

# Den svenska mediemarknaden

# 2013

Staffan Sundin

MedieNotiser

Nr. 3 2013

Nordicom–Sverige  
Göteborgs universitet

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

---

## MedieNotiser nr 3/2013

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

### Omslag

Daniel Zachrisson

### Tryck

Responstryck AB, Borås



ISSN 1101-4539  
ISBN 978-91-86523-76-3

© Nordicom 2013

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 Nordicoms 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 Clearinghouse 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 mediekunnighet 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)

# Den svenska mediemarknaden 2013

Staffan Sundin



# Innehåll

Förord	5
Om att följa den svenska mediemarknadens utveckling	8
1 Mediemarknaden	9
Statistik	13
2 Mediebranscher	
2.1 Dagspress	19
2.2 Tidskrifter	24
2.3 Böcker	26
2.4 Radio	29
2.5 Television	31
2.6 Film	34
Statistik	37
3 Medieföretag	
3.1 Aller	59
3.2 Bonnier	60
3.3 Com Hem	64
3.4 Egmont	65
3.5 Gota Media	66
3.6 KF Media	67
3.7 Mittmedia	68
3.8 Norrköpings Tidningar Media (NTM)	69
3.9 SBS Discovery	70
3.10 Schibsted	71
3.11 Stampen	73
3.12 Statliga sfären	75
3.13 Stenbecksfären	77
3.14 Telenor	79
Statistik	81

# Tabeller och figurer

## Mediemarknaden

Tabell 1.1	Ägare på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt samt totala intäkter 2011 (miljoner kronor)	13
Tabell 1.2	Mediegrupper verksamma i både Sverige och utlandet 2011, omsättning (miljarder kronor)	14
Tabell 1.3	The 20 largest media companies by media revenue on the Nordic media market 2011 (Euro millions)	15
Tabell 1.4	The largest media companies in Europe by revenue 2011 (Euro millions)	16
Tabell 1.5	The largest media companies in the world by revenue 2011 (USD millions)	17

## Mediebranscher

Tabell 2.1	Ägargrupper på den svenska dagspressmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	37
Tabell 2.2	Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (>3 dagar/vecka) 2012	38
Tabell 2.3	Upplaga inom flerdagarspress (>3/v) vardagar 2012	39
Tabell 2.4	Ägargrupper på tidskriftsmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	41
Tabell 2.5	De största1 förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2012 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga och procent)	43
Tabell 2.6	Marknadsandelar för de största utgivarna inom tre grupper av förlagsutgivna tidskrifter 2012 (procent av TS-registrerad upplaga)	43
Tabell 2.7	Företag/förlag på bokmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	44
Tabell 2.8	Författarrättighetsbolag. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	48
Tabell 2.9	Företag på radiomarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	49
Tabell 2.10	De största radioföretagens räckvidd 2013 (procent)	50
Tabell 2.11	Företag på marknaden för distribution av radio och television. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	51
Tablå 2.1	Företag som distribuerar tv till konsumenter 2012	51
Tabell 2.12	Programföretag på tv-marknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	52
Figur 2.2	De största tv-programföretagen på tv-marknaden efter tittartidsandel 2012 (%)	53
Tabell 2.13	De fyra största programföretagen på den svenska tv-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2011 och 2012 (procent av tittartiden)	53
Tabell 2.14	Företag verksamma inom tv-produktion. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	54
Tabell 2.15	Företag på den svenska filmmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	56

## Medieföretag

Tabell 3.1	Geografisk fördelning för Aller Holdings intäkter 2012 (miljoner kronor)	81
Tabell 3.2	Allers verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	81
Tabell 3.3	Intäkter och rörelseresultat för Bonnier AB 2012 (miljoner kronor)	82
Tabell 3.4	Geografisk fördelning för Bonnier AB:s intäkter 2012 (miljoner kronor)	82
Tabell 3.5	Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	83
Tabell 3.6	Com Hem AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	86
Tabell 3.7	Intäkter och rörelseresultat för Egmont International 2012 (miljoner kronor)	87
Tabell 3.8	Egmontsfärens verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	87
Tabell 3.9	Gota Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	88
Tabell 3.10	Kooperativa Förbundets medieverksamhet. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	89
Tabell 3.11	MittMedia Förvaltnings AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	90
Tabell 3.12	Norrköpings Tidningar Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	91
Tabell 3.13	ProSiebenSat.1:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	92

Tabell 3.14	Fördelning för Schibsteds intäkter 2012 (miljoner kronor)	93
Tabell 3.15	Schibsteds verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	93
Tabell 3.16	Intäkter för Stampen AB:s medieintäkter 2012 (miljoner kronor)	94
Tabell 3.17	Stampens verksamhet. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	95
Tabell 3.18	Statligt ägda företags medieverksamhet. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	97
Tabell 3.19	Intäkter för Stenbecksfärens medieverksamhet 2012 (miljoner kronor)	98
Tabell 3.20	Geografisk fördelning för MTG:s intäkter 2012 (miljoner kronor)	98
Tabell 3.21	Stenbecksfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	99
Tabell 3.22	Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)	100

### Teckenförklaring

... Uppgift saknas, data ej tillgänglig





# Förord

Det är i år 15 år sedan Nordicom fick uppdraget att följa utvecklingen på den svenska mediemarknaden. 1999 utgav Nordicom den första utgåvan av *Den svenska mediemarknaden* och efter det har nya utgåvor publicerats vart annat år. De senaste åren via webbpublicering.

Under de 15 år som har gått sedan Nordicom påbörjade dokumentationen av den svenska medieutvecklingen har medielandskapet förändrats i många avseenden. Digitaliseringen med en tilltagande kommersialisering och långtgående mediekonvergens har omskapat mediekulturen vad gäller såväl tid och rum som socialt beteende. Men det är inte bara mediernas funktioner som har förändrats utan också strukturer avseende 'governance' och inte minst mediemarknaden. Det ena påverkar det andra – det är en evig växelverkan mellan publiken, marknaden och politiken. Så har skett tidigare och kommer att ske igen – det kan läras av de senaste 200 årens historia.

*Den svenska mediemarknaden 2013* är en diger faktasammanställning rörande de större svenska medieföretagen med uppgifter om ekonomiska utfall, marknadsandelar och ägarförhållanden. Liknande uppgifter lämnas också för de största utländska medieföretagen. Förändringar och trender vad gäller mediemarknaden analyseras och diskuteras i ett antal kapitel.

Sedan starten har professor Staffan Sundin på ett mycket förtjänstfullt sätt ansvarat för dessa rapporter. Den utgåva som nu föreligger, *Den svenska mediemarknaden 2013*, är den sjunde i ordningen. Med denna lämnar Staffan Sundin Nordicom då han inträder i pensionsåldern. Nordicom fortsätter dock arbetet och nya rapporter kommer att utges både vad gäller den svenska och den nordiska mediemarknaden – ibland utifrån globala perspektiv.

Men först är det vår förhoppning att *Den svenska mediemarknaden 2013* skall erbjuda intresserade läsare information och kunskap av relevans i många olika sammanhang.

Göteborg i oktober 2013

*Ulla Carlsson*  
Direktör  
Nordicom

# Om att följa den svenska mediemarknadens utveckling

Analysen i *Den svenska mediemarknaden 2013* bygger på en bred bevakning av utvecklingen av mediemarknaderna i framför allt Norden men även i övriga världen. Årsredovisningar för cirka 1 300 svenska medieföretag och ett hundratal utländska genomgås årligen systematiskt. Vidare bevakas kontinuerligt artiklar i dagspress och fackpress samt mediasajter, t ex *Medievärlden*, *Journalisten*, *Resumé*, *Dagens Media*, *Svensk Bokhandel*, *Kampanje*, *Vassa Eggen*, och företagens hemsidor. Forskningen på området följs i vetenskapliga monografier och artiklar.

Det statistiska materialet i *Den svenska mediemarknaden 2013* utgörs i huvudsak av bearbetningar av data i Nordicoms medieföretagsdatabas. Målsättningen är att basen skall omfatta alla företag (förutom enmansbolag) som är verksamma i Sverige inom dagspress, tidskriftsutgivning, bokutgivning, television, radio, film, medierelaterade delar av internet samt deras ägarbolag. Basen innehåller även uppgifter om de utländska koncerner som är verksamma i Sverige.

Arbetet påbörjades 1995, då basen omfattade cirka 800 företag. Basen har sedan uppdaterats årligen och byggts ut så den nu omfattar cirka 1 900 företag och sammanlagt cirka 25 500 poster. Basen innehåller bland annat uppgifter om företagets ägare, ägarsfär, nationalitet, län, styrelse, vd, chefredaktör/förlagschef, ansvarig utgivare, ekonomi (intäkter, resultat, stöd, balansomslutning, soliditet, rörelse och nettomarginaler, utdelning m m), upplaga, periodicitet, dotterbolag, intressebolag, utlandsverksamhet samt transaktioner som förvärv, försäljningar, nedläggningar och nyetableringar av företag. Huvudkällor är företagets årsredovisningar samt statistik från TS, Presstödsnämnden, Svenska Förläggareföreningen, MMS, TNS Sifo, Svenska Filminstitutet och KIA.

# 1. Mediemarknaden

Den svenska mediemarknaden är i likhet med mediemarknader över hela världen inne i en omfattande och snabbt accelererande omvandlingsprocess. Bakom denna process ligger den snabba tekniska utvecklingen som i grunden påverkat produktion, distribution och konsumtion av medier och som i sin tur ställt medieföretagen inför stora utmaningar att anpassa sig till en ny verklighet. Övergången till digital teknik har gjort det möjligt att producera och distribuera text, ljud och bilder till allt lägre kostnader, vilket bland annat resulterat i lanseringen av stor mängd nischade tv-kanaler och tidskrifter. Nya plattformar som smartphones samt surf- och läsplattor förändrar i allt snabbare takt mediekonsumtionsmönstren. Publiken, framför allt den yngre delen, överger tryckta medier till förmån för internetbaserat medieinnehåll. Rörliga bilder konsumeras alltmer i form av streamad television och klipp på nätet.

De förändrade produktions-, distributions- och konsumtionsformerna har ställt de etablerade medieföretagen inför ett starkt omvandlingstryck. Många företag har utvecklats till mediehus som producerar olika typer av innehåll och därmed alltmer börjat konkurrera över de traditionella branschgränserna. Dagstidningarna producerar rörliga bilder och anpassar sig till kontinuerlig uppdatering på nätet samtidigt som etermedier lägger ut texter på nätet. Medieföretagen prövar att erbjuda sitt innehåll på nya plattformar. Dagstidningarna, som länge har varit verksamma på internet har under de senaste åren gjort allt större satsningar på att distribuera sitt material på surf- och läsplattor och mobiler. Tv-bolagen satsar på play-tjänster för att kunna nå en publik som vill vara oberoende av tablåerna. På filmmarknaden har bolagen kompletterat sina distributionsformer med video-on-demand-tjänster. Tidskriftsförlagen utvecklar appar för surf-och läsplattor. Bokförlagen har börjat med utgivning av e-böcker. Radiobolagen och även andra medieföretag producerar poddradio.

De etablerade medieföretagen möter samtidigt en konkurrens från olika typer av nya aktörer som går in på mediemarknaden. Ett exempel är telekombolag som i allt större utsträckning erbjuder sina kunder ip-tv och direkt konkurrerar med de traditionella distributörerna av framför allt television. Ett annat exempel är Google som genom sin försäljning av sökordsannonser stöpt om annonsmarknaderna i många länder. Ett tredje är Youtube som når över en miljard unika besökare per månad. De traditionella företagen hotas även av att ny teknik gör det möjligt för konsumenterna att hoppa över vissa produktionsled. I USA har exempelvis författare med framgång börjat saluföra sina verk som e-böcker direkt via bokhandeln utan medverkan från något bokförlag. De stora tv-produktionsbolagen prövar att sälja sina produktioner direkt till konsumenterna utan att ta omvägen via programbolag. Musiktjänster på nätet konkurrerar direkt med musikinriktade radiokanaler.

Samtidigt som produktion och distribution av medier har förändrats har publiken visat ett i stort oförändrat intresse av att ta del av medieföretagens utbud, vare sig det gällt journalistik eller underhållning. Den stora utmaningen för medieföretagen har blivit att inte bara anpassa sitt utbud till publikens nya vanor utan även att hitta nya affärsmodeller som genererar intäkter från de nya distributionsformerna när de konsumenterna överger de gamla.

## 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 konkurrens 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 stora förlag i dessa länder.

Denna trend mot en expansion på bred front förefaller ha vänt kring 2005. De flesta av de stora nordiska mediekoncernerna har sedan dess 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. Mot denna trend har dock Aller gått genom att 2013 köpa den stora norska dagstidningen *Dagbladet* och därmed för första gången under sin mer än hundraåriga historia engagera sig på dagspressmarknaden.

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 sina ägarandelar i SF Bio och affärsinformationskoncernen Bisnode. 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, där dock en del av verksamheten sålts 2013. 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 Sverige och några latinamerikanska länder. I detta fall rör det sig troligen mindre om ett medvetet strategiskifte än ett tvång att avyttra olönsamma rörelser.

Aller har valt att koncentrera sig nästan helt på utgivning av populärpress och specialtidningar sedan man sålt sina fack- och herrtidningsutgivningar, men gått in på dagspressmarknaden genom köpet av norska *Dagbladet*. Sanoma har avyttrat sitt stora allmänlitterära förlag, WSOY, i Finland och i stället köpt Bonniers läromedelsförlag i Sverige och Finland.

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 Discovery med SBS Radio samt MTG blivit helt dominerande sedan bland annat Bonniers och Stampen avyttrat sina intressen. Ett annat är att SF Bio (ägt av Ratos, tidigare Bonnier) blivit ännu mer dominerade på biomarknaden sedan Schibsted sålt sina intressen.

## De transnationella mediekonglomeraten marginella 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 relativt blygsam (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. Sedan News Corporation 2011 förvärvat Shine där bland annat tv-produktionsbolaget Metronome Film & Television och filmbolaget Filmlance ingår är dock koncernen en viktig aktör även på de nordiska tv- och filmmarknaderna. 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 filmistributionsmarknaden är mediekonglomeraten en viktig aktör, men i övrigt är deras inflytande på de nordiska mediemarknaderna relativt marginellt. De tio största mediekonglomeratens sammanlagda intäkter i Sverige uppgick 2011 till 2,2 miljarder kronor, vilket var i nivå med Aftonbladets omsättning (se tabell 1.2).

De stora mediekoncernerna spelar givetvis indirekt en viktig roll för de svenska mediekonsumenterna i egenskap av stora leverantörer av program

och filmer till de svenska tv-kanalerna. Däremot har deras egna kanaler låg räckvidd i Sverige. Viacom med MTV och Nickelodeon samt Disney med sina barnkanaler är mest populära med sammanlagt 1,4 respektive 1,7 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. Störst av dem i Sverige är amerikanska tv-koncernen Discovery Communications, som 2013 förvärvade SBS Nordic av det tyska tv-bolaget ProSiebenSat.1, och därmed blev en av de ledande aktörerna på de nordiska tv- och radiomarknaderna. En annan stor aktör på den svenska mediemarknaden är Infinitas Learning med det ledande läroboksförlaget Liber. Den italienska mediekoncernen De Agostino äger 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.

## Internet snabbt växande reklambärare

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 läggs allt mer av hushållens utgifter för medier på anläggningar för och abonnemang på underhållningskanaler. De reklamfinansierade etermediebolagen har sedan börjat av 1990-talet kraftigt ökat sin andel av den totala reklambakken.

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 reklamintäkterna. Dagspressen förlorade 2012 sin position den största enskilda reklambäraren till internet. Mellan 2011 och 2012 minskade dagspressen sina annonsintäkter med 1 miljard kronor och sin marknadsandel med 3,5 procentenheter (se tabell 1). Reklamintäkterna på internet har fördubblats sedan 2007 och uppgick 2012 till 8 miljarder kronor. Tv-branschen har sedan mitten av 00-talet ökat sina reklamintäkter snabbt och har en marknadsandel på cirka 19 procent.

Huvuddelen av annonsintäkterna på nätet går till andra aktörer än de traditionella medieföretagen. Intäkterna för sökordsannonsering ökar mycket snabbt och uppgick 2012 till cirka 2,9 miljarder kronor. Google särredovisar inte sin omsättning i Sverige, men står sannolikt för merparten av denna typ av annonsering. Morgontidningarnas intäkter från nätannonseringen uppgick till 500 miljoner kronor motsvarande 6 procent av den totala internetannonseringen. För kvällspressen beräknas annonsandelen från internet ligga närmare 40 procent.

**Tabell 1. Reklaminvesteringar i Sverige 2012 (miljoner kronor)**

	Investeringar	Andel (%)	Förändring 2005-2010 (%)
Dagstidningar	6 881	21,6	-27
Tidskrifter	1 760	5,5	-33
Radio	672	2,1	5
Tv	5 935	18,6	26
Bio	113	0,4	24
Internet/mobiler	8 055	25,3	97
Gratispublikationer	2 507	7,9	-5
Kataloger/Vägledande medier	493	1,5	-76
Direktreklam	3 840	12,1	-13
Utomhusreklam	1 030	3,2	-1
Butiksmedia	96	0,3	55
Bilagor	465	1,5	...
<b>Totalt</b>	<b>31 847</b>	<b>100,0</b>	<b>0</b>

Källa: Bearbetning av IRM:s pressmeddelanden 2008-02-19 och 2013-04-23.

Google växer mycket snabbt och deras totala omsättning 2012 uppgick till 340 miljarder kronor vilket är mer än det största medieföretaget Comcasts medieintäkter som samma år var 310 miljarder kronor. I Sverige har företaget utvecklats till en av större aktörerna på den totala annonsmarknaden. En försiktig uppskattning visar att Google i Sverige bör vara väsentligt större än både Dagens Nyheter och Aftonbladet, som vardera redovisade annonsintäkter på kring en miljard kronor. Störst i Sverige är dock TV4 med reklamintäkter på över 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 där morgontidningarna tidigare hade härskat i det närmaste ohotade. De etablerade medierna fruktade att nya företag och varumärken som fick mycket snabbt fick ett stort genomslag skulle bli farliga konkurrenter om läsare, lyssnare och tittare.

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 annonsajterna som Hitta.se, Blocket och TV.nu. Många medier har tagit till sig och börjat utnyttja populära nättjänster som You-

tube, 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 läs- och surfplattor.

De etablerade medieföretagen har således genomgående lyckats anpassa sig väl till det nya digitala informationssamhället, i många fall har de lyckats bättre än de nya specialinriktade IT-företagen. Deras problem ligger inte i att nå en 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 hela eller delar av 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 hittills. Av Aftonbladets totala intäkter så genereras knappt två procent av tidningens betaltjänst.

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 och istället söker sig 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 utarmad journalistik kommer att fortsätta.

**Tabell 1.1 Ägare på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt samt totala intäkter 2011 (miljoner kronor)**

Ägare	Huvudbolag	Medieintäkter		Koncernens totala intäkter	Resultat efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige
		Sverige	Totalt		Medier	Totalt	
Familjen Bonnier	Bonnier AB	16 785	30 479	30 479	664	664	Albert Bonniers Förlag, Wahlström & Widstrand, Forum, Bonnier Carlsen, Bonnier Audio, AdLibris, Bonnier Tidskrifter, Semic, Dagens Nyheter, Sydsvenskan, Expressen, Dagens Industri, TV4, C More, Svensk Filmindustri, SF Bio, Homeenter, Discshop
Svenska staten		10 972 <sup>1</sup>	12 095 <sup>1</sup>	...			
	varav SVT, SR och UR	7 419	7 419	7 419	20	20	Sveriges Television, Sveriges Radio, Utbildningsradion
	varav Teracom	2 936	4 059	4 059	325	325	Teracom, Boxer
Svenska staten (60), Danska staten (40)	varav PostNord	1 226	1 226	39 740	10	1 671	Tidningstjänst
Familjen Stenbeck (>50 genom direkt o indirekt ägande)	Stenbecksfären <sup>2</sup>	Ca 5 950	17 441	97 886	...	...	
	Modern Times Group	4 293	13 473	13 473	-727	-727	TV3, TV6, TV8, Viasat, Strix, MTG Radio (Rix FM)
	Metro International	649	2 039	2 039	81	81	Metro
	CDON Group <sup>3</sup>	...	1 929	3 404	...	111	CDON
Familjen Hjörne (87)	Stampen	5 603	5 603	5 603	343	343	Göteborgs-Posten, V-TAB, Liberala Tidningar (VLT, Nerikes Allehanda, 12 lokaltidningar samt gratistidningar), Mediabolaget Västkusten (Hollandsposten, Hallands Nyheter, TTELA, Bohusläningen, Strömstads Tidning), Appelberg Publishing Group, Stampen Media Partner
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted ASA	4 849	16 659	16 659	1 542	1 542	Svenska Dagbladet, Aftonbladet, Blocket, Hitta.se, Sandrew Metronome
BC Partners <sup>4</sup>	Com Hem	4 515	4 515	4 515	1 165	1 165	Com Hem
Kooperativa Förbundet	KF	2 670	2 670	37 284	-131	-1 147	Akademibokhandelsgruppen, Norstedts Förlagsgrupp (Norstedts, Rabén & Sjögren), Tidningen Vi, Pan Vision
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningars Media	1 811	1 811	1 811	85	85	Norrköpings Tidningar, Östgöta Correspondenten, Norrländska Socialdemokraten, Norrbottens-Kuriren, Upsala Nya Tidning (50) samt ytterligare 4 lokaltidningar
Norska Staten (54)	Telenor <sup>5</sup>	1 789	8 084	114 116	1 337	14 570	Canal Digital
KKR och Permira (88) <sup>6</sup>	ProSiebenSat.1	1 588	26 840	26 840	3 312	3 312	SBS TV (Kanal 5, Kanal 9), SBS Radio
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB	1 584	1 584	1 584	-33	-33	Sundsvalls Tidning, Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Östersunds-Posten, Dalarnas Tidningar samt ytterligare 8 lokaltidningar
Egmont Fonden	Egmont International Holding <sup>7</sup>	1 514	12 523	12 523	847	847	Egmont Kärnan, Nordisk Film, Egmont Tidskrifter, Vagabond
Familjen Aller	Aller Holding	1 428	4 908	4 908	360	360	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. CDON:s medieförsäljning i Sverige uppskattas till cirka 1 000 miljoner kronor.

<sup>3</sup> CDON:s medieintäkter ingår även försäljning av elektronik och leksaker.

<sup>4</sup> Com Hem såldes 2011 av Carlyle Group och Providence Equity till BC Partners.

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

<sup>6</sup> KKR och Permira kontrollerar 88% av rösterna och 51% av aktiekapitalet i ProSiebenSat.1. ProSiebenSat.1:s verksamhet i Sverige övertogs 2013 av Discovery Communications.

<sup>7</sup> Uppgifterna för Sverige avser koncernens totala medieintäkter exklusive koncernelimineringar.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 1.2 Mediegrupper verksamma i både Sverige och utlandet 2011, omsättning (miljarder kronor)

Företag	Total medieomsättning	Total omsättning	Medieomsättning i Sverige	Den svenska medieomsättningens andel av total medieomsättning (%)
Comcast	263,7	362,8	0,20	0,07
News Corporation (Murdoch) <sup>1</sup>	228,4	228,4	0,72	0,31
Time Warner	188,2	188,2	0,48	0,25
Disney	169,3	265,7	0,38	0,23
Bertelsmann	137,8	137,8	0,07	0,05
Viacom	96,9	96,9	0,40	0,41
Sony	89,9	530,2	0,34	0,38
Bonnier	30,5	32,9	16,79	55,07
Wolters Kluwer	30,3	30,3	0,35	1,15
ProSieben Sat.1	26,8	26,8	1,55	5,76
Sanoma	24,8	24,8	0,29	1,18
TF1	23,7	23,7	0,07	0,29
ITV	22,3	22,3	0,08	0,34
IDG	21,1	21,1	0,32	1,52
de Agostino	18,8	46,2	0,32	1,68
Stenbecksfären	17,4	97,9	5,40	30,96
Schibsted	16,7	16,7	4,89	29,38
Egmont	12,5	12,5	1,44	11,53
Torstar	10,1	10,1	0,06	0,62
Reader's Digest	9,3	9,3	0,03	0,35
Telenor <sup>2</sup>	8,1	114,1	1,55	19,15
Circle Printers	6,0	6,0	0,53	8,83
Aller	4,9	4,9	1,60	32,62
JP/Politikens Hus	4,1	4,1	0,17	4,01
Infinitas Learning	2,6	2,6	0,46	18,06
Eyeworks	2,1	2,1	0,17	7,70
Talentum	0,8	0,8	0,25	32,63
<b>Totalt</b>	<b>1 466,9</b>	<b>2 319,1</b>	<b>38,9</b>	<b>2,65</b>
<i>varav företag från</i>				
Sverige	47,9	130,8	22,2	46,30
övriga Norden	71,9	177,9	10,2	14,18
övriga världen	1 347,2	2 010,4	6,5	0,48

<sup>1</sup> Avser 2011 (07) – 2012 (06).<sup>2</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 2011.

Källa: Bearbetning av årsredovisningar.



**Tabell 1.3 The 20 largest media companies by media revenue on the Nordic media market 2011 (Euro millions)**

Media company	Domicile	Media revenue		Nordic share of total media revenue (%)	Total revenue (Euro mills)	Media share of total revenue (%)
		Media revenue in the Nordic countries (Euro mills)	Total media revenue (Euro mills)			
1 Bonnier	Sweden	2 776	3 374	84	3 640	93
2 Schibsted	Norway	1 521	1 844	82	1 844	100
3 Stenbecksfären	Sweden	1 429	1 931	74	10 836	18
5 Sanoma	Finland	1 315	2 746	48	2 746	100
4 Egmont	Denmark	1 150	1 386	83	1 386	100
6 Telenor	Norway	895	895	100	12 636	7
7 SVT/SR/UR	Sweden	821	821	100	821	100
8 Mecom	UK	684	1 384	49	1 384	100
9 NRK	Norway	635	635	100	635	100
10 Stampen	Sweden	620	620	100	620	100
11 A-pressen	Norway	582	636	92	636	100
12 TDC	Denmark	572	572	100	3 531	16
13 Aller	Denmark	541	541	100	541	100
14 DR	Denmark	519	519	100	519	100
15 Com Hem	Sweden	500	500	100	500	100
16 ProSiebenSat.1	Germany	476	2 971	16	2 971	100
17 JP/Politikens Hus	Denmark	456	456	100	456	100
18 Teracom	Sweden	449	449	100	449	100
19 YLE	Finland	415	415	100	415	100
20 Alma Media	Finland	302	316	96	316	100

Sources: Company annual reports and websites.

Tabell 1.4 The largest media companies in Europe by revenue 2011 (Euro millions)

Company	Domicile	Media revenue <sup>1</sup> (Euro mills)	Total revenue (Euro mills)	Media share of total revenue (%)
1 Bertelsmann AG	Germany	15 253	15 253	100
2 Vivendi <sup>2</sup>	France	9 054	28 813	31
3 BSkyB <sup>3</sup>	Great Britain	8 374	8 374	100
4 Lagardère	France	7 657	7 657	100
5 Pearson	Great Britain	6 756	6 756	100
6 Reed Elsevier	The Netherlands/Great Britain	6 521	7 392	88
7 ARD	Germany	6 221	6 221	100
8 BBC <sup>4</sup>	Great Britain	5 862	5 862	100
9 Mediaset <sup>5</sup>	Italy	4 250	4 250	100
10 Virgin Media	Great Britain/USA	3 871	4 601	84
11 Bonnier	Sweden	3 374	3 640	93
12 Wolters Kluwer	The Netherlands	3 354	3 354	100
13 Axel Springer	Germany	3 185	3 185	100
14 France Télévision	France	3 004	3 004	100
15 RAI	Italy	2 974	2 974	100
16 ProSiebenSat.1	Germany	2 971	2 971	100
17 Hubert Burda Media	Germany	2 745	2 745	100
18 Grupo Prisa	Spain	2 734	2 734	100
19 TF1- Société Télévision Française	France	2 620	2 620	100
20 ITV Plc	Great Britain	2 466	2 466	100
21 Sanoma	Finland	2 367	2 746	86
22 Verlagsgruppe Georg von Holtzbrink <sup>6</sup>	Germany	2 255	2 255	100
23 Daily Mail & General Trust	Great Britain	2 141	2 293	93
24 RCS Media Group	Italy	2 075	2 075	100
25 Bauer Media Group	Germany	2 004	2 004	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 16 368 Euro millions, and games, revenue 3 432 Euro millions, not included in media revenue.

<sup>3</sup> Fiscal year 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>4</sup> Fiscal year 2011 (04) – 2012 (03).

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

<sup>6</sup> Fiscal year 2010.

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 2011 (USD millions)

	Company	Domicile	Media revenue <sup>1</sup> (USD mills)	Total revenue (USD mills)	Media share of total revenue (%)
1	Comcast <sup>2</sup>	USA	40 583	55 842	73
2	News Corporation <sup>3</sup>	USA	33 706	33 706	100
3	Time Warner Inc <sup>4</sup>	USA	28 974	28 974	100
4	The DirecTV Group	USA	27 226	27 226	100
6	The Walt Disney Company <sup>5, 6</sup>	USA	26 047	40 893	64
5	Bertelsmann AG	Germany	21 208	21 208	100
7	Viacom Inc. <sup>5</sup>	USA	14 914	14 914	100
8	Dish Network	USA	14 048	14 048	100
9	Time Warner Cable <sup>4</sup>	USA	12 938	19 675	66
10	Vivendi <sup>7</sup>	France	12 589	40 063	31
11	CBS Corporation <sup>8</sup>	USA	12 351	14 245	87
12	Cox Enterprises <sup>9</sup>	USA	11 100	14 700	76
13	Lagardère	France	10 647	10 647	100
14	BSkyB <sup>3</sup>	Great Britain	10 759	10 759	100
15	Liberty Global	USA	9 511	9 511	100
16	Pearson	Great Britain	9 394	9 394	100
17	Reed Elsevier	The Netherlands/Great Britain	9 067	10 278	88
18	NHK - Nippon Hoso Kyokai <sup>10</sup>	Japan	8 705	8 705	100
19	ARD	Germany	8 650	8 650	100
20	BBC <sup>10</sup>	Great Britain	8 151	8 151	100
21	Fuji Media Holdings	Japan	7 461	7 461	100
22	Sony Corporation <sup>10</sup>	Japan	7 150	42 186	17
23	Globo	Brazil	6 574	6 574	100
24	Advance Publications	USA	6 550	6 550	100
25	Cablevision	USA	6 432	6 701	96

<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> Comcast acquired 51 per cent of the share capital in NBC Universal in January 2011.

<sup>3</sup> Fiscal year 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>4</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>5</sup> Fiscal year 2010 (10) – 2011 (09).

<sup>6</sup> Parks and Resorts, revenue 10 761 USD millions, and Consumer Products, revenue 2 678 USD millions, not included in media revenue.

<sup>7</sup> Telecom (SFR, GVT and Maroc Telecom), revenue 22 759 USD millions, and games, revenue 4 772 USD millions, not included in media revenue.

<sup>8</sup> Outdoor advertising, revenue 1 819 USD millions, not included in media revenue.

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

<sup>10</sup> Fiscal year 2011 (04) – 2012 (03).

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

[Latest update: June 2013]



## 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 tjugo åren har dock dagspressen och dess villkor förändrats 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.

Dagspressen har i decennier minskat i upplaga, en minskning som har accelererat kraftigt de senaste åren. Sedan 2005 har den totala upplagan för flerdagstidningar gått ner med 23 procent. Under samma tid har dagspressens andel av de totala reklaminvesteringarna minskat från 31 till 22 procent. Parallellt med tillbakagången för den tryckta upplagan har läsningen av dagstidningarnas sajter ökat kraftigt, i många fall har antalet besökare fördubblats. För morgontidningarna svarar dock annonsintäkter från nätet inte för mer än cirka åtta procent av tidningarnas totala annonsintäkter. Dagspressens produkter efterfrågas således fortfarande av konsumenterna, men det stora problemet för dagstidningsföretagen är att öka sina intäkter från den växande digitala delen av verksamheten.

Den svenska morgontidningsmarknaden består av ett sjuttiofem 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. Tidningar från konkurrerande tidningsföretag utkommer nu endast i Stockholm, Malmö och Karlstad.

### 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 förstetidning. 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 såldes till Gota Media 2011 med motiveringen att man skulle koncentrera sig helt på storstadspress. Bonniers andel av den totala dagspressupplagan uppgår till cirka 24 procent (tabell 2.2).

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 15 procent (tabell 2.2).

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 1,3 miljoner läsare 2012 (se även 3.13).

### Tidningskedjorna förvärvar och fusionerar

Landsortspressen har av tradition en mycket stark ställning i Sverige. Gruppen svarade 2012 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 landsortspressens upplaga genom en rad förvärv. Störst i gruppen är familjeägda Stampen följt av de tre stiftelseägda koncernerna Norrköpings Tidningar Media (NTM), Mittmedia och Gota Media.

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 förvärva Mitt i-tidningskoncernen (fd GISAB), som på veckobasis ger ut ett trettiotal gratistidningar i Storstockholm med en sammanlagd distribuerad upplaga på cirka 850 000 exemplar.

Norrköpings Tidningar Media är majoritets-ägd 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*.

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 fjorton dagstidningar som ges ut i de tre sydligaste

norrlandslänen och Dalarna. De senaste förvärven är *Dalarnas Tidningar* och dess konkurrent *Dala-Demokraten*.

Den fjärde stora aktören på landsortspressmarknaden, 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-, Växjö- och Boråsregionerna samt i Blekinge län. Sommaren 2011 förvärvades *Kristianstadsbladet*, *Ystad Allebanda* och *Trelleborgs Allebanda* från Bonniers. Koncernen ger ut elva flerdagars-tidningar med en sammanlagd upplaga på knappt 250 000 exemplar.

Sedan släkten Pers och familjen Bengtsson sålt VLT-koncernen respektive Dalarnas Tidningar återstår två stora familjekontrollerade tidningskoncerner i landsorten, Nya Wermlands-Tidningen och Herenco. NWT-koncernen, som ägs av familjen Ander, ger ut tretton tidningar i Värmland, Västergötland, Dalsland och Uppland. 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 22 procent av omsättningen. Koncernen är ensam dagstidningsutgivare i Jönköpings län och angränsande områden i Västra Götalands och Kronobergs län. NWT och Herenco har sedan länge uppmärksammats för att vara starkt kostnadsmedvetna och mycket lönsamma. Båda ägarfamiljerna 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 2012 uppgick arbetarrörelsens och centerrörelsens andelar av den totala dagspressupplagan till endast 1,1 respektive 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 emel-

lertid 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 samverkan 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 arbetarrörelsens ekonomiskt 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 tidningar. *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, Falun, Kalmar och Karlskrona har ägarna av förstaidningen förvärvat aktiemajoriteten i sin respektive ortskonkurrent som drivs vidare som självständig tidning efter liknande modell som i Norrköping. I modellen ingick även att den lokala arbetarrörelsen skulle vara kvar som minoritetsägare med rätt att utse den politiska ledningen. Mittmedia har dock de senaste åren förvärvat arbetarrörelsens minoritetsposter i flera av koncernens dotterbolag.

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.

Av de tjugotvå flerdagarstidningar som arbetarrörelsen ägde 1985 är två fortfarande i rörelsens ägo, nämligen *Piteå-Tidningen* och *Värmlands Folkblad*. Åtta lever vidare som självständiga tidningar i olika typer av ägarkonstellationer, medan tolv är nedlagda eller införlivade med andra tidningar. De av arbetarrörelsen majoritetsägda tidningarna har minskat sin andel av den totala dagspressupplagan från 16,8 procent 1993 till 1,1 procent 2012. 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 15,1 procent 2012, varav *Aftonbladet* svarar för mer än hälften.

Morgontidningsmarknaden i storstäderna domineras av borgerlig press. I de tio största kommunerna utkommer en socialdemokratisk tidning, *Folkbladet Norrköping*, med en upplaga år 2012 på 5 900 exemplar och tretton borgerliga med en sammanlagd upplaga på 1 202 800 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.

### Samverkan växer 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 ru-

tiner som prenumerationshantering har samordnats.

Det mest remarkabla är kanske det omfattande redaktionella samarbete som de senaste åren utvecklat 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 Stampen Local Media på västkusten och Promedia i Mälardalen.

### 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. Annonserer 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 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 Industrier* 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 har dock lett till flera tidningar börjat samverka vad gäller exempelvis webb, sport, foto och redigering (se 3.7).

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 den privatägda *Nya Lidköpings Tidning* och den stiftelseägda *Norran* samt ett par arbetarrörelseägda tidningar av entidningsföretag.

### Dagstidningarna prövar olika betalningsmodeller för det digitala materialet

De flesta större tidningsföretag har sedan 2011 lanserat olika modeller för att ta betalt för sitt digitala innehåll på webben, läsplattor eller mobilen. Ingen svensk tidning har i likhet med *The Times* valt att stänga sin webb helt för gratis läsning. Bonnierkoncernens *Sydsvenskan* liksom Stampens *Hallandsposten* och *Hallands Nyheter* har i stället valt att avgiftsbelägga sidvisningar på webben utöver ett antal fria visningar per månad. Denna frekvensmodell har med framgång använts av *New York Times* sedan 2011 och bedöms vara den vanligast förekommande i utlandet.

Aftonbladet har länge erbjudit sina läsare att abonnera på premiummaterial på webben. Tidigare rörde det sig främst om featureartiklar och konsumenttester men numera får abonnenterna även tillgång till hela tidningen på läsplatta eller mobil. *Göteborgs-Posten* är en annan stor tidning som använder en premiummodell med framför allt livsstilsmaterial, som är tillgänglig för alla prenumeranter men också kan abonneras separat.

Flera större tidningar har lanserat olika former av digitala paket som säljs vid sidan av en gratis nyhetswebb. *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* erbjuder exempelvis sina abonnenter likartade paket där läsarna kan välja mellan att abonnera på allt innehåll i tryckt och digital form eller endast det digitala materialet.



Det är uppenbart att de stora tidningskoncernerna är inne i en fas där de försöker hitta lämpliga modeller för att ta betalt för sitt digitala utbud. Stampen provar exempelvis frekvensmodellen för sina tidningar i Halland, medan Göteborgs-Posten har lanserat en premiumtjänst som ingår i dess digitala paket. Koncernens tidningsgrupp i Mellansverige, Promedia, avvaktar (augusti 2013) med att ta betalt för sitt digitala material.

### Kvällspressen håller ställningen på läsarmarknaden

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 tryckta kvällstidningsupplagan minskat med 39 procent, *Aftonbladet* med 34 procent och *Expressen/GT/Kvällsposten* med 44 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. Kvällstidningarna har dock behållit sin starka position bland läsarna genom sin satsning på internet, där *Aftonbladet* och *Expressen* varje vecka når cirka 5,0 miljoner respektive 2,3 miljoner unika webbläsare.

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* till en del 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 våren 2013 ut tidningen i sex länder. Bonniers ger ut sex affärstidningar i utlandet, varav fem har byggts upp enligt Dagens Industri-konceptet.

### Referenser

- Konkurrens och samarbete inom medierna* (2003) Konkurrensverkets serie: 2003:2 Stockholm
- Medievärlden.se* <http://www.medievarlden.se/tema/betalt-pa-natet>
- 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. Tidskrifterna har mellan 2005 och 2012 i minskat sin andel av de totala reklaminvesteringarna från 8,5 till 5,5 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. Även om många tidskrifter har lagts ner så har nettotillskottet varit avsevärt. Under de senaste åren har trenden för tidskriftsupplagorna varit negativ, drygt nio av tio tidskrifter minskade exempelvis i räckvidd under 2012. Tidskriftsförlagen arbetar alltmer aktivt för att lansera sitt innehåll på digitala plattformar och samtidigt försöka öka sina digitala annonsintäkter. 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 (tabell 2.6). Huvuddelen av den svenska verksamheten är samlad i Bonnier

Tidskrifter som ger ut ett tjugotal specialtidningar, åtta 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 i första hand koncentrera sig på traditionella veckotidningar och är dominerande på de svenska marknaderna för familje- och kändistidningar. Efter förvärv av bland annat Hachettes svenska dotterbolag och fem av LRF Medias specialtidningar 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. Två av konkurrenterna, Mats Drougge Media samt LRF Media Hearst lade 2012 ner sina livsstilsmagasin *Slitz* respektive *Cosmopolitan*. Kvar på marknaden finns endast Sveagruppen med veckotidningen *Kvällsstunden* och Plaza Publishing som ger ut flera livsstilsmagasin.

### Allt hårdare konkurrens på specialtidningsområdet

På specialtidningsmarknaden verkar betydligt fler aktörer än på marknaden för populärpress. Bonniers, Aller och Egmont är som ovan nämnts alla tre betydande utgivare av specialtidningar men möter konkurrens från flera medelstora och ett flertal mindre förlag.

LRF har byggt upp ett stort tidskriftsförlag, LRF Media, som sedan 2003 mer än fördubblat sin omsättning genom dels köp av flera förlag, bland annat TTG och Historiska Media Tidskrifter, dels lansering av flera nya titlar. Förlaget avyttrade 2013 fem specialtidningar till Aller Media. Förutom medlemstidningar ger förlaget ut familjetidningen *Land*, ett femtontal 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.

Forma Publishing, ägd av ICA Gruppen, driver ett av landets största tidskriftsförlag, Forma Magazines, som ger ut konsumenttidningen *ICA Kuriren*,

några specialtidningar, däribland *Hus & Hem*, samt två facktidningar. Forma Publishing sålde 2012 sitt kundtidningsförlag OTW till Stampen.

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 facktidningar. 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 (tabell 2.4).

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 med flera bil- och motorcykeltidningar.

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., LRF Media, och OK-förlaget 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 lösnommersålda upplaga och periodicitet. Flera kritiska utgivare har hävdade 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 tidskrifter och ett 50-tal internationella dagstidningar i sitt utbud som distribueras till 3 300 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 präglats av stora fluktuationer. 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. Den nedgående trenden har sedan förstärkts, mellan 2011 och 2012 sjönk bokförsäljningen med 13 procent.

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 att flera av de stora koncernerna successivt har ökat sin vertikala integration.

### 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 2004 sexdubblat sin omsättning och blivit dominerande aktör inom sin nisch. Bonniers flyttade fram sina positioner ytterligare 2012 då bokhandelskedjan Pocket Shop förvärvades. 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 som fusionerats med Bokia samt internetbokhandeln Bokus. Våren 2013 aviserade KF sin avsikt att sälja all sin medieverksamhet (se även 3.6).

### 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 har en bred verksamhet och hör till landets främsta utgivare inom läromedel, facklitteratur, barn- och ungdomslitteratur samt skönlitteratur. Uppskattningsvis två tredjedelar av omsättningen på 282 miljoner kronor faller på läromedel, där förlaget ger ut produkter för alla stadier. Fackboksutgivningen präglas fortfarande av grundarens idéer med bland annat inriktning på böcker inom psykologi, humaniora, samhällsvetenskap och medicin. Natur och Kultur äger även ljudboks-förlaget Storyside.

Under 00-talet har Natur och Kultur engagerat sig på flera områden på bokmarknaden utanför förlagsledet. En 40-procentig andel i bokdistributionsföretaget Förlagssystem förvärvades 2007. Stiftelsen är också via sitt delägarskap i Bokia minoritetsägare i Akademibokhandeln. Sammanfattningsvis har Natur och Kultur med ett stort läromedels- och allmänlitterärt förlag samt starka intressen i distributions- och detaljhandelsleden etablerat sig som en tredje kraft på bokmarknaden vid sidan av Bonniers och KF Media.

Forma Books som ingår i Forma Publishing Group, ägd av Ica Gruppen, 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 från 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 Svenska Missionskyrkan. Det största förlaget i gruppen är läromedelsproducenten Gleerups, 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, numera främst i digital form. Barn- och ungdomsförlaget Stabenfeldt har i regel varit lönsamt medan Bra Böcker som en gång drev en mycket stor bokklubb kommer efter att i flera år redovisat negativa resultat att omvandlas till ett fackboksförlag.

Den stora finländska mediekoncernen Sanoma finns representerade på den svenska bokmarknaden genom dels Bertmarks Förlag, som säljer årsböcker i hela Skandinavien, dels Sanoma Utbildning som förvärvades av Bonniers 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 fanns det länge en tradition att förlagen inte aktivt skulle försöka ta författare av varandra. Författarna visade å sin sida i regel en stor trohet mot sina förlag. Under 2000-talet har detta mön-

ster luckrats upp. Många författare har börjat anlita agenturer som företräder dem gentemot förlagen. Samtidigt har förlagen börjat konkurrera om etablerade författare med följd att förlagsbyten blivit allt vanligare.

## Profilerade aktörer starka 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 sex 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 och som de senaste åren förvärvat flera mindre läromedelsförlag. Det finns även en rad mindre läromedelsproducenter, ofta specialiserade på en nisch där de kan bjuda de större förlagen god konkurrens.

## 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 även den största internetbokhandeln, AdLibris och bokhandelskedjan Pocket Shop.

En övergång från tryckta böcker till digitala e-böcker kan i framtiden stöpa om bokmarknaden både i förlags- och försäljningsleden. På den svenska marknaden har försäljningen av e-böcker hittills utgjort en mycket liten andel, men utvecklingen på den amerikanska marknaden visar att e-boksförsäljningen har en stor potential.

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. Den kanadensiska mediekoncernen Torstar finns representerad genom utgivning av 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. Den utländska verksamheten svarade 2011 för cirka 60 procent av affärsområdet Bonnier Books' totala omsättning.

## Referenser

- Branschstatistik 2011*. Rapport från Svenska Förläggareföreningen Stockholm: Svenska Förläggareföreningen Nationalencyklopedin.
- Sundin, Staffan (2012) Ökad integration och koncentration. Den svenska bokmarknaden i förändring, i Ulla Carlsson & Jenny Johannisson (eds.) *Läsarnas marknad, marknadens läsare: En forskningsantologi utarbetad för Litteraturutredningen*. Göteborg: Nordicom
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.
- Österberg, Carin (1987) *Natur och Kultur. En förlagskronika: 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) erhöll 1925 koncession att ensam driva rundradioverksamhet i Sverige. Monopolet luckrades upp något 1979 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 regeringen 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, Stenbecksfärens MTG Radio och SBS Radio, sedan 2013 ägt av det amerikanska tv-bolaget Discovery Communication, 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 2018, samtidigt som 14 nya tillstånd har delats ut efter ett anbuds-förfarande och som även de gäller fram till 2018. Den sammanlagda koncessionsavgiften uppgår till 130 miljoner kronor, som kan ställas mot den kommersiella radions totala intäkter som 2012 uppgick

till 672 miljoner kronor. Radions andel av de totala reklaminvesteringarna uppgår till 2 procent.

Styrkeförhållandena på den kommersiella radiomarknaden förändrades radikalt 2013 då SBS Radio av det franska bolaget NRJ övertog driften av 20 stationer som MTG ansvarat för sedan 2004. Tidigare var MTG något större än SBS, men våren 2013 uppgick SBS andel av den totala lyssnartiden till cirka 13 procent mot MTG:s på cirka sju procent.

SBS Radios huvudkanal är Mix Megapol som sänder över 37 stationer och har en lyssnartidsandel på cirka sju procent. I de områden som bolaget har flera tillstånd finns även nätverken NRJ och/eller Rockklassiker med 22 respektive tio stationer. MTG Radio har en liknande struktur som SBS. Huvudkanalen är Rix FM med 21 stationer och en lyssnartidsandel på fem procent och som komplettera på fem orter av Bandit Rock. De kommersiella kanalerna med sitt stora musikutbud har de senaste åren mött en allt hårdare konkurrens från musiktjänster på nätet som till exempel Spotify, där lyssnarna kan skapa sina egna spellistor.

Under 2000-talet har ett antal från programbolagen fristående radioproduktionsbolag etablerat sig. De största bolagen är Svenska Medietjänster och Filt med vardera en omsättning kring 15 miljoner kronor.

Sammanfattningsvis har utvecklingen på den privata radiomarknaden alltsedan starten 1993 gått mot en ökad ägarkoncentration och en centraliserad produktion. Den kommersiella marknaden behärskas nästan totalt av två transnationella mediekoncerner. Utanför storstäderna konkurrerar framför allt två nätverk med varandra om lyssnarna, MTG:s Rix FM och SBS Radios Mix Megapol. I de områden där ett av bolagen äger flera koncessioner kompletteras huvudkanalen med stationer med något mer nischad musikprofil. Sedan våren 2011 driver MTG även en talkanal, Radio Ett, som dock endast cirka en procent av stockholmarna lyssnar på. 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 ett tiotal digitala kanaler. Landets i särklass största kanal är P4 med en daglig räckvidd på 30 procent och en lyssnartidsandel på cirka 55 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. Mätt i lyssnartid är Sveriges Radio den i särklass största aktören med en andel på 80 procent.

### 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 2012 ha gått ner till 29 procent. Sveriges Radio har minskat sin dygnsräckvidd från 59 procent 1995 till 47 procent 2012. 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 2012 till 6,4 procent av befolkningen, ungefär lika fördelat på Sveriges Radio och den kommersiella

radion. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är betydande. Den privata lokalradion når betydligt fler än Sveriges Radio i åldersgrupperna 9-19 år, medan i den äldsta åldersgruppen 65-79 år är Sveriges Radio dygnsräckvidd 75 procent mot privata lokalradions fyra 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 2012* (2012) 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 tekniskiftet är att en rad nya kanaler riktade till en svensk publik har startats av alla de stora aktörerna på marknaden.

### Sveriges Television ökar sin tittarandel

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 3.12).

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 2009 då trenden vände. SVT har sedan dess ökat med nära fyra procentenheter. Bolaget är marknadsledande med en sammanlagd tittartidsandel för sina fem kanaler på 36,5 procent år 2012 följd av TV4-gruppen med 29 procent.

De tre public service-bolagens verksamhet finansieras nästan helt genom en radio- och tv-avgift för hushåll som innehar tv-mottagare. Sveriges Television får även intäkter från sponsorer vid speciella evenemang som 2012 uppgick till knappt en procent av de totala intäkterna. Systemet med licensfinansiering har ifrågasatts men regeringen har sommaren 2013 deklarerat sin avsikt att behålla radio- och tv-avgiften.

### TV4 – från tv-kanal till tv-grupp

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 3.13). 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 (sedan 2010 med Telenor som minoritetsägare), som driver C More-kanalerna i Norden. TV4-gruppen startade 2003 TV4 Plus (numera Sjuan) som snabbt följdes av en rad nya kanaler, varav TV4 Sport varit mest framgångsrik. Sammanlagt driver gruppen ett tjugotal kanaler. Den koncessionsavgift som TV4 fick betala för ensamrätten att sända reklam i det analoga marknätet avskaffades 2008 i samband med att det digitala marknätet var färdiguppbyggd och andra kommersiella kanaler därigenom kunde nå nästan hela befolkningen.

### MTG och SBS Discovery – internationella tv-bolag med skilda strategier

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 Viasat-kanaler som är nischade mot olika ämnen som historia, natur, vetenskap samt olika sportgrenar. Kanalerna sänds i likhet med SBS kanaler från Storbritannien och programverksamheten lyder därför under brittiska lagar och regler (se även 3.13).

Den fjärde stora aktören på den svenska tv-marknaden är det amerikanska TV-bolaget Discovery Communications som 2013 förvärvade tyska ProSiebenSat.1:s verksamhet i Norden och driver den vidare under namnet SBS Discovery Media. I Sverige driver bolaget Kanal 5 och Kanal 9 samt Kanal 11, som 2013 förvärvades från TV4. Sedan tidigare finns koncernen representerad på den svenska marknaden genom kanalerna Discovery och Animal Planet. Till skillnad från konkurrenterna har SBS Discovery inte lanserat några nya nischade kanaler (se även 3.9).

Trots den växande konkurrensen från andra typer av reklambärare har televisionen mellan 2007 och 2012 kunnat öka sin andel av reklaminvesteringarna från 15 till 19 procent. I absoluta tal har ökningen under samma tid uppgått till 26 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 fem kanalerna, SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5, minskat sin sammanlagda andel av den totala tittartiden från 81 procent 2005 till 62 procent 2012. TV4-gruppen och MTG har dock kunnat kompensera sina huvudkanalers tillbakagång med en ökad konsumtion av bolagens övriga kanaler så att båda bolagens tittartidsandel under samma tid ökat med tre procentenheter till 29 respektive 17 procent. Sveriges Television och SBS Discovery/ProSiebenSat.1 har däremot minskat sina andelar med tre respektive två procentenheter till 37 respektive åtta procent. En tydlig trend är att tittandet på icke tablålagd television via internet ökar.

### 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 reality-tv. 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. I Sverige driver gruppen Titan Television och Baluba Television som sammantagna har en omsättning på nära 300 miljoner kronor och därmed är i samma nivå som Zodiak 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. Sedan tidigare är holländska Eyeworks verksamt i Sverige.

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 som tidigare inte haft något eget produktionsbolag startade 2011 Scandinavian Studios.

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.

### Telekombolagen går in på distributionsmarknaden

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 marknätet och har cirka 594 000 abonnenter. På satellitmarknaden konkurrerar Te-

lenors Canal Digital med Stenbecksfärens Viasat. Uppgifterna om storlek och marknadsandelar är osäkra, men våren 2013 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 förvärvade 2011 den näst största operatören Canal Digital Kabel-TV, men köpet stoppades av Konkurrensverket (se även 3.3).

## 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 2012* (2012) 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, hyr-dvd, köp-dvd och hyrfilm på nätet 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.

### Ratos och Bonniers ledande aktörer på heterogen marknad

På den svenska filmmarknaden finns en rad olika typer av bolag representerade alltifrån de stora amerikanska mediekonglomeratens dotterbolag till små enmansbolag. De två största aktörerna på den svenska och nordiska filmmarknaden är dock de nordiska bolagen Ratos och Bonnier.

Det svenska investmentbolaget Ratos kom våren 2013 in som en ny stor aktör på den svenska filmmarknaden sedan Bonnier sålt SF Bio till ett nybildat bolag, Nordic Cinema Group, som ägs till 60 procent av investmentbolaget Ratos och till 40 procent av Bonniers. SF Bio har en helt dominerande position på marknaden med 236 salonger i 21 städer. Bolaget har dessutom en ägarandel på 49 procent i Svenska Bio med 104 salonger i framför allt mindre orter. Nordic Cinema Group äger även Finnkino, som tidigare ägdes av Ratos och som har en dominerande ställning på den finländska biografmarknaden.

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, ägt av Peter Fornstam (51 procent) och SF Bio (49 procent). 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.

Även om Bonniers position på den svenska filmmarknaden försvagades genom försäljningen av aktiemajoriteten i SF Bio är koncernen fortsatt en av de större aktörerna. Svensk Filmindustri, sedan 1974 ingående i Bonniersfären, och dess dotterbolag Sonet Film producerar egna filmer och samproducerar filmer med externa filmproducenter. Sommaren 2013 förvärvade svensk Filmindustri produktionsbolaget Tre Vänner. Bolaget är även en av de ledande distributörerna av film för biografier och dvd. SF Anytime, som ökat sin omsättning snabbt, distribuerar hyrfilm via internet. Discshop och Homeenter tillhör de största aktörerna på köpdvd-marknaden. Svensk Filmindustri driver även verksamhet i Danmark, Finland och Norge.

Den tredje största biografägaren är Folkets Hus och Parker med närmare 200 salonger och en omsättning 2011 på 54 miljoner kronor jämfört med SF Bios 1 471 miljoner kronor.

Egmont har samlat all sin film- och dataspelsverksamhet i divisionen Nordisk Film, som med en omsättning på cirka 2,95 miljarder kronor är Nordens största bolag på området. I Sverige är Egmont främst representerat av ett distributionsbolag som tillhör de marknadsledande på sitt fält. 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 Zodiac respektive Metronome Film och TV även kommit in på filmmarknaden via dotterbolagen Yellow Bird respektive Filmlance. Det av familjen Murdoch kontrollerade News Corporation var redan tidigare en viktig aktör på den svenska filmmarknaden genom filmdistributören Twentieth Century Fox, Sweden men har genom förvärvet av filmproducenten Filmlance kommit att bli en av de allra största.

Vid sidan av de stora nordiska koncernernas filmbolag finns det en 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 Pampas, Bob Film och Garagefilm.

### Amerikanska filmer dominerar repertoaren

Eftersom amerikanska filmer svarar för ungefär två tredjedelar av omsättningen på den svenska film-

marknaden 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. Vid sidan av de stora koncernernas bolag finns några oberoende distributörer som Atlantic Film och Noble Entertainment.

### 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 2011 (miljoner kronor)**

Ägare	Huvudbolag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	5 360	222
Familjen Hjärne (87)	Stampen <sup>2</sup>	3 389	265
Blommenholm Industri (26), Investeringsfonder	Schibsted	3 371	231
Erik och Asta Sundins Stiftelse (70)	Norrköpings Tidningars Media (NTM)	1 811	85
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB <sup>3</sup>	1 634	-33
Sydostpress (50), Borås Tidning (50)	Gota Media	1 036	101
Stenbecksfären (44)	Metro International <sup>4</sup>	649	126
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen AB	578	352
Familjen Hamrin	Herenco <sup>5</sup>	560	24
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	487	21
Familjen Sommelius (50), Familjen Ander (50)	Pukslagaren i Helsingborg AB	454	36
Den lokala centerrörelsen	AB Skånska Dagbladet	336	0
Arbetarrörelsen <sup>6</sup>	Piteå-Tidningen AB, Värmlands Folkblad AB, AB Dala-Demokraten <sup>7</sup> , AIP Media	310	8
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB	298	26
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten Tidnings AB	144	5
Ingemarssonsfären <sup>8</sup>	Swepress i Vimmerby, Tryckeri AB Öland m fl	116	2
Roger Boström (30), Stampen (24), Gota Media (24)	Ortstidningar i Väst	104	8
Familjen Hörling	Nya Lidköpings Tidning AB	73	11
Familjen Michelsen	William Michelsens Boktryckeri	71	-1
Johan Ehrenberg	ETC-bolagen <sup>9</sup>	60	0
Swedmedia (78)	Tidnings AB Nya Dagen	57	-4
Familjen Wärmlöf	Sveagruppen Tidnings AB	39	4
Den lokala centerrörelsen	T.N. Tidningar I Norr AB	24	0
...	Världen Idag AB	23	-5
Norra Halland Veckoblad Förening upa	Norra Halland Veckoblad	17	-1
Örjan Pekka	Haparandabladet AB	16	2
Helge Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri <sup>10</sup>	16	0
Sune Tholin	Tryckeri AB Dalsland	16	0
Den lokala centerrörelsen	Skaraborgsbygden Tidningsförening u.p.a.	15	0
Bernt-Åke Hällzon	Litzon Press Förlags AB <sup>10</sup>	15	0
Tapani Keikki	R.S. Press	13	0

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och resultat EBITA för affärsområdet News Sweden.

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och resultat EBITA för affärsområdena Göteborgs-Posten, Promedia, Mediabolaget Västkusten och Gisab.

Stampen AB:s totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 5 603 respektive 343 MSEK.

<sup>3</sup> Inklusive intäkter från extern tryckeriverksamhet på 123 MSEK.

<sup>4</sup> Uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för Metro Internationals segment "Sweden". Ägare av den svenska verksamheten: Metro International 65%, Schibsted 35%.

<sup>5</sup> Uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för Hallpressgruppen. Herencos totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 3 079 respektive 258 MSEK.

<sup>6</sup> Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen oberoende av juridiskt ägande.

<sup>7</sup> Mittmedia förvärvade 2013 AB Dala-Demokraten.

<sup>8</sup> Med "Ingemarssonsfären" avses de företag på dagspressmarknaden som kontrolleras av Bengt Ingemarsson.

<sup>9</sup> Med "ETC-bolagen" avses de dotter- och dotterdotterbolag till ETC Utveckling AB som bedrivit utgivning av dagspress.

<sup>10</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

Anm: Tabellen avser utgivare av betalda dagstidningar. Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infaller under 2011. Intäkterna redovisas inklusive det statliga driftstödet.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.2 Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2012

Ägare	Företag eller huvudtidning	Antal tidningar	Upplaga helår 2012 vardagar	Andel av total upplaga (%)
Släkten Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	4	687 900	23,6
Familjen Hjärne (87)	Stampen AB	14	460 600	15,8
Schibsted	Aftonbladet <sup>2</sup> och Svenska Dagbladet	2	424 700	14,6
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	MittMedia Förvaltnings AB	14	258 700	8,9
Stiftelsen Barometern/ Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	11	245 400	8,4
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar Media	9,5	207 850	7,1
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	9,5	169 000	5,8
Familjen Hamrin	Herenco	9	108 000	3,7
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	3	64 300	2,2
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	3	45 900	1,6
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	2	43 300	1,5
Familjen Sommelius	Helsingborgs Dagblad	0,5	36 300	1,2
Arbetarrörelsen <sup>3</sup>	Värmlands Folkblad, Piteå-Tidningen	2	31 800	1,1
Familjen Hörling	Lidköpingspress	1	24 500	0,8
Axel Johanssons stiftelser	Upsala Nya Tidning	0,5	23 850	0,8
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten	1	23 200	0,8
SwedMedia	Dagen	1	16 800	0,6
Familjen Ingemarsson (>50)	Vimmerby Tidning	1	11 800	0,4
Familjen Michelsen	Alingsås Tidning	1	11 000	0,4
Övriga		4	15 300	0,5
<b>Totalt</b>		<b>93</b>	<b>2 910 200</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> Upplageuppgift saknas från TS för Dagens Nyheter och Dagens Industri. Dessa tidningars upplaga har uppskattats utifrån räckviddstal i Orvesto-undersökningen 2012 (Upplagan har uppskattats genom att kvoten mellan räckvidd och upplaga 2011 dividerats med räckvidden 2012).

<sup>2</sup> Upplageuppgift saknas från TS för Aftonbladet. Tidningens upplaga har uppskattats utifrån räckviddstal i Orvesto-undersökningen 2012. (Upplagan har uppskattats genom att kvoten mellan räckvidd och upplaga 2010 dividerats med räckvidden 2012).

<sup>3</sup> Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen oberoende av juridiskt ägande.

Anm: Ägaruppgifter avser juni 2013. Uppgifter för de tidningar som sålts under 2012 och 2013 har förts till den nya ägaren.

Källa: Bearbetning av TS upplageuppgifter för år 2012.



Tabell 2.3 Upplaga inom flerdagarspress (≥3/v) vardagar 2012

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Utg./vecka	Utgivningsort
Axel Johanssons stiftelser/Erik och Asta Sundins Stiftelse	AB Upsala Nya Tidning	Upsala Nya Tidning	47 700	1,6	7	Uppsala
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Dagens Nyheter <sup>1</sup>	270 700	9,3	7	Stockholm
		Expressen inkl GT och Kvällsposten	217 400	7,5	7	Stockholm
		Sydsvenska Dagbladet	103 800	3,6	7	Malmö
		Dagens Industri <sup>1</sup>	96 000	3,3	6	Stockholm
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	Eskilstuna-Kuriren	29 800	1,0	6	Eskilstuna
		Södermanlands Nyheter	23 600	0,8	6	Nyköping
		Katrineholms-Kuriren	10 900	0,4	6	Katrineholm
Stift. Tore G Wärenstam/ Stiftelsen Barometern	Gota Media	Borås Tidning	43 000	1,5	7	Borås
		Barometern/OT	41 000	1,4	6	Kalmar
		Smålandsposten	35 400	1,2	6	Växjö
		Blekinge Läns Tidning	32 800	1,1	6	Karlskrona
		Kristianstadsbladet	25 700	0,9	6	Kristianstad
		Ystads Allehanda	21 900	0,8	6	Ystad
		Östra Småland	10 500	0,4	6	Kalmar
		Sydöstran	10 400	0,4	6	Karlskrona
		Trelleborgs Allehanda	8 500	0,3	6	Trelleborg
		Ulricehamns Tidning	8 200	0,3	3	Ulricehamn
		Ölandsbladet	8 000	0,3	3	Borgholm
Familjen Hamrin	Herenco	Jönköpings-Posten	32 800	1,1	6	Jönköping
		Smålands-Tidningen	27 400	0,9	6	Eksjö
		Värnamo Nyheter	17 300	0,6	4	Värnamo
		Smålänningen	12 200	0,4	5	Ljungby
		Falköpings Tidning	8 300	0,3	6	Falköping
		Skaraborgs Läns Tidning	6 600	0,2	6	Skara
		Västgöta-Bladet	3 400	0,1	6	Tidaholm
Familjen Hörling	Lidköpingspress	Nya Lidköpings-Tidningen	24 500	0,8	3	Lidköping
Familjen Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri	Lysekilsposten	2 700	0,1	4	Lysekil
		Stenungsunds-Posten	1 500	0,1	4	Stenungsund
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Dalarnas Tidningar	54 400	1,9	6	Falun
		Sundsvalls Tidning	27 400	0,9	7	Sundsvall
		Gefle Dagblad	24 600	0,8	7	Gävle
		Östersunds-Posten	23 400	0,8	6	Östersund
		Arbetsbladet	20 800	0,7	7	Gävle
		Tidningen Ångermanland	17 800	0,6	6	Härnösand
		Örnsköldsviks Allehanda	15 600	0,5	6	Örnsköldsvik
		Dala-Demokraten	14 800	0,5	6	Falun
		Hudiksvalls Tidning	13 000	0,4	6	Hudiksvall
		Länstidningen Östersund	12 100	0,4	6	Östersund
		Ljusnan	11 100	0,4	6	Bollnäs
		Dagbladet	10 500	0,4	6	Sundsvall
		Söderhamns-Kuriren	7 200	0,2	6	Söderhamn
		Ljusdals-Posten	6 000	0,2	6	Ljusdal
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten Tidnings AB	Norran	23 200	0,8	6	Skellefteå
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar Media	Östgöta Correspondenten	48 900	1,7	6	Linköping
		Norrköpings Tidningar	39 500	1,4	6	Norrköping
		Norrländska Socialdemokraten	31 000	1,1	6	Luleå
		Norrbottens-Kuriren	18 500	0,6	6	Luleå
		Gotlands Tidningar	11 500	0,4	6	Visby
		Västerviks-Tidningen	11 000	0,4	6	Västervik

Forts.

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

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
(forts. Erik och Asta Sundins stiftelse)		Motala Tidning/Vadstena Tidning	9 200	0,3	6	Motala
		Gotlands Allehanda	8 500	0,3	6	Visby
		Folkbladet Norrköping	5 900	0,2	6	Norrköping
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen AB	Nya Wermlands-Tidningen	49 900	1,7	6	Karlstad
		Skaraborg Läns Allehanda	22 900	0,8	6	Skövde
		Mariestads-Tidningen	12 300	0,4	5	Mariestad
		Arvika Nyheter	10 900	0,4	3	Arvika
		Karlskoga Tidning/Karlskoga Kuriren	10 900	0,4	6	Karlskoga
		Enköpings-Posten	9 500	0,3	6	Enköping
		Nya Kristinehamns-Posten	7 400	0,3	3	Kristinehamn
		Säffle-Tidningen	5 300	0,2	3	Säffle
		Filipstads Tidning	3 600	0,1	3	Filipstad
		Lokala arbetarrörelsen	Piteå-Tidningen AB	Piteå-Tidningen	14 800	0,5
Familjen Sommelius/ Familjen Ander	Pukslagaren	Helsingborgs Dagblad	72 600	2,5	7	Helsingborg
		Blommenholm Industri	Schibsted	Aftonbladet <sup>2</sup>	250 300	8,6
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet AB	Svenska Dagbladet	174 400	6,0	7	Stockholm
		Skånska Dagbladet	26 800	0,9	7	Malmö
		Norra Skåne	16 500	0,6	6	Hässleholm
Familjen Hjärne	Stampen	Laholms Tidning	2 600	0,1	6	Laholm
		Göteborgs-Posten	200 900	6,9	7	Göteborg
		Nerikes Allehanda	52 700	1,8	7	Örebro
		VLT	36 000	1,2	6	Västerås
		Hallandsposten	29 100	1,0	6	Halmstad
		Bohusläningen	27 800	1,0	6	Uddevalla
		Hallands Nyheter	27 600	0,9	6	Falkenberg
		TTELA	25 100	0,9	6	Trollhättan
		Norrtejlje Tidning	14 000	0,5	5	Norrtejlje
		Länstidningen Södertälje	12 000	0,4	6	Södertälje
		Bärgslagsbladet och Arboga Tidning	10 100	0,3	5	Köping
		Sala Allehanda	7 600	0,3	3	Sala
		Avesta Tidning	6 300	0,2	3	Avesta
		Fagersta-Posten	6 200	0,2	3	Fagersta
Bengt Ingemarsson	Swepress i Vimmerby	Strömstads Tidning/Norra Bohuslän	5 200	0,2	3	Strömstad
		Vimmerby Tidning/Kinda-Posten	11 800	0,4	6	Vimmerby
SwedMedia	Tidnings AB Nya Dagen	Dagen	16 800	0,6	4	Stockholm
Tholin & Larsson Gruppen	Tryckeri AB Dalsland	Provinstidningen Dalsland	4 500	0,2	3	Åmål
...	Världen Idag AB	Världen Idag	6 600	0,2	3	Uppsala
Lokala arbetarrörelsen	Värmlands Folkblad AB	Värmlands Folkblad	17 000	0,6	6	Karlstad
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB	Västerbottens-Kuriren	32 400	1,1	6	Umeå
		Västerbottens Folkblad	10 900	0,4	6	Umeå
Familjen Michelsen	William Michelsens Boktryckeri	Alingsås Tidning	11 000	0,4	3	Alingsås
TOTALT			2 910 200	100,0		

<sup>1</sup> Upplageuppgift saknas från TS för Dagens Nyheter och Dagens Industri. Dessa tidningars upplaga har uppskattats utifrån räckviddstal i Orvesto-undersökningen 2012 (Upplagan har uppskattats genom att kvoten mellan räckvidd och upplaga 2011 dividerats med räckvidden 2012).

<sup>2</sup> Upplageuppgift saknas från TS för Aftonbladet. Tidningens upplaga har uppskattats utifrån räckviddstal i Orvesto-undersökningen 2012. (Upplagan har uppskattats genom att kvoten mellan räckvidd och upplaga 2010 dividerats med räckvidden 2012).

Källor: Tidningsstatistik AB (ts.se), Nordicom's databas över medieföretag i Sverige.

Tabell 2.4 Ägargrupper på tidskriftsmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

	Förlag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	ca 2 150	...	
	<i>Bonnier Tidskrifter</i>	1 256,9	19,7	<i>Specialtidningar, populärpress, magasin</i>
	<i>Bonnier Publications</i>	ca 550	...	<i>Specialtidningar</i>
	<i>Bonnier Publications AB</i>	133,1	-5,8	<i>Gratistidningar</i>
	<i>Spoon Publishing</i>	94,6	11,0	<i>Kundtidningar</i>
	<i>Dagens Medicin i Sverige</i>	52,0	6,9	<i>Facktidning</i>
	<i>Resumé Förlag</i>	27,2	0,0	<i>Facktidning</i>
	<i>Mediafy Magazines</i>	26,9	0,2	<i>Tidskriftsförsäljning</i>
<i>Bonnier Tidskrifter (70), Antikbørsen Förlag (30)</i>	<i>Bonnier Antik &amp; Livsstil</i>	19,9	0,0	<i>Specialtidning</i>
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement <sup>1</sup>	1 616,5	136,8	
	<i>Aller Media</i>	1 594,6	135,6	<i>Populärpress, specialtidningar</i>
	<i>All Over Press</i>	21,9	1,2	<i>Bildbyrå</i>
Egmont Fonden	Egmont International Holding <sup>1</sup>	ca 790	...	
	<i>Egmont Tidskrifter</i>	475,4	43,5	<i>Populärpress, specialtidningar</i>
	<i>Egmont Kärnan<sup>2</sup></i>	366,9	...	<i>Serie- och ungdomstidningar</i>
	<i>Auto, Motor och Sport Sverige<sup>3</sup></i>	42,5	4,2	<i>Specialtidning</i>
LRF	LRF <sup>1</sup>	701,6	-73,5	
	<i>LRF Media</i>	666,7	-82,6	<i>Konsumentmagasin, specialtidningar</i>
	<i>LRF Media Historiska Tidskrifter</i>	26,4	9,2	<i>Specialtidningar</i>
	<i>Allt om Vin Förlag</i>	4,8	1,0	<i>Specialtidning</i>
	<i>Föräldrar och barn</i>	3,7	-1,0	<i>Specialtidning</i>
Hakon Invest	Forma Publishing Group <sup>1</sup>	410,6	21,9	
	<i>Forma Magazines AB</i>	316,1	8,5	<i>Konsumentmagasin, specialtidningar</i>
	<i>OTW Communication</i>	94,5	13,4	<i>Kundtidningar</i>
Patrick McGovern/IDG Communications Inc	IDG International Data Group	319,5	9,5	<i>Datatidningar</i>
Alma Media (31), Herttaässä (10)	Talentum <sup>1</sup>	245,9	14,2	
	<i>Talentum Media</i>	223,6	12,7	<i>Fack- och affärstidskrifter</i>
	<i>Dagens Media Sverige</i>	22,3	1,4	<i>Facktidning</i>
Reitan Narvesen	Svenska Interpress	240,4	11,2	<i>Tidskriftsimport och -distribution</i>
Bonnier (42,5), Aller (28,5), Egmont (14,5), Albinsson & Sjöberg (14,5)	Tidsam	224,8	40,2	<i>Tidskriftsdistribution</i>
Familjen Sjöberg	Förlags AB Albinsson & Sjöberg <sup>4</sup>	184,4	...	<i>Motortidningar</i>
Christopher Östlund	Östlundsfären <sup>1</sup>	103,7	-0,4	
	<i>Plaza Publishing Group<sup>5</sup></i>	64,5	0,1	<i>Magasin, specialtidning</i>
	<i>Station 5<sup>5</sup></i>	20,6	0,0	<i>Specialtidningar</i>
	<i>Lotsatorgruppen i Sverige<sup>6</sup></i>	12,8	-0,6	<i>Specialtidning</i>
	<i>FWT Publishing<sup>5</sup></i>	5,8	0,0	<i>Specialtidning</i>
Mikael Heining (34), Svenska Mässan (20), Newcorp Investment (16)	Mentor Communications	170,6	-9,5	<i>Facktidningar</i>
Peter Mohlin (45) Christofer Fager (40) <sup>6</sup>	Tidningskompaniet	103,3	17,7	<i>Kundtidningar</i>
Ove Jerselius (50), Aller (50)	Frida Förlag	92,4	23,5	<i>Populärpress</i>
OK ekonomisk förening	OK-Förlaget	76,9	-5,1	<i>Konsumentmagasin</i>
Stampen	Appelberg Publishing Group	76,4	7,3	<i>Kundtidningar</i>
Helena Delden (42), Mikael Stenemühr (42)	Newsfactory-koncernen <sup>1</sup>	75,0	5,9	
	<i>Newsfactory - moderbolag</i>	29,8	4,9	<i>Kundtidningar</i>
	<i>Newsfactory Sales</i>	45,3	1,0	<i>Annonsförsäljning</i>

Forts.

Forts. tabell 2.4 Ägargrupper på tidskriftsmarknaden

	Förlag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Svenska Travsportens Centralförbund	Trav- och Galoppronden	69,1	0,8	Specialtidning
Svenska Kyrkan (51), Svenska Missionsförbundet (33)	Berling Press	67,9	1,7	Organisationstidning
Joel Wikell (75), Johan Sigvardsson (25)	First Publishing Group	58,9	0,8	Specialtidningar
Sveriges Läkarförbund	Läkartidningen Förlag	58,1	6,9	Organisationstidning
Leif Hagen	NAE Group Sweden <sup>7</sup>	54,3	4,1	Herttidningar
Bonnierförlagen (50), Egmont Kärnan (50)	Fem Förlag	48,6	-1,7	Tidskrifts- och bokförsäljning
Fackförbunden Metall (49), Skogs-, Trä - och Grafiska (34), Pappers (17)	Dagens Arbete	43,0	-2,0	Facklig press
John Hardwick	Conventus Media House	40,3	11,1	Facktidskrifter
KF	AB Tidningen Vi	36,8	-1,5	Magasin
Prolex Film & Video (50), Forma Publishing Group (50)	Brafö	36,2	1,1	Tidskrifts- och bokförsäljning
Datagraf AS	Datagraf Communications	35,9	-0,7	Kundtidningar
Reader's Digest	Reader's Digest AB	33,2	0,9	Magasin och böcker
LO	LO-Tidningen AB	32,0	-0,1	Facklig press
...	Mediaprovider Scandinavia	29,7	-4,0	Specialtidningar
Stenbecksfären/MTG	Redaktörerna i Stockholm	28,5	0,1	Kundtidningar
Olle Wärmlöf (90)	Tidningshuset Kvällsstunden	28,1	9,5	Populärpress
Nordstjärnan (39) Johan Björkmans stiftelse och familj (33)	FPG Media	28,1	-8,0	Nyhetsmagasin
Jan Bohlin	Tidnings AB Ridsport <sup>8</sup>	27,1	-1,2	Specialtidning
...	Nordiska Tidningsbolaget	26,0	-0,4	Kundtidningar
Mikael Karlsson (50), Peter Lejdestad (50)	Lifestyle Publishing	25,3	-0,3	Specialtidningar
Krister Ragnarsson (35), Michael Elmenbeck (35), Jeanette Bonnier (30)	Letterhead	25,2	5,9	Magasin
LRF Media (50), Hearst (50)	LRF Media Hearst	24,7	-2,9	Magasin
Docu Group Lux	Svenska Media Docu	22,2	0,0	Facktidningar
Keynote Media Group	Nöjesguidens Holding	21,0	-1,8	Gratis-tidskrift

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

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avser tidskrifts- och bokutgivning. Egmont Kärnans totala intäkter och resultat uppgick till 500,7 respektive 49,3 MSEK.

<sup>3</sup> De ekonomiska uppgifterna avser verksamhet i Sverige och Norge.

<sup>4</sup> Förlags AB Albinsson & Sjöbergs totala intäkter och resultat uppgick till 209,2 respektive -2,0 MSEK.

<sup>5</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>6</sup> Bonnier Tidskrifter förvärvade i mars 2012 Tidningskompaniet.

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avser även annan verksamhet än tidskriftsutgivning.

<sup>8</sup> Resultatet avser rörelseresultat.

Anm: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2011.

Källa: Årsredovisningar.

**Tabell 2.5 De största<sup>1</sup> förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2012 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga och procent)**

Förlag/-sgrupp	Antal titlar	Upplaga/utgåva	Årsupplaga	Andel av upplaga/utgåva (%)	Andel av årsupplaga (%)
Aller Media	24	1 890 900	68 551 300	9,5	23,4
Bonnier	38	2 359 500	27 932 800	11,9	9,5
LRF Media	14	704 000	22 195 300	3,5	7,6
Egmont	17	477 900	14 629 100	2,4	5,0
Forma Publishing	5	261 200	8 119 300	1,3	2,8
Talentum	5	204 100	7 306 200	1,0	2,5
Förlags AB Albinsson & Sjöberg	11	194 600	2 367 400	1,0	0,8
OK Förlaget	2	123 600	2 072 000	0,6	0,7
Plaza Publishing	8	185 300	1 978 900	0,9	0,7
Docu Group Sweden	8	139 100	1 357 200	0,7	0,5
Övriga	215	13 326 700	136 497 300	67,1	46,6
<b>Totalt</b>	<b>332</b>	<b>19 866 900</b>	<b>293 006 800</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Titlar med förenklad upplagekontroll	31	906 500	6 171 100		
<b>TS-upplaga totalt</b>	<b>363</b>	<b>20 773 400</b>	<b>299 177 900</b>		

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

Anm: Tabellen omfattar enbart titlar som är TS-kontrollerade 2012 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 och tabellen bör ej ses som en total bild av tidskriftsmarknaden. 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 1/2013 (bearbetning), TS-webbtjänst, Sveriges Tidskrifter, förlagens hemsidor.

**Tabell 2.6 Marknadsandelar för de största utgivarna inom tre grupper av förlagsutgivna tidskrifter 2012 (procent av TS-registrerad upplaga)**

	Populärpress <sup>1</sup>	Specialtidskrifter	Facktidskrifter
Aller Media	65	16	–
Bonnier	6	43	5
Forma Publishing Group	6	4	3
LRF	10	8	34
Egmont	10	6	1
IDG Communications	–	–	11
Talentum	–	0	26
Albinsson & Sjöberg	–	5	2
OK-Förlaget	–	5	–
Plaza Publishing Group	0	4	–
Docu Group Sweden	–	–	5
Övriga	3	8	15
<b>Totalt (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total årsupplaga</b>	<b>95 852 800</b>	<b>38 138 300</b>	<b>28 267 000</b>
<b>Antal titlar</b>	<b>24</b>	<b>95</b>	<b>67</b>

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

Anm: Marknadsandelarna är beräknade på förlagsutgivna titlar och deras TS-kontrollerade årsupplaga 2012.

Källor: TS-tidningen 1/2013, TS-webbtjänst, www.sverigestidskrifter.se, Nordicom's databas över svenska medieföretag, förlagens hemsidor.

Tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	2 649,8	564,2	
	<i>Bonnierförlagen gm Albert Bonniers Förlag, Forum, Wahlström &amp; Widstrand, Bonnier Carlsen, Bonnier Fakta, Bonnier Pocket, Månpocket, Bokförlaget Fenix, Minotaur, Fitnessförlaget, Reseförlaget, Rebus, Semic, Manga, Bonnier Baby, 2244, Mix samt åtta bokklubbar</i>	1 178,3	468,9	Allmänlitteratur, barnböcker, bokklubbar
	AdLibris	1 162,2	77,2	Internetbokhandel
	Pocketgrossisten Bonnierförlagen	131,3	-6,9	Pocketboksdistribution
Bonnier (70), SRF Iris (30)	Bonnier Audio	103,3	19,4	Ljudböcker
Bonnier (91)	MaxStröm Bokförlag	57,2	4,6	Allmänlitteratur
	Bonnier Business Publishing	17,5	0,8	Facklitteratur
KF	KF Media <sup>1</sup>	1 989,8	-64,9	
	Akademibokhandelsgruppen	1 432,9	-120,1	Bokhandelskedja, internet-bokhandel (Bokus)
	<i>Norstedts Förlagsgrupp gm Rabén &amp; Sjögren, Norstedts Förlag</i>	556,9	55,2	Allmänlitteratur, barnböcker
Bridgepoint Capital	Liber	463,6	69,0	Läromedel, facklitteratur
Ratos (66), Litorina (34)	BTJ Sverige	413,2	2,1	Bibliotekstjänster
Wolters Kluwer	Norstedts Juridik	348,4	50,3	Facklitteratur
J.A Lindblads Förlag (60), Natur och Kultur (40)	Förlagssystem JAL	345,5	-11,4	Bokdistribution
Killbergs bokhandel (30), Natur och Kultur (29)	Bokia	320,5	-24,4	Bokhandelskedja
Stiffelsen Bokförlaget Natur och Kultur	Natur och Kultur	281,6	-4,0	Läromedel, allmänlitteratur
Familjen Erkko (38)	Sanoma <sup>1</sup>	270,4	42,1	
	<i>Sanoma Utbildning<sup>2</sup></i>	204,3	39,7	Läromedel
	<i>Bertmarks Förlag</i>	66,1	2,4	Årsböcker
Familjen Bratt	Bratt International <sup>1</sup>	270,3	27,6	Läromedel
	<i>Studentlitteratur</i>	259,8	25,2	Läromedel
	<i>Iustus Förlag</i>	10,5	2,4	Facklitteratur
Svenska kyrkan (52), Svenska Missionskyrkan (34)	Berling Media <sup>1</sup>	253,6	16,3	
	<i>Gleerups Utbildning</i>	173,9	13,8	Läromedel
	<i>Verbum Förlag</i>	54,9	4,3	Religiös litteratur
	<i>Gothia Förlag</i>	24,9	-1,8	Läromedel
Hakon Invest (89)	Forma Books gm Damm Förlag, B Wahlströms Förlag, Ica Bokförlag, Ponto Pocket samt två bokklubbar	172,9	-44,0	Underhållningslitteratur, barnböcker, facklitteratur
Egmont International Holding	Egmont Kärnan <sup>3</sup>	ca 150	...	Barnböcker, serialalbum
Mathias Engdahl <sup>4</sup>	Pocket Shop	130,9	15,7	Bokhandel
Familjen Tönnesson	Tönnesson-sfären <sup>1</sup>	118,7	...	
	<i>NE Nationalencyklopedin</i>	55,2	-7,6	Lexika
	<i>Stabenfeldt<sup>5</sup></i>	38,1	...	Barnbokklubbar
	<i>Bra Böcker</i>	25,4	0,7	Allmänlitteratur
BookStop	Pocketstället	103,5	-7,2	Pocketboksdistribution
Jan Guillou (33), Anne-Marie Skarp (33), Liza Marklund (33)	Piratförlaget	85,6	11,4	Allmänlitteratur
Piratförlaget (47,5), Norstedts Förlagsgrupp (35,5), Läsförlaget (9)	Pocketförlaget	75,9	4,6	Pocketböcker
Bokgirot Invest (60), Skönäs (40)	Boktjänst	66,4	0,1	Bokförsäljning till institutioner

Forts.

Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Kraft & Kultur (91)	Select Audio Books	65,1	-8,7	Ljudboksdistribution
Bang-Melchior & Co (80), Läsförlaget (20)	Tukan Förlag	63,0	3,5	Barnböcker, facklitteratur
Anders Karlsson (50), Olle Hed (50)	Juresfören <sup>1</sup>	62,3	1,8	
	Jure AB	57,5	1,3	Fackboks försäljning
	Jure Förlag	4,8	0,5	Facklitteratur
Torstar Corporation	Förlaget Harlequin <sup>6</sup>	61,7	...	Underhållningslitteratur
Dag Herried	Alfabetta Media <sup>1</sup>	61,0	-4,8	
Alfabetta Media (95), Schildts Förlag (5)	Alfabetta Bokförlag	29,6	-0,1	Barnböcker
Alfabetta Media (53), Kniga (30)	Ordfront Förlag	16,7	-4,8	Allmänlitteratur, bokklubb
Alfabetta Media (55)	En bok för alla <sup>7</sup>	10,3	-0,6	Barnböcker, allmänlitteratur
Ordfront Förlag (50)	Ordfront Ljud	4,4	0,8	
Karnow Group Holding	Karnow Group Sweden	59,7	1,6	Facklitteratur, affärsinformation
Pagina Holding	Pagina Förlag	56,1	0,8	Facklitteratur
Norstedts Förlagsgrupp (50), Opal (50)	Barnens Bokklubb	55,1	-1,8	Barnbokklubbar
Sandviks a.s	Sandviks Förlag	41,2	3,1	Barnbokklubbar
Stefan Krook (34), Ebbe Krook (20), Thom Lundberg (19) <sup>8</sup>	Företagslitteratur	36,1	1,7	Pocketboks försäljning
Pirattförlaget (25), Natur och Kultur (25), AdLibris (25), Norstedts Förlagsgrupp (25)	Elib	35,7	3,3	Digitala böcker
Reader's Digest	Reader's Digest	33,2	0,9	Allmänlitteratur
	Lindsfären <sup>1,9</sup>	30,4	3,3	
Kristoffer Lind (67), Leif Eriksson (23)	Bokförlaget Lind & Co <sup>9</sup>	24,2	3,6	Allmänlitteratur
Bokförlaget Lind & Co	Bokförlaget T Fischer & Co <sup>9</sup>	6,2	-0,3	Allmänlitteratur
Studieförbundet Näringsliv och Samhälle	SNS Service <sup>10</sup>	30,2	1,8	Facklitteratur
S A Madelin	Beta Pedagog	28,4	8,9	Läromedel
...	Earbooks <sup>11</sup>	28,2	0,2	Ljudböcker
Swedmedia	Libris Media	26,8	0,0	Religiös litteratur
Dorotea Bromberg (95)	Brombergs Bokförlag	24,6	1,5	Allmänlitteratur
Nordisk Kriminalkrönike ApS	Svenska Polisidrottsförlaget	20,8	-3,2	Facklitteratur
Svenska Litteratursällskapet (30) m fl <sup>12</sup>	Bokförlaget Atlantis	20,7	0,5	Allmänlitteratur
Mosaikk AS	Bazar Förlag	18,3	2,8	Allmänlitteratur
Storytel AG	Storytel	16,7	0,7	Försäljning av digitala medier
Niclas Salomonsson	Salomonsson Agency	16,6	7,8	Litterär agentur
Bengt Christell (68), Catrine Christell (32)	Bokförlaget Opal	16,5	0,0	Barnböcker
Björn Andersson (50), Erik Osvalds (50)	Svenska Historiska Media Förlag	15,7	0,2	Facklitteratur
Joakim Hansson	Nordin Agency	15,3	8,9	Litterär agentur
Dan Israel (70), Hening Mankell (30)	Leopard Förlag	15,2	0,7	Allmänlitteratur
Thure Eneroth (51), Bo Eklund (49)	Kontentan	14,9	0,3	Kompendier
Skandinaviska Databöcker	Docendo	14,0	2,0	Läromedel
Gunnar Törnkvist <sup>13</sup>	Argument Förlag	13,0	-0,3	Religiös litteratur
Trygve Carlsson	T Carlsson Bokförlag	12,9	-0,1	Allmänlitteratur
Svante Weyler, Hr Ferdinand	Svante Weyler Bokförlag	12,8	2,7	Allmänlitteratur
Glenn Ek (50), Roger Grym (50)	Sportförlaget i Europa <sup>14</sup>	12,7	0,0	Idrottslitteratur
Hans Lindberg	Årets Bilsport	12,6	1,0	Idrottslitteratur
Opal (31), Familjen Hafström (31), Norstedts Förlagsgrupp (23), Saltkråkan (15)	Berghs Förlag	11,9	1,2	Barnböcker

Forts.

Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Kerstin Aronsson (78), Bertil Falck (18)	Kabusa Böcker	11,6	0,4	Allmänlitteratur
Magnus Nygren	Nygren och Nygren	10,9	0,4	Bokproduktion
Atlantis (50), Norstedts Förlagsgrupp (50)	Clio den historiska bokklubben	10,7	1,2	Bokklubb
Interskol AB	Interskol Förlag	10,5	4,3	Läromedel
Bertil Ekerlid	Ekerlids Förlag	10,4	0,1	Allmänlitteratur
Ulf Heimdahl	Informationsförlaget	9,9	0,1	Uppdragsproduktion
Svenska Fotbollförbundet	Svenska Fotbollförbundet	9,8	5,2	Läromedel
Blommenholm Industrier (26)	Schibsted Förlag	9,8	2,4	Underhållningslitteratur
Lena Serholt (50), Martin Serholt (50) <sup>13</sup>	Serholt Läromedel	9,4	0,4	Läromedel
...	Ordstark <sup>1</sup>	7,5	-0,6	
	<i>Bokförlaget Hegas</i>	4,2	-0,5	<i>Bamböcker</i>
	<i>Kommunlitteratur</i>	3,3	-0,2	<i>Facklitteratur</i>
Byggentreprenörerna	Byggförlaget	7,1	3,4	Facklitteratur
Johan Lindblad (73), Norstedts Förlagsgrupp (27)	Kakao Förlag	7,0	0,4	Facklitteratur
Pietro Maglio (50), Lars Sundh (50)	Modernista	7,0	0,1	Allmänlitteratur
Telgram Studios	Telegram Bokförlag	6,9	-0,5	Allmänlitteratur
Familjen Strömberg	C A Strömberg <sup>14</sup>	6,9	-1,4	Idrottslitteratur
Anders Ekberg	Bokförlaget Arena <sup>15</sup>	6,3	-3,1	Allmänlitteratur
New Wave Group	Kosta Förlag	6,2	-2,4	Facklitteratur
...	Gospel Media	6,2	1,2	Religiös litteratur
...	Bokförlaget Daidalos	5,9	0,4	Allmänlitteratur
Familjen Åkerlund	Artos Bokförlag	5,8	1,0	Facklitteratur
Göte Johansson	Läsförlaget Göte Johansson	5,2	0,3	Allmänlitteratur
Marie Arvinus	Arvinus Förlag <sup>9</sup>	5,0	-0,6	Facklitteratur
Anna Bengtsson och Ola Wallin	Ersatz	4,8	0,0	Allmänlitteratur
Politiken och Idéernas Arena i Stockholm	Bokförlaget Atlas	4,7	-0,5	Allmänlitteratur
...	Allt om Hobby <sup>9</sup>	4,7	-0,2	Facklitteratur
Stefan Lindström (50), Eelika Maranik (50)	Stevali Production	4,5	0,2	Bokproduktion
Eva Henricson-Månsson	Isaberg Förlag	4,4	0,1	Allmänlitteratur
Lantz International	Hallgren & Fallgren Studieförlag <sup>9</sup>	4,3	0,2	Läromedel
Familjen Wahlén	Bokförlaget Settern	4,2	0,3	Allmänlitteratur
Annika Bladh	Bladh by Bladh	3,9	-0,1	Allmänlitteratur
Styrbjörn Gustafsson	Tranan och Trasten	3,8	0,1	Allmänlitteratur
Örjan Gerhardsson och Krister Gerhardsson	Novapress	3,4	0,1	Allmänlitteratur
Sara Gidlund (90)	Gidlunds Förlag	3,3	0,0	Allmänlitteratur
Jonas Ellerström	Ellerströms Förlag	3,3	0,0	Allmänlitteratur
Joakim Sunesson	Semnos Förlag	3,1	0,4	Religiös litteratur
Christina Sejte	Symposion	3,1	-0,1	Allmänlitteratur
...	Gilla Böcker Sverige	3,1	0,1	Allmänlitteratur
Lennart Sane Agency (50), Hästhagen Töregård (50)	Ulf Töregård Agency	3,1	1,4	Litterär agentur
Marie Ledin	Anderson E Pocket AB	2,8	0,0	Ledin
Lennart & Philip Sane AB	Lennart Sane Agency	2,7	4,0	Litterär agentur

Forts.



Forts. tabell 2.7 Företag/förlag på bokmarknaden

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter (MSEK)	Resultat e finansiella poster	Verksamhet
Rohport Holdings	Three Doctors	2,6	0,4	Medicinsk litteratur
David Stansvik	Bokförlaget Nya Doxa	2,6	0,2	Allmänlitteratur
Aspasia Talarakademi (47)	Hjalmarson & Högberg Bokförlag	2,5	0,1	Allmänlitteratur
...	Grenadine Bokförlag	2,5	-0,2	Facklitteratur
...	Argasso Bokförlag	2,4	0,1	Barnböcker

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

<sup>2</sup> Sanoma förvärvade Bonnier Utbildning hösten 2011 och förlagets namn ändrades till Sanoma Utbildning.

<sup>3</sup> Egmont Kärnans totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 500,7 resp. 49,3 MSEK. Bokförlagsverksamheten särredovisas ej.

<sup>4</sup> AdLibris förvärvade Pocketshop våren 2012.

<sup>5</sup> Stabenfeldts totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 73,3 respektive 0,0 MSEK.

<sup>6</sup> Harlequins totala intäkter och resultat efter finansiella poster uppgick till 154,4 respektive 30,5 MSEK.

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (01) – 2012 (04).

<sup>8</sup> AdLibris förvärvade Företagslitteratur hösten 2011.

<sup>9</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>10</sup> De ekonomiska uppgifterna omfattar även konferens- och seminarieverksamhet samt utbildning .

<sup>11</sup> De ekonomiska uppgifterna omfattar även jultidningsförsäljning.

<sup>12</sup> Atlantis ägs av Svenska Litteratursällskapet (30), Kjell och Märta Beijers stiftelse (20), Niilo Helanders stiftelse (20), Föreningen Konstsamfundet (15), Söderström & Co (15).

<sup>13</sup> Studentlitteratur förvärvade 2012 Argument Förlag och Serholt Läromedel.

<sup>14</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (05) – 2012 (06).

<sup>15</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2010 (05) – 2011 (08).

Anm: Detaljhandelsföretag är medtagna endast i de fall de tillhör företag med förlagsverksamhet. Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2011.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.8 Författarrättighetsbolag. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
Familjen Nyman/Billing (59), Familjen Lindgren (41)	Saltkråkan AB – koncern <sup>1</sup>	173,4	33,6
	Saltkråkan AB -- moderbolag <sup>2</sup>	41,4	23,2
Erland Larsson och Joakim Larsson	Moggliden <sup>3</sup>	91,1	82,4
Camilla Läckberg	Camlac	31,0	3,2
Jonas Gardell	Jonas Gardell Produktion <sup>4, 5</sup>	20,8	5,1
Henning Mankell	Palco Media	16,6	5,4
Elisabeth Marklund/Limerick Publishing	Mediahuset Altersbruk	14,0	7,5
Leif G W Persson	Leif G W Persson AB	13,9	0,8
Alexander Ahndoril (50), Alexandra Ahndoril (50)	Green Eyes Fiction <sup>4</sup>	11,9	11,1
Jan Guillou	Achilleus Art & Media <sup>4</sup>	9,8	6,7
Mari Jungstedt	Next Page	8,0	5,0
Gunilla Bergström	Bokmakaren	6,5	-0,6
Johan Theorin	Theorins Texter	6,2	5,3
Sven Nordqvist (50), Eva M Ålander (50)	Nordqvist & Ålander AB	5,0	-0,6
Jens Lapidus	Pilpul Litteratur	4,5	2,7
Kajsa Ingemarsson	Kajsa Ingemarsson AB	4,2	2,5
Martin Widmark	Martin Widmark AB	3,3	1,0
Mons Kallentoft	Hard Boiled Productions	3,2	1,3
John Ajvide Lindqvist (50), Anne-Marie Ajvide (50)	Kommando Ajvide <sup>6</sup>	3,0	1,7
Anders Roslund	Anders Roslund AB	3,0	0,4
Börge Hellström	Ordkonstruktören i Nacka	2,7	0,6
Måns Gahrton	Någorlunda Art Stockholm	2,6	0,6
Mark Levengood	Hunk AB	2,5	-2,0
...	Åsa Larsson AB <sup>4</sup>	2,5	0,2
Karin Alvtegen	Alvtegen Produktion	2,4	1,3
Åke Edwardson (50), Rita Lejtsén Edwardsson (50)	Åke Edwardson Media	2,3	-0,4
...	Nya Spelskogen <sup>7</sup>	2,2	1,5
Björn Ranelid	Björn Ranelid AB	2,1	1,2
Peter Englund	Tulipomania	2,1	0,8
Jan Arnald	Jan Arnald AB	2,1	1,1

<sup>1</sup> Verksamheten omfattar Astrid Lindgrens Värld AB samt Astrid Lindgrens författarrättigheter.

<sup>2</sup> Verksamheten omfattar Astrid Lindgrens författarrättigheter.

<sup>3</sup> Verksamheten omfattar Stieg Larssons författarrättigheter

<sup>4</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>5</sup> Bolagets intäkter utgjordes av omsättning värdepapper 14,9 MSEK och nettoomsättning 5,8 MSEK.

<sup>6</sup> Verksamheten omfattar John Ajvide Lindqvists författarrättigheter.

<sup>7</sup> Verksamheten omfattar Kerstin Ekmans författarrättigheter.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.9 Företag på radiomarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
Statlig stiftelse	Sveriges Radio	2 513,3	7,6
Stenbecksfären	MTG <sup>1</sup>	ca 380,0	...
	MTG Radio	155,7	8,2
	Kilohertz	274,0	11,0
KKR och Permira (88)	ProSiebenSat.1 <sup>2</sup>	363,2	41,8
	SBS Radio	279,8	29,3
	Radio Match	52,9	6,8
	SBS Radio HNV	12,5	-4,2
SBS Radio (51), Dalarnas Tidningar (49)	Radio Daltid	13,6	7,4
SBS Radio (70), Eskilstuna-Kuriren (30)	Eskilstuna SBS Radio	4,5	2,5
NRJ SA	NRJ-sfären	46,8	13,4
	RBS Broadcasting	42,9	13,1
NRJ (74)	RBM Broadcasting	4,0	0,3
Norrköpings Tidningar Media	Norrköpings Radio & Co	24,0	4,4
...	Svenska Medietjänster	16,5	0,0
Erik Roll (33), Anders Elfström (33), Roger Dackegård (33)	Filt	14,4	0,3
Li Skarin	Massa Media i Piteå	9,2	0,3
Daniel Bengtsson (60), Mats Bengtsson (40)	DB Media	8,5	1,1
Munck Sverige (91)	Produktionsbolaget Munck	6,8	0,2
Erland Karling (33), Per Juhlin (33), Daniel Nilsson (33)	Beppo Ljudproduktion	6,6	0,5
Uppsala Nya Tidning	Uppsala Musikradio City	6,0	2,3
Anders Olsson	A-One Produktion	5,5	0,5
MTG (49)	Radioindustri Xerxes i Borås	5,3	-0,2
NRJ (45)	RBG Broadcasting	5,2	0,3
Petter Ljunggren, Lars Truedsson, Martin Wicklin	Tredje Statsmakten Media	5,1	0,2
MTG (49), Norrbottens Media (40)	Radio National i Luleå	4,5	0,7
Urban Björstadius (50), Tobias Svanelid (50)	Produktionsbolaget Prata	3,2	0,1
Norrköpings Tidningar (60), SBS Radio (40)	Östersjöns Reklamradio	3,2	0,3

<sup>1</sup> Intäkterna är uppskattade. MTG Modern Times Group AB redovisar inte ekonomiska uppgifter för sin verksamhet på radioområdet.

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

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.10 De största radioföretagens räckvidd 2013 (procent)

Ägare (Bolag)	Kanal/Nätverk	Daglig räckvidd (%) våren 2013
Sveriges Radio (statlig stiftelse)	Sveriges Radio P1, P2, P3, P4 riks, P4 lokal m fl	60,2
	<i>varav</i>	
	<i>P1</i>	15,2
	<i>P2</i>	3,1
	<i>P3</i>	16,8
SBS Radio (SBS Discovery Media)	<i>P4 totalt</i>	42,9
	Mix Megapol, NRJ, Rockklassiker, Vinyl, Radio 107,5, The Voice	27,5
	<i>varav</i>	
	<i>Mix Megapol</i>	17,3
MTG Radio (Stenbeck)	<i>NRJ</i>	8,0
	<i>Rockklassiker</i>	4,8
	Rix FM, Bandit Rock, Lugna Favoriter, Radio1	17,5
	<i>varav</i>	
	<i>Rix FM</i>	13,5
	<i>Bandit Rock</i>	3,6

Anm: Räckvidd i procent under ett dygn i Sverige. Målgrupp 12–79 år.  
Lyssnande = lyssnat minst 3 min på en station.  
Undersökningsperiod v 18–19 och 21–22 2013.

Källa: TNS-Sifo [www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radorapporter-ppm/](http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radorapporter-ppm/)

Tabell 2.11 Företag på marknaden för distribution av radio och television. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Huvudägare	Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster
BC Partners	Com Hem	4 515	1 165
Staten	Teracom	4 059	325
	<i>varav rörelsegren</i>		
	<i>Boxer Sweden</i>	2 011	331*
	<i>Teracom Sweden</i>	1 478	472*
Norska staten (54)	Telenor <sup>1</sup>	1 791	103
	<i>Canal Digital Sverige</i>	1 548	98
	<i>Canal Digital Kabel-TV</i>	243	5
Stenbeck/MTG <sup>2</sup>	Viasat	1 769	784

\* Avser rörelseresultat.

<sup>1</sup> Telenor bedriver även distribution av television via bredband i B2 Bredband. Denna verksamhet särredovisas inte.

<sup>2</sup> Stenbeck bedriver även kabel-tv-distribution i Tele2. Denna verksamhet särredovisas inte.

Källor: Årsredovisningar.

Tablå 2.1 Företag som distribuerar tv till konsumenter 2012

Företag	Största ägare	TV-distribution via:						On demand/ videobutik/ play-tjänster/ pay per view	
		Mark	Kabel	Parabol	SMATV	Mobil- telefon	Bredband		
							Stads- nät/ fiberlan	mobilt	
Boxer	Teracom	x					x		
Comhem	BC Partners		x				x		x
Canal Digital	Telenor		x	x	x		x		x
Bredbandsbolaget	Telenor						x	x	x
Telenor	Telenor					x			
Tele2	Stenbeck		x			x	x	x	x <sup>1</sup>
Viasat	Stenbeck		x	x	x	x	x		x
Telia	TeliaSonera					x	x	x	x
Bredband2	B A Lövgren, Vildmarksstugor i Norrland AB, L Danielsson						x		
AllTele	AllTele Allmänna Svenska Telefon- aktiebolaget						x		x
IP Sweden	CG Capital S.a R.L. (50%), Megg Invest S.a R.L. (50%)						x		x
Serverado <sup>2</sup>	Ålands Nättjänster AB						x		x
Distra/NetSend AB	Distra/NetSend AB						x		
Bahnhof	K N Telecom AB						x		x

<sup>1</sup> Hyrfilmstjänst för mobiltelefon.

<sup>2</sup> Serverado levererar grundabonnemang och hyrfilmsbutik till Kramnet/AllTele, IP Sweden, Bahnhof och Viasat.

Källor: Företagens hemsidor och årsredovisningar, Myndigheten för radio och tv, Post- och telestyrelsen, Nordiccom-Sverige.

Tabell 2.12 Programföretag på tv-marknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Huvudägare	Företag	Kanaler <sup>1</sup>	Intäkter		Resultat efter finansiella poster
			Sverige	Totalt	Totalt
Bonnier	TV4 AB	TV4, Sjuan, sex övriga TV4-kanaler	4 406	4 406	506
Bonnier (65), Telenor (35)	C More Entertainment	Ett femtontal C More-kanaler	1 157	2 188	-286
Statlig stiftelse	Sveriges Television AB	SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen <sup>2</sup>	4 169	4 169	28
Statlig stiftelse	Sveriges Utbildningsradio AB	Kunskapskanalen <sup>2</sup>	294	294	-4
Stenbeck	MTG – Affärsområde Betal-TV Norden	Tretton Viasat-kanaler	...	4 547	923*
Stenbeck	MTG – Affärsområde Fri TV Skandinavien	TV3, TV6, TV8, TV10	...	4 224	1 077*
ProSiebenSat.1	SBS TV AB	Kanal 5, Kanal 9, TV11	1 212	1 212	278
Viacom	MTV Networks AB	MTV, Nickelodeon, VH-1, Comedy Central	169	169	-9
Time Warner	Millennium Media Group och Turner Broadcasting	Star!, Showtime, Silver, TNT	213	213	-8
TF1	Eurosport Television AB	Två Eurosport-kanaler	69	69	1
Nordstjärnan	Axess Publishing	Axess TV	7	7	-10

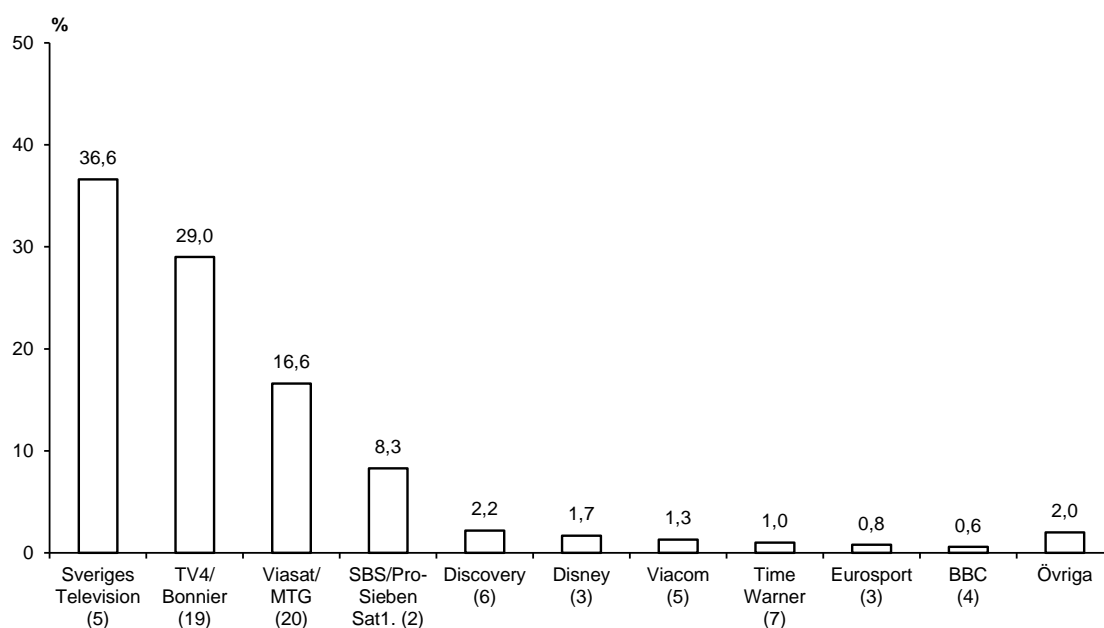
\* Avser rörelseresultat.

<sup>1</sup> Uppgifter om kanaler avser maj 2013.

<sup>2</sup> Kunskapskanalen produceras i samarbete mellan Utbildningsradion och Sveriges Television.

Källor: Årsredovisningar.

Figur 2.2 De största tv-programföretagen på tv-marknaden efter tittartidsandel 2012 (%)



Anm: Uppgiften inom parentes anger antal kanaler som ingår i beräkningen.

Källor: MMS (bearbetning), Nordicom-Sverige.

Tabell 2.13 De fyra största programföretagen på den svenska tv-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2011 och 2012 (procent av tittartiden)

Kanalgrupper (antal mätta kanaler 1997/2005/2001/2012)	Tittartidsandel (%)				Differens %-enheter	
	1997	2005	2011	2012	2011-2012	1997-2012
SVT (& UR) (2/5/5/5)	47,6	39,9	34,6	36,6	2,0	-11,0
TV4 (1/5/20/19)	27,7	25,9	30,4	29,0	-1,4	1,3
MTG/Viasat (4/13/18/20)	12,0	13,7	17,5	16,6	-0,9	4,6
SBS (1/6/2/2)	6,4	9,8	8,7	8,3	-0,4	1,9
Övriga	6,4	10,7	8,8	9,6	0,8	3,2
Tittartid totalt (minuter)	141	146	162	164		

Källor: MMS (bearbetning), Nordicom-Sverige.

Tabell 2.14 Företag verksamma inom tv-produktion. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Ägare	Bolag	Intäkter i Sverige	Resultat efter finansiella poster
Murdoch/Shine	Metronome Film & Television <sup>1 2</sup>	688,7	64,4
	Meter Film & Television <sup>2</sup>	501,5	43,7
	STO-CPH Produktion <sup>2</sup>	150,7	12,1
	Friday TV <sup>2</sup>	36,5	8,6
Stena Adactum (43) m fl. <sup>3</sup> / MPP MediaTec Group	Mediatec Broadcast Sweden	340,4	1,8
Stenbecksfären/MTG	Strix Television Sverige	338,0	-8,1
De Agostino	Zodiak Television <sup>1</sup>	316,0	22,2
	Mastiff	186,6	15,1
	Jarowskij Enterprises	129,4	7,2
Capman (65)/ Nice Entertainment Oy	Nice Entertainment <sup>1</sup>	279,5	15,9
	Titan Television	207,0	12,3
	Baluba Television	72,5	3,6
Trav & Galopp	Kanal 75	195,0	0,3
Eyeworks B.V	Eyeworks Sweden	164,7	20,1
Endemol	Endemol Sweden	124,8	3,5
Michael Hjorth (30), Johan Kindblom (30), Tomas Tivemark (30)	Tre Vänner Produktion	118,0	8,6
Hakan Invest	Forma Publishing Group <sup>1</sup>	98,4	6,8
	OTW Television	83,7	4,1
	OTW Sport Television	14,7	2,7
Rolf Sohlman, Johan Mardell, Lisa Dahlberg	Pampas Produktion	96,7	1,0
Svensk Elitfotboll (50), Fotbollförbundet (50)	Onside TV-Production	93,0	0,0
IMG	IMG (Sweden)	92,9	6,9
Banijay <sup>5</sup>	Nordisk Film TV-Produktion	90,1	2,3
ITV	ITV Studios Nordic AB	75,6	2,4
Bertelsmann/RTL	Freemantle Sverige	70,1	0,2
Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	Anagram Produktion <sup>4</sup>	68,6	0,8
	ProSiebenSat.1-koncernen <sup>1</sup>	46,9	-10,8
	Snowman Production	34,8	-11,5
ProSiebenSat.1	Hard Hat	12,0	0,7
Smilla (27), Jens Fjellström (27), Tommy Åström (27)	JensLasseTommy AB <sup>5</sup>	30,0	7,5
Bobo Ericzén Grand TV Operations	Barracuda Film & TV <sup>5</sup>	27,7	1,9
...	art89 Television	16,3	1,8
Daniel Moll (50), Anders Helgeson (50)	Thelma/Louise Produktion	14,5	-0,2
Erik Fägerwall (50), Jan Åsäter (50)	Filmpoint Communication <sup>6</sup>	14,2	0,5
Fredrik Heining (44), Johannes Åhlund (44)	St Paul Film AB <sup>7</sup>	13,6	0,6
Tarik Saleh (25), Kristina Åberg (25), Erik Gandini (25), Lars Rodvaldr (25),	Atmo Media Network	11,1	-0,3
Lukas Wojarski	Happy Fiction	10,3	0,1
Felix Hergren	FLX Comedy <sup>5</sup>	9,5	2,1
Andreas Brännström (45), Lasse Wöien (45)	Sports Editing Sweden	9,0	0,9
Henrik Ihre	TV Dinner Productions	8,0	0,7
...	Deep Sea Productions	7,4	2,6

Forts.



Forts. tabell 2.14 Företag verksamma inom tv-produktion

Ägare	Bolag	Intäkter i Sverige	Resultat efter finansiella poster
Nordstjärnan Kultur och Media	Svenska Filmbolaget Axess	7,3	-8,8
Marie Lundberg	Svenska Barnprogram	6,9	1,0
STV Production A/S	To the Moon	6,6	-0,3
25 Frames Per Second	TakeOff Video	6,5	1,1
Carl-Christian Åstrand	Lunatic Speed	6,5	0,6
Andreas Printz (50), Johan Eriksson (50)	Stream & Co	6,3	-1,1
Folke Rydén	Folke Rydén Production	6,2	1,9
Fredrik Skavlan AS	Fredrik Skavlan AB	5,7	4,5
Eyeworks	Eyeworks Film och TV Drama	5,6	-1,4
Gunnar Wesslén (50), Joan Estes- Lindskog (25)	Mediabolaget Engman-Wesslén-Estes	5,3	0,0
Stampen	Dobb Production	5,0	-0,3

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

<sup>2</sup> De ekonomiska uppgifterna avse 2011 (01) – 2012 (06).

<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> Verksamheten omfattar även tv- och teaterproduktion.

<sup>5</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>6</sup> Verksamheten omfattar även filmproduktion.

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avse 2010 (07) – 2011 (06).

Källor: Årsredovisningar

Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Familjen Bonnier	Bonnier AB <sup>1</sup>	2 457,8	226,2	
	SF Bio	1 471,1	131,7	Biografer
	Svensk Filmindustri	736,4	74,4	Film- och dvd-distribution, filmproduktion
	Discshop	135,8	4,2	Dvd- försäljning
	SF Anytime	123,5	4,2	Video-on-demand
	Homeenter <sup>2</sup>	123,0	...	Filmklubbar
	Sonet Film	68,6	7,9	Filmproduktion
	SF Media	48,1	7,0	Reklamförsäljning
	Biograf Sture	10,0	0,9	Biograf
KF	Pan Vision <sup>3</sup>	642,6	-65,0	Dvd- och speldistribution
News Corporation	Twentieth Century Fox/Shine <sup>4</sup>	603,2	-11,5	
	FilmLance International <sup>5</sup>	425,3	-15,7	Filmproduktion
	Twentieth Century Fox Home Entertainment <sup>6</sup>	104,4	1,7	Dvd-distribution
	Twentieth Century Fox, Sweden <sup>6</sup>	73,5	2,5	Filmdistribution
Versteegh-gruppen	Bonver Videodata <sup>7</sup>	486,0	-12,2	Dvd-, musik- spel och lydboksdistribution
Egmont Fonden	Egmont International <sup>4</sup>	480,2	-5,4	
	Nordisk Film Distribution	431,6	16,4	Film- och dvd-distribution
	Nordisk Film Post Production	33,2	-13,8	Filmbearbetning
	Spiderbox Entertainment	15,4	-8,1	Dvd-distribution
Walt Disney & Co	Walt Disney Company Nordic <sup>8</sup>	383,3	...	Film- och dvd-distribution
Time Warner	Time Warner <sup>4</sup>	359,7	-27,0	
	Warner Bros Entertainment Sweden	334,8	-6,2	Film- och dvd-distribution
	Nonstop Entertainment	22,9	-16,6	Filmdistribution
	Nonstop Sales	2,0	-4,1	Filmrättighetsförsäljning
Sony	Sony Pictures Home Entertainment	344,5	42,6	Film- och dvd-distribution
Peter Fornstam (51), Bonnier (49)	Succéfilm <sup>9</sup>	303,7	26,8	Biografer [Svenska Bio]
Vivendi Viacom	United International Pictures AB	199,0	16,5	Dvd-distribution
Viacom	Paramount Home Entertainment (Sweden)	126,6	3,6	Film- och dvd-distribution
Boiling Water	The Chimney Pot <sup>4</sup>	120,8	27,5	
	The Chimney Pot Sverige	103,8	25,4	Postproduktion
	Ljudligan	13,5	2,7	Ljudläggning
	Marsmotel	3,4	-0,5	Postproduktion
Michael Hjorth (30), Johan Kindblom (30), Tomas Tivemark (30)	Tre Vänner Produktion <sup>10</sup>	118,0	8,6	Filmproduktion
Västra Götalandsregionen	Film i Väst <sup>11</sup>	99,3	0,2	Regionalt produktions- centrum
Rolf Sohlman, Johan Mardell, Lisa Dahlberg	Pampas Produktion <sup>10</sup>	96,7	1,0	Filmproduktion
Comcast	Universal Pictures Nordic	95,9	0,8	Dvd-distribution
Johan Engwall	Atlantic Film	79,4	-1,7	Film- och dvd-distribution
de Agostino	Yellow Bird-koncernen <sup>4</sup>	76,4	44,5	
	Yellow Bird Millenium Rights	30,6	29,9	Filmrättighetsförsäljning
	Yellow Bird LM Production	22,8	10,3	Filmproduktion
	Yellow Bird LM Rights	10,5	-2,1	Filmrättighetsförsäljning
	Yellow Bird Rights	7,4	3,0	Filmrättighetsförsäljning
	Yellow Bird US Rights	5,1	3,3	Filmrättighetsförsäljning

Forts.

Forts. Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Cantus Invest (62)	Forestlight Studio	76,1	-12,4	
	Noble Entertainment	65,9	12,7	Film- och dvd-distribution
	Fido Film Stockholm	29,3	-0,7	Filmanimation
Investeringsfonder	Lovefilm International <sup>4</sup>	75,7	-9,4	
	Lovefilm Sverige	49,7	-17,3	Dvd-uthyrning (film och spel)
	Bra Film Scandinavia	26,0	7,9	Dvd-uthyrning (film och spel)
Anders Jansson, Johan Wester, Martin Persson	Anagram Produktion <sup>12</sup>	68,6	0,8	Filmproduktion
Lars Angwald	Play Nöjesdistribution	64,0	2,2	Dvd- och cd-distribution
Johan Fälemark (50), Peter Hiltunen (50)	Illusion-koncernen <sup>4</sup>	53,0	5,8	
	Illusion Film & Television	27,8	5,8	Filmproduktion
	Illusion Film Rights	25,2	0,1	Filmrättighetsförsäljning
Blommenholm Industrier (26)	Schibsted <sup>4</sup>	46,0	-15,9	
	Sandrew Metronome Distribution Sverige	24,4	-13,2	Filmdistribution
	Sandrew Metronome International	21,7	-2,7	Filmrättighetsinköp
ARPU Management.	Swedish Film	42,8	5,9	Dvd-distribution
Familjerna Lindgren och Nyman	Saltkråkan	41,4	23,2	Film- och bokrättighetsförsäljning
Jan Blomgren (80), Anna Croneman (20)	Bob Film Sweden	41,4	0,1	Filmproduktion
Malte Forssell, Mimmi Spång, Rebecka Lafrenz, Håkan Lindhé	Garagefilm International	39,6	-0,1	Filmproduktion
Sigurjon Sighvatsson (75)	Scanbox Entertainment Sweden	38,7	1,3	Dvd-distribution
Norbottens läns landsting och kommuner	Filmpool Nord	37,5	0,6	Regionalt produktionscentrum
Red Bear Film (50,1), Lars Petersson Filmproduktion (49,9)	Fundament Film	36,4	-0,4	Filmproduktion
Amir Chamdin AB (40), Martina Stöhr (40), Daniel Sachs Invest AB (20)	Chamdin & Stöhr	33,8	1,7	Filmproduktion
Pär-Magnus Almqvist, Richard Liljedahl	Eurostar <sup>6</sup>	31,4	1,2	Biografer
Lasse Svensson	Eurotroll	27,3	1,1	Filmdubbing
Lena Rehnberg	Stella Nova Film	23,8	-1,0	Filmproduktion
Riksorganisationen Folkets Hus och Parker	Framtidens Mötesplats	22,3	-2,8	Biografer
Kristina Åberg (25), Erik Gandini (25), Lars Rodvaldr (25), Tarik Saleh (25)	Atmo-koncernen	21,3	0,1	
	Atmo Media Network	11,1	-0,3	Filmproduktion
	Atmo Production	10,2	0,3	Filmproduktion
Zentropa	Zentropa International Sweden	20,9	-2,2	Filmproduktion
Riksföreningen Folkets Bio	Folkets Bio	20,6	-0,1	Filmdistribution
...	Viking Entertainment <sup>6</sup>	17,2	3,0	Filmproduktion
Lennart Olsson Musikproduktion	KM Studio	16,4	0,0	Filmdubbing
Christer Nilsson	Götafilm	14,6	-0,2	Filmproduktion
Erik Fägervall (50), Jan Åsäter (50)	Filmpoint Communication	14,2	0,5	
Fredrik Heining (44), Johannes Åhlund (44)	St Paul Film <sup>13</sup>	13,6	0,6	Filmproduktion

Forts.

Forts. Tabell 2.15 Företag på den svenska filmmarknaden

Ägare	Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet
Cinema Art Production (25), Viking Film (25), Bo Persson (25), Gabor Pasclor (25)	Europa Sound Production	13,4	0,1	Ljud- och bildbearbetning
Patrik Ryborn (67), Hannes Holm (17), Måns Herngen (17)	S/S Fladen Film	13,2	-0,2	Filmproduktion
Colin Nutley	Sweetwater Production	12,5	-0,5	Filmproduktion
...	Tur med vädret	12,2	0,0	Filmproduktion
Lukas Wojarski	Happy Fiction	10,3	0,1	Filmproduktion
Clas Cederholm, Per Svensson, Per Åhlin	Pennfilm-koncernen <sup>4, 6</sup> Pennfilm Holding <sup>6</sup> Pennfilm Studio <sup>6</sup>	9,8 6,0 3,8	0,5 0,7 -0,2	Produktion av animerad film Produktion av animerad film
...	Triart Film	9,0	-3,7	Filmdistribution
Gregers Dohn (33), Fredrik Morheden (33), Henrik Bastin (33)	Nostramo Stockholm	9,0	1,1	Filmklippning
Syndicate Holding	The Syndicate Entertainment	8,9	2,4	Film- och videobearbetning
Josefine Tengblad	LeBox Produktion	8,6	1,4	Filmproduktion
...	Story	8,3	0,1	Filmproduktion
...	Spiltan Underhållning M AB	7,9	8,0	Filmfinansiering
...	Deep Sea Productions	7,4	2,6	Filmproduktion
Peter Kropenin	Hob	7,1	0,1	Filmproduktion
Emil Larsson (50), Martin Jern (50)	Dansk Skalle	7,1	0,2	Filmproduktion
Alexandra Ahndoril (50), Alexander Ahndoril (50)	Green Eyes Vision <sup>6</sup>	6,9	2,8	Filmrättigheter
Lars Jönsson	Taxinge Film <sup>6</sup>	6,9	-1,3	Filmproduktion
Carl-Christian Åstrand	Lunatic Speed	6,5	0,6	Filmproduktion
Malla Grapenglessler (50), Antonio Russo Merenda (50)	Hysteria Film	6,2	0,0	Filmproduktion
Eurolab International A/S	Eurolab Sverige	5,9	1,0	Filmtextning
Roy Andersson	Roy Andersson Filmproduktion	5,8	-0,6	Filmproduktion
Eyeworks	Eyeworks Film och TV Drama	5,6	-1,4	Filmproduktion
...	WG Film	5,4	-0,3	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. Filmdistributionsrörelsen avyttrades hösten 2011 till Scanbox Entertainment.

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

<sup>5</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (01) – 2012 (06).

<sup>6</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2011 (07) – 2012 (06).

<sup>7</sup> De ekonomiska uppgifterna avser den totala rörelsen med verksamheter i Sverige, Danmark och Norge. Den svenska verksamheten särredovisas inte.

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

<sup>9</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>10</sup> Verksamheten omfattar även tv-produktion.

<sup>11</sup> Nettoomsättningen uppgick till 13,5 MSEK och bidrag till 85,8 MSEK.

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

<sup>13</sup> De ekonomiska uppgifterna avser 2010 (07) – 2011 (06).

Anm: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2011.

Källor: Företagens årsredovisningar och hemsidor.

## 3. Medieföretag

### 3.1 Aller

Den danska mediekoncernen Aller har en mycket stark ställning på den svenska tidskriftsmarknaden. Kärnan i det svenska förlaget Aller Medias verksamhet utgörs av fyra familjetidningar och fyra kändistidningar med en sammanlagd upplaga 2012 på 644 000 respektive 423 000 exemplar. Förlaget är även en betydande utgivare av specialtidningar och livsstilsmagasin med ett tjugotal titlar, bland vilka *Femina*, *Elle* och *Må Bra* har störst upplaga. Även i de övriga skandinaviska länderna har Aller en mycket stark position på populärpressmarknaden. Sommaren 2013 gick koncernen för första gången in på dagspressmarknaden genom att köpa den norska dagstidningen *Dagbladet*.

Koncernens moderbolag Carl Allers Etablissement (nu Aller Holding) 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 Aller expanderat kraftigt sedan 1980-talet genom både förvärv och nyetableringar. Tidskriftsförlaget Tifa med *Hemmets Veckotidning* och *Allas Veckotidning* förvärvades 1983 och *Svensk*

*Damtidning* 1991. Aller 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*. Förlaget stärkte 2013 sin position på specialtidningsmarknaden genom att köpa fem tidningar av LRF Media.

Aller har inte som sina konkurrenter på den nordiska mediemarknaden gått in i nya branscher och länder utan i stort hållit fast vid sin inriktning på tidskriftsutgivning, med undantag för köpet av den norska dagstidningen *Dagbladet*. Sedan koncernen 2010 sålt facktidningsförlaget Aller Business till Mentor Communication och herrtidningsförlaget Baltic Press till SAB Group har utgivningen på den svenska marknaden koncentrerats till populärpress, företrädesvis familje- och kändistidningar samt special- och livsstilstidningar. 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 Bonnier

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 och affärspress är sfären störst, inom böcker, television och film 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 Pressbyrå 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 är organiserad i affärsområden för böcker, television, tidskrifter, dagspress, affärspress samt tillväxtmedier.

#### Ökad vertikal integration 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 (helägt sedan 1986), 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.

Bonniers har länge haft en stark position inom återförsäljarledet genom en rad av landets största bokklubbar som Bonniers Bokklubb, Svalan, Lyssnarklubben samt den majoritetsägda Månadens Bok. Sedan början av 2000-talet har dock bokklubbarna redovisat vikande försäljningssiffror. Genom att förvärva landets största nätbokhandel Adlibris 2005 och bokhandelskedjan Pocket Shop 2012 har Bonniers kunnat flytta fram sina positioner i återförsäljarledet trots bokklubbarnas tillbakagång. Under 2000-talet har Bonniers sammanfattningsvis utvecklat en tydlig strategi för att öka den vertikala integrationen genom att komplettera bokförlagsverksamheten med bokgrossister och bokförsäljare.

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 ägt Tammi, har man att blivit den dominerande aktören på det allmänlitterära fältet sedan landets största förlag, WSOY, förvärvats från Sanoma 2011. 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.

### 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, båtar, 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 hade länge klagat över att marknaden inte räckte 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 38 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 Aller. 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*, *Vi Föräldrar* och *ToppHälsa*. Bonniers 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 2012 ca 1,9 miljarder kronor. Bonniers gick 2007 in på USA-marknaden genom att köpa ett par förlag som samlades i det nybildade Bonnier Corp. Förlaget ger ut ett femtiotal specialtidningar och omsatte 2012 ca 1,8 miljarder kronor. Det största magasinet, som svarade för en fjärdedel av omsättningen, såldes dock våren 2013.

### 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 propäerna 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 köp 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*.

Dagstidningarna har minskat i betydelse för Bonniers och svarade 2012 för 16 procent av de totala intäkterna och 28 procent av intäkterna på den svenska marknaden. Bonniers tog 2002 upp kampen med *Metro* genom att starta gratistidningen *Stockholm City*, som dock lades ner 2011 efter mycket stora förluster. Bonniers finns kvar på gratistidningsmarknaden med två tidningar i Malmö och Lund.

*Expressen* inklusive *GT* och *Kvällsposten* har minskat sin upplaga från 754 000 exemplar 1990 till 217 000 exemplar 2012. Trots den negativa upplageutvecklingen har tidningen kunnat redovisa relativt goda resultat. 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. Bonniers ger även ut sex affärstidningar i utlandet, varav alla utom danska *Børsen* har startats och/eller utvecklats av Bonniers efter Dagens Industri-konceptet.

### Stark position på filmmarknaden trots försäljning av biograferna

Bonniers verksamheter inom filmbranschen ingår i affärsområdet Growth Media. Svensk Filmindustri, Home Entertainment, Discshop och SF Anytime samt intressebolaget SF Bio, 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. Biografverksamheten överfördes 1998 till SF Bio, ett systerföretag till Svensk Filmindustri. På produktionssidan hör Svensk Filmindustri till de större aktörerna med ett par spelfilmer per år. På filmistributionsmarknaden möter bolaget hård konkurrens av flera stora amerikanska filmbolag som 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. SF Anytime som distribuerar hyrfilm på nätet har vuxit snabbt de senaste åren.

Bonniers gick 2013 in som delägare med en andel på 40 procent i en nybildad koncern, Nordic Cinema Group, som övertog SF Bio och finska Finnkino. Majoritetsägare är Ratos, som ägde Finnkino. I Sverige har SF Bio en helt dominerande position på marknaden med 243 salonger i 22 städer. Bolaget har dessutom en ägarandel på 49 procent i Svenska Bio med 104 salonger i företrädesvis mindre orter.

### Television viktigaste kärnområdet

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 (numera ägt till 65 procent) som driver C More-kanalerna i Norden.

Bonniers hade tidigare intressen på tv-produktionsmarknaden som koncernen dock lämnade helt 2005 för att 2011 komma tillbaka med ett nystartat 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. Sannantaget har television kommit att bli Bonniers viktigaste enskilda område som 2012 svarade för 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, 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.

### Konkurrensen hårdnar

Trots sin starka position på mediemarknaden är Bonnier AB en koncern som brottas med stora problem. Det ekonomiska resultatet har sjunkit i flera år för att 2012 visa en förlust. Sfarens kvällstidningar har sedan 1990 förlorat mer än två tredjedelar av sin upplaga. Morgontidningarna pressas hårt av vikande annonskonjunkturer, 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 en ägare med stort dagspresskunnande. På sin hemmamarknad möter *Dagens Nyheter* en svärbemästrad konkurrens 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 Aller. På specialtidningsområdet har Bonniers de senaste åren mött motstånd från flera förlag som genom förvärv och nylanseringar flyttat fram sina positioner som exempelvis Aller, 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 många 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 koncernen expanderat främst i utlandet, där omsättningen ökat med 113 procent, jämfört med 57 procent i Sverige.

### 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, ett 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.

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

fusionera med den näst största aktören, UPC Sverige. Koncernen ingick 2011 ett avtal om att förvärva konkurrenten Canal Digital Kabel-TV, affären stoppades dock av Konkurrensverket. Com Hem har 1,75 miljoner anslutna hushåll i sitt kabelnät eller cirka 45 procent av alla landets hushåll. På kabel-tv-marknaden är koncernen helt dominerande med en marknadsandel på över 60 procent. Kunderna erbjuds förutom tv även tillgång till bredband, telefoni och triple-play. Sedan 2011 driver Com Hem en egen 24-timmarsnyhetskanal som ingår i dess basutbud.

#### Referenser

Pressmeddelanden 2011-06-20 och 2011-07-25 från Com Hem AB  
Konkurrensverkets hemsida  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag

### 3.4 Egmont

Den danska koncernen 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, distribution och biografier. På tv-marknaden var Egmont tidigare hälftenägare i norska TV2, som övertogs helt 2012.

#### Underhållning för barn och vuxna

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.

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.

Utanför Norden är Egmont verksam i ett tjugotal 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.

#### Satsning på tidskrifter i Sverige

I Sverige tillhör Egmont med en omsättning 2011 på 1,35 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 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 därför avyttrat bokförlaget Damm, som var inriktat på underhållningslitteratur, och 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. De nordiska marknaderna har under de senaste åren blivit allt viktigare och svarade 2012 för cirka 87 procent av koncernens totala omsättning.

#### 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 Gota Media

Gota Media skapades 2003 genom att två stiftelseägda tidningskoncerner i södra Sverige, Sydostpress och Borås Tidning AB, gick samman. Den äldre av de två ägarstiftelserna, Stiftelsen Barometern bildades 1947 för att överta tidningen *Barometern* i Kalmar. Stiftelsen förvärvade 1963 *Oskarsbamns-Tidningen* som blev avläggare till *Barometern*. De två ledande tidningarna i grannlänerna, *Smålandsposten* och *Blekinge Läns Tidning*, förvärvades 1975. En av stiftelsens helägd koncern, Sydostpress, bildades 1989 för att samordna verksamheten i tidningsbolagen.

Stiftelsen Barometern består av ett hundratal ledamöter bosatta inom tidningarnas spridningsområde. I stadgarna anges att "Stiftelsen skall verka för att trygga utgivningen av tidningarna Barometern-OT, Smålandsposten och Blekinge Läns Tidning som organ för kristna värderingar, konservativ ideologi i förening med liberal idétradition samt för näringsfrihetens och äganderättens bevarande. Förvärv av eller allianser och samverkan med andra medieföretag kan ske på affärsmässiga grunder." Trots lydelsen i stadgan har *Blekinge Läns Tidning* behållit sin liberala inriktning.

Tore G Wärenstam, huvudägare av *Borås Tidning* och *Ulricebamns Tidning*, överlät 1968 en del av sitt aktieinnehav till den nybildade Tore G Wärenstams stiftelse. Vid sin död 1980 testamenterade han resterande del av sina aktier till stiftelsen. Sedan 2009 är stiftelsen ensam ägare av Borås Tidning AB. I stadgarna stipuleras att stiftelsen har till ändamål att "verka för att tidningen [Borås Tidning] såsom hittills utkommer såsom ett organ för det fria ordet under bibehållandet av tidningens nuvarande moderata borgerliga politiska inriktning".

De två moderata stiftelserna inledde 1997 ett samarbete som 2003 ledde till att deras respektive dotterbolag, Sydostpress och Borås Tidning AB, bildade en till lika delar ägd koncern Gota Media. Koncernen har under de senaste åren gått in i de två socialdemokratiska tidningarna *Sydöstran* i Karlskrona och *Östran* i Kalmar med en ägarandel på 90 respektive 91 procent. Den lokala arbetarrörelsen har behållit minoritetsposter i de två tidningarna. Av SwePress förvärvades 2011 tredagarstidningen *Ölandsbladet* samt endagstidningarna *Kalmar Läns Tidning* och *Växjöbladet/Kronobergaren*.

Gota Media gick 2011 in på en ny geografisk marknad genom att av Bonniers förvärva 65 procent av aktierna i Skånemedia som ger ut *Kristianstadsbladet*, *Ystads Allebanda* och *Trelleborgs Allebanda*. Resterande 35 procent ägs av den liberala stiftelsen Kristianstadspress. Genom förvärven beräknas Gota Medias omsättning öka från 877 miljoner kronor 2010 till cirka 1 300 miljoner kronor 2012.

Gota Media har en mycket stark ställning som ensam utgivare av flerdagarstidningar i sju A-regioner i södra Sverige. Moderbolaget ger ut *Borås Tidning*, *Barometern*, *Smålandsposten* och *Blekinge Läns Tidning*. De två socialdemokratiska tidningarna är samlade i en underkoncern, S-Media med ett bolag för vardera tidningen med den lokala arbetarrörelsen som minoritetsägare. Övriga tidningar ges ut av dotterbolag. De två stiftelserna som ursprungligen bildades för att garantera utgivningen av moderata tidningar äger nu en koncern som ger ut fyra moderata, fyra liberala och två socialdemokratiska flerdagarstidningar.

#### Referenser

Nationalencyklopedin.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.6 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 *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 boklädor över hela landet. Det stora allmänlitterära förlaget Norstedts förvärvades 1997 från Wolters Kluwer. I maj 2013 aviserade KF sin avsikt att sälja all sin medieverksamhet inklusive majoritetsposten i Akademibokhandelsgruppen. Koncernen motiverade sitt beslut med man vill koncentrera sin verksamhet helt till dagligvaruhandeln. Sannolikt kommer medieföretagen att säljas var för sig.

#### Olönsam medieverksamhet

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 ett par helägda bokklubbar och är delägare i tre större klubbar, Barnens Bokklubb, Clio och Månadens Bok. Gruppen är den enda del av KF:s medieverksamhet som de senaste åren redovisat ett positivt resultat.

I försäljningsledet har KF sedan 1987 drivit landets största bokhandelskedja Akademibokhandelsgruppen. Sommaren 2012 aviserades en sammanslagning av Akademibokhandelsgruppen och den näst största kedjan Bokia som godkändes av Konkurrensverket i december samma år. Det nya bolaget, Akademibokhandeln Bokia, ägs av KF (65 %), Natur och Kultur (11 %) och Killbergs Bokhandel (11 %). De två kedjorna drev sammanlagt 136 boklädor vid sammanslagningen, ett antal som sannolikt kommer att minska genom nedläggningar på vissa av de orter där både kedjorna är representerade. I fusionen ingår inte den av KF helägda internetbokhandeln Bokus. Trots Akademibokhandelsgruppen starka marknadsposition har bolaget under en rad år gått med förlust.

Norstedts förlagsgrupp, Akademibokhandeln, Bokus samt Coops bokförsäljning fördes 2011 samman i KF Media. Redan efter ett år bröts dock den organisatoriska samordningen upp och de olika bolagen fortsatte att arbeta som separata enheter.

KF har även en omfattande verksamhet inom interaktiva medier under namnet Pan Vision, inriktat på distribution och marknadsföring av dataspel och pc-tillbehör. Bolagets filmverksamhet såldes 2011 till Scanbox Entertainment. Bolaget har de senaste tre åren gått med stor förlust.

#### 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.

### 3.7 Mittmedia

Mittmedia-koncernen har genom förvärv av en rad dagstidningsföretag mer än tredubblat sin omsättning mellan 1995 och 2011 från 470 till 1 580 miljoner kronor. Sammantaget har koncernen en utomordentligt stark ställning i sin region som ensam utgivare av flerdagarstidningar i de tre södra Norrlandslänen samt i Dalarna.

Grundstenen för koncernen 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 sitt verksamhetsområde. 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*. Den redan starka positionen i Dalarna förstärktes ytterligare

2013 då *Dala-Demokraten* förvärvades från den lokala arbetarrörelsen.

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 en gemensam redaktion. För att ytterligare kunna utveckla det redaktionella samarbetet samlades 2013 koncernens samtliga redaktioner i ett bolag. 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

### 3.8 Norrköpings Tidningar Media (NTM)

Norrköpings Tidningar Media (NTM) har under en femtonårsperiod utvecklats från ett lokalt tidningsföretag till en mediekoncern med verksamhet i flera län spridda över hela landet. Koncernen tredubbade sin andel av den totala dagspressupplagan från 2,2 procent 1998 till 7,1 procent 2012 och under samma tid femdubblades omsättning från 350 miljoner kronor till 1,8 miljarder kronor.

NTM-koncernen har sitt ursprung i *Norrköpings Tidningar*, grundad 1758, som är landets äldsta alltjämt utkommande 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 2.1). 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 förkommer en viss samordning men i stort 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 Tidningar 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 behöll 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, kabelnät och det digitala marknätet. NTM driver sedan 2011 en nyhetsbyrå som serverar alla koncernens tidningar med material framför allt för webben.

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.

### 3.9 SBS Discovery

Den amerikanska mediekoncernen Discovery Communications gick in på den svenska mediemarknaden våren 2013 genom att förvärva den tyska mediekoncernen ProSiebenSat.1:s verksamhet i Norden, med undantag för tv-produktionsbolagen. Discovery Communications har samlat sin nordiska verksamhet i dotterbolaget SBS Discovery Media. Koncernen driver en rad tv-kanaler över hela världen och omsatte 2012 30,4 miljarder kronor. På den svenska marknaden har bolaget tidigare varit representerat av tv-kanalerna Discovery och Animal Planet.

Den svenska verksamheten omsatte 2011 cirka 1,6 miljarder kronor. Det största företaget är SBS TV (fd Kanal 5 AB) som driver Kanal 5, Kanal 9 samt Kanal 11, som förvärvades av TV4-Gruppen 2013. Kanal 5 tredubblade sin andel av den totala tittartiden från 3 procent 1994 till 9 procent 2005, därefter har andelen gått ner till 6 procent 2012. Bakom den snabbt väx-

ande 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 relativt stor publik, vilket gjort att företaget med andel på 9 procent 2012 i stort behållit sin marknadsposition. Discoverys övriga kanaler svarade 2012 för 2 procent av tittartiden, varför koncernens totala andel beräknas att bli cirka 10 procent.

På den kommersiella radiomarknaden är SBS Radio en av två stora aktörer. Sedan 2003 har SBS Radio kraftigt stärkt sin ställning på marknaden genom flera stora förvärv. Bolaget flyttade 2013 fram sin position på den kommersiella radiomarknaden genom att överta driften av 20 koncessioner som MTG dittills svarat för. Den totala räckvidden för SBS Radios stationer uppgick våren 2013 till cirka 27 procent och lyssnartidsandelen till cirka 13 procent. Huvudkanalen Mix Megapol sänder över 37 stationer och har en lyssnartidsandel på cirka sju procent.



### 3.10 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 med en omsättning på 4,9 miljarder kronor ungefär lika stor på den svenska mediemarknaden som den i debatten och medierna 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. 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 koncernen strategi. Intressena på tv- och filmmarknaderna utvecklades 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 rubrikannonsföretaget 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 verksam i ett trettiotal 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 2011. Verksamheten i Estland, ett par stora tidningar och det största tv-bolaget, såldes hösten 2013.

#### 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 huvudägaren 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. Tidningen har alltsedan internet etablerades i mitten av 1990-talet varit den ledande aktören i landet på den nya plattformen med närmare fem miljoner unika besökare våren 2013.

Aktiemajoriteten i *Svenska Dagbladet* övertogs 1998. Schibsted blev genom förvärven Sveriges näst största dagspressutgivare med numera 15 procent av den totala upplagan. *Svenska Dagbladet* har under 2000-talet genomgått en omfattande redaktionell förnyelse som bidrog till att upplagan ökade under några år. Sedan 2009 har dock tidningen i likhet med dagspressen i stort minskat sin tryckta upplaga.

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 fem 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 har försökt utveckla ytterligare. Flertalet av de svenska dotterbolagen är sedan 2010 samlade på samma plats i centrala Stockholm.

Under 2000-talets första år bedrev Schibsted en vittförgrenad verksamhet i Sverige med förutom dagstidningarna, även tv-produktion, biografier, filmdistribution, bok- och serietidningsutgivning samt en ägarandel i TV4. Sedan koncernen 2013 sålde distributions- och rättighetsbolaget Sandrew Metronome återstår nu endast ett litet bokförlag av denna medieverksamhet utanför dagspressområdet. I stället för att som tidigare satsa på bredden har koncernen nu valt att koncentrera sig helt på två kärnverksamheter, dagspress och online-tjänster.

#### Stiftelse kontrollerar koncernen

Ättlingar till grundaren Christian Schibsted 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 har spelat någon aktiv ägarroll.

### Referenser

Nationalencyklopedin.  
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

### 3.11 Stampen

Stampen, baserad i Göteborg, har under 2000-talet tillhört de mest expansiva företagen på den svenska mediemarknaden. Genom en rad förvärv av i första hand dagstidningar har omsättningen från 2005 till 2012 tredubblats från 1, 8 till 5,4 miljarder kronor. Under samma period mer än fördubblade Stampen sin andel av den totala dagspressupplagan från sju till 16 procent.

Stampen-koncernens ursprung är *Göteborgs-Posten* som grundades 1859 som ett 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 blev *Göteborgs-Posten* 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 Hjärne-sfären 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. Sedan Stampen 2012 sålt en minoritetsandel i SBS Radio, som 2009 övertog koncernens radiostationer, har man helt lämnat radiobranschen.

En annan och mer framgångsrik utvecklingslinje för Stampen har varit att satsa på sin gamla kärnverksamhet, utgivning av morgontidningar. *Bobusläningen* förvärvades 1997, samma år som kvällstidningen *GT* såldes till Bonniers. Några år i mitten av 00-talet köpte Stampen en rad dagstidningsföretag. 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. Vidare blev koncernen majoritetsägare i *Nerikes Allebanda* och *Hallandsposten* som ägdes av ett par 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).

Efter de stora förvärven vidtog ett omfattande arbete att organisera verksamheten som sedan 2013 drivs i fyra affärsområden. Dagstidningsutgivningen på Västkusten är samlad i affärsområdet Local Media

som svarar för cirka 30 procent av de totala intäkterna. Den största enheten i affärsområdet utgörs av koncernens ursprung, *Göteborgs-Posten* som är den näst största morgontidningen i landet med en hushållstäckning på 37 procent, som är långt högre än kollegorna i de andra storstadsområdena. I affärsområdet ingår även flerdagartidningarna *Hallandsposten*, *Hallands Nyheter*, *TTELA*, *Bobusläningen* och *Strömstads Tidning*, som alla har en stark ställning inom sina respektive utgivningsområden.

I affärsområdet Liberala Tidningar (tidigare Promedia) ingår de tio prenumererade tidningar som Stampen ger ut i Mälardalen, däribland *Nerikes Allebanda*, *VLT*, samt ett trettiotal gratistidningar, ett tidningsdistributionsföretag och reklammättningsföretaget TVCheck. All dagstidningsutgivning 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. Mitt i Stockholm (tidigare Gisab) ger ut 31 veckoutgivna gratistidningar i Stockholmsområdet med en sammanlagd upplaga på cirka 900 000 exemplar. Stampen äger 55 procent av aktierna i Liberala Tidningargruppen, medan Mittmedia och Eskilstuna-Kuriren äger 25 respektive 20 procent.

Stampen är också en mycket stor aktör på tryckerimarknaden genom dotterbolaget V-TAB med elva anläggningar. Bolaget producerar koncernens tidningar, men har också en omfattande extern försäljning som 2012 uppgick till över 1,4 miljarder kronor.

Stampens verksamhet utanför dagstidnings- och tryckerifältet ingår i affärsområde Stampen Media Partners (SMP). Under de senaste åren har koncernen gjort en rad investeringar inom digitala medier, kommunikationstjänster och utomhusreklam. Störst i gruppen är trafikreklamföretaget Wallstreet Media, kundtidningsförlagen Appelberg Publishing och OTW Communications samt tv-produktionsbolaget OTW Television. SMP driver även ett antal sajter, till exempel Familjeliv, Bröllopstorget och SvenskaFans. Affärsområdet har ökat sin omsättning snabbt från 123 miljoner kronor 2008 till 561 miljoner kronor 2012.

Peter Hjärne med familj kontrollerar 74 procent av rösterna i Stampen. Större minoritetsägare är hans syster Marika Cobbold med familj samt familjen Hörnings Lidköpingspress med 13 respektive 11 procent. Genom förvärven under 2000-talet har Peter Hjärne och Stampen flyttat fram sina positioner väsentligt både regionalt och nationellt. På Västkusten 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 majoritetsägare i utvecklingsbolaget

Mkt media som drivs tillsammans med Mittmedia, Lidköpingspress, Eskilstuna-Kuriren, Västerbottens-Kuriren och Norra Västerbotten. De sex bolagen äger tidningar med en sammanlagd upplaga som motsvarar 30 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.

### 3.12 Statliga sfären

Den svenska staten har ägarintressen i ett antal företag på mediemarknaden. Ägarformerna är dock vitt skilda alltifrån helägda aktieföretag till företag ägda av statliga stiftelser. Företagen i den statliga sfären bildar inte något enhetlig grupp och kan inte jämföras med exempelvis Stenbecksfären där huvudägaren arbetar utifrån en gemensam strategi för alla företag inom sfären.

De av en statlig stiftelse 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 1925 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 Lokalradiobolagen 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 anpassar sig till 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 privatradien introducerades 1993. Även om lyssnandet har minskat när Sveriges Radio varje dag nära halva befolkningen. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är dock betydande. I den yngsta gruppen lyssnar

inte fler än cirka 14 procent på Sveriges Radio, mot cirka 77 procent bland pensionärerna. Omsättningsmässigt är Sveriges Radio betydligt större än sina konkurrenter med 2,5 miljarder kronor jämfört med cirka 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 36,5 procent 2012. I åldersgrupperna 15-24 och 25-39 år är dock andelen betydligt lägre, 15 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 nyhetsammandrag 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 594 000 abonnenter vid utgången av 2012 tillhör Boxer en av de stora aktörerna på tv-operatörsmarknaden. Av koncernens totala intäkter 2012 på 4,5 miljarder kronor generades 34 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 ip-tv.

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 2012* (2012) 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.

### 3.13 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. Metro International avnoterades från börsen 2012 sedan Kinnevik hade förvärvat bolaget. Jan Stenbecks barn kontrollerar genom direkt eller indirekt ägande en grupp koncerner där förutom Kinnevik, MTG och CDON Group även Tele2 och Millicom ingår och som sammantagna brukar betecknas som Stenbecksfären.

#### Satsning på nischade 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, har startats eller förvärvats 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, TV8 och TV10, dels en rad nischade betal-tv-kanaler inriktade på film, sport, dokumentärer, natur, äventyr etc. Totalt uppgick tittartidsandelen 2012 för Stenbecks samtliga kanaler i Sverige till 17 procent, med TV3 och TV6 som de största med 6 procent respektive 4 procent av den totala tittartiden. För att minska beroendet av den konjunkturkänsliga annonsmarknaden har MTG strävat mot att kontinuerligt öka andelen abonnemangsinträder, 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 70 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. Våren 2013 gav koncernen ut tidningen i sju 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 nådde 2012 cirka 1,33 miljoner läsare i Sverige, vilket kan jämföras med Dagens Nyheters räckvidd på 785 000 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 ökade sedan successivt sin närvaro på radiomarknaden genom flera transaktioner. Sedan SBS Radio 2013 övertagit driften av NRJ:s koncessioner, som MTG Radio ansvarat för i åtta år, har Stenbecksfärens andel av den kommersiella radiomarknaden sjunkit från över 50 procent till cirka 35 procent. Av den totala radiolyssnartiden svarade MTG Radio våren 2013 för cirka 7,5 procent. Koncernens stora nät är Rix FM med andel på cirka 5 procent av den totala lyssnartiden. 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 utvecklats 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 av svensk underhållning. Radiokanalerna sänder hårt formaterad musikradio med undantag för en talkanal i Stockholm. *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 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 har avvecklat i Europa och i stället satsat på utgivning i Latinamerikas storstäder. MTG har en utpräglad internationell profil där den svenska marknaden 2012 svarade för 34 procent av intäkterna.

## Referenser

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



### 3.14 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 2012 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. Som ett led i Canal Digital's nya strategi att koncentrera sig på parabol-tv-kunder avyttrades 2011 kabel-tv-verksamheten i Sverige till

Com Hem. Konkurrensverket godkände dock inte överlåtelsen varför Canal Digital Kabel-TV med 222 000 anslutna hushåll drivs vidare av Telenor.

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 2012 1,6 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 C More-kanalerna i Norden.

#### Referenser

Årsredovisningar, delårsrapporter och hemsidor för berörda företag



Tabell 3.1 Geografisk fördelning för Aller Holdings intäkter 2012 (miljoner kronor)

Land	Intäkter	Andel (%)
Danmark	1 517	32
Finland	413	9
Norge	1 373	29
Sverige	1 420	30
Totalt	4 723	100

Källa: Årsredovisning för Aller Holding A/S 2012.

Tabell 3.2 Allers verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Carl Allers Holding A/S</b>	<b>4 908,1</b>	<b>360,0</b>	<b>Koncernens totala verksamhet</b>	<b>Familjen Aller kontrollerar via Allerfonden och privata innehav 100% av rösterna och 25% av kapitalet</b>
Aller Media	1 594,6	135,6	Allers, Allas, Hemmets Veckotidning, Året Runt, Svensk Damtidning, Se & Hör, Hänt Extra samt ett 25-tal specialtidningar, magasin och korsordstidningar	
All Over Press Sweden	21,9	1,2	Bildbyrå	Försäljning till koncernbolag 27%
Blogg Esse	13,2	1,4	Bloggtjänster	Ägarandel 50%
<i>Intressebolag</i>				
Tidsam <sup>1</sup>	224,8	40,2	Tidskriftdistribution	Ägarandel 28,5%
Frida Förlag <sup>2</sup>	92,4	23,5	Populärpress	Ägarandel 50%

<sup>1</sup> Uppgifterna avser 2011.

<sup>2</sup> Uppgifterna avser 2011 (05) – 2012 (04).

Anm: Uppgifterna avser verksamhetsåret 2010 (10) – 2011 (09) om inte annat uppges.

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.3 Intäkter och rörelseresultat för Bonnier AB 2012 (miljoner kr)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Rörelse- resultat EBITA	Rörelse- marginal EBITA (%)
Books Nordic	4 096	14	147	4
Books International	2 204	8	214	10
Broadcasting	8 161	28	385	5
Business to Business	1 040	4	80	8
Magazine	4 907	17	142	3
News Sweden	4 736	16	232	5
Growth Media	4 216	14	222	5
Other	-184		-616	
<b>Totalt</b>	<b>29 176</b>	<b>100</b>	<b>806</b>	<b>3</b>

Källa: Bokslutskommuniké för Bonnier AB 2012.

Tabell 3.4 Geografisk fördelning för Bonnier AB:s intäkter 2012 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2002/2012 (%)
Sverige	16 205	56	58
Övriga Norden	8 256	28	78
Övriga länder	4 715	16	79
<b>Totalt</b>	<b>29 176</b>	<b>100</b>	<b>67</b>

Källa: Årsredovisning för Bonnier AB 2002 och 2012.

Tabell 3.5 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Albert Bonnier AB – koncern</b>	<b>32 886,3</b>	<b>801,7</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Ägs av 76 medlemmar av familjen Bonnier. Äger Bonnier Holding, Bonnier Fastigheter och Boninvest</b>
<b>Bonnier Holding AB - koncern</b>	<b>32 618,0</b>	<b>698,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Dotterbolag till Albert Bonnier AB. Äger Bonnier AB och industrikoncernen Frili</b>
<i>Intresseföretag till Bonnier Holding AB</i>				
Bisnode Business Information Group	4 353,0	104,9	Affärsinformation	Ägarandel 30%.
<b>Bonnier AB – koncern</b>	<b>30 478,8</b>	<b>663,9</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Dotterbolag till Bonnier Holding AB. Äger Bonniers samtliga medieföretag, Försäljning i Sverige 16 785 MSEK</b>
<b>Affärsområde Bonnier Broadcasting &amp; Evening Paper<sup>1</sup></b>	<b>9 436,1</b>	<b>428,7</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
TV4 AB - moderbolag	3 525,4	254,8	TV4 samt sju nischkanaler	
C More Entertainment AB	1 156,9	...	Betal-tv-kanaler	
				De totala intäkterna och resultatet uppgick till 2 168,3 resp. -286,5 MSEK
TV4 Sverige	880,5	251,4	TV4:s regionala verksamhet	
TV4 Retail Television AB	22,0	-9,4	Butiks-TV RTV	
Enterprize UNLMT	22,3	-3,5	Annonsförsäljning	Ägarandel 90%
TV4 Expressen Mobillab	6,6	-3,9	Utveckling av mobila tjänster	
AB Kvällstidningen Expressen	1 409,3	39,1	Expressen, GT, Kvällsposten	
GI Viktkoll i Sverige	7,4	0,2	Hälsosajt	Ägarandel 91%. Sålde dec 2011
<i>Intresseföretag inom affärsområdet Bonnier Broadcasting &amp; Evening Paper</i>				
Kvällspresen Impact	25,4	0,2	Annonsförsäljning	Ägarandel 50%
Lägenhetsbyte Sverige	5,5	0,7	Bostadssajt	Ägarandel 45%
<b>Affärsområde Bonnier Books<sup>1</sup></b>	<b>6 267,1</b>	<b>805,2</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
Bonnierförlagen	1 178,3	468,9	Allmänlitteratur, barnböcker, bokklubbar	Verksamheten bedrivs genom kommissionärsbolagen: Albert Bonniers Förlag, Bonnier Carlsen, Forum, Wahlström & Widstrand, Semic samt åtta bokklubbar
AdLibris	1 162,2	77,2	Internetbokhandel	Försäljning till koncernbolag 16%.
Pocketgrossisten Bonnierförlagen	131,3	-6,9	Bokgrossist	Försäljning till koncernföretag 7%
Bonnier Audio	103,3	19,4	Ljusböcker	Ägarandel 70%
Bokförlaget MaxStröm	57,2	4,6	Allmänlitteratur	Ägarandel 91%
<i>Intresseföretag inom affärsområdet Bonnier Books</i>				
Fem Förlag	48,6	-1,7	Bok- och tidskriftsförsäljning	Ägarandel 50%
Elib	35,7	3,3	Digitala böcker	Ägarandel 25%
<b>Affärsområde Bonnier Magazines<sup>1</sup></b>	<b>5 351,7</b>	<b>-55,9</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
Bonnier Tidskrifter	1 256,9	19,7	Specialtidningar och populärpress	
Bonnier Publications	ca 550	...	Specialtidningar	
Bonnier Publications AB	133,1	-5,8	Gratis-tidskrifter	Försäljning till koncernföretag 4%
Bonnier Publications Försäljning	49,1	16,1	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 100%
Spoon Publishing	94,6	11,0	Kundtidningar	Försäljning till koncernföretag 4%
Bonnier Annons	66,2	-6,1	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 89%
Resumé Förlag	27,2	0,0	Facktidning	Försäljning till koncernföretag 6%
Mediafy Magazines	26,9	0,2	Tidskriftsförsäljning	Ägarandel 60%
Bonnier Antik & Livsstil	19,9	0,0	Specialtidning	Ägarandel 70%
Mediafy	18,5	2,9	Tidskriftsförsäljning	Ägarandel 60%

Forts.

Forts. tabell 3.5 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
Bonnier International Magazines AB	11,4	-3,0	Licensieringsverksamhet	Försäljning till koncernföretag 16%
Allt om Mat på nätet	6,3	2,8	Internetsajter	Försäljning till koncernföretag 31%
Spoon Experience	4,7	-1,3	Audiovisuell kommunikation	Försäljning till koncernbolag 13%
Stockholm City i Sverige	21,2	-12,3	Gratistidning	Tidningen lades ner 1 juli 2011
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnie Magazines</i>				
Tidsam	224,8	40,2	Tidskriftsdistribution	Ägarandel 42,5%
<b>Affärsområdet Bonnier Entertainment<sup>1</sup></b>	<b>4 203,0</b>	<b>255,0</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
SF Bio	1 471,1	131,7	Biografer	Från våren 2013 är ägarandelen 40%
Svensk Filmindustri	736,4	74,4	Produktion och distribution av film	Försäljning till koncernföretag 37%
Sonet Film	68,6	7,9	Filmproduktion	
SF Media	48,1	7,0	Reklamförsäljning	
Biograf Sture	10,0	0,9	Biograf	
Discshop	135,8	4,2	Dvd-försäljning	
SF Anytime	123,5	4,2	Video-on-demand	
Homeenter	123,0	...	Film- och musikklubbar	
Bonnier Lottery	21,5	3,0	Internetspel	
Bonnier Gaming	1,0	-13,2	Internetspel	
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnie Entertainment</i>				
Succéfilm AB	303,7	26,8	Biografer	Ägarandel 49% via HB Svenska Bio.
Winborg Kino	30,8	5,5	Biografer	Ägarandel 49%
<b>Affärsområde Bonnier Morningpaper<sup>1</sup></b>	<b>3 403,4</b>	<b>187,2</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
AB Dagens Nyheter inkl AB Dagens Nyheter Annonsförsäljning	1 813,8	165,0	Dagens Nyheter	
Marieberg Media	92,8	0,0	Personalrekrytering - och uthyrning	Försäljning till koncernföretag 97%
Sydsvenska Dagbladet AB - koncern	1 089,5	-199,8		Ägarandel 97,5%
Sydsvenska Dagbladet AB - moderbolag	787,1	-284,5	Sydsvenskan	
Sydsvenska Dagbladet Försäljning	234,1	131,7	Annonsförsäljning för Sydsvenskan	Försäljning till koncernföretag 100%
Kompetens i Skåne	80,4	4,8	Personal rekrytering - och uthyrning	Försäljning till koncernföretag 74%
City Malmö Lund	43,4	5,2	Gratistidning	
Bold Printing Group	201,4	-17,3	Holdingbolag för Bonniers grafiska industrier	Vidarefakturering av dotterbolagens civila tryckproduktion
DN.EX Tryckeriet	681,1	-15,8	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 98%
Sydsvenskan Tryck	280,0	-21,2	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 98%
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnie Newspaper</i>				
Pressens Morgontjänst KB	...	...	Tidningsdistribution	Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet äger 50% var. Ca 65% av intäkterna från Bonnierkoncernen
Tidningarnas Telegrambyrå	568,8	57,6	TT, TT Spektra, Scanpix	Dagens Nyheter, Sydsvenska Dagbladet och Expressen äger vardera 10%
Hela Skåne	411,5	0,4	Annonsförsäljning	Ägarandel 33%
Borås Tidning Tryckeri	188,0	24,3	Grafisk industri	Ägarandel 50%
Hemnet Service HNS	56,2	14,5	Bostadssajt	Ägarandel 33%. Såldes i november 2011
City Skåne	19,2	0,1	Gratistidning	Ägarandel 50%

Forts.

Forts. tabell 3.5 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Affärsområde Bonnier Business Press<sup>1</sup></b>	<b>1 877,1</b>	<b>218,8</b>		<b>Avser hela verksamheten</b>
Dagens Industri AB	675,2	98,3	Dagens Industri	
Dagens Industri Annonns AB	90,5	54,6	Annonnsförsäljning	Försäljning till koncernföretag 100%
di.se online	102,6	43,9	Internetsajt	
Dagens Medicin i Sverige	52,0	6,9	Facktidning	
Bonnier Business Publishing	17,5	0,8	Facklitteratur	
<b>Övrigt</b>	<b>-325,9</b>	<b>-757,6</b>		
Bink	301,8	-230,6	Annonnsförsäljning för digitala plattformar	Försäljning till koncernbolag 23%
Bonnier Solutions	53,0	-147,9	Shared Service Center för koncernen	
Tailsweep	40,0	0,8	Annonnsförsäljning för digitala plattformar	
B Media Invest	20,7	-12,7	Annonnsförsäljning	
Newsmill	4,0	-1,9	Debattsajt	

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

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.6 Com Hem AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkning
Com Hem AB	4 515,1	1 165,4	Kabel-tv-distribution	BC Partners förvärvade sommaren 2011 Com Hem av Nordic Cable Holding S.C.A. (majoritetsägare Carlyle Group och Providence Equity Partners)

Källa: Årsredovisningar.



Tabell 3.7 Intäkter och rörelseresultat för Egmont International 2012 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2002/2012 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal
Magazines	2 577	18	59	287	11
Kids Media	3 421	24	...	192	6
Books	1 210	9	-9	61	5
Nordisk Film	2 951	21	-22	157	5
TV2 Norge	3 874	28	...	313	8
<b>Totalt</b>	<b>14 076</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>923</b>	<b>7</b>

Källa: Årsredovisning för Egmont International 2002. Bokslutskommuniké för Egmont International 2012.

Tabell 3.8 Egmontsfärens verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Egmont International Holding A/S</b>	<b>12 523,3</b>	<b>846,6</b>		<b>Koncernens totala omsättning och resultat. Koncernen ägs av Egmont Fonden</b>
Egmont Kärnan	500,7	49,3	Serie- och ungdomstidningar, barnböcker, spel, pussel	Omsättning för förlagsverksamheten uppgick till 366,9 MSEK
Egmont Tidskrifter	475,4	43,5	Populärpress, specialtidningar	
Nordisk Film Distribution	431,6	16,4	Film- och videodistribution	
Auto, Motor och Sport Sverige	42,5	4,2	Specialtidning	
Nordisk Film Post Production	33,2	-13,8	Filmbearbetning	Försäljning till koncernbolag 57%
Spiderbox Entertainment	15,4	-8,1	Film- och dvd-rättigheter	
Egmont Tidskrifter BM	10,1	-7,1	Tidskrifter	
Nordisk Film Production Sverige	5,2	-2,0	Filmproduktion	
<i>Intresseföretag</i>				
Fem Förlag	48,6	-1,7	Jultidningsförsäljning	Ägarandel 50%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.9 Gota Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Gota Media - koncern</b>	<b>1 035,5</b>	<b>101,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Ägare: Stiftelsen Barometern 50%, Tore G Wärenstams stiftelse 50%</b>
Gota Media - moderbolag	688,9	47,5	Borås Tidning, Barometern, Blekinge Läns Tidning, Smålandsposten	
Sydostpressarna i Karlskrona	166,2	24,7	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 61%
Gota Annonss	109,6	16,0	Annonssförsäljning	Försäljning till koncernbolag 100%
Sydöstran AB	67,2	-0,4	Sydöstran	Ägarandel 90,1%
Östra Småland AB	65,9	-29,7	Östran, Nyheterna	Ägarandel 91%
SkåneMedia	48,2	-0,1	Kristianstadsbladet, Trelleborgs Allehanda, Ystads Allehanda	Ägarandel 65%. Förvärvades nov 2011. Ekonomiska uppgifter avser 2011 (11) - 2011 (12)
Tryckeri AB Öland	28,5	0,7	Ölandsbladet	Förvärvades november 2011
Ulricehamns Tidnings AB	24,2	1,8	Ulricehamns Tidning	Ägarandel 99%
Borås Tidning Presshus	18,5	3,7	Fastighetsförvaltning	
SkåneMedia Försäljnings AB	10,2	0,6	Annonssförsäljning	Ägarandel 65%. Förvärvades nov 2011. Ekonomiska uppgifter avser 2011 (11) - 2011 (12). Försäljning till koncernbolag 100%
Bit Media AB	9,5	0,3	Gratistidning	
Nya Länstidningen Växjöbladet AB	8,0	0,1	Växjöbladet Kronobergaren	Förvärvades nov 2011
Borås Tidning Fastighets AB	7,3	2,0	Fastighetsförvaltning	Försäljning till koncernbolag 29%
KLT Tryck	5,3	0,0	Kalmar Läns Tidning/ Nybro Tidning	Förvärvades nov 2011
<i>Intressebolag</i>				
Borås Tidning Tryckeri	188,0	24,3	Tryckeri	Ägarandel 50%
Ortstidningar i Väst	103,7	8,4	Kungsbacka-Posten, Kungälv-Posten, Mölndals-Posten, ST Tidningen	Ägarandel 24,5% (2013 45,5%)

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.10 Kooperativa Förbundets medieverksamhet. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>KF:s totala medieverksamhet</b>	<b>2 669,2</b>	<b>-131,4</b>		<b>Avser intäkter och resultat exklusive elimineringar för Kooperativa Förbundets företag på mediemarknaden. KF aviserade våren 2013 sin avsikt att sälja all sin medieverksamhet</b>
Akademibokhandelsgruppen	1 432,9	-120,1	Bokhandelskedja, nätbokhandel	
Norstedts Förlagsgrupp gm Rabén & Sjögren, Norstedts Förlag, Pan Vision	556,9 642,6	55,2 -65,0	Allmänlitteratur, barnböcker Dvd- och speldistribution	Ekonomiska uppgifter avser den totala rörelsen med verksamheter i Sverige, Danmark, Finland, Norge och Baltikum. Den svenska verksamheten särredovisas inte. Filmdistributionsrörelsen avyttrades hösten 2011 till Scanbox Entertainment.
AB Tidningen Vi	36,8	-1,5	Magasin	
<i>Intressebolag</i>				
Månadens Bok HB	...	7,8	Bokklubb, pocketförlag	Ägarandel 30%
Barnens Bokklubb	55,1	-1,8	Barnbokklubbar	Ägarandel 50%
Elib	35,7	3,3	Digitala böcker	Ägarandel 25%
Berghs Förlag	11,9	1,2	Barnböcker	Ägarandel 23%
Clio	10,7	1,2	Bokklubb	Ägarandel 50%
Kakao Förlag	7,0	0,4	Facklitteratur	Ägarandel 27%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.11 MittMedia Förvaltnings AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>MittMedia Förvaltnings AB</b>	<b>1 584,0</b>	<b>-32,6</b>	<b> Holdingbolag</b>	Ägare: Nya Stiftelsen Gefle Dagblad 70%. Stiftelsen Pressorganisation 30%
<b>Dalarnas Tidningar AB - koncern</b>	<b>280,5</b>	<b>24,7</b>		
Dalarnas Tidningar AB - moderbolag	212,8	-3,8	Dalarnas Tidningar	
Mediabärarna i Dalarna	15,5	1,6	Reklamdistribution	
<b>GävleTidningar - koncern</b>	<b>246,6</b>	<b>34,0</b>		<b>Ägarandel 91 % (hösten 2012:100 %)</b>
GävleTidningar - moderbolag	77,3	34,0		Försäljning till koncernbolag 18%
Tidningsbolaget GDAB	180,8	30,5	Redaktionell produktion av Gefle Dagblad och Arbetarbladet	
<b>Sundsvalls Tidnings AB - koncern</b>	<b>222,6</b>	<b>5,1</b>		
Sundsvalls Tidnings AB - moderbolag	163,3	16,4	Sundsvalls Tidning	Försäljning till koncernbolag 7%
Dagbladet i Sundsvall AB	39,8	-6,3	Dagbladet	
<b>Hälsingetidningar</b>	<b>216,5</b>	<b>23,2</b>	<b>Hudiksvalls Tidning, Ljusdals-Posten, Ljusnan, Söderhamns-Kuriren</b>	
<b>ÖstersundsTidningar - koncern</b>	<b>205,9</b>	<b>22,4</b>		
ÖstersundsTidningar - moderbolag	66,1	5,1	Administrativ verksamhet för Östersunds-Posten och Länstidningen Östersund	Försäljning till koncernbolag 77%
Östersunds-Posten Tryckeri	123,2	15,7	Östersunds-Posten	
AB Nya Länstidningen, Östersund	59,2	9,2	Länstidningen Östersund	Ägarandel 96%
<b>Allehanda Media Ångermanland</b>	<b>168,5</b>	<b>11,9</b>	<b>Tidningen Ångermanland, Örnsköldsviks Allehanda</b>	<b>Ägarandel 95% (hösten 2012:100 %)</b>
<b>Mittmedia Print</b>	<b>314,6</b>	<b>-20,6</b>	<b>Tryckerier</b>	<b>Försäljning till koncernbolag 61%</b>
<b>Svensk Morgondistribution KB</b>	<b>...</b>	<b>...</b>	<b>Tidningsdistribution</b>	<b>Ägarandel 75%</b>
<b>Intressebolag</b>				
Liberala Tidningar i Mellansverige	1 528,1	12,9	Moderbolag för Promedia-koncernen	Ägarandel 25%
Stadsporten City Gate	46,5	1,0	Annonsförsäljning	Ägarandel 20%
Adeprimo	41,5	2,4	Kommunikations- och IT-byrå	Ägarandel 20%
Mkt media	18,3	1,2	Utvecklingsbolag	Ägarandel 17%

Källa: Årsredovisningar.

**Tabell 3.12 Norrköpings Tidningar Media AB:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)**

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Norrköpings Tidningar Media AB – koncern</b>	<b>1 810,7</b>	<b>84,8</b>	<b>Holdingsbolag</b>	<b>Ägare: Norrköpings Tidningar AB 70%, Axel Johansson Upsala Nya Tidning Förvaltning AB 20%, AB Ridderstads Stiftelseförvaltning 10%</b>
Norrköpings Tidningar Media AB – moderbolag	137,6	8,1		Försäljning till koncernbolag 84%
Östgöta Media	605,0	-30,9	Norrköpings Tidningar, Corren, Västerviks-Tidningen, Extra Östergötland, 24nt, 24Corren	
Östgöta Media Annonser	148,2	66,1	Annonserförsäljning	Försäljning till koncernbolag 100%
Pressgrannar	265,8	10,9	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 80%
NTM Distribution	188,7	38,9	Tidningsdistribution	
Nya Folkbladet i Östergötland	38,4	-7,3	Folkbladet Norrköping	Ägarandel 91% (dec 2011 100%)
NTM Fastigheter	28,3	-3,2	Fastighetsförvaltning	Försäljning till koncernbolag 86%
Norrköpings Radio & Co	24,0	4,4	Radioreklamförsäljning samt produktion East FM	
Norbottens Media	297,7	26,8	Norrländska Socialdemokraten, Norrbottens-Kuriren, 24Norbotten, gratistidningar	Ägare: Norrköpings Tidningar Media AB 51%, Piteå-Tidningen AB 25%, Valrossen AB 24%
NM Försäljning	56,2	27,6	Annonserförsäljning	Ägarandel 51%. Försäljning till koncernbolag 95%
AB Upsala Nya Tidning	371,0	-23,0	Upsala Nya Tidning, 24UNT, gratistidningar	Ägare: Norrköpings Tidningar Media AB 50%, Axel Johanssons stiftelser 50%
Upsala Nya Tidning Distribution	122,9	21,5	Tidningsdistribution	Ägarandel 50%
Upsala Nya Tidning Media	69,6	29,8	Annonserförsäljning	Ägarandel 50%. Försäljning till koncernbolag 100%
Uppsala Musikradio City 106,5	6,0	2,3	Uthyrning av reklamradio-tillstånd	Ägarandel 50%
Gotlands Media	97,6	0,7	Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar	
Östersjöns Reklamradio	3,2	0,3	Radio Four Mix Megapol	Ägarandel 60%
Mötesfabriken	16,7	0,0	Konferensverksamhet	Ägarandel 51%
<i>Joint Venture-bolag</i>				
Tryck i Norrbotten	54,1	2,9	Tryckeri	Ägarandel 50%
<i>Intressebolag</i>				
Norrgruppen Media	33,9	0,1	Annonserförsäljning	Ägarandel 33%
Radio National i Luleå	4,5	0,7	Radioreklamförsäljning	Ägarandel 40%
Nolltretton Media	4,4	0,0	Annonstidning	Ägarandel 35%
Nollelva Media	2,8	0,0	Annonstidning	Ägarandel 35%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.13 ProSiebenSat.1:s medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
ProSieben Sat.1	26 840,3	3 311,7	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Lavena Gesellschafts (ägt till lika delar av KKR och Permira) ägarandel uppgår till 88%. ProSieben Sat.1 sålde 2013 sin kvarvarande verksamhet i Sverige till Discovery Communications
SBS TV	1 212,4	277,6	Kanal 5, Kanal 9	
Snowman Production	34,8	-11,5	TV-produktion	Ägarandel 67%. Verksamheten kommer att avvecklas 2013
Hard Hat	12,0	0,7	TV-produktion	Ägarandel 90%
SBS Radio	279,8	29,3	Mix Megapol, Rockklassiker	
Radio Match	52,9	6,8	Radioreklamförsäljning	
SBS Radio HNV	12,5	-4,2	Radioreklamförsäljning	
Radio Daltid SBS	13,6	7,4	Radioreklamförsäljning	
<i>Intressebolag</i>				
MMS Mediamätning i Skandinavien	54,5	1,9	TV-konsumtionsmätning	Ägarandel 24%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.14 Fördelning för Schibsteds intäkter 2012 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)
Schibsted Norge	7 549	42
Schibsted Sverige	4 119	23
Mediehus International	1 093	6
Online rubrik	4 245	24
Övrigt och huvudkontor	773	4
Elimineringar	-594	
<b>Totalt</b>	<b>17 185</b>	<b>100</b>

Källa: Årsredovisning för Schibsted 2012.

Tabell 3.15 Schibsteds verksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Schibsted ASA</b>	<b>16 659,2</b>	<b>1 542,2</b>	<b>Holdingbolag</b>	Avser totala verksamheten. De totala intäkterna i Sverige uppgick till 4 894 MSEK.
<b>Dagspress</b>				
Aftonbladet Hierta	2 222,9	230,5	Aftonbladet	Ägarandel 91%
Aftonbladet Kolportage	17,3	0,0	Tidningsförsäljning	Ägarandel 91%
Svenska Dagbladet Holding	1 088,5	...	Svenska Dagbladet	Ägarandel 99%
Tasteline Sweden	23,5	-4,9	Recepttjänster	Avyttrades 2012
E24 Näringsliv	23,0	-14,6	Ekonomisajt	Sajten lades ner 2012
<b>Film</b>				
Sandrew Metronome Distribution Sverige	24,4	-13,2	Filmdistribution	Avyttrades 2013
Sandrew-Metronome International	21,7	-2,7	Filmrättigheter	Försäljning till koncernföretag 48% Avyttrades 2013
<b>Böcker</b>				
Schibsted Förlag	9,8	2,4	Bokutgivning	
<b>Internet</b>				
Blocket	621,9	344,5	Internetannonser	
Hiitapunktse	342,8	83,1	Nummerupplysning	
Webtraffic Sverige	130,6	8,0	Internettjänster	
Lendo	97,6	34,8	Låneförmedlare	Ägarandel 97%
Mötesplatsen i Norden	81,5	19,2	Nätdejtingsajter i Sverige och Norge	
Mini Media	81,2	19,4	Digitala kundtidningar	Ägarandel 51%
Byt Bil Nordic	70,7	34,0	Internetannonser	
Prisjakt Sverige	70,1	30,0	Prisjämförelser	Ägarandel 70%
TVNU AB	37,9	11,7	TV-tablåer på internet	Ägarandel 51%. Försäljning till koncernföretag 14%
Destinationpunktse	21,5	-7,6	Resesajt	
Kundkraft Sverige	12,9	1,3	Internettjänster	Ägarandel 91%
Suredo	8,5	-7,8	Försäkringsförmedling	
<b>Intressebolag</b>				
Tidningarnas Telegrambyrå	568,8	57,6	TT, TT Spektra, Scanpix	Ägarandel 30%
AB Kvällspressen Impact	25,4	0,2	Annonsförsäljning	Ägarandel 50%

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.16 Intäkter för Stampen AB:s medieintäkter 2012 (miljoner kronor)

Affärsområden	Intäkter <sup>1</sup>	Rörelseresultat EBITA	Andel av intäkter (%)
Göteborgs-Posten	1 166	19	20
V-TAB	2 072	75	36
Promedia	1 112	48	19
Mediabolaget Västkusten	606	-21	10
Mitt i Stockholm	319	69	5
Stampen Media Partners	561	30	10
Övriga verksamheter		-133	
<b>Totalt</b>	<b>5 391</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

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

Källa: Bokslutskommuniké för Stampen AB 2012.



Tabell 3.17 Stampens verksamhet. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Stampen AB</b>	<b>5 603,1</b>	<b>343,5</b>	<b>Koncernen</b>	<b>Peter Hjörnes familj kontrollerar 74% av rösterna och 67% av kapitalet. Motsvarande andelar för Marika Cobbold Hjörnes familj är 13% resp 14%</b>
<b>Affärsområde Göteborgs-Posten</b>	<b>1 244,0</b>	<b>75,6</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA)</b>
Göteborgs-Postens Nya AB	1 244,0	107,4	Göteborgs-Posten	Försäljning till koncernbolag 1%
<b>Affärsområde V-TAB</b>	<b>2 126,0</b>	<b>22,0</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA)</b>
V-TAB – koncern	2 126,3	-35,6		Ägarandel 89%. Försäljning till koncernföretag 31%
V-TAB – moderbolag	1 723,3	12,8	Tryckeri	Försäljning till koncernföretag 36%
V-TAB Norrtälje	404,6	46,4	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 100%
V-TAB Västerås	276,7	19,2	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 45%
V-TAB Vimmerby	247,8	-32,0	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 3%
V-TAB Norrahammar	242,2	11,2	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 100%
V-TAB Örebro	188,2	27,0	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 99%
V-TAB Landvetter	134,3	-27,7	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 99%
V-TAB Headset	94,1	-56,6	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 100%
V-TAB Avesta	39,8	-9,3	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 98%
V-TAB Falkenberg	30,1	6,5	Tryckeri	Försäljning till koncernbolag 14%
<b>Affärsområde Promedia</b>	<b>1 179,0</b>	<b>80,0</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA). Stampen äger aktiemajoriteten i de bolag som ingår i affärsområdet. Minoritetsägare är Mittmedia Förvaltnings AB och Eskilstuna-Kuriren AB</b>
Tidningsbolaget Promedia i Mellansverige	950,0	56,9	VLT, Nerikes Allehanda med Bergslagsposten, Arboga Tidning, Avesta Tidning, Bärgslagsbladet, Fagersta-Posten, Sala Allehanda, Norrtälje Tidning, Länstidningen Södertälje, Nynäshamns Posten Motala&Vadstena Tidning, två gratistidningar	Motala&Vadstena Tidning avyttrades 2012 till NTM
Prolog KB	...	...	Tidningsdistribution	
TV Check	11,4	2,1	Tv- och tidningsreklamätning	
Leanback Sweden	9,0	0,4	Utvecklingsbolag inom internet	
NAmedia	2,4	-1,2	Nyhetsbyrå	
<b>Affärsområde Mediabolaget Västkusten</b>	<b>608,0</b>	<b>25,0</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA). Mediabolaget i Västkusten AB ägs av Stampen 70% och Lidköpingspress 30%</b>
Mediabolaget i Halland	328,6	28,4	Hallandsposten, Hallands Nyheter	
Väst kustmedia	279,4	-12,9	TTELA, Bohuslänningen, Strömstads Tidning	Ägare: Mediabolaget Västkusten 73%, Gösta Walin 27%
Gratistidningar i Väst	15,5	-2,1	Gratistidningar	
Tanums Offsettryckeri	7,3	1,7	Gratistidning	
Elfsborgs Allehanda	4,8	-1,2	Gratistidning	Ägarandel 60% (2012 100%)
<b>Affärsområde GISAB</b>	<b>358,0</b>	<b>85,0</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA)</b>
Lokaltidningen Mitt i Stockholm	341,9	108,7	Gratistidningar	
S-Post	31,1	-16,9	Lokaltidnings- och DR-distribution	Försäljning till koncernbolag 58%
Lokaltidningen Örebroar'n	17,3	1,7	Gratistidning	

Forts.

Forts. tabell 3.17 Stampens verksamhet

Företag	Intäkter	Resultat e. finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Affärsområde Stampen</b>				
<b>Media Partners</b>	<b>334,0</b>	<b>7,0</b>		<b>Resultatet avser rörelseresultat (EBITA)</b>
Minnesota Communications	79,4	5,8	Kommunikationsbyrå	Ägarandel 51%
Appelberg Publishing Group	76,4	7,3	Kundtidningar	
Mobiento	43,6	0,1	Mobil marknadsföring	Ägarandel 62%
Adeprimo	41,5	2,4	Webb-tv och mobila tjänster	Ägarandel 66%
Familjeliv Media	25,7	5,2	Sajterna Familjeiv och Bröllopstorget	
Odlan i Sverige	14,8	-0,1	Sajten Odlan.nu	Ägarandel 91%
Svenskafans	11,6	1,4	Sportsajt	
Tjejsajten	8,0	1,7	Bloggnätverket devote.se	
Adiento	6,5	-1,9	Mobilannonser	Ägarandel 62%. Avyttrades 2012
Dobb Production	5,0	-0,3	TV-produktion	Ägarandel 67%
<b>Övrig verksamhet</b>		<b>126,0</b>		
Västsvensk Tidningsdistribution KB	635,0	...	Tidningsdistribution	Ägarandel 44%
mkt media	18,3	1,2	Utvecklingsbolag	Ägare: Stampen 73%, Mittmedia 17%, Eskilstuna-Kuriren 5% Västerbottens-Kuriren 2,5% Norra Västerbotten 2,5% Försäljning till koncernbolag 63%
<i>Intressebolag till Stampen AB</i>				
SBS Radio	279,8	29,3	Radioverksamhet	Ägarandel 20%. Avyttrades 2012
Orttidningar i Väst	103,7	8,4	Kungsbacka-Posten, Kungälv-Posten, Mölndals-Posten, ST Tidningen	Ägarandel 24,5% (2013 45,5%)

Källa: Årsredovisningar samt pressreleaser från Stampen AB.

Tabell 3.18 Statligt ägda företags medieverksamhet. Intäkter och resultat 2011 (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>7 419,0</b>	<b>20,3</b>	<b>Ägarstiftelse</b>	<b>Statlig stiftelse</b>
Sveriges Television	4 168,5	27,9	SVT 1, SVT 2, SVT 24, Barnkanalen, Kunskapskanalen	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Radio	2 513,3	7,6	Sveriges Radio	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Utbildningsradio	293,7	-4,2	Utbildningsradion, Kunskapskanalen	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Radio-tjänst i Kiruna	157,8	-0,1	Avgiftsadministration	Ägare: SVT 61%, SR 34%, UR 5%
<i>Intressebolag till SVT</i>				
MMS Mediamätning i Skandinavien	54,5	1,9	Publikmätningföretag	Ägare: MTG 24%, Kanal 5 24%, SVT 24%, TV4 24%
<b>Teracom Group</b>	<b>4 059,0</b>	<b>325,0</b>		<b>Helägt av staten</b>
Teracom AB	1 492,0	445,0	Radio- och TV-distribution	Helägt dotterbolag till Teracom
Boxer TV Access	2 003,8	285,9	Digital-tv-tjänster	Helägt dotterbolag till Teracom
<b>Övriga bolag</b>				
Tidningstjänst	1 226,1	9,9	Tidningsdistribution	Helägt av PostNord som ägs till 60% av svenska staten

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.19 Intäkter för Stenbecksfärens medieverksamhet 2012 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal
<b>MTG</b>				
Fri TV Skandinavien	4 157	31	793	19
Betal-TV Norden	4 924	36	834	17
Fri TV Tillväxtmarknader	2 035	15	156	8
Betal-TV Tillväxtmarknader	1 061	8	144	14
Övriga verksamheter	1 418	10	6	0
Övrigt och elimineringsar	-261		190	
MTG totalt	13 336	100	2 124	16
Metro International	1 688		...	
CDON Group <sup>1</sup>	2 386		102	4
Tele2 <sup>2</sup>	...		...	
Stenbecks medier totalt	17 410			

<sup>1</sup> De ekonomiska uppgifterna avser CDON Groups affärsområde "Underhållning" som omfattar försäljning av dvd, cd, böcker, leksaker och hemelektronik.

<sup>2</sup> Tele2 särredovisar inte sin verksamhet inom kabel-tv och tv-distribution via bredband.

Källa: Bokslutskommunikéer för MTG, Kinnevik och CDON Group 2012.

Tabell 3.20 Geografisk fördelning för MTG:s intäkter 2012 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2002/2012 (%)
Sverige	4 511	34	104
Danmark	3 002	23	88
Norge	2 396	18	143
Övriga länder	3 426	26	179
Totalt	13 473	100	121

Källa: Årsredovisning för MTG 2002 och 2012.

Tabell 3.21 Stenbecksfärens medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkingar
<b>Modern Times Group MTG AB</b>	<b>13 473,0</b>	<b>-727,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Avser totala verksamheten. Koncernens intäkter i Sverige uppgick till 4 293 MSEK. Stenbecksfären kontrollerade 2012 49% av rösterna och 20% av kapitalet</b>
<b>Affärsområde Viasat Broadcasting<sup>1</sup></b>	<b>11 932,0</b>	<b>2 960,0</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
Området "Betal-TV Norden" <sup>1</sup>	4 547,0	923,0		Avser totala verksamheten
Området "Fri-TV Skandinavien" <sup>1</sup>	4 224,0	1 077,0		Avser totala verksamheten
Viasat	1 768,8	783,9	TV-distribution	
Viasat Film	367,5	...	TV1000	Totala intäkter 663,2 MSEK och resultat 371,2 MSEK
Viasat Satellite Services	114,8	...	Transponderuthyrning	Totala intäkter 504,1 MSEK och resultat 16,1. Försäljning till koncernföretag 94%
Viasat Pay Channels	218,0	...	Viasat-kanaler	Totala intäkter 272,6 MSEK och resultat -252,4 MSEK
<b>Övriga verksamheter<sup>1</sup></b>	<b>1 519,0</b>	<b>114,0</b>		<b>Avser totala verksamheten</b>
Strix Television	338,0	-8,1	Produktionsbolag	Inklusive program för danska, norska och holländsk/belgiska tv-kanaler. Försäljning till koncernföretag 42%
Strix Drama	2,9	-3,2	Produktionsbolag	
Redaktörerna i Stockholm	28,5	0,1	Kund-, organisations- och medlemstidningar	Försäljning till koncernföretag 25%
Kilohertz	274,0	11,0	Radioproduktion och reklamförsäljning	
MTG Radio	155,7	8,2	Radioproduktion och reklamförsäljning	Försäljning till koncernföretag 29%
<i>Intresseföretag inom MTG</i>				
Sappa	191,6	6,6	TV-distribution	Ägarandel 50%
Radioindustri Xerses i Borås	5,3	-0,2	RIX FM 107,1 Borås	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 21%
Radio National i Luleå	4,5	0,7	RIX FM 105,6 Luleå	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 11%
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>2 039,3</b>	<b>80,6</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2012 95% av aktierna</b>
Området "Metro Sweden" <sup>1</sup>	649,3	125,6	Metro	
<b>CDON Group</b>	<b>3 403,7</b>	<b>111,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2013 25% av aktierna</b>
Segmentet "underhållning" <sup>1</sup>	1 928,9	102,3	Försäljning av film, spel, musik, hemelektronik och leksaker via internet	Avser totala verksamheten
<b>Tele2</b>	<b>40 750,0</b>	<b>6 369,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2012 47% av rösterna och 30% av kapitalet</b>
	...	...	Kabel-TV och ip-tv	Tele2 säredovisar inte sin verksamhet inom kabel-tv och ip-tv

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

Källa: Årsredovisningar.

Tabell 3.22 Telenors medieverksamhet i Sverige. Intäkter och resultat 2011 (miljoner kronor)

Företag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Verksamhet	Anmärkningar
<b>Telenor A/S</b>	<b>114 146,0</b>	<b>14 570,0</b>	<b>Holdingbolag</b>	<b>Avser totala verksamheten. Norska statens ägarandel uppgår till 54%</b>
Canal Digital Kabel-TV	1 548,0	98,0	TV-distribution	
Canal Digital Sverige	242,7	5,1	Kabel-tv	
B2 Bredband	1 732,1	100,4	Bredbandsleverantör	Uppgift saknas om hur stor andel av intäkterna som genereras av medieanknuten verksamhet
<i>Intressebolag</i>				
C More Entertainment	1 156,9	...	Betal-tv	Ägarandel 35%

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 koordinator:  
Mogens Vestergaard Kjeldsen  
Statsbiblioteket  
Victor Albecks Vej 1  
DK-8000 Aarhus C

Telephone: +45 89 46 21 67  
Fax: +45 89 46 20 50  
mvk@statsbiblioteket.dk

### Medieutveckling och mediestatistik

#### Nordic Media Trends

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

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

#### 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  
Victor Albecks Vej 1  
DK-8000 Aarhus C

### Medie- och kommunikationsforskning

Mogens Vestergaard Kjeldsen  
Telephone: +45 89 46 21 67  
Fax: +45 89 46 20 50  
mvk@statsbiblioteket.dk

### Nordicom-Finland

Fakulteten för kommunikation,  
medier och teater  
FIN-33014 Tammerfors uni-  
versitet

### Medie- och kommunikationsforskning

Eija Poteri  
Telefon: +358 50 318 5939  
eija.poteri@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  
N-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

### Medie- och kommunikationsforskning

Maria Edström  
Telefon: +46 31 786 66 40  
maria.edstrom@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

Jonas Ohlsson  
Telefon: +46 31 786 61 25  
jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

### Ledning och administration:

**NORDICOM**  
Göteborgs universitet  
Box 713  
SE-405 30 Göteborg  
Sverige

Telefon: +46 31 786 00 00  
Fax: +46 31 786 46 55  
info@nordicom.gu.se

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

Telefon +46 31 786 00 00 | Fax +46 31 786 46 55

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se) | E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)



ISBN 978-91-86523-76-3



9 789186 523763