</sup>	841,7	-38,9	Dvd-, musik- spel och ljudboksdistribution
Sony	Sony Pictures Home Entertainment	385,8	55,5	Film- och dvd-distribution
News Corporation	Twentieth Century Fox <sup>4, 6</sup>	339,4	10,6	
	Twentieth Century Fox Home Entertainment <sup>6</sup>	216,2	4,8	Dvd-distribution
	Twentieth Century Fox, Sweden <sup>6</sup>	123,2	5,8	Filmdistribution
Peter Fornstam (51), Bonnier (49)	Succéfilm <sup>7</sup>	287,1	36,6	Biografer (Svenska Bio)
Time Warner	Warner Bros Entertainment Sweden	263,6	4,7	Film- och dvd-distribution
Investeringsfonder	Walt Disney & Co <sup>4,8</sup>	231,9	...	
	Walt Disney Studios Home Entertainment	181,3	...	Dvd-distribution
	Walt Disney Studios Motion Picture	50,6	...	Filmdistribution
de Agostino	Yellow Bird-koncernen <sup>4</sup>	210,4	99,1	
	Yellow Bird Productions	74,2	22,1	Filmproduktion
	Yellow Bird Millenium Rights	63,4	51,3	Filmrättighetsförsäljning
	Yellow Bird Millenium Productions	47,6	23,4	Filmproduktion
	Yellow Bird Rights	20,5	5,3	Filmrättighetsförsäljning
	Yellow Bird W-2	4,7	-3,0	Filmdistribution
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted <sup>4</sup>	202,9	-139,4	
	Sandrew Metronome Distribution Sverige	116,1	-12,1	Filmdistribution
	Sandrew Metronome International	86,8	-127,3	Filmrättighetsinköp
Viacom	Paramount Home Entertainment (Sweden)	159,4	4,8	Film- och dvd-distribution
General Electric	Universal Pictures Nordic	139,4	2,6	Dvd-distribution
Vivendi Viacom	United International Pictures AB	128,9	6,8	Dvd-distribution
Shine Group	FilmLance International	120,5	7,8	Filmproduktion
Albert Avramovic	Noble Entertainment	95,7	-24,6	Film- och dvd-distribution
Västra Götalandsregionen	Film i Väst <sup>9</sup>	93,7	-2,5	Regionalt produktions- centrum
Johan Engwall	Atlantic Försäljning	92,3	0,2	Film- och dvd-distribution

Forts.

Forts. Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Lars Angwald	Play Nöjesdistribution	89,9	1,2	Dvd- och cd-distribution
Investeringsfonder	Lovefilm International <sup>4</sup>	72,0	-3,8	
	<i>Lovefilm Sverige</i>	49,7	-4,4	Dvd- och cd-distribution
	<i>Bra Film Scandinavia</i>	22,3	0,6	Dvd-uthyrning
Cikte Holding <sup>10</sup>	Millennium Media Group <sup>4</sup>	70,9	16,2	
	<i>NonStop Entertainment</i>	50,9	15,8	Filmdistribution
	<i>NonStop Sales</i>	20,0	0,3	Filmrättighetsförsäljning
Michael Hjorth (30), Johan Kindblom (30), Tomas Tivemark (30)	Tre Vänner <sup>11</sup>	69,3	2,7	Filmproduktion
Egmont (50) Måns Hergren (17), Hannes Holm (17), Patrick Ryborn (17)	Fladen Filmrights	61,9	-0,4	Filmproduktion
Jan Blomgren (80), Anna Croneman (20)	Bob Film Sweden	60,5	3,0	Filmproduktion
...	Götafilm	42,1	1,6	Filmproduktion
ARPU Management	Swedish Film	40,2	4,0	Dvd-distribution
Lars Jönsson	Taxinge Film <sup>6</sup>	39,1	0,7	Filmproduktion
Stenbecksfären/MTG	Strix Drama <sup>11</sup>	37,5	-3,9	Filmproduktion
...	Spiltan Underhållning M AB	32,6	24,9	Filmfinansiering
Norrbottnens läns landsting och kommuner	Filmpool Nord	31,0	0,0	Regionalt produktionscentrum
Sigurjon Sighvatsson (75)	Scanbox Entertainment Sweden	28,5	1,0	Dvd-distribution
Fredrik Heining (44), Johannes Åhlund (44)	St Paul Film <sup>6</sup>	27,9	0,4	Filmproduktion
Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	Anagram Produktion <sup>12</sup>	26,7	-0,1	Filmproduktion
Pär-Magnus Almquist, Richard Liljedahl	Eurostar <sup>6</sup>	25,5	1,4	Biografer
Lasse Svensson	Eurotroll	21,9	1,9	Filmdubning
Colin Nutley	Sweetwater Production	21,7	1,8	Filmproduktion
Helena Danielsson	Hepp Film	21,4	0,3	Filmproduktion
Riksföreningen Folkets Bio	Folkets Bio	19,9	0,0	Filmdistribution
...	Stella Nova Film	19,3	2,3	Filmproduktion
Zentropa	Trollhättan Film	17,2	-0,4	Filmproduktion
Cinema Art Production (25), Viking Film (25), Bo Persson (25), Gabor Pasclor (25)	Europa Sound Production	16,6	-0,9	Ljud- och bildbearbetning
Anders Birkeland (62), Birkeland Förvaltning (33)	GF Studios	16,2	1,6	Filmproduktion
...	Hob	14,7	0,2	Filmproduktion
Malin Holmberg-Karim och Othman Karim	One Tired Brother Productions	13,0	0,0	Filmproduktion
Rolf Sohlman, Johan Mardell, Lisa Dahlberg	Pampas Produktion <sup>11</sup>	12,5	0,8	Filmproduktion
Karl Fredrik Ulfung	Breidablick Film Produktion <sup>6</sup>	10,3	0,1	Filmproduktion
Lennart Olsson Musikproduktion	KM Studio	10,1	0,2	Filmdubning
...	Drama Svecia	8,6	0,0	Filmproduktion
Karl-Axel Bohman	Hinden/Länna-Ateljéerna	8,3	7,2	Filmproduktion
Kristina Åberg (25), Erik Gandini (25), Lars Rodvaldr (25), Tarik Saleh (25)	Atmo Italia	7,6	-0,1	Filmproduktion

Forts.

Forts. Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
...	WG Film, Westman & Gertten	7,3	0,3	Filmproduktion
Gregers Dohn (33), Fredrik Morheden (33), Henrik Bastin (33)	Nostramo Stockholm	7,0	0,3	Filmklippning
...	Story	6,8	0,0	Filmproduktion
Eurolab International A/S	Eurolab Sverige	6,7	0,1	Filmtextning
Syndicate Holding	The Syndicate Entertainment	6,7	-0,9	Film- och videobearbetning
Roy Andersson	Roy Andersson Filmproduktion	6,3	-1,0	Filmproduktion
Henning Mankell	Yellow Horse Film och Teve <sup>6</sup>	6,2	30,0	Filmrättigheter
Clas Cederholm, Per Svensson, Per Åhlin	Pennfilm Studio AB <sup>6</sup>	6,1	1,2	Produktion av animerad film
Carl-Christian Åstrand	Lunatic Speed	5,6	0,3	Filmproduktion
Johan Fälemark (50), Peter Hiltunen (50)	Illusion Film & Television	5,5	-2,4	Filmproduktion

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens totala verksamhet på den svenska filmmarknaden exklusive dels koncernelimineringar, dels Homeenters och Discshops verksamhet.

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser Homeenters verksamhet på film- och musikmarknaden i Sverige.

<sup>3</sup> De ekonomiska uppgifterna avser den totala rörelsen med verksamheter i Sverige, Danmark, Finland, Norge och Baltikum. Den svenska verksamheten särredovisas inte.

<sup>4</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens totala verksamhet på den svenska filmmarknaden exklusive koncernelimineringar.

<sup>5</sup> De ekonomiska uppgifterna avser den totala rörelsen med verksamheter i Sverige, Danmark, Finland, Island och Norge. Den svenska verksamheten särredovisas inte.

<sup>6</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2009 (07) - 2010 (06).

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avser koncernen Succéfilm AB, ägd av Peter Fornstam, och som äger 51 procent av Svenska Bio HB, vilket konsolideras i Succéfilm AB.

<sup>8</sup> Sfärens intäkter och resultat i Sverige, Norge och Finland uppgick till 626,0 Mkr resp 109,7 MSEK.

<sup>9</sup> Nettoomsättningen uppgick till 11,7 Mkr och bidrag till 82,0 MSEK.

<sup>10</sup> Time Warner förvärvade sommaren 2010 Millennium Media Group.

<sup>11</sup> Verksamheten omfattar även tv-produktion.

<sup>12</sup> Verksamheten omfattar även tv- och teaterproduktion.

Anm: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2009.

Källa: Årsredovisningar.

## 3. Medieföretag

### 3.1 Aller

Carl Allers Etablissement grundades 1873 i Köpenhamn av Carl och Laura Aller. Den litografiska rörelsen utvidgades året därpå med tidskriftsutgivning. I slutet av seklet startades dotterbolag i Sverige och Norge, men redan 1879 hade en svensk utgåva av *Illustreret Familiejournal* (senare *Allers Familj-Journal*) börjat utkomma. Ett dotterförlag startades 1992 i Finland. Koncernen kontrolleras av ättlingar i fjärde och femte generationen till grundarna Carl och Laura Aller.

I Sverige har Allers expanderat kraftigt sedan 1980-talet genom både förvärv och nyetableringar. Tidskriftsförlaget Tifa med *Hemmets Veckotidning* och *Allas Veckotidning* förvärvades 1983 och *Svensk Damtidning* 1991. Allers övertog vid samma tid Åhlén & Åkerlunds plats som det ledande populärpressförlaget. Förlagets ställning som dominerande veckotidningsutgivare förstärktes ytterligare 1999 då *Året Runt* förvärvades från Bonniers. Aller övertog 2007 franska förlaget Hachettes svenska verksamhet med titlar som *Elle* och *Café*.

Kärnan i Allers svenska verksamhet utgörs av fyra familjetidningar och fyra kändistidningar med en

sammanlagd upplaga på 681 000 respektive 446 000 exemplar. Förlaget är även en betydande utgivare av specialtidningar med ett femtontal titlar, bland vilka *Må Bra* och *Femina* har störst upplaga. Även i de övriga skandinaviska länderna har Allers en mycket stark position på populärpressmarknaden. Under år 2010 sålde Aller facktidningarna i dotterbolaget Aller Business till Mentor Communication och herrtidningsförlaget Baltic Press till SAB Group.

Allers har inte som sina konkurrenter på den nordiska mediemarknaden gått in i nya branscher och länder utan hållit fast vid sin inriktning på populärpress, företrädesvis familje- och kändistidningar samt specialtidningar. Strategin att koncentrera sig på en stagnerande marknad har varit framgångsrik i så måtto att koncernen under det senaste decenniet genomgående nått en högre lönsamhet än konkurrenterna.

### Referenser

Bergquist, Sven (1994) *Allers förlag 100 år 1894-1994. En kulturhistoria*. Helsingborg: Allerföretagen; Kristianstad: ESSBE produktion AB.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.2 Bonniersfären

Trots att flera stora mediekoncerner har etablerat sig på den svenska mediemarknaden under de senaste två decennierna har Bonniersfären behållit sin ställning som landets i särklass största medieägare. På så gott som alla delmarknader hör Bonniers till de allra största aktörerna. Inom dagspress, tidskrifter, film och affärspress är sfären störst, inom böcker och television tillhör den de allra främsta. Bonnier AB bedriver en mycket bred medieverksamhet även om koncernen under 2000-talet avvecklat sina intressen på vissa områden som affärsinformation, radio, musik och läromedel.

#### Från bokförlag till mediekoncern

Bonniersfären har sitt ursprung i den bokhandels- och förlagsrörelse som Gerhard Bonnier etablerade 1804 i Köpenhamn. Sonen Albert Bonnier flyttade till Sverige och grundade 1837 ett bokförlag som utvecklades till ett av Sveriges ledande förlag. De två följande generationerna, Karl Otto Bonnier och hans söner Tor och Åke Bonnier, utvidgade verksamheten genom att ta över aktiemajoriteten i *Dagens Nyheter* 1924 samt köpa distributionsföretaget Pressbyrån 1916 och Sveriges största tidskriftsförlag Åhlén & Åkerlund 1929. Etableringen av *Expressen* 1944 och av *Dagens Industri* 1976 samt förvärvet av Svensk Filmindustri 1974 är ytterligare milstolpar i Bonniers utveckling mot en heltäckande mediekoncern.

De av familjen Bonnier helägda bolagen samlades 1951 i en koncern, Bonnierföretagen. Sedan i början av 1970-talet har Bonniers i första hand expanderat utomlands, framför allt i Norden, genom förvärv och start av bok- och tidskriftsförlag samt affärstidningar. Under 1990-talet förvärvade Marieberg (tidigare Dagens Nyheter AB) en rad dagstidningar och gick även in som största ägare i Finlands näst största medieföretag, Alma Media. Debatten om ägarkoncentration i medierna, som blossat upp 1973 inför Bonniers köp av SF, tog 1997 återigen fart sedan Marieberg och Alma Media tillsammans blivit dominerande ägare i TV4.

År 1998 övertog Bonnierföretagen det börsnoterade Marieberg, där familjen Bonnier kontrollerade cirka 75 procent av rösterna. Samtliga medieföretag i den utvidgade koncernen samlades i det nybildade Bonnier AB. Moderbolag för familjens verksamhet var 1837-1997 HB Albert Bonnier och är sedan 1998 Albert Bonnier AB, som ägs av 76 ättlingar till Karl Otto och Lisen Bonnier. Verksamheten i Bonnier AB har varit organiserad i sju affärsområden för böcker, tidskrifter, morgonpress, affärspress, television & kvällspress, underhållning samt digitalt. Från 2012 ersätts den organisationen med ett 20-tal underkoncerner som kommer att rapportera direkt till koncernledningen.

#### Stark ställning på bokmarknaden

Albert Bonniers Förlag har i mer än hundra år varit landets ledande utgivare av kvalificerad skönlitteratur. Även om konkurrensen hårdnat sedan första halvan av 1900-talet, då Bonniers dominans var mycket markant, har förlaget lyckats behålla sin starka position. Förlaget har även en omfattande och bred utgivning av fackböcker.

Bonniers har sedan 1938 haft ägarintressen i det allmänlitterära förlaget Wahlström & Widstrand, som har profilerat sig som ett medelstort förlag med inriktning på kvalificerad skönlitteratur och en bred fackboksutgivning. Bonniers tredje stora allmänlitterära förlag, Forum, startades 1944 och har sedan dess inriktat sig på utgivning av utländsk skönlitteratur och fackböcker.

Koncernens utgivning av barn- och ungdomslitteratur är sedan 1993 samlad i Bonnier Carlsen, som är landets näst största förlag på fältet efter Rabén & Sjögren. Det majoritetsägda ljudboksförlaget Bonnier Audio tillhör de ledande aktörerna på en växande marknad. Fackboksförlaget Bonnier Fakta, Bokförlaget Semic med en bred utgivning av fack- och barnböcker samt fotoboksförlaget Max Ström är andra enheter inom Bonnierförlagen. Bonnier har var även varit en av de större aktörerna på läromedelsmarknaden genom Bonnier Utbildning, som dock såldes 2011 till finländska Sanoma.

På bokklubbsmarknaden är Bonniers mycket starka med en rad av landets största bokklubbar som Bonniers Bokklubb, Svalan, Lyssnarklubben samt den majoritetsägda Månadens Bok. Bokklubbarna saluför även böcker från andra förlag men utgör givetvis en mycket viktig försäljningskanal för koncernens förlag. Landets största nätbokhandel, Adlibris, förvärvades 2005, vilket gjort att Bonniers kunnat flytta fram sina positioner i återförsäljarledet trots att bokklubbarna har redovisat vikande försäljningssiffror sedan början av 2000-talet.

De olika förlagen driver av tradition sin utgivningsverksamhet helt självständigt och konkurrerar med varandra om författare och rättigheter. Moderbolaget för den svenska bokverksamheten, Bonnierförlagen, svarar för en rad funktioner av icke utgivarkaraktär, som ekonomi och IT, för samtliga förlag. Från 2009 har även marknadsföring och information för alla förlag förutom Semic och Max Ström samlats i en gemensam marknadsavdelning. Bonnierförlagen driver även Samdistribution som distribuerar koncernens böcker till både återförsäljare och bokklubbarnas kunder. Pocketgrossisten förvärvades 2010. Företaget levererar framför allt pocketböcker från alla förlag, både inom och utom koncernen, till dagligvaruhandeln.

Sedan slutet av 1980-talet har Bonniers förvärvat en rad utländska kvalitetsförlag. I Finland där koncernen sedan 1996 äger Tammi, kommer man att

bli dominerande på det allmänlitterära fältet sedan landets största förlag, WSOY, förvärvats 2011 från Sanoma. I affärsområdet Bonnier Books ingår vidare tyska Bonnier Media, engelska Bonnier Publishing med dotterförlag i Frankrike och Australien samt det hälftenägda Cappelen Damm i Norge. Den utländska verksamheten svarade 2009 för cirka 65 procent av den totala omsättningen.

### Från veckopress till specialtidningar

Alltsedan Bonniers 1929 förvärvade landets då största veckotidningsförlag Åhlén & Åkerlund har tidskriftsutgivning spelat en mycket central roll för sfären. Förlaget var länge landets största med en andel på knappt 50 procent av populärpressmarknaden. De traditionella veckotidningarna drabbades dock av problem i slutet av 1970-talet. Flera titlar lades ner och en såldes, medan ett par andra blev månadsmagasin.

För att försöka kompensera sina veckotidningars tillbakagång satsade Bonniers alltmer på utgivning av andra typer av tidskrifter. Redan på 1940- och 50-talen hade Åhlén & Åkerlund börjat bygga upp en specialtidningsutgivning med titlar som *Teknikens Värld* och *Allt i Hemmet*. Under de följande decennierna lanserades en rad tidningar på vitt skilda områden som barn, båt, jakt, fiske och mat.

Det danska förlaget Bonnier Publications (ursprungligen Fogtdals), som Bonniers blev hälftenägare i 1970 och övertog helt 1983, har sedan 1980-talets mitt byggt upp en omfattande utgivning av specialtidningar. Tidskriftsutgivare inom små språkområden har i alla tider klagat över att marknaden inte räckt till för specialiserade magasin. Bonnier Publications lösning på problemet blev att ge ut nationella utgåvor av centralt producerade tidningar i alla nordiska länder och därigenom nå stora volymer. Förlaget har sedan modellen introducerades 1984 med lanseringen av *Illustrerad Vetenskap* i regel visat hög lönsamhet.

Bonniers hela tidskriftsverksamhet är samlad i affärsområdet Bonnier Magazines med ca 36 procent av omsättningen i Sverige. Bonnier Tidskrifter är koncernens största förlag på den svenska marknaden med en bred utgivning av alltifrån livsstilsmagasin över specialtidningar till affärspress. Förlaget lämnade 1999 definitivt familjetidningsområdet genom att sälja *Året Runt* till Allers. På populärpressmarknaden har Bonniers i stället koncentrerat sin utgivning på livsstilsmagasin för kvinnor i olika åldersgrupper, från ungdomsinriktade *Vecko-Revyn* över *Amelia* och *Tara* till *M-Magasin*, som vänder sig till en läsekrets över 50 år.

Med ett tjugotal titlar från Bonnier Tidskrifter och åtta från Bonnier Publications har koncernen en stark ställning på många av de delmarknader

som utgör specialtidningsfältet. Bland de större tidningarna kan nämnas *Allt i Hemmet*, *Family Living* och *ToppHälsa*. Bonnier Tidskrifter ger även ut några affärsmagasin som *Veckans Affärer* och *Privata Affärer*.

Bonnier Publications, med säte i Köpenhamn, ger ut specialtidningar i hela Norden, Ryssland samt Nederländerna och omsatte 2010 ca 2,15 miljarder kronor. Bonniers gick 2007 in på USA-marknaden genom att köpa ett par förlag som sammanfördes i det nybildade Bonnier Corp. Förlaget ger ut närmare 50 specialtidningar och omsätter ca 2,5 miljarder kronor.

### Dagstidningar under press

Bonniers engagemang i *Dagens Nyheter* är av mycket gammalt dato. Redan 1888 köpte Albert Bonnier sina första aktier i tidningsbolaget, 1924 blev familjen i praktiken majoritetsägare (exakt hälften av aktierna) och 1998 ensam ägare. Under mellankrigstiden gjorde Bonniers flera försök att köpa eller starta tidningar i Stockholm, men först 1944 förverkligades planerna då Dagens Nyheter AB började ge ut *Expressen*. De följande decennierna fick Bonniers flera möjligheter att förvärva ledande landsortstidningar, men propåerna avböjdes med motivering att familjen av principiella skäl inte ville äga fler tidningar.

Den nya generation som tog över ledningen i slutet av 1980-talet hyste inte samma betänkligheter som den äldre mot att engagera sig i tidningar utanför Stockholm. En rad uppmärksammade förvärv inleddes med att Marieberg 1992 köpte aktiemajoriteten i *Sydsvenska Dagbladet* som de närmaste åren följdes av förvärv av tre skånska lokala morgontidningar samt kvällstidningarna *GT* och *Kvällsposten*. De tre lokaltidningarna, *Ystads Allebanda*, *Trelleborgs Allebanda* och *Kristianstadsbladet*, såldes 2011 till Gota Media med motivering att Bonniers i fortsättningen skulle koncentrera sig på storstadspress. *GT* och *Kvällsposten* har successivt gjorts om till regionala editioner till *Expressen*. Samarbetet mellan *Dagens Nyheter* och *Sydsvenska Dagbladet* inskränker sig till ett annonsbolag, Citypaketet, som de driver tillsammans med *Göteborgs-Posten*.

Morgontidningarna har minskat i betydelse för Bonniers och svarade 2010 för 11 procent av de totala intäkterna och 20 procent av intäkterna på den svenska marknaden. *Dagens Nyheter* som under flera år visat svaga resultat bland annat som följd av minskade annonsintäkter redovisade 2010 en relativt hög vinst. Bonniers tog 2002 upp kampen med *Metro* genom att starta gratistidningen *Stockholm City*. Efter mycket stora förluster lades tidningen ner 2011. Bonniers finns kvar på gratistidningsmarknaden i Skåne genom City Skåne som drivs

tillsammans med *Helsingborgs Dagblad* och ger ut editioner i fem städer.

*Expressen* inklusive *GT* och *Kvällsposten* har minskat sin upplaga från 754 000 exemplar 1990 till 271 000 exemplar 2010. Trots den negativa upplageutvecklingen har tidningen kunnat redovisa goda resultat bland annat som följd av försäljning på tilläggsprodukter. Koncernens tidningstryckerier har samlats i ett bolag, Bold Printing Group, med verksamhet i Stockholm, Malmö och Borås.

Åhlén & Åkerlund slog 1976 samman sina facktidningar till en tvådagarsstidning för tekniker, *Dagens Industri*. Sedan tidningen omvandlats till en daglig affärstidning i början av 1980-talet började upplagan att stiga kraftigt. *Dagens Industri* har sedan dess varit mycket lönsam. Tidningen utgör basen i affärsområdet Bonnier Business Press som i övrigt består av sju utländska affärstidningar, varav alla utom danska *Børsen* har startats och/eller utvecklats av Bonniers efter Dagens Industri-konceptet.

### SF behåller ledarpositionen på en hårdnande filmmarknad

Bonniers verksamheter inom film är samlade i affärsområdet Bonnier Entertainment. SF Bio, Home Entertainment och Svensk Filmindustri är de största enskilda företagen inom gruppen.

Svensk Filmindustri förvärvades av Marieberg 1974 och övertogs 1983 av Bonnierföretagen. Verksamheten var vid köpet vertikalt integrerad och omfattade hela kedjan från produktion till distribution. Bonniers har sedan dess kontinuerligt försökt anpassa verksamheten till de förändringar filmbranschen genomgått. Singelbiograferna har i stor utsträckning ersatts av multibiografer, som i de större städerna marknadsförs under varumärket Filmstaden. SF Bio har en marknadsandel på 66 procent och driver 246 salonger i 22 städer. Bolaget är dessutom hälftenägare i Svenska Bio med 113 salonger i företrädesvis mindre orter.

På produktionssidan hör Svensk Filmindustri till de större aktörerna med ett par spelfilmer per år. På filmdistributionsmarknaden möter bolaget hård konkurrens av flera stora amerikanska filmbolag lagt över sin distribution till egna dotterbolag. Även på dvd-marknaden har flera starka aktörer tillkommit men Svensk Filmindustri har fortsatt att höra till de större distributörerna.

### Television nytt stort kärnområde

För Bonniers som sedan förra seklets början alltid varit intresserad av att gå in på de nya mediemarknader som har öppnats, var det givetvis lockande att engagera sig på i de kommersiella radio- och tv-bolag som startades i början av 1990-talet. På

radioområdet byggde koncernen upp ett nätverk, Mix Megapol, som efter betydande förluster såldes till SBS Radio i mitten av 00-talet.

På tv-sidan fanns det ett politiskt motstånd mot att Bonniers ytterligare skulle stärka sin position på mediemarknaden. I TV4:s sändningstillstånd stipulerades att "ägarförhållandena och inflytandet i TV4 får inte i sin helhet påtagligt förändras så ägarkoncentrationen inom medierna ökar" vilket tolkades som att regeringen inte önskade se Bonniers som delägare.

Via två affärer 1997 kom dock Bonniers, trots regeringens kritik, att engagera sig i TV4 och få ett dominerande inflytande i företaget. Efter att ha slagit tillbaka Schibsteds framstöt att ta över TV4 och finska Alma Media kom Bonniers efter flera transaktioner att 2007 bli ensam ägare till TV4 och finska MTV3. Positionen på tv-marknaden stärktes ytterligare 2008 då koncernen förvärvade C More Entertainment som driver Canal+ i Norden.

Bonniers hade tidigare intressen på tv-produktionsmarknaden som koncernen dock lämnade helt 2005. Våren 2011 aviserade Bonnier Broadcasting att man skulle starta ett nytt produktionsbolag, Scandinavian Studios. Det uttalade motivet för koncernens återkomst till marknaden var att TV4 i likhet med sina främsta konkurrenter borde ha tillgång till ett eget produktionsbolag. Sammantaget har television kommit att bli Bonniers viktigaste enskilda område som 2010 svarade för cirka 28 procent av koncernens totala omsättning

### Ägarinflytande på styrelsenivå

Bonnier AB har en utomordentligt stark ställning på den svenska mediemarknaden, både mätt i bredd och marknadsandelar. På en rad delmarknader är koncernen den störste aktören; det gäller allmänlitteratur, bokklubbar, nätbokhandel, biografbesök, dagspress, affärspress och specialtidningar. På andra områden som television, populärpress, hyr- och köp-dvd, och filmproduktion hör sfären till de ledande. Bonniers bredd och styrka på den totala mediemarknaden i ett land har få motsvarigheter ute i världen.

Ägarnas roll och inflytande i medieföretagen har i många år varit en mycket omdiskuterad fråga. Från ägarhåll brukar det hävdas att ägarna i praktiken inte har något inflytande alls över det dagliga innehållet i medierna. Många av de beslut som ägarna fattar i företagsstyrelserna kan dock indirekt påverka mediernas innehåll, det kan gälla företagets policy, strategi, investeringar och resursfördelning, men kanske framför allt tillsättningen av de ledande befattningshavarna. En ägare som är representerad i många olika medieföretags styrelser kan därigenom sammantaget utöva ett betydande inflytande på en

mediemarknad, även om makten över varje enskilt företag är litet. Bonniers påverkar exempelvis från styrelseposition tillsättningen av chefer för ungefär hälften av de centrala opinionsbildande redaktionerna i landet och likaså redaktionsledningarna för hälften av de nationellt verkande nyhetsredaktionerna.

### Bred verksamhet i hård konkurrens

Trots sin starka position på mediemarknaden är Bonnier AB en koncern som brottas med problem. Sfarens kvällstidningar har sedan 1990 förlorat nära två tredjedelar av sin upplaga. Morgontidningarna pressas svårt av vikande annonskonjunkturen, gratistidningar och andra expansiva konkurrenter på reklammarknaden. De flesta typer av tidskrifter redovisar fallande upplagor.

Bonniers har också på en rad fält blivit utsatt för en allt hårdare konkurrens. *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet* har i Schibsted fått en mediekunnig ägare. *Dagens Nyheter* har mött en ny och svårbemästrad konkurrens på sin hemmamarknad i form av *Metro*. På bokmarknaden har KF genom olika fusioner skapat en stark konkurrent inom såväl bokförsäljning som utgivning av allmänlitteratur. Koncernen har lämnat gratistidnings- och läromedelsmarknaderna, där *Metro* respektive *Liber* har en mycket stark position.

Platsen som främsta veckotidningsförlag tvingades Bonniers redan på 1980-talet lämna till Allers. På specialtidningsområdet har Bonniers de senaste åren

mött motstånd från flera förlag som genom förvärv och nylanseringar flyttat fram sina positioner som exempelvis Allers, Egmont, LRF Media och Forma Publishing. På radiosidan sålde Bonniers sin rörelse till SBS Radio efter en hård och kostsam kamp med framför allt MTG.

Bonniers hade tidigare en mycket tydlig strategi för sin expansion. I första hand satsade koncernen på att etablera sig i grannländerna inom sina kärnområden, bok- och tidskriftsutgivning och affärstidningar samt att i Sverige gå in på de nya marknader inom radio och tv som öppnade sig genom avregleringen. Sedan mitten av 00-talet har Bonniers i likhet med flera andra stora mediekoncerner bytt strategi. I stället för att engagera sig mycket brett har man lämnat vissa mer perifera fält för att stärka ställningen inom vissa kärnområden. Under 2000-talet har tillväxten i absoluta tal varit störst i Sverige, framför allt på grund av de stora förvärven på tv-området. I utlandet har ökningen av omsättningen uppgått till 126 procent, medan den i Sverige stannat vid 57 procent.

### Referenser

- Sundin, Staffan (1996) *Från bokförlag till mediekoncern. Huset Bonnier 1909-1929*. Göteborg: Göteborgs universitet, Ekonomisk-historiska institutionen.
- Sundin, Staffan (2002) *Konsolidering och expansion 1930-1954. Bonniers – en mediefamilj*. Stockholm: Bonnier: Institutet för ekonomisk historisk forskning vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.3 Com Hem

Televerket (sedermera Telia) började 1983 att bygga upp en kabel-tv-verksamhet som kom att bli embryot till Com Hem. Rörelsen växte snabbt i takt med anläggningen av nya kabel-tv-nät och Telia kom att bli den största aktören på marknaden. Vid millennieskiftet hade Telias kabel-tv-bolag, som då bytt namn till Com Hem, cirka 1,4 miljoner anslutna hushåll. År 2003 tvingades dock Telia sälja Com Hem för att EU skulle godkänna samgåendet med finländska Sonera. Köpare var EQT, riskkapitalbolag i Wallenbergsfären, som i sin tur sålde bolaget vidare år 2006 till två internationellt verksamma riskkapitalbolag, Carlyle Group och Providence Equity Partners. Dessa bolag avyttrade sommaren 2011 Com Hem till ett annat riskkapitalbolag, BC Partners. Affären kräver dock ett godkännande av Konkurrensverket.

Com Hem förstärkte 2006 ytterligare sin redan starka ställning på kabel-tv-marknaden genom

att fusionera med den näst största aktören, UPC Sverige. Com Hem har 1,76 miljoner anslutna hushåll i sitt kabelnät motsvarande cirka 40 procent av alla landets hushåll. Koncernens andel av den svenska kabel-tv-marknaden uppgår till över 80 procent. Ett försök 2011 att förvärva den främsta konkurrenten Canal Digital Kabel-TV stoppades av Konkurrensverket. Kunderna erbjuds förutom tv även tillgång till bredband, telefoni och triple play. Hösten 2011 kommer Com Hem att lansera en egen 24-timmarsnyhetskanal i sitt basutbud.

#### Referenser

Pressmeddelanden 2011-06-20 och 2011-07-25 från Com Hem AB.

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.4 Egmont

Grundstenen till Gutenberghus (nuvarande Egmont) lades 1878 då Egmont M Petersen startade ett tryckeri. Vid sekelskiftet utvidgades verksamheten med utgivning av veckotidningar bland annat *Hjemmet*, som även började ges ut i en norsk och svensk version (*Hemmets Journal* 1921). Ett avtal tecknades 1948 med Walt Disney om utgivningsrätten på den skandinaviska marknaden till Donald Duck och andra seriefigurer. Gutenberghus fick 1963 rätten att på licensbasis utveckla nya Disney-serier. Koncernen är sedan 1920 helägd av stiftelsen Egmont Fonden.

#### Barnunderhållning för hela världen

Med Disney-produkterna som bas har Gutenberghus (sedan 1992 Egmont) sedan 1980-talet etablerat barnboks- och serietidningsförlag i en lång rad länder. År 1992 förvärvades Danmarks ledande filmbolag Nordisk Film. Egmont och Orkla slog 1993 samman sin tidskriftsutgivning i Norge och skapade landets största tidskriftsförlag, Hjemmet Mortensen, som 2009 övertogs helt av Egmont.

Egmont har en bred verksamhet i Norden som omfattar de flesta medieområden förutom dagspress. Koncernen tillhör de ledande tidskriftsutgivarna i alla de tre skandinaviska länderna. Barnböcker och serietidningar ges ut i hela Norden. Danska Lindhardt og Ringhof och norska Cappelen Damm, till lika delar ägt av Egmont och Bonniers, tillhör de största bokförlagen på sina respektive marknader. Nordisk Film är det största och mest integrerade filmbolaget på den nordiska filmmarknaden med produktion, efterbearbetning, distribution och biografier. På tv-marknaden är Egmont hälftenägare i norska TV2.

Utanför Norden är Egmont verksam i ett tjugofemtal länder som utgivare av böcker och tidningar för barn och ungdomar. Basen utgörs av licensutgivning av Disneys produkter i tryckta medier, men koncernen ger även ut en rad andra produkter i samarbete med internationella mediekoncerner.

Under 2000-talet har koncernen växt något mer i de nordiska länderna än i övriga världen.

#### Bred verksamhet i Sverige

I Sverige tillhör Egmont med en omsättning 2010 på 1,7 miljarder kronor de stora aktörerna på flera marknader. Egmont Tidskrifter är ett av de största förlagen på tidskriftsmarknaden. Förlaget var tidigare helt inriktat på populärpress men genom förvärvet av Hjemmet Mortensen och ett par andra förlag är man nu även en betydande utgivare av specialtidningar. Egmont Kärnan är helt dominerande på den vikande serietidningsmarknaden och har även en stor utgivning av barnböcker.

Nordisk Film Distribution är en av landets största film- och dvd-distributörer. Egmont har i likhet med flera andra mediekoncerner de senaste åren valt att koncentrera sin verksamhet till några kärnområden och har avyttrat bokförlaget Damm, som var inriktat på underhållningslitteratur, samt tv-produktionsbolaget Nordisk Film TV-Produktion.

Egmont har använt två skilda utvecklingsstrategier på den skandinaviska respektive europeiska marknaden. Koncernen byggde tidigt upp en skandinaviskt baserad veckotidningsutgivning, som efter kriget kompletterades med serietidningar och böcker samt på 1990-talet med film- och videodistribution. Utanför Skandinavien har Egmont koncentrerat sig på *en* nisch, nämligen tidningar och böcker för barn och ungdomar. Egmont har därigenom kommit att bli ett av de mest internationellt inriktade av de nordiska medieföretagen med endast knappt 30 procent av sin omsättning på den danska hemmamarknaden.

#### Referenser

- Nationalencyklopedin.  
 Larsson, Lisbeth (1989) *En annan historia. Om kvinnors läsning och svensk veckopress*. Stockholm/Stehag: Symposion.  
 Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.5 KF Media

Kooperativa förbundet har bedrivit medieverksamhet sedan förra sekelskiftet och är sedan slutet av 1980-talet en av de stora aktörerna på den svenska mediemarknaden. På bokmarknaden har koncernen med förlag på hela det allmänlitterära fältet samt landets största bokhandelskedja kommit att bli en med Bonniers jämbördig konkurrent.

När Kooperativa Förbundet bildades 1899 var ett av målen att rörelsen skulle bidra till att fylla medlemmarnas kulturella behov. KF började redan de första åren ge ut handböcker och olika småskrifter. Verksamheten samlades 1926 i KF:s Bokförlag som utvecklades till ett allsidigt förlag. Rabén & Sjögrens Förlag förvärvades 1948. Förlaget hade 1945 antagit Astrid Lindgrens manuskript till *Pippi Långstrump*, som hade refuserats av Bonniers. De två KF-ägda förlagen fusionerades 1959 under Rabén & Sjögrens namn. Med Astrid Lindgrens böcker som bas utvecklades Rabén & Sjögren till det ledande kvalitetsförlaget för barn- och ungdomslitteratur, samtidigt som det hade en bred utgivning av skönlitteratur och fackböcker. Medlemstidningen *Konsumentbladet* som startades 1913 utvecklades successivt till en familjetidning och bytte 1936 namn till *Tidningen Vi*, som fortfarande utkommer, numera som månadstidning.

KF gick 1987 även in i detaljhandelsledet på bokmarknaden genom att förvärva Akademibokhandelskedjan som under de följande åren expanderade genom köp av boklådor över hela landet. Det stora allmänlitterära förlaget Norstedts förvärvades 1997 från Wolters Kluwer.

### Stark position på bokmarknaden

Bokförlagsverksamheten är samlad i underkoncernen Norstedts Förlagsgrupp. Utgivningen bedrevs tidigare under flera olika förlagsnamn med skilda profiler men är sedan 2009 koncentrerad till två enheter, Norstedts med bred allmänlitterär utgivning och Rabén & Sjögren som är ledande utgivare av barn- och ungdomslitteratur. Förlagsgruppen driver fyra helägda bokklubbar, varav den tidigare delägda Böckernas Klubb förvärvades helt 2010, och är delägare i tre större klubbar, Barnens Bokklubb, Clio och Månadens Bok.

Akademibokhandelsgruppen har en andel på cirka 40 procent av bokhandelsmarknaden och cirka 15 procent av den totala bokmarknaden. Företaget är med 66 boklådor representerade i de flesta större städer. Akademibokhandeln har under flera år redovisat stora förluster. KF förvärvade 1998 internetbokhandeln Bokus, som hade startats året innan. Bokus drivs under eget varumärke men är sedan 2009 företagsmässigt integrerad i Akademibokhandelsgruppen.

Norstedts förlagsgrupp, Akademibokhandeln, Bokus samt Coops bokförsäljning fördes 2011 samman i KF Media. Avsikten är att enheterna som tidigare drivits oberoende av varandra ska samverka och därigenom stärka KF:s ställning på bokmarknaden.

KF har även en omfattande verksamhet inom interaktiva medier under namnet Pan Vision inriktat på distribution och marknadsföring av video/dvd och spel.

### Referenser

- Rabén, Sjögren och alla vi andra: femtio års förlagshistoria* (1992) under red. av Bohlund, Kjell Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Svensk Bokhandel* 2011-06-02.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.6 Mittmedia

Mittmedia-koncernen har genom en rad företagsförvärv mer än tredubblat sin omsättning mellan 1995 och 2010 från 470 till 1 580 miljoner kronor. Grunden utgjordes av den liberala tidningen *Gefle Dagblad* som startades 1895. Företaget Gefle Dagblad AB utvecklades till en koncern 1971 då *Ljusnan* förvärvades. Ett köp som följdes av en rad andra, *Sundsvalls Tidning* (1985), *Örnsköldsviks Allebanda* (1985) och *Västernorrlands Allebanda* 1997. Koncernen (från 2003 under namnet Mittmedia Förvaltnings AB) deltog i det konsortium som 2005 köpte Centertidningar, på Mittmedias lott föll tre tidningar i Hälsingland samt *Östersunds-Posten*.

Efter millennieskiftet har Mittmedia övertagit samtliga socialdemokratiska tidningar i södra Norrland. Arbetarrörelseägda *Nya Norrland* slogs 2000 samman med *Västernorrlands Allebanda* och bildade *Tidningen Ångermanland* med en liberal och en socialdemokratisk ledarsida. I Gävle, Sundsvall och Östersund förvärvades de socialdemokratiska tidningarna *Arbetarbladet* (2003), *Dagbladet* (2004) respektive *Länstidningen* (2006). År 2008 gick Mittmedia utanför Norrlands gränser och förvärvade av familjen Bengtsson en av landets största lokaltidningar, *Dalarnas Tidningar*. Sammantaget har koncernen en utomordentligt stark ställning i sin region, ensam utgivare av flerdagarstidningar i de tre södra Norrlandslänen samt dominerande tidningsägare i Dalarna.

Mittmedia Förvaltnings AB ägs av två liberala stiftelser, Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70 procent) och Stiftelsen Pressorganisation (30 procent). Under senare år har koncernledningen arbetat målmedvetet mot att samordna verksamheten på både koncern- och ortsnivå för att därigenom försöka utvinna stordriftsfördelar. Tryckningen av samtliga tidningar har lagts i dotterbolaget Mittmedia Print, som dessutom genererar cirka 100 miljoner kronor i externa intäkter. Funktioner som inte är lokal kärnverksamhet, som administration, ekonomi, IT, kundcenter och annonsproduktion har centraliserats. På det redaktionella fältet har samarbetet mellan ortskonkurrenterna successivt byggts ut. I Gävle har *Gefle Dagblad* och *Arbetarbladet* gemensamma sport- och fotoavdelningar. *Östersunds-Posten* och *Länstidningen* driver en gemensam sportsajt. *Tidningen Ångermanland* och *Örnsköldsviks Allebanda*, som har skilda spridningsområden, har ett omfattande samarbete med gemensam redaktion. Mittmedia samarbetade med Stampen och Eskilstuna-Kuriren vid köpet av Centertidningar. Företagen har fortsatt sin samverkan bland annat i det gemensamt ägda utvecklingsbolaget Mktmedia.

#### Referenser

Nationalencyklopedin.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.7 Norrköpings Tidningar Media (NTM)

*Norrköpings Tidningar*, grundad 1758, är landets äldsta alltjämtutkommande dagstidning. Bolaget Norrköpings Tidningar AB ägs sedan 1947 av Erik och Asta Sundins stiftelse. Västerviks-Tidningen införlivades 1962. Verksamheten visade under många år hög lönsamhet med följd att det egna kapitalet växte successivt och lade grunden för en stark expansion som inleddes 1999 med förvärv av den moderata *Gotlands Allehanda* och den av arbetarrörelsen och centerrörelsen gemensamt ägda *Gotlands Tidningar*. De inköpta tidningarna sammanfördes i ett bolag, Gotlandspress (nu Gotlands Media), men behöll sin redaktionella självständighet (se även 2.2). Året därpå förvärvades konkurrenten i Norrköping, *Folkbladet*, som drivs vidare i ett separat bolag enligt en modell som kom att bli mönsterbildande för en rad transaktioner med socialdemokratiska tidningar.

*Norrbottens-Kuriren*, som ägdes av en lokal moderat stiftelse, övertogs 2002. Nästa steg togs 2007 då aktiemajoriteten i *Norrländska Socialdemokraten* förvärvades. Tidningarna fördes samman i ett nybildat bolag, Norrbottens Media, där den lokala arbetarrörelsen har en stor minoritetspost. På det redaktionella fältet fortsätter tidningarna att konkurrera med varandra medan man på övriga områden, som administration, teknisk produktion och annonsförsäljning, strävar mot att samordna verksamheten och därigenom nå stordriftsfördelar.

Den andra stora tidningen i Östergötland, *Östgöta Correspondenten*, som varit i släkten Ridderstads ägo sedan 1842, förvärvades 2008. I samband med

affären bildades Norrköpings Tidningar Media AB (NTM), som blev den rörelsedrivande koncernen, medan Norrköpings Tidningar AB blev ett renodlat ägarbolag. Norrköpings Tidningars och Östgöta Correspondentens rörelser fördes 2009 samman i Östgöta Media.

År 2010 gick NTM in som ägare i ytterligare en stor lokaltidning, då hälften av aktierna i AB Upsala Nya Tidning förvärvades. Den tidigare ägaren Axel Johanssons stiftelser behåller den andra hälften. Vid köpen av *Östgöta Correspondenten* och *Upsala Nya Tidning* har säljarna erhållit aktieposter i NTM, som sedan 2010 ägs av Norrköpings Tidningar AB (ägt av Erik och Asta Sundins stiftelse) 70 procent, Axel Johanssons Förvaltning AB 20 procent och AB Ridderstads Stiftelseförvaltning 10 procent.

Flera av NTM:s tidningar har de senaste åren startat lokala tv-kanaler i Norrköping, Linköping, Luleå och Uppsala som sänds via internet och det digitala marknätet. Koncernen planerar att hösten 2011 starta en nyhetsbyrå som ska serva alla tidningar med material framför allt för webben.

Sammanfattningsvis tredubblade koncernen sin andel av den totala dagspressupplagan från 2,2 procent 1998 till 6,6 procent 2010 och under samma tid femdubblades omsättning från 350 miljoner kronor till 1,75 miljarder kronor. Koncernen som har en moderat stiftelse som huvudägare, ger efter alla förvärv ut tidningar med vitt skilda politiska beteckningar, alltifrån moderat och borgerlig, över liberal och centerpartistisk till socialdemokratisk.

#### Referenser

Nationalencyklopedin.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.8 ProSiebenSat.1

Den tyska mediekoncernen ProSiebenSat.1 är med en omsättning 2010 på 28,6 miljarder kronor en av de större aktörerna på de europeiska mediemarknaderna. Av omsättningen genererades 70 procent från verksamhet i de tyskspråkiga länderna och 13 procent i Norden. Större delen av verksamheten i Belgien och Nederländerna såldes våren 2011.

ProSiebenSat.1 trädde in på den svenska marknaden 2007 i samband med att koncernen förvärvade SBS Broadcasting. Det största företaget är Kanal 5 AB med två tv-kanaler. Kanal 5 tredubblade sin andel av den totala tittartiden från 3 procent 1994 till 9 procent 2005, därefter har andelen gått ner till 7 procent 2010. Bakom den snabbt växande tittartiden låg en medveten strategi att med ett mycket underhållningsinriktat utbud försöka nå den för annonsörerna attraktiva yngre publiken. Kanal 9 lanserades 2007 och nådde relativt snabbt en publik, vilket gjort att koncernen på företagsnivå lyckats behålla sin marknadsandel på 9 procent.

I köpet av SBS ingick även C More Entertainment som driver Canal+-kanalerna i de nordiska länderna.

Detta företag såldes dock till Bonniers 2008, eftersom det inte passade in i ProSiebenSat.1:s strategi att koncentrera sig på reklamfinansierade kanaler och inte verka på marknaden för premiumkanaler. Koncernen etablerade sig 2010 på den svenska tv-produktionsmarknaden genom att starta produktionsbolaget Snowman.

På den kommersiella radiomarknaden är ProSiebenSat.1 genom SBS Radio en av två stora aktörer. Sedan 2003 har SBS Radio kraftigt stärkt sin ställning på marknaden genom flera stora förvärv. Bolaget kontrollerar 54 sändningstillstånd för privat lokalradio, varav 35 ingår i nätverket Mix Megapol och 16 i Rockklassiker. Den totala räckvidden för SBS Radios stationer uppgick våren 2011 till 15 procent. Företaget kommer att ytterligare flytta fram sina positioner på radiomarknaden 2013 då SBS Radio tar över ansvaret för program och reklamförsäljning för NRJ:s 20 sändningstillstånd från MTG Radio.

#### Referenser

Årsredovisningar, delårsrapporter och hemsidor för berörda företag.

### 3.9 Schibsted

Den norska mediekoncernen Schibsted etablerade sig i mitten av 1990-talet som en av de största medieägarna i Sverige. Med sina stora intressen inom främst dagspress är Schibsted omsättningsmässigt ungefär lika stor på den svenska mediemarknaden som den i debatten och medierna betydligt mer uppmärksammade Stenbecksfären

Schibstedkoncernen har sitt ursprung i ett boktryckeri som Christian Schibsted startade 1839. Rörelsen utvidgades 1860 då *Christiania Adresseblad* (från 1861 *Aftenposten*) började utges. Under sonen Amandus Schibsteds ledning utvecklades *Aftenposten* till Norges ledande tidning och började i slutet av 1800-talet att ges ut i en morgon- och en eftermiddagsedition (sedan 1989 redovisad som en separat tidning *Aften*, nu tredagarstidning). Schibsted övertog 1966 eftermiddagstidningen *Verdens Gang* som omvandlades till en riksspridd tabloid med *Expressen* som förebild. Det medelstora bokförlaget Chr Schibsteds Forlag kompletterade verksamheten.

Schibsted introducerades på börsen 1992 och inledde samtidigt en snabb expansion. Koncernen gick in på nya marknader som television och film samtidigt som den etablerade sig i utlandet. På tv-området blev Schibsted delägare i norska TV2, svenska TV4 och finländska Alma Media samtidigt som man förvärvade och utvecklade tv-produktionsbolaget Metronome Film & Television. Schibsted hade även stora intressen på filmmarknaden. Sedan Bonniers 2005 hade lyckats stoppa Schibsted planer på att ta över TV4 och Alma Media bytte koncern strategi. Intressena på tv- och filmmarknaderna avvecklades och i stället beslöt man att satsa på det gamla kärnområdet, dagspress och komplettera det med ett nytt område, rubrikannonsering.

Schibsted gick in på en delvis ny marknad 2003 då rubrikannonserföretaget Blocket förvärvades. En stor koncern med rubriktjänster i Sydeuropa och Latinamerika köptes några år senare. All verksamhet av denna typ har samlats i underkoncernen Schibsted Classified Media som är störst i Europa på rubrikannonsering och är verksam i ett drygt tjugotal länder över hela världen.

På den norska dagspressmarknaden stärkte Schibsted sin starka ställning ytterligare 2009 då fyra av landets största morgontidningar, *Aftenposten*, *Bergens Tidende*, *Stavanger Aftenblad* och *Fædrelandsvennen* samlades i koncernen Media Norge med Schibsted som majoritetsägare. Bolaget fusionerades in i Schibsted våren 2011. I Estland driver koncernen ett par stora tidningar och den största tv-kanalen.

### Koncentration på dagspress och online i Sverige

Schibsted förvärvade 1996 49,9 procent av aktierna i *Aftonbladet*. År 2009 ökade ägarandelen till 90,1 procent. Redan vid första köpet övertog emellertid koncernen det operationella ansvaret för tidningen. Den tidigare ägaren LO har behållit en minoritetspost samt rätten att utse ledningen för de opinionsbildande avdelningarna. *Aftonbladet* passerade kort tid efter övertagandet *Expressen* som landets största tidning och har sedan dess genomgående varit mycket lönsam.

Aktiemajoriteten i *Svenska Dagbladet* övertogs 1998. Schibsted blev genom förvärven Sveriges näst största dagspressutgivare med numera 16 procent av den totala upplagan. *Svenska Dagbladet* har under 2000-talet genomgått en omfattande redaktionell förnyelse som bidragit till den är en av de få dagstidningar som ökat sin upplaga under decenniet. Efter att under många år gått med stora förluster har tidningsföretaget sedan början av 2000-talet de flesta år redovisat positiva resultat.

Under 2000-talet har Schibsted byggt upp en omfattande verksamhet med online-tjänster. Störst är Blocket som varit utomordentligt lönsamt med nettomarginaler på över 55 procent de senaste fyra åren. Andra populära sajter är Hitta, Mötesplatsen, Byt Bil och Prisjakt. Bolagen bakom tjänsterna har genomgående visat mycket goda resultat.

De flesta av koncernens företag på den svenska marknaden samlades 2009 i underkoncernen Schibsted Sverige. Företagen hade redan tidigare samarbetat med varandra bland annat genom att styra trafik till varandras sajter, en samverkan som koncernledningen hoppas kunna utveckla inom den nybildade underkoncernen. Flertalet av de svenska dotterbolagen har exempelvis samlats på samma plats i centrala Stockholm.

Schibsted kvarvarande verksamhet på svenska filmmarknaden, distributions- och rättighetsbolaget Sandrew Metronome, är (hösten 2011) till salu. På bokområdet återstår ett litet bokförlag. Koncernen har sammanfattningsvis minskat sin bredd för att i stället satsa på två kärnverksamheter, dagspress och online-tjänster.

### Stiftelse kontrollerar koncernen

Ättlingar till grundaren kontrollerade Schibsted fram till mitten av 1990-talet. Därefter var Tinius Nagell-Erichsen från den tidigare ägarfamiljen den i särklass största ägaren genom sitt bolag Blommenholm Industrier som kontrollerade 26,1 procent av aktierna i Schibsted. Efter Nagell-Erichsens död

2007 övertog hans fyra barn Blommenholm till lika delar. Den enda röstberättigade aktien i Blommenholm hade han dock överfört till Stiftelsen Tinius, som därigenom kontrollerar hela koncernen. Familjen har inget inflytande över stiftelsen som leds av en styrelse på tre personer som grundaren utsett och som förnyar sig själv. De övriga större ägarna

i Schibsted utgörs av fonder som inte spelat någon aktiv ägarroll.

### Referenser

Nationalencyklopedin.

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.10 Stampen

*Göteborgs-Posten* grundades 1859 som liberalt organ av David Felix Bonnier. Han sålde tidningen 1872, som därefter kom att byta både ägare och politisk linje vid flera tillfällen. I samband med en svår ekonomisk kris övertogs tidningen 1926 av journalisten Harry Hjärne, som förnyade tidningen i grunden. Upplagan ökade snabbt och redan 1932 *Göteborgs-Posten* blev störst i staden. Sedan *Ny Tid* och *Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning* lags ned 1963 respektive 1973 och *Göteborgs-Posten* förvärvat *Göteborgs-Tidningen (GT)* 1973 fick Hjärnesfären en mycket stark ställning på den västsvenska tidningsmarknaden. I slutet av 1980-talet blev Harry Hjärnes sonson Peter Hjärne majoritetsägare i företaget som samtidigt bytte namn till Tidnings AB Stampen (från 2006 Stampen AB).

Stampen gjorde under 1990-talet flera olika försök att vidga sitt verksamhetsfält. Koncernen var drivande bland de landsortstidningar som byggde upp radionätverket Rix. Försöket att skapa en journalistiskt inriktad lokalradio misslyckades dock. Av Stampens engagemang på radioområdet återstår endast en minoritetsandel i SBS Radio som 2009 övertog koncernens radiostationer, som ditintills ingått i MTG:s nätverk Rix FM men nu togs in i Mix Megapol-nätet.

En annan och mer framgångsrik utvecklingslinje för Stampen har varit att satsa på sin gamla kärnverksamhet, utgivning av morgontidningar. Bohuslänningen förvärvades 1997, samma år som kvällstidningen GT såldes till Bonniers. Några år i mitten av 00-talet gjordes en rad affärer med följd att Stampen mer än fördubblade sin andel av den totala dagspressupplagan från 7 till 16 procent. Koncernen ingick i det konsortium som 2005 förvärvade Centertidningar. På Stampens lott föll Hallands Nyheter och några tidningar i Mälardalen. Aktiemajoriteten i den då börsnoterade VLT-koncernen övertogs vid samma tid. Koncernen blev majoritetsägare i Nerikes Allehanda och Hallandsposten som ägdes av ett per konsortier med liberala tidningsföretag, däribland Stampen. Slutligen gjorde Göteborgsföretaget år 2008 en inbrytning på dagspressmarknaden i huvudstaden genom att förvärva aktiemajoriteten i Gratistidningar i Sverige (Gisab). Koncernens totala intäkter har ökat med 230 procent sedan 2005 och uppgick 2010 till 5,2 miljarder kronor.

Efter de stora förvärven vidtog ett omfattande arbete att organisera verksamheten som numera drivs i sex affärsområden. Koncernens ursprung, *Göteborgs-Posten*, utgör ett affärsområde som svarar för 22 procent av de totala intäkterna. *Göteborgs-Posten* är den näst största morgontidningen i landet med en hushållstäckning på 44 procent, som är långt högre än kollegorna i de andra storstadsområdena.

De övriga tidningarna i Västsverige är samlade i affärsområdet Mediabolaget Västskusten. Bolaget, där Lidköpingspress äger en minoritetspost på 30 procent, ger ut fem dagstidningar, Hallandsposten, Hallands Nyheter, TTELA, Bohuslänningen och Strömstads Tidning. Hallandstidningarna har utvecklat ett omfattande samarbete med gemensamma redaktioner för webb, sport, län, kultur och redigering.

I affärsområdet Promedia ingår de 12 prenumererade tidningar som Stampen ger ut i Mälardalen, däribland Nerikes Allehanda och VLT, samt två gratistidningar, ett tidningsdistributionsföretag och reklammättningsföretaget TVCheck. All tidningsutgivning är samlad i Tidningsbolaget Promedia, där tidningarna utgör enheter med chefredaktören som tidningschef. Ett omfattande arbete pågår för att rationalisera och samordna verksamheten inom affärsområdet. Stampen äger 55 procent av aktierna i Promedia-gruppen, medan Mittmedia och Eskilstuna-Kuriren äger 25 respektive 20 procent.

Stampen är också en mycket stor aktör på tryckerimarknaden genom dotterbolaget V-TAB med 14 anläggningar. Bolaget producerar koncernens tidningar, men har också en omfattande extern försäljning som 2010 uppgick till nära 1,4 miljarder kronor.

GISAB ger ut 31 veckoutgivna gratistidningar i Stockholmsområdet med en sammanlagd upplaga på cirka 900 000 exemplar. Stampens verksamhet utanför dagstidnings- och tryckerifältet ingår i affärsområde Stampen Media Partners (SMP). Störst i gruppen är trafikreklamföretaget Wallstreet Media och kundtidningsförlaget Appelberg Publishing. SMP driver även ett antal sajter, till exempel Familjeliv, Bröllopstorget och SvenskaFans.

Genom förvärven under 2000-talet har Peter Hjärne och Stampen flyttat fram sina positioner väsentligt både regionalt och nationellt. På Västskusten har gruppen nu betydande ägarintressen i samtliga större dagstidningar. Även i Västmanlands och Örebro län är Stampen helt dominerande utgivare av dagstidningar. På det nationella planet är koncernen är majoritetsägare i utvecklingsbolaget Mkt media som drivs tillsammans med Mittmedia, Lidköpingspress och Eskilstuna-Kuriren. De fyra bolagen äger tidningar med en sammanlagd upplaga som motsvarar 27 procent av den totala dagspressupplagan, vilket gör gruppen till en mycket stark aktör på den svenska dagspressmarknaden.

#### Referenser

Forsström, Bertil (1977) *Harry Hjärne och Göteborgs-Posten 1926-1940*. Göteborg (Meddelanden från Historiska institutionen i Göteborg; 12).  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.11 Staten

Den statliga sfären är omsättningsmässigt den näst största medieägaren i Sverige. De av en statlig stiftelses ägda public service-bolagen Sveriges Television och Sveriges Radio är de största aktörerna på sina respektive marknader. Det av staten helägda Teracom är ett av de större företagen på tv-distributionsmarknaden. Slutligen så driver det majoritetsägda PostNord den stora dagspressdistributören Tidningstjänst.

#### Statligt reglerad etermedieverksamhet

När radion introducerades i Sverige i mitten av 1920-talet lade statsmakterna fast vissa principer för verksamheten som i stora drag kom att tillämpas för etermedierna i Sverige fram till i början av 1990-talet. Radiotjänst, ett nybildat bolag ägt av dagspressen och radioindustrin, fick genom ett avtal med staten ensamrätt att bedriva radioprogramverksamhet. Sändningarna ombesörjdes av Telegrafverket och verksamheten finansierades med särskilda licensmedel.

År 1956 fick Radiotjänst även ensamrätten till televisionsprogramverksamhet. Bolaget (från 1957 Sveriges Radio AB) delades 1979 upp i fyra programbolag, Sveriges Riksradio, Sveriges Television, Sveriges Lokalradio och Sveriges Utbildningsradio. Koncernen upplöstes 1993 samtidigt som Riks- och Lokalradion slogs ihop och övertog namnet Sveriges Radio. Ägandet av den tidigare koncernen övertogs 1994 av tre nybildade stiftelser, en för varje programbolag, vilka 1997 slogs samman till en stiftelse, Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB, med en styrelse som utses av regeringen. De tre bolagen har var sin styrelse, där ledamöterna utses av ägarstiftelsen.

#### Public service-bolagen i ett nytt medielandskap

Sveriges Radio sänder program via fyra kanaler, varav tre är nationella medan den fjärde är upplåten till 25 lokala kanaler. Dessutom finns ett tiotal webbkanaler. Konkurrenssituationen för Sveriges Radio förändrades i grunden när den lokala privatradion introducerades 1993. Även om lyssnandet minskat när Sveriges Radio varje dag nära halva befolkningen. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är dock betydande. I den yngsta gruppen lyssnar inte fler än cirka 15 procent på Sveriges Radio, mot cirka 75 procent bland pensionärerna. Omsättningsmässigt är Sveriges Radio betydligt större än sina konkurrenter med 2,4 miljarder kronor jämfört med 700 miljoner för hela den kommersiella radion.

Sveriges Television har två huvudkanaler, SVT1 och SVT2, som 2001 fick en klarare profilering än tidigare. SVT1 lanserades som den breda kanalen medan SVT2 inriktades mer på att ge ett omfattande nyhets- och faktautbud. Sveriges Television har successivt mött en allt hårdare konkurrens alltsedan TV3 startade sina satellitsändningar 1987. Bolagets andel av den totala tittartiden har sjunkit från 54 procent 1994 till 35 procent 2010. I åldersgrupperna 15-24 och 25-39 år är dock andelen betydligt lägre, 12 respektive 19 procent för bolagets två stora kanaler.

Sveriges Television startade våren 1999 den digitala nyhetskanalen SVT24 som 2003 fick ett mer allmänt innehåll. Ytterligare en digital kanal, Barnkanalen, startades 2002. Barnkanalen och SVT24 delar kanalplats, där SVT24 sänder företrädesvis repriserna på kvällstid och nyhetssammandrag på nätterna, medan Barnkanalen sänder under dagtid och tidig kväll.

Det tredje public service-bolaget, Utbildningsradion, använder SR:s och SVT:s kanaler för sina program. Sedan hösten 2004 driver UR i samarbete med SVT även en egen kanal, Kunskapskanalen. Verksamheten finansieras av avgiftsmedel, som uppgår till knappt 5 procent av den totala tv-avgiften.

#### Statliga bolag stora aktörer på distributionsmarknaden

Det statliga bolaget Teracom övertog 1992 Televerkets (tidigare Telegrafverket) marknät för radio och tv och svarar sedan dess för SR:s, SVT:s, UR:s och TV4:s sändningar. Teracom svarade även för uppbyggnaden av det digitala marknätet för television som i mitten av 00-talet ersatte det analoga nätet. Dotterbolaget Boxer säljer betal-tv-abonnemang för marknätet. Boxers omsättning växte snabbt i samband med introduktionen av det digitala marknätet. Under senare år har bolaget dock förlorat en del kunder, men med 640 000 abonnenter vid utgången av 2010 tillhör Boxer en av de stora aktörerna på tv-operatörsmarknaden. Av koncernens totala intäkter 2010 generades 22 procent från verksamheten i Finland och Danmark.

Staten hade tidigare stora intressen på kabel-tv-marknaden genom Telias dotterbolag Com Hem, som dock avyttrades 2003. TeliaSonera, med svenska staten som stor minoritetsägare, har de senaste åren kommit tillbaka in på den svenska tv-marknaden, nu som en av de ledande operatörerna inom iptv.

Staten påverkar mediemarknaden i egenskap av både politisk beslutsfattare och ägare av stora medieföretag. Någon samordnad ägarstrategi för det statligt ägda medieföretagen har varit svår att se. I diskussionerna om den framtida tv-distributionen

i början av 2000-talet kom de statliga bolagen i flera fall i motsatsställning till varandra. Eftersom SVT:s kanaler ingår i det fria utbudet i marknätet så har Boxer kommit att inrikta sig på att sälja abonnemang för SVT:s främsta konkurrenter bland programbolagen, TV4 AB och MTG.

## Referenser

MMS Mediamätning i Skandinavien hemsida ([www.mms.se](http://www.mms.se)).

*Medieutveckling 2011* (2011) Stockholm: Myndigheten för radio och tv.

SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.

TNS Sifo:s hemsida ([www.tns-sifo.se](http://www.tns-sifo.se))

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.12 Stenbecksfären

Skogs- och stålföretaget Industriförvaltnings AB Kinnevik tog i mitten av 1980-talet sitt första steg in på mediemarknaden genom att delta i finansieringen av Astrasatelliten. För att utnyttja satellitens kapacitet startade Kinnevik 1987 den skandinaviska satellitkanalen TV3. Under de följande tio åren byggde koncernen upp en omfattande verksamhet på en rad medieområden, från 1994 samlad i dotterbolaget Modern Times Group (MTG). Efter en omorganisation 1997 delades MTG ut till Kinneviks aktieägare samtidigt som bolaget börsnoterades. MTG:s dotterbolag Metro International delades i sin tur ut till MTG:s aktieägare vid börsintroduktionen år 2000. På likartat sätt avknoppades e-handelsföretaget CDON Group till MTG:s aktieägare 2010. Jan Stenbecks barn kontrollerar genom direkt eller indirekt ägande en grupp koncerner där förutom Kinnevik, MTG, Metro och CDON Group även Tele2 och Millicom ingår och som sammantagna brukar betecknas som Stenbecksfären.

#### Brett utbud av tv-kanaler

Tyngdpunkten i Stenbecksfärens medieverksamhet har alltsedan starten av TV3 på nyårsafton 1987 legat på televisionsområdet. Redan de första åren satsade sfären på att bygga upp en vertikalt integrerad verksamhet som omfattade i stort sett alla led från programproduktion till utsändning per satellit eller kabel. En annan tydlig strategi var att starta verksamhet parallellt i alla de skandinaviska länderna. En betal-tv-kanal, TV1000, lanserades 1989. Sedan följde en expansion på tv-marknaden som fortfarande pågår. Nya kanaler, både fri-tv och betal-tv, startades eller förvärvades i de skandinaviska länderna, Baltikum, Östeuropa och Ryssland.

Verksamheten utgörs nu av ett sextiototal tv-kanaler, varav ett tjugotal visas i Sverige, som paketeras, distribueras och marknadsförs av koncernens satellitoperatör Viasat. I det svenska utbudet finns dels fri-tv-kanaler som TV3, TV6 och TV8, dels en rad nischade betal-tv-kanaler inriktade på dokumentärer, action, natur, äventyr, sport etc. Totalt uppgick tittartidsandelen 2010 för Stenbecks samtliga kanaler i Sverige till 18 procent, med TV3 och TV6 som de största med 8 procent respektive 5 procent av den totala tittartiden. För att minska beroendet av den konjunkturkänsliga annonsmarknaden har MTG strävat mot att kontinuerligt öka andelen abonnemangsinktäkter, som sedan 2006 överstiger reklamintäkterna på de nordiska marknaderna. Stenbecksfären finns även representerad på tv-distributionsmarknaden genom Tele2 som dels driver ett kabel-tv-nät, dels erbjuder sina bredbandskunder tv.

Kinnevik startade 1988 produktionsbolaget Strix för att komplettera de egna kanalernas inköpta

program med egetproducerat material. Strix har utvecklats till ett av de ledande produktionsbolagen i Norden. Försäljning till företag utanför MTG står för cirka 60 procent av bolagets omsättning. MTG drev tidigare även företag inom tv-textning och tv-shop, men de är nu avyttrade.

#### Stora vinster och förluster för Metro

I februari 1995 startade MTG den dagliga gratistidningen *Metro* som distribuerades i tunnelbanestationerna i Stockholm. Den nya tidningen visade sig attrahera både resenärerna och annonsörerna och blev snabbt mycket framgångsrik. Den utländska lanseringen av Metro-konceptet inleddes i Prag 1997 och följdes sedan av en rad etableringar så att 2005 utgavs editioner av tidningen i 19 länder. I Sverige startades editioner i Göteborg 1998 och i Malmö 1999 följda av en riksedition 2004. I samband med att Schibsted lade ner sin svenska gratistidning, Punkt.se, 2008 gick denna koncern in som delägare med 35 procent i det bolag ger ut Metros svenska editioner.

Metro Internationals svenska verksamhet har genomgående varit mycket lönsam, medan stora delar av den utländska gått med förlust. De senaste åren har koncernen därför tvingats göra en rad avyttringar och försäljningar. Hösten 2011 ger koncernen ut tidningen i åtta länder. I Sverige har Metro övergivit sin ambition att bli rikstäckande utan har i stället valt att koncentrera sin utgivning till de största städerna. Tidningen når cirka 1,5 miljoner läsare i Sverige, vilket kan jämföras med Dagens Nyheters räckvidd på 820 000 läsare.

När den privata lokalradion introducerades 1993 förvärvade Kinnevik en rad koncessioner som fördes in i ett nätverk som sände ett centralt producerat program. Stenbecksfären har sedan genom flera affärer successivt ökat sin närvaro på radiomarknaden. MTG Radio driver två stora nät, Rix FM med 30 stationer och Bandit Rock med tio stationer samt några nischade kanaler i storstäderna. Den totala dagliga räckvidden för MTG:s 45 stationer uppgår till 17 procent. MTG:s andel av radiomarknaden kommer dock att minska 2013 då SBS Radio tar över ansvaret för programinnehåll och reklamförsäljning för NRJ:s 20 stationer, som MTG Radio drivit sedan 2004. I Norge driver MTG landets största radiokanal P4 Radio Hele Norge.

Etermedier och gratistidningar kom under 1990-talet utvecklas till Stenbecksfärens kärnverksamheter inom medieområdet. MTG var dock inne även på andra fält, som utgivning av tidskrifter, affärspress och böcker samt filmproduktion, verksamheter som alla har avvecklats med undantag för kundtidningsförlaget Redaktörerna.

## Underhållning dominerar

Innehållet i Stenbecksfärens medier utgörs i stor utsträckning av underhållning. Tv-kanalernas tablåer domineras av amerikanska serier och filmer samt svensk underhållning. Radiokanalerna sänder hårt formaterad musikradio. *Metro* är i första hand nyhetsleverantör och har begränsade publicistiska ambitioner. TV8 profilerade sig tidigare med kvalificerade kultur- och samhällsprogram men även den kanalen är nu inriktad på nöjen.

Jan Stenbeck dominerade den företagsgrupp som kom att kallas Stenbecksfären på ett sätt som är unikt när det gäller företag i denna storleksordning. Till skillnad från många andra mediekoncerner har MTG och Metro International expanderat genom organisk tillväxt. De stora företagen inom sfären, som TV3, Viasat, Metro och Strix, startades alla på Jan Stenbecks initiativ och byggdes upp under hans ledning. Expansionen finansierades i stor utsträckning genom att han kunde föra över kapital från

vinstrika företag i sfären som skogsföretaget Korsnäs till de nya medie- och telekomföretagen.

Efter Jan Stenbecks bortgång 2002 har sfärens bolag i stort drivits vidare efter ungefär samma strategier som tidigare. Flera perifera verksamheter har dock avvecklats. Även om sfären har vuxit i Skandinavien har huvuddelen av MTG:s tillväxt skett i östra Europa, medan Metro International avvecklar i Europa och i stället satsar på utgivning i Latinamerikas storstäder. Båda koncernerna har en utpräglad internationell profil där den svenska marknaden 2010 svarade för 30 procent av intäkterna för både MTG och Metro International.

## Referenser

Andersson, Per (2000) *Stenbeck. Ett reportage om det virtuella bruket*. Stockholm: Pan.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.13 Telenor

Den norska telekomkoncernen Telenor, majoritetsägt av norska staten, är sedan början av 2000-talet en av de större aktörerna på den svenska mediemarknaden. Satellitoperatören Canal Digital grundades 1997 av det franska betal-TV-bolaget Canal Plus och Telenor för att förse nordiska TV-tittare med digital-TV. Telenor är sedan 2001 ensam ägare till bolaget sedan partnern köpts ut.

Koncernens medieaktiviteter i Sverige, som samlats i Canal Digital, omsatte 2010 1,8 miljarder kronor, vilket innebär att omsättningen mer än fördubblats sedan år 2000. Tyngdpunkten i verksamheten ligger på parabol-tv-marknaden där Canal Digital är en av två operatörer. Kabel-tv-verksamheten med 222 000 anslutna hushåll Kabel-tv-verksamheten med 222 000 anslutna hushåll överfördes 2011 till moderbolaget Telenor sedan ett försök att sälja rörelsen till Com Hem stoppats av Konkurrensver-

ket. Överlåtelsen är ett led i Canal Digitals nya strategi att koncentrera sig på parabol-tv-kunder.

Telenor bedriver även medierelaterad verksamhet genom dotterbolaget B2 Bredband AB som under varumärket Bredbandsbolaget är en av Sveriges största leverantörer av bredbandstjänster, däribland ip-tv. B2 Bredband AB omsatte 2010 1,8 miljarder kronor. Intäkterna från ip-tv särredovisas inte. Telenor gick 2010 in på programbolagsmarknaden genom att av Bonnier AB förvärva 35 procent av aktierna i C More Entertainment som driver Canal Plus-kanalerna i Norden.

#### Referenser

Årsredovisningar, delårsrapporter och hemsidor för berörda företag.

Pressmeddelande från Com Hem 2011-06-20.

Tabell 3.1 Allers verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Carl Allers Etablissement A/S</b>	5 513,1	39,7	<b>Koncernens totala verksamhet</b>	
Svenska Aller	1 599,4	-17,7	Allers, Allas, Hemmets Veckotidning, Året Runt, Svensk Damtidning, Se & Hör, Hänt Extra samt ett 25-tal specialtidningar, magasin och korsordstidningar	Namnet ändrades 2010 till Aller Media
Aller Tryck	341,6	-43,1	Tryckeri	Försäljning till koncernföretag 99%. Tryckeriverksamheten lades ner 2009
Aller Business AB	33,0	-2,1	Facktidningar	Bolaget såldes i december 2009 till Mentor Online
Baltic Press	21,0	1,3	Herrtidningar	Avyttrades 2010
All Over Press Sweden	19,8	1,4	Bildbyrå	Försäljning till koncernbolag 28%
Blogg Esse AB	4,3	-2,9	Bloggtjänster	Ägarandel 51%
Spray Portal	1,1	-125,4	Internetportal	Verksamheten avyttrad i augusti 2009
<i>Intressebolag</i>				
Tidsam <sup>1</sup>	204,6	36,2	Tidskriftsdistribution	Ägarandel 28,5%
Frida Förlag <sup>2</sup>	94,3	18,5	Populärpress	Ägarandel 50%

<sup>1</sup> Uppgifterna avser 2009.

<sup>2</sup> Uppgifterna avser 2009 (05) - 2010 (04).

Anm: Uppgifterna avser verksamhetsåret 2008 (10) - 2009 (09) om inte annat uppges.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.2 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Albert Bonnier AB – koncern</b>	33 151,6	4,8	<b>Holdingbolag</b>	Ägs av 76 medlemmar av familjen Bonnier. Äger Bonnier Fastigheter och Bonnier Holding
<b>Bonnier Holding AB – koncern</b>	32 894,0	-154,0	<b>Holdingbolag</b>	Dotterbolag till Albert Bonnier AB. Äger Bonnier AB och industrikoncernen Frili
<i>Intresseföretag till Bonnier Holding AB</i>				
Bisnode Business Information Group	4 829,4	239,4	Affärsinformation	Ägarandel 30%
<b>Bonnier AB – koncern</b>	30 938,6	-227,7	<b>Holdingbolag</b>	Dotterbolag till Bonnier Holding AB. Äger Bonniers samfliga medieföretag
<b>Affärsområde Bonnier Broadcasting &amp; Evening Paper</b>	<b>9 524,0</b>	<b>991,0</b>		<i>Avser totala verksamheten.</i>
TV4 AB -koncernen	5 543,1	347,7		
TV4 AB - moderbolag	2 464,9	186,3	TV4 samt sju nischkanaler	
C More Entertainment AB	1 150,4	...	Betal-tv-kanaler (Canal+)	Totala intäkter och resultat uppgick till 2 468, respektive -173,7 MSEK
TV4 Sverige	493,5	186,5	TV4:s regionala verksamhet	
TV4 Sport	160,7	26,7	TV4 Sport	
Generate Sweden	24,5	4,3	Utvecklingsbolag inom digitala medier	Ägarandel 91%. Försäljning till koncernbolag 100%
Segelman Retail Television	24,1	-12,9	Butiks-tv RTV	Ägarandel 91%
TV4 Expressen Mobilab	4,8	-3,5	Utveckling av mobila tjänster	
AB Kvällstidningen Expressen	1 496,3	41,4	Expressen, GT, Kvällsposten	
GI Viktkoll i Sverige	10,2	0,0	Hälsosajt	Ägarandel 91% (TV4 46%, Expressen 45%)
<i>Intresseföretag inom affärsområdet Bonnier Broadcasting &amp; Evening Paper</i>				
MMS Mediamätning i Skandinavien	41,8	2,2	Publikmätningsföretag	Ägarandel 24%
Kvällspressen Impact	22,9	0,3	Annonsförsäljning	Ägarandel 50%
Lägenhetsbyte Sverige	3,9	0,5	Bostadssajt	Ägarandel 45%
<b>Affärsområde Bonnier Books</b>	<b>6 710,0</b>	<b>710,0</b>		<i>Avser totala verksamheten.</i>
Bonnierförlagen	1 309,7	119,6	Allmänlitteratur, barnböcker, läromedel, bokklubbar	Verksamheten bedrivs genom kommissionärsbolagen: Albert Bonniers Förlag, Bonnier Carlsen, Forum, Wahlström & Widstrand, Bonnier Utbildning (avyttrades 2011), Semic, Rebus samt nio bokklubbar
AdLibris	977,2	61,2	Internetbokhandel	Ägarandel 85%. Försäljning till koncernbolag 10%
Bonnier Audio	118,0	20,0	Ljudböcker	Ägarandel 70%
MaxStröm Bokförlag	33,5	-0,7	Allmänlitteratur	Ägarandel 91%
<i>Intresseföretag inom affärsområdet Bonnier Books</i>				
Elib	18,0	-0,4	Digitala böcker	Ägarandel 25%
Fem Förlag	75,1	0,6	Bok- och tidskriftsförsäljning	Ägarandel 50%
<b>Affärsområde Bonnier Magazines</b>	<b>5 671,0</b>	<b>-13,0</b>		<i>Avser totala verksamheten</i>
Bonnier Tidskrifter	1 218,9	13,0	Specialtidningar och populärpress	
Bonnier Publications	ca 600	...	Specialtidningar	
Bonnier Responsmedier Group	110,0	-15,4	Gratistidskrifter	Försäljning till koncernföretag 7%
Bonnier Responsmedier Försäljning	44,8	4,2	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 78%
Bonnier Annonns	49,1	13,0	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 100%
Spoon Publishing	55,5	6,9	Kundtidningar	Försäljning till koncernföretag 8%
Resumé Förlag	22,3	-1,6	Facktidning	Försäljning till koncernföretag 7%

Forts.

Forts. tabell 3.2 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
Bonnier International Magazines AB	7,9	-1,8	Licensieringsverksamhet	Försäljning till koncernföretag 29%
Alltombarn i Stockholm	6,5	-1,6	Internetsajt	Avvecklades 2010
ILike i Stockholm	6,4	-0,5	Annonsförsäljning	
Allt om Mat på nätet	6,1	-2,2	Internetsajter	
B2B Sales	5,3	-1,7	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 98%
L G Karlsson Producenterna i Stockholm	5,0	-2,8	Audiovisuell kommunikation	Ägarandel 73%, Försäljning till koncernbolag 33%
Bonnier Publications AB	3,4	-2,9	Annonsförsäljning	
<i>Intrassebolag inom affärsområdet Bonnieer Magazines</i>				
Tidsam Intressenter	204,6	36,2	Tidskriftsdistribution	Ägarandel 42,5%
<b>Affärsområdet</b>				
<b>Bonnier Entertainment</b>	<b>4 203,0</b>	<b>255,0</b>		<i>Avser totala verksamheten</i>
SF Bio	1 347,9	142,9	Biografer	
Svensk Filmindustri	828,9	76,2	Produktion och distribution av film	Försäljning till koncernföretag 42%
SF Media	34,5	5,0	Reklamförsäljning	
Sonet Film	13,5	-7,9	Filmproduktion	
Biograf Sture	7,7	-0,1	Biograf	
Homeenter	171,3	...	Film- och musikklubbar	
Discshop	175,0	7,4	Dvd-försäljning	
Bonnier Lottery	21,1	-6,2		
Bonnier Gaming	1,4	-19,5	Internetspel	
Expericard	6,4	-0,6	Distribution av cd- och dvd-skivor	
<i>Intrassebolag inom affärsområdet Bonnieer Entertainment</i>				
Svenska Bio HB	...	...	Biografer	Ägarandel 49%. Majoritetsägaren Succéfilms intäkter och resultat uppgick på koncernnivå till 287,1 respektive 36,6 Mkr
Winborg Kino	29,5	1,3	Biografer	Ägarandel 49%
<b>Affärsområde</b>				
<b>Bonnier Morningpaper</b>	<b>3 196,0</b>	<b>-375,0</b>		<i>Avser totala verksamheten</i>
AB Dagens Nyheter inkl AB Dagens Nyheter Annonsförsäljning	1 647,0	-127,0	Dagens Nyheter	
Marieberg Media	7,1	0,5	Personalrekrutering och -uthyrning	Försäljning till koncernföretag 59%
Sydsvenska Dagbladet AB - koncern	1 080,3	-174,7		
Sydsvenska Dagbladet AB - moderbolag	859,7	-500,9	Sydsvenskan, Kristianstadsbladet, Ystads Allehanda, Trelleborgs Allehanda	Ägarandel 90,5%
Sydsvenska Dagbladet Försäljning	167,7	69,9	Annonsförsäljning för Sydsvenskan	Försäljning till koncernföretag 100%
Kompetens i Skåne	40,4	7,7	Personalrekrutering och -uthyrning	Försäljning till koncernföretag 64%
City Malmö Lund	23,8	-6,7	Gratis tidning	
Sydsvenskan Innovator	20,6	-2,4	Annonsbilagor	Försäljning till koncernföretag 79%
Stockholm City i Sverige	52,3	-74,9	Gratis tidning	Verksamheten övertogs hösten 2009 av Bonnier Tidskrifter
Bold Printing Group	170,6	-59,8	Holdingbolag för Bonniers grafiska industrier	Vidarefakturerering av dotterbolagens civila tryckproduktion
DN.EX Tryckeriet	728,3	-45,0	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 98%
Sydsvenskan Tryck	304,0	17,3	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 99%

Forts.

Forts. tabell 3.2 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<i>Intrassebolag inom affärsområdet</i>				
<i>Bonnier Newspaper</i>				
Pressens Morgontjänst KB	...	...	Tidningsdistribution	Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet äger 50% vardera. Ca 65% av intäkterna från Bonnierkoncernen
Tidningarnas Telegrambyrå	416,1	49,4	TT, TT Spektra, Scanpix	Dagens Nyheter, Expressen och Sydsvenska Dagbladet äger vardera 10%
Borås Tidning Tryckeri	180,9	14,7	Grafisk industri	Ägarandel 50%
Hela Skåne	128,0	0,0	Annonsförsäljning	Ägarandel 50%
Hemnet Service HNS	22,3	-5,5	Bostadssajt	Ägarandel 33%
<b>Affärsområde</b>				
<b>Bonnier Business Press</b>	<b>1 866,0</b>	<b>62,0</b>		<i>Avser hela verksamheten</i>
Dagens Industri AB	535,4	74,8	Dagens Industri	
DI Online	76,7	9,8	Internetsajt	
Dagens Medicin i Sverige	49,5	6,9	Facktidning	
Medicine Today International Advertising Mediad	8,8	-0,2	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernbolag 100%
Bonnier Business Publishing	24,8	0,6	Facklitteratur	

Anm: Affärsområdenas resultat avser rörelseresultat.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.3 Geografisk fördelning för Bonnier AB:s intäkter 2009 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2009 (%)
Sverige	15 761	51	48
Övriga Norden	9 355	30	162
Övriga länder	5 752	19	127
Totalt	30 868	100	84

Källa: Årsredovisning för Bonnier AB 2002 och 2009.

Tabell 3.4 Intäkter och rörelseresultat för Bonnier AB 2010 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2010 (%)	Rörelse- resultat EBITA	Rörelse- marginal (%)
Books	6 525	20	71	720	11
Magazine Group	5 658	19	113	155	3
Broadcasting & Evening Paper	978	33		260	
Entertainment	3 828	13	66	280	7
Business Press	1 758	6	32	210	7
Morning Paper	405	11		39	-4
Övrigt	-314			-553	
Totalt	3 078	100	82	2 111	6

Källa: Årsredovisning för Bonnier AB 2002 och 2010.

Tabell 3.5 Com Hem AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkning
Com Hem AB	4 086,9	809,1	Kabel-tv-distribution	Ägare Nordic Cable Holding S.C.A (majoritetsägare (Carlyle Group och Providence Equity Partners)). Com Hem AB kommer 2011 att säljas till BC Partners under förutsättning att Konkurrensverket godkänner affären

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.6 Egmontsfärens verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Egmont International Holding A/S</b>	<b>15 694,0</b>	<b>452,5</b>		Koncernens totala omsättning och resultat. Koncernen ägs av Egmont Fonden
Nordisk Film Distribution	819,8	21,0	Film- och videodistribution	
Egmont Kärnan	533,6	6,0	Serie- och ungdomstidningar, barnböcker, spel, pussel	Omsättning för förlagsverksamheten uppgick till 418,1 Mkr
Egmont Tidskrifter	239,7	16,6	Populärpress	
Hjemmet Mortensen	218,5	-31,3	Specialtidningar	Hjemmet Mortensen AB fusionerades 2010 med Egmont Tidskrifter AB
Nordisk Film Post Production	84,4	-0,4	Filmbearbetning	Försäljning till koncernbolag 52%
Nordisk Film TV-Produktion	52,5	-4,0	TV-produktion	Förvärvades hösten 2009 av Banijay
Auto, Motor och Sport Sverige	40,1	-0,4	Specialtidning	Ägarandel 2009: 51% 2010:100%
Vagabond Media	26,2	-1,9	Specialtidningar	Vagabond Media fusionerades 2011 med Egmont Tidskrifter
Nordisk Film Production Sverige	6,0	1,5	Filmproduktion	
Sudd	5,0	2,5	Interaktiva mötesplatser	Ägarandel 60%
<i>Intresseföretag</i>				
Fem Förlag	75,1	0,6	Jultidningsförsäljning	Ägarandel 50%
Fladen Filmrighits	61,9	-0,4	Filmproduktion	Ägarandel 50%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.7 Geografisk fördelning för Egmont Internationals intäkter 2010 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)
Norden	12 420	81
Övriga länder	2 867	19
Elimineringar	-205	
Totalt	15 083	100

Källa: Årsredovisning för Egmont International 2010.

Tabell 3.8 Intäkter och rörelseresultat för Egmont International 2010 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2001/2010 (%)	Rörelse- resultat	Rörelse- marginal
Magazines	3 015	20	92	210	7
Kids Media	4 444	29	...	235	5
Books	1 672	11	28	27	2
Nordisk Film	4 069	27	10	132	3
TV2 Norge	1 835	12	...	181	10
Övrigt	238	2		-63	
Elimineringar	-189	-1			
Totalt	15 083	100	43	723	5

Källa: Årsredovisning för Egmont International 2001 och 2010.

Tabell 3.9 Kooperativa Förbundets medieverksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>KF:s totala medieverksamhet<sup>1</sup></b>	<b>2 962,7</b>	<b>-22,3</b>		Avser intäkter och resultat exklusive elimineringar för Kooperativa Förbundets företag på mediemarknaden
Akademibokhandelsgruppen	1 418,6	-56,9	Bokhandelskedja, nätbokhandel	
Norstedts Förlagsgrupp gm Rabén & Sjögren, Norstedts Förlag, Pan Vision	451,6	13,1	Allmänlitteratur, barnböcker	
	1 011,3	27,8	Dvd- och speldistribution	De ekonomiska uppgifterna avser den totala verksamheten. Särredovisning saknas för Sverige
Norstedts Kartor	49,4	-4,6	Kartor	
AB Tidningen Vi	28,5	-4,0	Magasin	
Gammafon Barnmedia	3,4	2,3	Barnböcker och barnmusik	
<b>Intressebolag</b>				
Månadens Bok HB	...	16,4	Bokklubb, pocketförlag	Ägarandel 30%
Barnens Bokklubb	74,8	1,6	Barnbokklubbar	Ägarandel 50%
Böckernas Klubb	42,2	0,9	Bokklubb	Ägarandel 43% (2010: 100%)
Ellib	18,0	-0,4	Digitala böcker	Ägarandel 25%
Clio	14,5	1,6	Bokklubb	Ägarandel 50%
Berghs Förlag	11,0	1,0	Barnböcker	Ägarandel 23%
Kakao Förlag	9,1	0,7	Facklitteratur	Ägarandel 27%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.10 KF:s medieintäkter 2010 (miljoner kronor)

Affärsområden/företag	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2010 (%)
Bokhandel	1 389	43	56
Förlag	582	18	80
Tidningar	33	1	-43
Interaktiva medier	1 194	37	...
KF-sfären exklusive koncernelimineringar	3 198	100	

Källa: Årsredovisningar.

**Tabell 3.11 MittMedia Förvaltnings AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)**

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>MittMedia Förvaltnings AB</b>	<b>1 597,3</b>	<b>0,3</b>	<b> Holdingbolag</b>	Ägare: Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70), Stiftelsen Pressorganisation (30)
<b>Dalarnas Tidningar AB – koncern</b>	<b>270,5</b>	<b>5,9</b>		
Dalarnas Tidningar AB – moderbolag	206,9	-14,8	Dalarnas Tidningar	
Mediabärarna i Dalarna	13,4	1,3	Reklamdistribution	
<b>GävleTidningar – koncern</b>	<b>254,1</b>	<b>19,4</b>		Ägarandel 91%
GävleTidningar – moderbolag	75,0	6,4	All produktion, förutom redaktionell, av Gefle Dagblad och Arbetarbladet	
Tidningsbolaget GDAB	116,0	6,6	Redaktionell produktion av Gefle Dagblad samt fr o m 2009 (10) även Arbetarbladet	
AB Arbetarbladet	74,2	8,0	Redaktionell produktion av Arbetarbladet fr o m 2009 (09)	
<b>Sundsvalls Tidnings AB - koncern</b>	<b>249,1</b>	<b>5,3</b>		
Sundsvalls Tidnings AB – moderbolag	186,1	5,4	Sundsvalls Tidning	
Dagbladet i Sundsvall AB	66,0	0,8	Dagbladet	Ägarandel 91%
<b>Hälsingetidningar</b>	<b>218,7</b>	<b>29,2</b>	<b>Hudiksvalls Tidning, Ljusdals-Posten, Ljusnan, Söderhamns-Kuriren</b>	
<b>ÖstersundsTidningar – koncern</b>	<b>218,2</b>	<b>22,0</b>		
ÖstersundsTidningar – moderbolag	48,8	2,4	Administrativ verksamhet för Östersunds-Posten och Länstidningen Östersund	Försäljning till koncernbolag 77%
Östersunds-Posten Tryckeri	128,8	17,3	Östersunds-Posten	
AB Nya Länstidningen, Östersund	79,3	9,6	Länstidningen Östersund	Ägarandel 96%
<b>Allehanda Media Ångermanland</b>	<b>168,8</b>	<b>-9,6</b>	<b>Tidningen Ångermanland, Örnsköldsviks Allehanda, RIX FM 104,8</b>	Ägarandel 95%
<b>Mittmedia Print</b>	<b>301,5</b>	<b>15,3</b>	<b>Tryckerier</b>	Försäljning till koncernbolag 66%
<b>Mittmedia Print i Örebro</b>	<b>14,9</b>	<b>0,5</b>	<b>Tryckeri</b>	
<b>Svensk Morgondistribution KB</b>	<b>258,7</b>	<b>1,0</b>	<b>Tidningsdistribution</b>	Ägarandel >50%
<i>Intressebolag</i>				
Liberala Tidningar i Mellansverige	1 568,4	-41,7	Moderbolag för Promedia-koncernen	Ägarandel 25%
Stadsporten City Gate	35,1	-0,2	Annonsförsäljning	Ägarandel 20%
Mkt media	37,0	-0,2	Utvecklingsbolag	Ägarandel 17%

Källor: Årsredovisningar.

**Tabell 3.12 Norrköpings Tidningar Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)**

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Norrköpings Tidningar Media AB - koncern</b>	<b>1 206,2</b>	<b>29,7</b>	<b>Holdingsbolag</b>	Ägare 2010: Norrköpings Tidningar AB (70), Axel Johansson Upsala Nya Tidning Förvaltning AB (20), AB Ridderstads Stiftelseförvaltning (10)
Norrköpings Tidningar Media AB - moderbolag	116,3	32,4		Försäljning till koncernbolag 83%
Östgöta Media	536,8	-32,8	Norrköpings Tidningar, Östgöta Correspondenten, Västerviks-Tidningen, Extra Östergötland, 24nt, 24Corren	
Östgöta Media Annonss	105,3	31,2	Annonssförsäljning	Försäljning till koncernbolag 100%
Pressgrannar	157,6	18,7	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 75%
NTM Distribution	141,9	24,5	Tidningsdistribution	
Nya Folkbladet i Östergötland	42,3	-2,0	Folkbladet Norrköping	Ägarandel 91%
NTM Fastigheter	25,6	2,9	Fastighetsförvaltning	Försäljning till koncernbolag 91%
Norrköpings Radio & Co	21,5	4,2	Radioreklamförsäljning samt produktion East FM	
Norrbottens Media – koncern	280,8	2,6		Ägare: Norrköpings Tidningar Media AB (51), Piteå-Tidningen AB (25), Valrossen AB (24)
Norrbottens Media – moderbolag	177,1	-55,9	Annonssförsäljning, 24Norrbotten	Försäljning till koncernbolag 22%
Tryckeri AB Norrländska Socialdemokraten	138,8	32,8	Norrländska Socialdemokraten	
Norrbottens-Kuriren AB	105,0	19,8	Norrbottens-Kuriren	
Norrbottens Media Försäljning	30,9	5,9	Annonssförsäljning	Försäljning till koncernbolag 91%
Annonstidningen i Norrbotten	15,2	1,1	Annonstidning	
Gotlands Media	96,0	-3,2	Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar	
Gotlands Media Distribution	23,8	1,1	Tidningsdistribution	
Gotlands Förenade Tidningstryckerier	15,3	3,3	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 99%
Östersjöns Reklamradio	3,0	-0,1	Radio Four Mix Megapol	Ägarandel 60%
<b>Joint Venture-bolag</b>				
Tryck i Norrbotten	65,2	-0,9	Tryckeri	Ägarandel 50%
<b>Intressebolag</b>				
Stormarknadspress	226,6	1,3	Annonssförsäljning	Ägarandel 29%
Norrgruppen Media	25,4	0,1	Annonssförsäljning	Ägarandel 33%
Radio National i Luleå	4,8	1,0	Radioreklamförsäljning	Ägarandel 40%
Nolltretton Media	4,1	-0,1	Annonstidning	Ägarandel 35%
<b>Fövärvat 2010</b>				
AB Upsala Nya Tidning	464,5	-9,1	Upsala Nya Tidning- koncernen	Ägarandel 50%

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.13 ProSiebenSat.1:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>ProSieben Sat.1</b>	<b>29 323,7</b>	<b>2 453,9</b>	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Lavena Gesellschafts (ägt till lika delar av KKR och Permira) ägarandel uppgår till 88%
Kanal 5 AB	1 059,3	266,5	Kanal 5, Kanal 9	
SBS Radio	218,1	20,3	Mix Megapol, Rockklassiker	
Radio Match	56,4	0,5	Radioreklamförsäljning	
SBS Radio HNV	16,5	-2,8	Radioreklamförsäljning	
Radio Daltid SBS	8,8	3,3	Radioreklamförsäljning	
<b>Intressebolag</b>				
MMS Mediamätning i Skandinavien	41,8	2,2	Publikmätningföretag	Ägarandel 24%

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.14 Schibsteds verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Schibsted ASA</b>	<b>15 500,8</b>	<b>339,3</b>	<b> Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. De totala intäkterna i Sverige uppgick till 4 672 Mkr
<b>Dagspress</b>				
Aftonbladet Hierta	2 394,5	56,7	Aftonbladet	Ägarandel 91%
Aftonbladet Kolportage	23,8	0,0	Tidningsförsäljning	Ägarandel 91%
Svenska Dagbladet Holding	1 078,8	-23,1	Svenska Dagbladet	Ägarandel 99%
Tasteline Sweden	14,5	-1,8	Recepttjänster	
<b>Film/tv</b>				
Sandrew Metronome Distribution Sverige	116,1	-12,1	Filmdistribution	
Sandrew-Metronome International	86,8	-127,3	Filmrättigheter	Försäljning till koncernföretag 52%
Meter Film & Television	257,8	13,8	TV-produktion	Avyttrades hösten 2009 till Shine
STO-CPH Produktion	97,3	10,9	TV-produktion	Avyttrades hösten 2009 till Shine
FilmLance International	120,5	7,8	Filmproduktion	Avyttrades hösten 2009 till Shine
Metrix Interactive	20,1	3,0	Interaktiv underhållning	Avyttrades hösten 2009 till Shine
Friday TV	16,8	6,0	TV-produktion	Avyttrades hösten 2009 till Shine. Försäljning till koncernföretag 65 %
<b>Böcker och tidskrifter</b>				
Schibsted Förlag	42,7	-19,7	Serietidnings- och bokutgivning	Serietidningsverksamheten avvecklades vid årsskiftet 2009/2010
Kartago Mediahus	10,1	-0,8	Bokutgivning	Avyttrades till Bonniers 2010
<b>Internet</b>				
Blocket	489,3	286,6	Internetannonser	
Hittapunkten	303,6	62,2	Nummerupplysning	
Webtraffik Sverige	83,7	3,7	Internettjänster	
Byt Bil Nordic	61,6	28,3	Internetannonser	
Mötesplatsen i Norden	56,4	8,5	Nätdejtingsajter i Sverige och Norge	
Mini Media	33,4	8,9	Digitala kundtidningar	Ägarandel 51%
Prisjakt Sverige	39,0	17,0	Prisjämförelser	Ägarandel 70%
TVNU AB	20,0	5,9	TV-tablåer på internet	Ägarandel 51%. Försäljning till koncernföretag 14%
Kundkraft Sverige AB	5,3	1,1	Internettjänster	Ägarandel 91%
Schibsted Sök	4,0	-14,8	Söktjänsten Sesam.se	
TA Teleadress Information	58,8	6,1	Affärsinformation	Avyttrades i december 2009 till Bisnode. Försäljning till koncernföretag 31%
Retriever Sverige	42,0	1,1	Affärsinformation	Avyttrades hösten 2009 till TT. Försäljning till koncernföretag 16%
Mediearkivet Svenska AB	18,2	5,4	Affärsinformation	Avyttrades hösten 2009 till TT. Försäljning till koncernföretag 40%
Retriever Information AB	9,5	-7,0	Affärsinformation	Avyttrades hösten 2009 till TT
<b>Intressebolag</b>				
Tidningarnas Telegrambyrå	416,1	49,4	TT, TT Spektra, Scanpix	Ägarandel 30%
AB Kvällspressen Impact	22,9	0,3	Annonsförsäljning	Ägarandel 50%

Källor: Årsredovisningar.

**Tabell 3.15 Fördelning för Schibsteds intäkter 2010 (miljoner kronor)**

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)
Mediehus Skandinavien	11 531	70
Mediehus International	1 159	7
Rubrikannonser	3 403	21
Övrigt	312	2
Totalt	16 406	100

Källa: Årsredovisning för Schibsted 2010.

**Tabell 3.16 Geografisk fördelning för Schibsteds intäkter 2010 (miljoner kronor)**

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)
Norge	8 757	53
Sverige	4 911	30
Baltikum	686	4
Övriga Europa	1 959	12
Övrigt	93	1
Totalt	16 406	100

Källa: Årsredovisning för Schibsted 2010.

Tabell 3.17 Stampens verksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Stampen AB</b>	<b>5 072,0</b>	<b>173,2</b>	<b>Koncernen</b>	Peter Hjörnes familj kontrollerar 74% av rösterna och 67% av kapitalet. Motsvarande andelar för Marika Cobbold Hjörnes familj är 13% resp 14%
<b>Affärsområde Göteborgs-Posten</b>	<b>1 153,0</b>	<b>-6,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA) före omstruktureringskostnader</i>
Göteborgs-Postens Nya AB	1 161,6	-34,8	Göteborgs-Posten	Försäljning till koncernbolag 1%
<b>Affärsområde V-TAB</b>	<b>1 895,0</b>	<b>150,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA) före omstruktureringskostnader</i>
V-TAB – koncern	1 895,1	85,3		Ågarandel 89%. Försäljning till koncernföretag 32%
V-TAB – moderbolag	1 380,5	47,9	Tryckeri	Försäljning till koncernföretag 40%
V-TAB Norrtälje	436,1	56,8	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 77%
V-TAB Norrahammar	241,9	-4,5	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 6%
V-TAB Västerås	280,5	-0,9	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 30%
V-TAB Örebro	210,5	18,2	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 88%
V-TAB Aröd	139,8	0,3	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 88%
V-TAB Falkenberg	22,2	4,3	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 15%
<b>Affärsområde Promedia</b>	<b>1 247,0</b>	<b>32,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA). Stampen äger aktiemajoriteten i de bolag som ingår i affärsområdet. Minoritetsägare är Mittmedia Förvaltnings AB och Eskilstuna-Kuriren AB</i>
Tidningsbolaget Promedia i Mellansverige	904,8	-70,8	VLT, Nerikes Allehanda med Bergslagsposten, Karlskoga Kuriren, Motala Tidning, Avesta Tidning, Arboga Tidning, Bärgslagsbladet, Fagersta-Posten, Sala Allehanda, Norrtälje Tidning, Länstidningen Södertälje	
Prolog KB	...	...	Tidningsdistribution	
TV Check	11,3	2,2	Tv- och tidningsreklam-mätning	
Leanback Sweden	7,3	0,6	Utvecklingsbolag inom internet	
NAmedia	3,2	-0,3	Nyhetsbyrå	
<b>Affärsområde Mediabolaget Västkusten</b>	<b>555,0</b>	<b>54,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA). Mediabolaget i Västkusten AB ägs av Stampen (70), Lidköpingspress (30)</i>
Mediabolaget i Halland	319,2	20,4	Hallandsposten, Hallands Nyheter	
Väst kustmedia	230,7	-3,1	TTELA, Bohuslänningen, Strömstads Tidning	Ägare; Mediabolaget Västkusten (73), Gösta Walin (27)
<b>Affärsområde GISAB</b>	<b>321,0</b>	<b>36,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA) GISAB ägs av Stampen (67). Söndagsavisen (33) (2011:Stampen 100)</i>
Lokaltidningen Mitt i Stockholm	255,8	44,5		
S-Post	75,8	-0,9	Lokaltidnings- och DR-distribution	Försäljning till koncernbolag 60%
Södertälje Posten Försäljning	15,2	-4,9		
Lokaltidningen Örebroarn	14,8	0,2		
Tunprint	9,1	-3,1		Avyttrades 2010 till Eskilstuna-Kuriren
<b>Affärsområde Stampen Media Partners</b>	<b>141,0</b>	<b>7,0</b>		<i>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA)</i>
Appelberg Publishing Group	75,8	1,2	Kundtidningar	
Mobiento	27,8	0,6	Mobil marknadsföring	Ågarandel 58%
Familjeliv Media	15,3	1,3	Sajterna Familjeliv och Bröllopstorget	Ågarandel 91 %

Forts.

Forts. tabell 3.17 Stampens verksamhet

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
Odlanu i Sverige	12,6	3,1	Sajten Odlu.nu	Ägarandel 51%
Svenskafans	8,3	1,0	Sportsajt	Ägarandel 67%
Dobb Production	5,3	-0,3	TV-produktion	Ägarandel 67%
<b>Övrig verksamhet</b>				
Västsvensk Tidningsdistribution KB	678,0	...	Tidningsdistribution	Ägarandel 57%
mkt media	37,0	-0,2	Utvecklingsbolag	Ägare: Stampen (78), Mittmedia (17), Eskilstuna-Kuriren (5) Försäljning till koncernbolag 58%
Adeprimo	48,6	0,6	Webb-tv och mobila tjänster	Ägarandel 78%. Försäljning till koncernföretag 66%
Varbergs Posten AB	10,8	1,7	Gratis tidning	Dotterdotterbolag till Stampen
<b>Intressebolag till Stampen AB</b>				
SBS Radio	218,1	20,3	Radioverksamhet	Ägarandel 20%
Ortstidningar i Väst	89,5	5,9	Kungsbacka-Posten, Kungälv-Posten, Mölndals-Posten, ST Tidningen	Ägarandel 24,5%

Källor: Årsredovisningar samt pressreleaser från Stampen AB.

Tabell 3.18 Intäkter för Stampengruppens medieintäkter 2010 (miljoner kronor)

Affärsområden	Intäkter <sup>1</sup>	Rörelseresultat EBITA	Andel av intäkter (%)
Göteborgs-Posten	1 208	76	22
V-TAB	2 050	69	37
Promedia	1 142	55	21
Mediabolaget Västskusten	582	44	10
GISAB	343	79	6
Stampen Media Partners	223	11	4
Övriga verksamheter		-44	
Totalt	5 196	289	100

<sup>1</sup> Intäkter för affärsområden anges exklusive koncerneliminering.

<sup>2</sup> Avser EBITA.

Källa: Bokslutskommuniké för Stampen AB 2010.

Tabell 3.19 Statligt ägda företags medieverksamhet. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB</b>	<b>6 879,2</b>	<b>-8,6</b>	<b>Ägarstiftelse</b>	Helägd av staten
Sveriges Television	3 803,5	10,2	SVT 1, SVT 2, SVT 24, Barnkanalen, Kunskapskanalen	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Radio	2 274,8	-4,9	Sveriges Radio	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Utbildningsradio	319,8	-2,8	Utbildningsradion, Kunskapskanalen	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Radio-tjänst i Kiruna <i>Intressebolag till SVT</i>	168,1	-1,0	Avgiftsadministration	Ägare: SVT (61), SR (34), UR (5)
MMS Mediamätning i Skandinavien	41,8	2,2	Publikmätningsföretag	Ägare: MTG (24), Kanal 5 (24), SVT (24), TV4 (24)
<b>Teracomsfären</b>				
<b>Teracom – koncernen</b>	<b>3 408,0</b>	<b>483,0</b>	<b>Radio- och TV-distribution</b>	
Teracom – moderbolaget	1 455,0	463,0	Radio- och TV-distribution	Helägt av staten
Boxer TV Access	2 040,2	431,4	Digital-tv-tjänster	Helägt dotterbolag till Teracom
<b>Övriga bolag</b>				
Tidningstjänst	1 262,6	8,0	Tidningsdistribution	Helägt av det statligt helägda Posten AB

Källa: Årsredovisningar.

**Tabell 3.20 Stenbecksfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)**

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Modern Times Group MTG AB</b>	<b>14 173,0</b>	<b>-1 625,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2009 55% av rösterna och 22% av kapitalet
<b>Affärsområde Viasat Broadcasting<sup>1</sup></b>	<b>10 919,0</b>	<b>1 904,0</b>		Avser totala verksamheten
Området "Betal-TV Norden" <sup>1</sup>	4 163,0	725,0		Avser totala verksamheten
Området "Fri-TV Skandinavien" <sup>1</sup>	3 652,0	820,0		Avser totala verksamheten
Viasat	1 398,1	246,5	TV-distribution	
TV1000 AB	340,1	...	TV1000	Totala intäkter 753,4 Mkr och resultat 469,9 Mkr
Viasat Satellite Services	114,8	...	Transponderuthyrning	Totala intäkter 410,6 och resultat 32,0. Försäljning till koncernföretag 93%
Viasat Pay Channels AB	135,7	...	Viasat-kanaler	Totala intäkter 188,6 Mkr och resultat -114,7 Mkr
Television AB TV8	119,9	33,2	TV8	Försäljning till koncernföretag 30%
<i>Intressebolag inom affärsområdet Viasat Broadcasting</i>				
MMS Mediamätning i Skandinavien	41,8	2,2	Publikmätningsföretag	Ägarandel 24%
<b>Affärsområde Modern Studios<sup>1</sup></b>	<b>249,0</b>	<b>-39,0</b>		Avser totala verksamheten
Strix Television	377,0	12,2	Produktionsbolag	Inklusive program för danska, norska och holländsk/belgiska tv-kanaler. Försäljning till koncernföretag 61%
Strix Drama	37,5	-3,9	Produktionsbolag	
Redaktörerna i Stockholm	46,3	3,0	Kund-, organisations- och medlemstidningar	Försäljning till koncernföretag 66%
<b>Affärsområde Radio<sup>1</sup></b>	<b>710,0</b>	<b>134,0</b>		Avser totala verksamheten
Kilohertz	244,0	1,6	Radioproduktion och reklamförsäljning	
MTG Radio	144,4	2,3	Radioproduktion och reklamförsäljning	Försäljning till koncernföretag 34%
<b>Affärsområde Online<sup>1</sup></b>	<b>1 553,0</b>	<b>99,0</b>		Avser totala verksamheten
CDON	597,1	...	Försäljning av musik, spel och film via internet	Totala intäkter 1 090,6 MSEK och resultat 95,8 MSEK
Playahead	11,2	-13,7	Internetportal	Ägarandel 90%. Verksamheten avvecklades 2009
<i>Intresseföretag inom MTG</i>				
Svensk Programagentur	186,7	13,4	TV-distribution	Ägarandel 50%
Radio National i Luleå	4,8	1,0	RIX FM 105,6 Luleå	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 11%
Radioindustri Xerses i Borås	4,9	-0,4	RIX FM 107,1 Borås	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 21%
Radio National i Skellefteå	1,2	-0,7	RIX FM 92,4 Skellefteå	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 11%
<b>Metro International</b>	<b>2 339,2</b>	<b>-254,5</b>	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2009 44% av rösterna och 48% av kapitalet
Området "Metro Sweden" <sup>1</sup>	555,8	53,2	Metro	
<b>Tele2</b>	<b>39 265,0</b>	<b>5 027,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2009 59% av rösterna och 31% av kapitalet
Tele2Vision Sverige AB	223,7	-94,6	Kabel-tv	Ekonomiska uppgifter avser 2006

<sup>1</sup> Resultatet avser rörelseresultat.

Källor: Årsredovisningar.

**Tabell 3.21 Intäkter för Stenbecksfärens medieverksamhet 2010 (miljoner kronor)**

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2006/2010 (%)
MTG			
Fri TV Skandinavien	4 078	31	41
Betal-TV Norden	4 319	33	42
Fri TV Tillväxtmarknader	2 001	15	10
Betal-TV Tillväxtmarknader	878	7	...
Övriga verksamheter	1 640	13	...
Övrigt och elimineringar	171	1	...
Moderbolag och övriga bolag	15	0	...
MTG totalt	13 101	100	29
Metro International	2 123		-31
CDON Group	1 492		...
Tele2 <sup>1</sup>	...		...
Stenbecks medier totalt	16 716		155

<sup>1</sup>Tele2 särredovisade 2010 inte sin verksamhet inom kabel-tv. Intäkterna för kabel-tv uppgick 2006 till 224 MSEK.

Källa: Årsredovisning för MTG och Metro International 2000–2010.

**Tabell 3.22 Geografisk fördelning för MTG:s intäkter 2010 (miljoner kronor)**

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2010 (%)
Sverige	3 950	30	58
Danmark	3 367	26	...
Norge	2 408	18	...
Övriga länder	3 376	26	265
Totalt	13 101	100	105

Källa: Årsredovisning för MTG 2001 och 2010.

**Tabell 3.23 Geografisk fördelning Metro International intäkter 2010 (miljoner kronor)**

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Rörelse resultat	Rörelse marginal
Sverige	639	30	109	17
Danmark	251	12	7	3
Övriga Europa	717	34	46	6
Övriga länder	384	18	62	16
Övrigt	132	6	-109	-83
Totalt	2 123	100	115	5

Källa: Bearbetning av årsredovisning för Metro International 2010.

Tabell 3.24 Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2009 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Telenor A/S</b>	118 764,0	18 453,0	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Norska statens ägarandel uppgår till 54%
Canal Digital Sverige	1 767,8	-10,3	TV-distribution	
B2 Bredband	2 013,1	90,9	Bredbandsleverantör	Uppgift saknas om hur stor andel av intäkterna som genereras av medieanknuten verksamhet

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.25 Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2010 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Telenor A/S</b>	113 013,0	24 076,0	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. Norska statens ägarandel uppgår till 54%
Canal Digital Sverige	1 835,8	55,6	TV-distribution	
B2 Bredband	1 836,1	127,3	Bredbandsleverantör	Uppgift saknas om hur stor andel av intäkterna som genereras av medieanknuten verksamhet

Källa: Årsredovisningar.



## Ledning och administration

Institutionschef:  
Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Administratör (beställningar m m):  
Anne Claesson  
Telefon: +46 31 786 12 16  
Fax: +46 31 786 46 55  
anne.claesson@nordicom.gu.se

Teknisk redigering och webbansvarig:  
Per Nilsson  
Telefon: +46 31 786 46 54  
Fax: +46 31 786 46 55  
per.nilsson@nordicom.gu.se

## Verksamhetsområden

### Medie- och kommunikationsforskning

#### Publikationsverksamhet

Redaktör: Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

#### Forskningsdokumentation

Nordisk koordinatör:  
Claus Kragh Hansen  
Statsbiblioteket  
Universitetsparken  
DK-8000 Aarhus C

Telefon: +45 89 46 20 69  
Fax: +45 89 46 20 50  
ckh@statsbiblioteket.dk

### Medieutveckling och mediestatistik

#### Nordic Media Trends

Nordisk koordinatör:  
Eva Harrie  
Telefon: +46 31 786 46 58  
Fax: +46 31 786 46 55  
eva.harrie@nordicom.gu.se

#### Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen  
terjef@nordicmedia.info

#### Outlook Europe & International

Redaktör: Anna Celsing  
anna.celsing@skynet.be

### The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinatör:  
Cecilia von Feilitzen  
Telefon: +46 8 608 48 58  
Fax: +46 8 608 46 40  
cecilia.von.feilitzen@sh.se

Forskningsinformatör:  
Catharina Bucht  
Telefon: +46 31 786 49 53  
Fax: +46 31 786 46 55  
catharina.bucht@nordicom.gu.se

## Nationella centraler

### Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket  
Universitetsparken  
DK-8000 Aarhus C

#### Medie- och kommunikationsforskning

Maria Hvid Stenald  
Telefon: +45 89 46 21 67  
Fax: 45 89 46 20 50  
mhs@statsbiblioteket.dk

### Nordicom-Finland

Department of Journalism  
and Mass Communication  
University of Tampere  
FI-33014 Tampere

#### Medie- och kommunikationsforskning

Päivi Lukin  
Telefon: +358 3 3551 70 45  
Fax: +358 3 3551 62 48  
paivi.lukin@uta.fi

### Nordicom-Island

Háskóli Íslands,  
Félagsvísindadeild  
IS-101 Reykjavík

#### Medie- och kommunikationsforskning

Guðbjörg Hildur Kolbeins  
Telefon: +354 525 42 29  
Fax: +354 552 68 06  
kolbeins@hi.is

### Nordicom-Norge

Institutt for informasjons-  
og medievitenskap  
Universitetet i Bergen  
Postboks 7800  
NO-5020 Bergen

#### Medie- och kommunikationsforskning

Ragnhild Mølster  
Telefon: +47 55 58 91 40  
Fax: +47 55 58 91 49  
ragnhild.molster@infomedia.  
uib.no

#### Medieutveckling och mediestatistik

##### medienorge

Nina Bjørnstad  
Telefon: +47 55 58 91 26  
Fax: +47 55 58 91 49  
nina.bjornstad@infomedia.uib.no

### Nordicom-Sverige

Göteborgs universitet  
Box 713  
SE-405 30 Göteborg

Fax: +46 31 786 46 55

#### Medie- och kommunikationsforskning

Roger Palmqvist  
Telefon: +46 31 786 12 20  
roger.palmqvist@nordicom.gu.se

Karin Poulsen  
Telefon: +46 31 786 44 19  
karin.poulsen@nordicom.gu.se

#### Medieutveckling och mediestatistik

##### MedieSverige

Ulrika Facht  
Telefon: +46 31 786 13 06  
ulrika.facht@nordicom.gu.se

Karin Hellingwerf  
Telefon: +46 31 786 19 92  
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Staffan Sundin  
Telefon: +46 36 16 45 82  
staffan.sundin@nordicom.gu.se

# NORDICOM *Sverige*

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg

Telefon: 031-786 00 00 • Fax: 031-786 46 55

E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

ISSN 1101-4539

ISBN 978-91-86523-34-3



norden



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET