


NORDICOM

Nordicom är ett centrum för nordisk medieforskning vid Göteborgs universitet. Verksamheten bedrivs med stöd av Nordiska ministerrådet.

Du hittar fler faktablad om medier och medieanvändning på vår webbplats: www.nordicom.gu.se

Nordens tio största tidningsföretag efter omsättning

De nordiska tidningsmarknaderna har under de senaste decennierna genomgått en gradvis ägarkoncentration, i vilken ett växande antal tidningar och tidningsföretag har tagits över av ett större företag. Som ett resultat av den utvecklingen omfattar Nordens tio största tidningsföretag idag omkring 400 tidningar, inklusive prenumererade dagstidningar, lösnummerförsålda tidningar och gratistidningar – distribuerade på papper och/eller online.

De fyra största tidningsföretagen i Norden – mätt i omsättning under 2019 – kommer från fyra olika länder. Den enskilt största aktören, med en omsättning under 2019 på motsvarande 758 miljoner euro, är det norska medieföretaget Schibsteds nyhetsmediedivision, Schibsted News Media, som ger ut tidningar i Norge och Sverige. Svenska Bonniers och finska Sanomans motsvarigheter – Bonnier News respektive Sanoma Media Finland – är tvåa och trea på listan, medan JP/Politikens Hus i Danmark är fyra.

När det gäller de övriga företagen på listan över Nordens tio största tidningsföretag är de relativt jämt fördelade mellan de fyra stora nordiska länderna (medan Island inte är representerat alls). Finland och Norge är representerat med tre företag vardera, medan Danmark och Sverige har vardera två.

I fyra fall av tio utgör tidningsverksamheten ett affärsområde i en större företagskoncern. Det handlar här utöver nämnda Schibsted, Bonnier, Sanoma om finska Alma Media, vilka samtliga har betydande verksamheter både inom och utanför den övriga mediemarknaden. I resterande sex företag utgör tidningsutgivning, eller tidningsrelaterad verksamhet, den dominerande intäktskällan. Det största tidningsföretaget i fråga om antalet enskilda titlar är norska Amedia, som svarar för utgivningen av närmare 80 lokala dagstidningar samt den nationella nyhetssajten Nettavisen.

I fråga om ägarskap är fem av tio företag på listan börsnoterade. Bland de resterande fem är fyra majoritetsägda av ideella stiftelser. Stiftelser är också den största enskilda aktieägaren i två av de börsnoterade företagen: Schibsted (Stiftelsen Tinius) och Sanoma (Jane och Aatos Erkkos stiftelse). Den relativt betydande förekomsten av stiftelser som ägare av stora tidningsföretag är ett kännetecken för de nordiska tidningsmarknaderna i ett internationellt perspektiv. Samtidigt är det endast ett tidningsföretag på topp 10-listan som fortsatt kontrolleras av en familj: Det är Bonnier News, som ingår i den familjeägda Bonnierkoncernen.

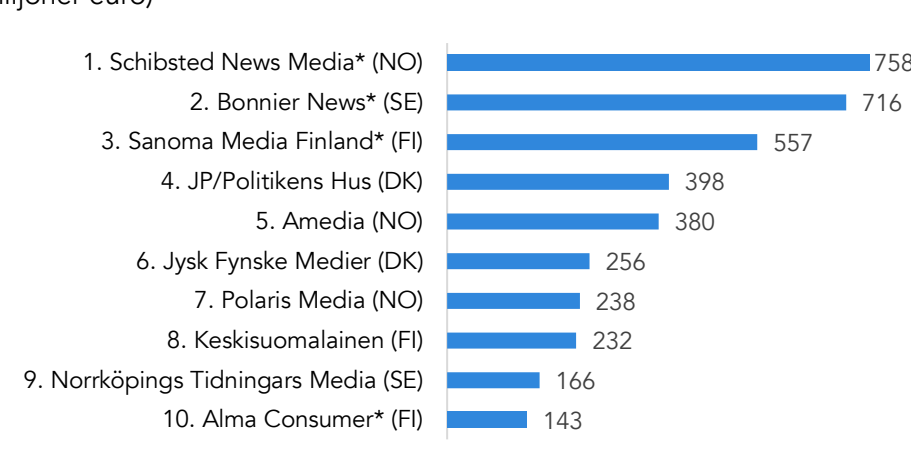
Trots en trend mot en ökad internationalisering av västvärldens mediemarknader under de senaste decennierna är förekomsten av utländska ägarintressen bland de största tidningsföretagen i Norden relativt begränsad. Endast två av de tio största tidningsföretagen är majoritetsägare i tidningsreläser i ett annat nordiskt land. Det ena är Schibsted, som sedan 1990-talet

äger de svenska tidningarna *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*. Det andra är norska Polaris Media (i vilket Schibsted är den största enskilda aktieägaren), som under 2019 förvärvade aktiemajoriteten i det svenska lokal-tidningsföretaget Stampen Lokala Medier. I detta sammanhang kan också noteras att inget av de tio största tidningsföretagen i Norden har en majoritetsägare som inte kommer från något av de nordiska länderna.

Med det sagt så är det flera nordiska tidningsföretag som har minoritetsintressen på de andra nordiska tidningsmarknaderna. Två exempel är Amedia och JP/Politikens Hus, som äger minoritetsposter i Bonnier News Local, ett dotterföretag till Bonnier News som ger ut omkring 40 lokal-tidningar i Sverige.¹ Ett tredje exempel (om än inte från topp 10-listan) är den svenska NWT Gruppen, som är en av de enskilt största minoritetsägarna i både Schibsted och Polaris Media.

Mot bakgrund av den allt hårdare konkurrenssituationen för kommersiella nyhetsmedier kan det avslutningsvis noteras att inte mindre än nio av de tio största tidningsföretagen i Norden redovisade ett positivt resultat under 2019. Undantaget var den svenska lokaltidningskoncernen Norrköpings Tidningars Media (NTM) som gick med förlust.

TOPP 10-LISTAN Nordens tio största tidningsföretag efter omsättning, 2019 (miljoner euro)



Anmärkning: Omräkningen från lokala valutor till euro bygger på genomsnittliga växelkurser för 2019. Omsättning avser företagets samlade intäkter och kan inkludera intäkter även från andra verksamheter. *Undantagen är Schibsted News Media (#1), Bonnier News (#2), Sanoma Media Finland (#3) och Alma Consumer (#10) där intäkterna avser intäkter från ett affärsområde/division i en större koncern.

Källor: Årsredovisningar för 2019 och företagets hemsidor.

¹ Amedia äger 20 procent av Bonnier News Local, till vilket ska läggas 49 procent av lokaltidningskoncernen Hall Media, som förvärvades av Bonnier News Local i april 2020. JP/Politikens Hus kontrollerar 7 procent av lokaltidningsföretaget HD-Sydsvenskan, ett dotterbolag till Bonnier News Local med säte i Malmö.

TOPP 10-LISTAN Nordens tio största tidningsföretag efter omsättning, 2019 (miljoner euro)

	Företag (moderbolag, land)	Typ	Dominerande aktieägare (31 dec 2019)	Tidningsinnehav (20 nov 2020)	Intäkter (MEUR)	Resultat (MEUR)
1	Schibsted News Media (Schibsted, NO)	Börsnoterat	Stiftelsen Tinius (25%)	NO: 3 nationella, 10 lokala SE: 3 nationella	758	+77*
2	Bonnier News (Bonnier, SE)	Onoterat	Familjen Bonnier	SE: 2 nationella, 40 lokala, ca 50 gratistidningar	716	+20**
3	Sanoma Media Finland (Sanoma, FI)	Börsnoterat	Jane och Aatos Erkko stiftelse (24%), Herrlin Antti (12%)	FI: 2 nationella, 13 lokala, 2 gratistidningar	577	+142*
4	JP/Politikens Hus (DK)	Onoterat	Jyllands-Postens Fond (50%), Politiken Fonden (50%)	DK: 3 nationella, 12 gratistidningar	398	+47
5	Amedia (NO)	Onoterat	Amedia-stiftelsen	NO: 1 nationell, 78 lokala, 1 gratistidningar	380	+32
6	Jysk Fynske Medier (DK)	Onoterat	Den Fynske Bladfond (48%), Den Sydvestjydske Venstrepresse (36%)	DK: 15 lokala, 63 gratistidningar	256	+3
7	Polaris Media (NO)	Börsnoterat	Schibsted ASA (29%), NWT (26%)	NO: 41 lokala SE: 11 lokala, 4 gratistidningar	238	+15
8	Keskisuomalainen (FI)	Börsnoterat	Pekka Kangaskorpi (5%), Vesa-Pekka Kangaskorpi (3%)	FI: 44 lokala, 28 gratistidningar	232	+13
9	Norrköpings Tidningars Media (SE)	Onoterat	Erik och Asta Sundins stiftelse (76%)	SE: 18 lokala, ca 10 gratistidningar	166	-8
10	Alma Consumer (Alma Media, FI)	Börsnoterat	Otava (29%), Mariatorp (19%)	FI: 2 nationella	143	+16

Anmärkning: Omräkningen från lokala valutor till euro bygger på genomsnittliga växelkurser för 2019. Uppgifter om tidningsinnehav bygger på tidningsföretagens egna angivelser och avser dagstidningar, på papper och/eller online, med en allmän nyhetsrapportering, vilket innebär att nischade nyhetsmedier (t.ex. affärstidningar) har exkluderats. Uppgifter om tidningsinnehav är insamlade i november 2020 och kan avvika från innehavet under 2019. Omsättning avser företagets samlade intäkter och kan inkludera intäkter även från andra verksamheter. Undantagen är Schibsted News Media (#1), Bonnier News (#2), Sanoma Media Finland (#3) och Alma Consumer (#10) där intäkterna avser intäkter från ett affärsområde/division i en större koncern. Resultat = Resultat före finansiella poster (EBIT). *Resultat före räntor, skatter och nedskrivningar (EBITA). **Resultat före räntor, skatter, avskrivningar och nedskrivningar (EBITDA).

Källor: Årsredovisningar för 2019 och företagens hemsidor.

En metodkommentar

Rangordningar av de största tidningsföretagen i en specifik geografisk region – vilket är fallet i den här sammanställningen – är förknippade med en rad metodologiska utmaningar.

Historiskt sett har skattningar av storleken – inklusive marknadsandelar – hos enskilda tidningsföretag ofta byggts på uppgifter om tidningsupplagor. Sedan ett antal nordiska tidningar har valt att lämna de branschgemensamma nationella upplagemätningarna är den sortens sammanställningar inte längre möjlig på nordisk nivå. Det innebär att vi är hänvisade till ekonomisk omsättning från företagens årsredovisningar. Här är det viktigt att poängtera att de redovisade intäkterna avser företagets samlade intäkter, inte enbart dem som kan hänföras till tidningsverksamhet (vilka sällan är separat redovisade). Sedan relativt få av dagens tidningsföretag är verksamma enbart inom just tidningsutgivning, kan de redovisade siffrorna inkludera intäkter från t.ex. tryckeri- och distributionsverksamhet, tidskrifts- och bokutgivning, fastighetsverksamhet och kommersiell radio. I de fall då tidningsutgivningen är organiserad som en självständig division eller affärsområde i en större mediekoncern (vilket är fallet med t.ex. Schibsted), har vi valt att redovisa det ekonomiska resultatet för divisionen och inte koncernen. Alla dessa förhållanden försvarar den exakta jämförelsen av storleken på de största tidningsföretagen i Norden.

Det finns också metodologiska utmaningar när det gäller antalet tidningar som kontrolleras av respektive företag. Det finns idag inga standardiserade mätningar som anger och kategoriserar antalet tidningar på de nordiska tidningsmarknaderna på ett systematiskt sätt. Av det skälet har vi valt att redovisa tidningsföretagens egna uppgifter när det gäller det egna tidningsinnehavet. I insamlingen av dessa uppgifter har vi valt att enbart inkludera tidningar (på papper och/eller online) som ägnar sig åt generell nyhetsförmedling. Det innebär att mer nischade nyhetstidningar, med inriktning mot t.ex. affärs-, sport- eller livsstilsnyheter, har exkluderats från sammanställningen.

Jonas Ohlsson

E-post: jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

Publicerat: Mars 2021