

Den svenska mediemarknaden 2005

Staffan Sundin

MEDIENOTISER

Nr. 3 • 2005

Nordicom-Sverige
Göteborgs universitet

Staffan Sundin

Den svenska mediemarknaden 2005

MedieNotiser 3/2005

© Författaren och Nordicom

ISSN 1101-4539

MedieNotiser redaktör: Ulla Carlsson

Publicerad av:

Nordicom

Göteborgs universitet

Box 713

SE 405 30 Göteborg

Omslag: Roger Palmqvist

Den svenska mediemarknaden 2005

Staffan Sundin

Innehåll

Förord	5
1 Mediemarknaden	7
2 Mediebranscher	23
2.1 Dagspress	25
2.2 Tidskrifter	42
2.3 Böcker	49
2.4 Radio	57
2.5 Television	62
2.6 Film och video	69
3 Medieföretag	75
3.1 Allersfären	77
3.2 Bonniersfären	79
3.3 Egmontsfären	89
3.4 Hörnesfären	92
3.5 KF Media	94
3.6 Schibsted	96
3.7 Staten	100
3.8 Stenbecksfären	103
3.9 Telenor	109
3.10 TV4	111

Förord

Stora förändringar sker i mediasystemet och det finns en osäkerhet om den fortsatta utvecklingen. Efterfrågan på kunskap om medietrender är därför mycket stor bland både privata och offentliga aktörer såväl inom som utanför Sverige. Det är mot denna bakgrund Nordicoms dokumentation av medieutvecklingen skall ses. Den primära uppgiften är att sprida kunskap om utvecklingen på medieområdet. För att få fram relevant kunskap krävs en kvalificerad dokumentation av en från partsintressen oberoende institution. Utarbetande av statistik om olika medier utgör kärnan i ett sådant arbete. Statistikens uppgift är att beskriva verkligheten samt att peka på utvecklingslinjer och nya företeelser i mediasystemet för att svara mot de krav som olika brukargrupper ställer. En förutsättning för att detta arbete skall mynna ut i ny kunskap är ett effektivt samarbete med kvalificerade medieforskare som vetenskapligt kan säkerställa och analysera de olika uppgifterna.

Nordicom har under senare år vid ett antal tillfällen redovisat kartläggningar och analyser av såväl den svenska som nordiska mediemarknaden. Nu presenterar Nordicom *Den svenska mediemarknaden 2005*. Det är en *faktasammansättning rörande de större svenska medieföretagen med uppgifter om föregående års ekonomiska utfall, marknadsandelar, ägarförhållanden, m m*. Liknande uppgifter lämnas också för de *största utländska medieföretagen*. Sammanställningen inleds med en *analys av medieägandet där förändringar och trender vad gäller mediemarknaden diskuteras*.

De uppgifter som redovisas i *Den svenska mediemarknaden 2005* är bearbetningar utifrån 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, affärsinformation, 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 1 800 företag och sammanlagt cirka 17 500 poster.

Basen innehåller bland annat uppgifter om företagens 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 årsredovisningar, TS-statistik och VPC, som kompletteras med uppgifter i fack- och dagspress.

Nordicom startade 1998 ytterligare en databas, en *transaktionsdatabas*, som innehåller information om transaktioner hos de största medieföretagen i Sverige och övriga Norden samt andra viktiga ägarförändringar på de nationella mediemarknaderna. Registret innehåller information över medieföretagens bolagsköp och försäljningar och här noteras även nyetableringar och ned-

läggningar av företag. Aktuell information samlas kontinuerligt in via systematisk genomgång av kvartalsrapporter, tidningar, pressmeddelanden, etc. Cirka 1 100 transaktioner finns idag registrerade i databasen.

Det är vår förhoppning att läsaren av denna skrift skall få en klargörande bild av den svenska mediemarknaden och därmed ökad kunskap om vårt nuvarande medielandskap.

Göteborg i november 2005

Ulla Carlsson
Direktör

Mediemarknaden

1 Mediemarknaden

De senaste femton årens utveckling på mediemarknaden har kunnat betecknas som avregleringens epok. Det är möjligt att vi några år in på det nya millenniet kan börja skönja en ny epok, digitaliseringens. Många av de förändringar som vi nu ser har övergången till digital teknik som gemensam nämnare. På tv-området har nya tv-kanaler startats i en allt snabbare takt som en följd av att digitaliseringen gjort det möjligt att både producera och sända program betydligt billigare än tidigare. De gamla gränserna mellan olika typer av mediekanalet håller på att suddas ut på nätet. Etableringshindren verkar bli allt lägre för att starta nya tidskrifter. Inom radion är genomslaget kanske inte lika påtagligt, men även där har produktionen kunnat förbilligas.

Fortfarande präglas dock den svenska mediemarknaden i mycket av de stora och dramatiska förändringar den genomgick på 1990-talet då det statliga monopolet för tv- och radiosändningar raserades genom avregleringar och konkurrens från satellitsändningar i stor skala. Andra innovationer som kom att förändra villkoren på marknaden var introduktionen av Internet och starten av gratis-tidningar. Sammantaget har avregleringen och digitaliseringen skapat nya konkurrenssituationer som tvingat de etablerade medierna, både de privatägda och public service-företagen, att se över sina strategier. Flera av de största inhemska medieföretagen har sökt sig till nya medier och nya geografiska marknader samtidigt som de fått vidkännas konkurrens från stora utländska koncerner.

En gång tidigare i historien har den svenska mediemarknaden genomgått en liknande omvälvande förvandling, nämligen under åren 1922-1932 då radion och ljudfilmen introducerades, veckopressen ökade snabbt, den första moderna kvällstidningen lanserades etc. Även då tvingades företagen att anpassa sig till ett nytt medielandskap. Denna turbulenta tid följdes av flera decennier som präglades av en mycket hög stabilitet på medieägarsidan.

Stabila marknader under ett halvsekel

Dagspressen gavs ut av familje- eller organisationsägda företag som varit i samma ägo sedan seklets början, i många fall ännu längre. I regel rörde det sig om entidningsföretag, med en lokalt förankrad ägare, även om flera företag redan på 1940-talet började bilda tidningskedjor. Under de två första decennierna efter andra världskriget slogs den mindre av de borgerliga tidningarna ut på de lokala marknaderna. I de större städerna kom utbudet därefter i regel att bestå av en stor borgerlig tidning och en upplagemässigt mindre socialdemokratisk tidning.

Bokmarknaden dominerades av ett tiotal förlag, i regel familjeägda, med Bonniers och Norstedts som ledande på de allmänlitterära respektive institutionella marknaderna. Tidskriftsmarknaden behärskades länge av fem förlag med det av Bonniers ägda Åhlén & Åkerlund som det största. Ett tjugotal allmänt inriktade veckoutgivna tidningar gick ut i stora upplagor. Radio- och senare även tv-verksamheten var statligt reglerad och ombesörjdes av ett företag. En handfull bolag svarade för den inhemska filmproduktionen, flera av dem var även representerade i distributionsledet i egenskap av biografägare och/eller distributör av utländsk film.

I regel var medieägarna inriktade på en delmarknad, dagspress, böcker, tidskrifter eller film. Det fanns dock två ägargrupper, Bonniers och arbetarrörelsen, som tidigt etablerade sig på flera olika mediefält. Bonniers som börjat redan 1837 som bokförläggare vidgade på 1920-talet sitt verksamhetsfält genom att engagera sig inom dagspress och veckopress. Därefter har Bonniers successivt gått in på de nya typer av mediemarknader som öppnat sig, kvällspress, special- och serietidningar, affärsinformation, video, radio, television, internet etc. Redan på 1920-talet gjorde Bonniers ett misslyckat försök att etablera sig på filmmarknaden, men kom

igen på 1970-talet genom att köpa Svensk Filmindustri.

Arbetarrörelsen startade vid förra sekelskiftet dagstidningar över hela landet, i princip en i varje län. Dagstidningsutgivningen kompletterades snart med fackförbundspress, bokförlag, veckotidningar, film etc. Under de senaste decennierna har dock arbetarrörelsen avvecklat stora delar av sina medieengagemang. På central nivå återstår endast fackförbundspressen. Morgontidningarna övertogs efter Apressens konkurs 1992 av lokala organisationer inom arbetarrörelsen. Sedan år 2000 har emellertid flertalet av tidningarna sålts till borgerliga tidningsföretag med garantier om att de skall få fortsätta att företräda socialdemokratiska idéer på ledarplats.

De svenska medierna var länge helt i svensk ägo. Enda undantaget utgjorde de danskägda tidskriftsförlagen Aller och Gutenberghus (nuvarande Egmont) som tidigt etablerade sig som stora utgivare.

Avreglering och ny teknik öppnade för nya expansiva medieägare

Den svenska mediemarknaden har sedan början av 1980-talet genomgått stora förändringar, en process som accelererade kraftigt under 1990-talet. Avregleringen av etermedierna liksom den tekniska utvecklingen har förändrat förutsättningarna på marknaden och skapat utrymme för nya aktörer. Många av de etablerade svenska medieföretagen har gått in på nya delmarknader, utländska medieföretag har kommit in på den svenska marknaden och slutligen har helt nya medieaktörer tillkommit (Tabell 1.1-1.4).

Det främsta exemplet på helt nya aktörer är Jan Stenbeck som med sin kontroll över skogs- och stål-företaget Kinnevik som grund på femton år byggde upp en omfattande medieverksamhet, sedan 1997 i huvudsak organiserad inom Modern Times Group (MTG). Basen utgörs av ett brett fält av aktiviteter inom televisionen, som exempelvis tv-kanaler, tv-produktionsbolag, satellitoperatörer, tv-shop etc. Försöken att etablera sig inom tryckta medier har dock misslyckats med ett undantag, gratistidningen *Metro* som startats i en rad städer över hela världen.

En rad utländska medieföretag gick under 1990-talet in på svenska mediemarknader (Tabell 1.4). Det norska företaget Schibsted blev exempelvis på kort tid en av de ledande aktörernas i Sverige genom att köpa Svenska Dagbladet och Aftonbladet samt tv-produktionsbolag och bokförlag.

Bonniers och staten håller ställningarna

Trots de nya aktörernas intåg håller Bonniers sin ställning som den största ägaren på den svenska mediemarknaden. Sedan 1998 är familjens medieverksamhet samlad i koncernen Bonnier AB. Som

ovan nämnts har Bonniers under en mycket lång tid byggt upp en omfattande medieverksamhet, där gruppen har en stark marknadsposition inom så gott som alla mediebranscher. Sedan slutet av 1980-talet har sfären i första hand vuxit utomlands, medan expansionen på hemmamarknaden har varit relativt blygsam trots flera uppmärksammade företagsförvärv som Sydsvenska Dagbladet och GT. Om intressebolaget TV4, som Bonniers i praktiken kontrollerar via direkt och indirekt ägande, inkluderas har dock familjen Bonnier vuxit markant även på den svenska marknaden.

Staten har betydande ägarintressen på medieområdet, framför allt genom den statliga stiftelse som äger Sveriges Television, Sveriges Radio och Utbildningsradion, men också genom ägande i distributionsföretagen Teracom och Tidningstjänst, som är ett dotterbolag till Posten. Tidigare fanns staten representerat på kabel-tv-marknaden genom Telias dotterbolag Com Hem, som såldes 2003 till riskkapitalbolaget EQT i Wallenbergsfären.

Bonniers, Schibsted och Stenbecksfären utgör exempel på medieägare som integrerat horisontellt genom att etablera sig på de nya marknader som öppnat sig antingen genom avregleringar eller genom ny teknik. Utvecklingen på marknaden för tv-produktionsbolag är illustrativ för de stora koncernernas agerande. När de kommersiella tv-kanalerna etablerade sig kring 1990 samtidigt som Sveriges Television fick direktiv att öka sina inköp av externt producerade program skapades en marknad för fristående produktionsbolag. En rad entreprenörer startade bolag som snabbt positionerade sig på olika delar av marknaden. Efter några år ökade bolagens kapitalbehov samtidigt som de stora medieföretagen såg möjligheterna att vidga sitt verksamhetsfält. Följden blev att så gott som alla större produktionsbolag på kort tid förvärvades av koncerner som Schibsted, Stenbecksfären, Bonniers och Egmont.

Norden den nya hemmamarknaden

Nästan alla större nordiska medieföretag har under 1990-talet gått in i grannländerna. Två utvecklingsmönster kan urskiljas för företagens expansion utanför hemmamarknaden. Företag som varit etablerade på mogna marknader, som Bonniers, Schibsted och Egmont har i en första fas etablerat sig på sina kärnområden i grannländerna, för att i en andra fas även utveckla verksamhet inom nya mediefält på de nordiska marknaderna. Helt nya medieföretag som MTG och SBS Broadcasting som gått in i nya typer av medier har genomgående etablerat sig parallellt i flera länder.

Den ursprungliga hemmamarknaden är fortfarande i regel viktigast för de stora nordiska mediekoncernerna. Verksamheten i de övriga nordiska

Tabell 1. Nordiska medieföretag 2004. Intäkter (MSEK) och geografiska marknader (procent)

	Medieintäkter		Marknad			
	Totalt	Norden	Ursprungs- marknaden	Övriga Norden	Övriga länder	Utlandet
Bonnier	19 564	16 205	56	27	17	44
SanomaWSOY	19 159	8 895	46	us	us	54
Schibsted	10 567	9 558	50	41	9	50
Egmont	9 766	7 407	ca 27	ca 49	24	Ca 73
Stenbecksfären ¹	9 059	6 312	36	34	30	64
Orkla Media	8 953	8 089	39	51	10	61

¹ Metros verksamhet i de övriga nordiska länderna redovisas under "Övriga länder".

Källa: Årsredovisningar.

länderna svarar för mellan hälften och en fjärdedel av den totala omsättningen. Flera av dem ser numera Norden som sin hemmamarknad.

Styrkeförhållandet mellan de stora nordiska medieföretagen förändrades åren kring millennieskiftet på ett markant sätt genom flera stora företagstransaktioner. Finländska SanomaWSOY fick efter fusioner 1999 mellan dagspressföretaget Sanoma, tidskriftsförlaget Helsinki Media, bokförlaget WSOY och distributionsföretaget Rautakirja en ställning i Finland som väl kan mäta sig med Bonniers i Sverige i fråga om både bredd och styrka. Koncernen har sedan valt att expandera, inte i Norden utan på den europeiska kontinenten, genom att år 2001 förvärva det stora holländska tidskriftsförlaget VNU. SanomaWSOY:s medieverksamhet är ungefär lika stor som Bonniers, men på de nordiska marknaderna är det svenska företaget nästan dubbelt så stort.

Den andra stora finländska mediekoncernen, Alma Media, som bildades i slutet av 1990-talet genom en sammanslagning av tidningsföretaget Aamulehti och tv-kanalen MTV3, genomgick 2005 en stor omstrukturingsfas. Ett nybildat bolag, Nordic Broadcasting, till lika delar ägt av Bonniers och det svenska investmentbolaget Proventus, har förvärvat Alma Medias etermedieverksamhet inklusive en stor aktiepost i TV4. De tryckta medierna stannade kvar i Alma Media, som övertagits av finländska intressenter sedan Bonniers och Schibsted sålt sina andelar.

Den norska industrikoncernen Orkla med dubbelt så stor totalomsättning som Bonniers, gick 1998 in som hälftenägare i Norrländska Socialdemokraten och förvärvade två år senare Danmarks då största tidningsföretag Berlingske Officin. Orkla och Egmont äger gemensamt Hjemmet Mortensen som 2001 förvärvade det svenska tidskriftsförlaget Medströmsförlagen. Ytterligare en stor transaktion genomfördes i Danmark 2002, då de två tidningshusen Politiken och Jyllands-Posten fusionerades.

Sammanfattningsvis pekar alla tendenser mot att konkurrensen på den svenska mediemarknaden

kommer att öka genom att företag i grannländerna i allt större utsträckning söker sig till nya närliggande geografiska marknader.

Globala mediekonglomerat små aktörer i Sverige

I den svenska debatten har den globala mediekoncentrationen ofta stått i fokus för intresset. Det har talats om att "Idag har makten och ägandet [över västvärldens medier] koncentrerats till omkring 10 mediekonglomerat" (Maria-Pia Boëthius *Mediernas svarta bok*). Ett antal av de globala koncernerna är även verksamma i Sverige.

På den svenska marknaden är Disney störst av de stora mediekonglomeraten. Dess distributionsbolag för film och video/DVD tillhör de största i Sverige och förser även Finland och Norge med koncernens filmer. Ytterligare tre stora konglomerat, Sony, General Electric och Viacom, är verksamma i Sverige med var sitt distributionsbolag via sina filmbolag Columbia, Universal Pictures respektive Paramount. Viacom har även ett svenskt dotterbolag som säljer reklam och producerar program för koncernens MTV-kanaler. Världens största mediekoncern, Time Warner, som under några år anlitat Sandrew Metronome som distributör kommer 2005 åter börja distribuera sina filmer i egen regi.

Under 2000-talet har flera konglomerat avvecklat eller kraftigt minskat sin verksamhet i Sverige. Vivendi Universal avyttrade 2003 Canal Plus tv-kanaler i Norden till två riskkapitalbolag som i sin tur sålde bolaget till SBS Broadcasting 2005. Både Bertelsmann och Rupert Murdochs News Corporation har avvecklat sina intressen på radiomarknaden. Sedan Bertelsmann även avyttrat nätbokhandeln Bokus och en featurebyrå inskränker sig koncernens intressen i Sverige till ett mindre kundtidningsförlag.

De sju stora mediekonglomerat som finns representerade på den svenska marknaden omsatte 2003

sammanlagt något över 1 miljard kronor, vilket låg i nivå med Expressens omsättning. Merparten av intäkterna genererades från film- och video/DVD-distribution, den enda svenska marknad som konglomeraten spelar en betydelsefull roll på. De amerikanska distributionsbolagen motsatte sig exempelvis kraftfullt SF Bio:s planerade köp av Sandrew Metronomes biografer, vilket skulle ha givit *en* mycket stark köpare av deras tjänster och sannolikt lett till lägre priser på filmdistribution.

De stora mediekoncernerna spelar givetvis indirekt en viktig roll för de svenska mediekonsumenterna i egenskap av leverantör av program och filmer till de svenska tv-kanalerna. Däremot har deras egna kanaler låg räckvidd i Sverige. Viacoms kanaler MTV och Nickelodeon är populärast med sammanlagt 1,1 procent av den totala tittartiden. Time Warners CNN når endast 3 promille av befolkningen per dag och har en tittartidsandel på 1 promille. 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. För tv- och radiobolaget SBS Broadcasting, ägt av utländska riskkapitalbolag, utgör den svenska marknaden en viktig och efter förvärvet av Canal Plus i Norden även en växande del. För andra som den holländska bokförlagskoncernen Wolters Kluwer, amerikanska datatidningsföretaget IDG, franska tidskriftsutgivaren Hachette, amerikanska kabel-tv-operatören United Global Com, den kanadensiska tryckerikoncernen Quebecor samt brittiska nyhets- och affärsinformationsföretaget Reuters utgör investeringarna i Sverige en liten del av företagets totala verksamhet. Samtliga dessa företag är dock betydande aktörer på sina respektive svenska delmarknader.

Kommer de utländska medieföretagen att expandera i Sverige?

De utländska medieföretagen har i huvudsak expanderat genom förvärv av befintliga företag, men det har även gjorts nyetableringar framför allt inom etermedierna. En tydlig tendens på både nordisk och europeisk nivå är att de stora medieföretagen går in i olika typer av samverkan med varandra och/eller med inhemska aktörer. På den norska tv-marknaden äger exempelvis Schibsted, Egmont och A-pressen var sin tredjedel av TV2, som i sin tur äger TV Norge tillsammans med SBS. I Sverige utgör de norska koncernerna Schibsteds och Orklas samgående med arbetarrörelsen av *Aftonbladet* respektive *Norrländska Socialdemokraten* exempel på allianser mellan olika typer av ägare.

Om de senaste årens utvecklingstendenser dras ut kan ett par olika scenarier tänkas. I det ena kommer de stora icke-nordiska medieföretagen i sin strävan att nå global kontroll över mediemarknaden att gå in på bred front i Norden och lägga under sig betydande delar av medieverksamheten. Mot ett sådant utvecklingsförlopp talar att de stora medieföretagen hittills inte i någon större utsträckning gjort direkta investeringar utanför sina hemmarknader eller sitt språkområde. De amerikanska företagets intäkter från den europeiska kontinenten kommer exempelvis till stor del från export av underhållning. De medieföretag som inriktar sig på seriös opinionsbildning och information ägs fortfarande i hög grad av inhemska aktörer.

I det andra scenariot kommer Norden och Baltikum samt kanske även Polen att bilda en relativt väl avgränsad region, vars mediemarknader behärras av ett totalt, i huvudsak nordiskt baserade medieföretag. Mot ett sådant perspektiv talar det faktum att de nordiska medieföretagen är små betraktade både i ett europeiskt medieperspektiv och i ett nationellt företagsperspektiv. Mot den bakgrunden finns det risk för att vissa av dem inte kommer att kunna överleva som självständiga företag utan tvingas gå samman med icke-nordiska medieföretag och/eller inhemska storföretag i andra branscher.

Problem för lokala mediehus

De stora mediekoncernerna har som ovan nämnts i allt större utsträckning expanderat genom att etablera sig inom nya mediebranscher. I mitten av 1990-talet fanns det tydliga tendenser mot flermedieäggande även på de regionala och lokala marknaderna. Flera av de stora tidningsföretagen gick in på de nya marknader som öppnade sig genom avregleringen av etermedierna. Tanken var att dels utnyttja tidningarnas journalistiska kompetens på nya områden, dels försäkra sig om annonsintäkterna från de nya lokala medierna.

Förhoppningarna om att dra nytta av tidningens publicistiska erfarenheter kom dock snabbt på skam. Det journalistiskt inriktade programkoncept som tidningarnas radionätverk Rix satsade på lockade varken annonsörer eller lyssnare, som i stället föredrog en hårt formaterad musikradio. Inte heller på tv-sidan utvecklades något närmare redaktionellt samarbete mellan tidningarna och de lokala kanalerna. Samverkansmöjligheterna visade sig vara större på annonsområdet där kunderna kunde erbjudas paket med exponering i både dagspress, television, radio och i vissa fall även via direktreklam.

Rix-nätet fusionerades 1996 med MTG:s nät till Rix FM, där företag inom Stenbecksfären svarar för

programproduktion och nationell reklamförsäljning. De lokala tidningarna har i allmänhet behållit sina ägarandelar i de bolag som äger koncessionerna, men deras engagemang på radioområdet inskränker sig till försäljning av lokala annonser och i några fall leveranser av lokala nyheter. Ett undantag är Upsala Nya Tidning som driver en station utanför nätverket.

Några tidningsföretag skaffade sig i början av 1990-talet även andelar i de bolag som producerade de lokala programmen i TV4. Samtliga dessa bolag förvärvades emellertid efter hand av TV4. Av ambitionerna att bli mediehus för en hel region med ett brett utbud av dagspress, television och radio återstår nu vid sidan av det gamla kärnområdet tidningsutgivning endast viss försäljning av lokal radioreklam.

Några tidningskoncerner som Herenco och Nya Wermlands-Tidningen avstod helt från att bredda sin verksamhet och undgick därmed också de förluster som flera av konkurrenterna drabbats av. Stampen som hörde till de mest drivande bakom Rix-nätverket har återgått till kärnverksamheten och stärkt sin ställning på den västsvenska morgontidningsmarknaden genom att bli huvudägare i Bohuslänningen och tillsammans med andra tidningar i regionen bygga upp nya bolag för tryckning och distribution. Satsningen på dagspress markerades ytterligare när Stampen år 2000 förvärvade en större aktiepost i VLT och fyra år senare tillhörde de drivande bland de intressenter som övertog kontrollen över bolaget. Stampen och VLT kontrollerar tillsammans aktiemajoriteten i Mkt Media som hösten 2005 förvärvade Centertidningar.

Från Internetbolag till mediasajter

Mediebranschen såg med stor oro men kanske också med viss nyfikenhet på hur internet i mitten av 1990-talet snabbt slog igenom som informationskanal för den breda allmänheten. Dagstidningarna fruktade att deras viktiga rad-, fastighets- och platsannonser skulle hotas av internetbaserade funktionella databaser. Det talades även om att den totala mediekonsumtionen snabbt skulle styras över till den nya kanalen och att de nya IT-företagen skulle konkurrera ut de gamla medieföretagen. Många medieföretag såg dock också möjligheterna, hur de skulle kunna använda sin kompetens och sina varumärken för att etablera sig på "nätet".

Ett par år in på 2000-talet kunde ett tydligt mönster urskiljas för utvecklingen av den medierelaterade verksamheten på internet. De rent internetbaserade nya medieföretagen, till exempel 24timmar och E24, hade i stor utsträckning tvingats lägga ner sin verksamhet eller alliera sig med traditionella medieföretag. Varken annonsintäkter eller abonnemang har kunnat täcka kostnaderna. Även många av de traditionella medieföretagen gjorde misslyckade för-

sök att etablera nya produkter på internet. Största förlusterna gjorde sannolikt Schibsted som delägare i Scandinavia Online men även Bonniers var involverade i en rad misslyckade projekt.

I stället för att lansera speciella sajter har medieföretagen i allt större utsträckning valt att bygga upp sajter runt sina gamla etablerade produkter. De flesta dagstidningsföretag liksom alla etermedieföretag har i dag sajter på internet, ofta mycket ambitiösa och innehållsrika. De främsta undantagen utgörs av Herenco- och Nya Wermlands-Tidningen-koncernerna som inte har några nyhetssajter.

Den i särklass största mediasajten mätt i antal besökare har i många år varit aftenbladet.se. Trots den stora publikframgången gick sajten i början av 2000-talet med betydande förluster. Först 2004 kunde dotterbolaget Aftonbladet Nya Medier redovisa en större vinst. En annan lönsam sajt är Dagens Industris di.se. Andra medieföretag särredovisar i regel inte sin internetverksamhet, men det står klart att annonsintäkterna från sajterna genomgående varit små och ofta inte kunnat täcka kostnaderna. Sajterna har därför av många medieföretag alltmer kommit att betraktas som marknadsföringskanaler och komplement till huvudverksamheten utan större krav på lönsamhet.

De medieföretag som kunnat ta betalt för sina specialtjänster har dock kunnat driva en vinstgivande verksamhet. Det gäller exempelvis Bonniers affärsområde för affärsinformation som till stor del bygger på internetrelaterade tjänster. De textarkivbaser som flera av de stora tidningsföretagen driver är ett annat exempel på hur de etablerade medierna kan utnyttja sin kompetens i den nya kanalen.

Större företag och ökad konkurrens

Det har funnits en klar tendens det senaste decenniet mot att de enskilda medieföretagen på den svenska mediemarknaden har blivit allt större. Flera av de gamla mediekoncernerna har vuxit genom nyetableringar och/eller förvärv, men framför allt har en rad nya stora och kapitalstarka aktörer trätt in på den svenska mediemarknaden. Schibsted, MTG, Metro, Quebecor, Wolters Kluwer och Orkla är några exempel på nytillkomna koncerner som kommit att spela en viktig roll i Sverige.

Parallellt med att de enskilda aktörerna blivit större har konkurrensen på de olika delmarknaderna skärpts. På de avreglerade tv- och radiomarknaderna möter inte bara public service-kanalerna en allt hårdare kamp om publiken utan de kommersiella kanalerna konkurrerar även mycket hårt med varandra. Aller, Bonniers och Egmont som behärskat populärpressbranschen i många decennier har fått konkurrens från en rad stora utländska tidskriftsförlag som lanserat sina koncept i Sverige eller förvärvat svenska

förlag. Filmmarknaden sjunker av liv där de stora nordiska mediekoncernerna konfronteras med såväl de amerikanska konglomeratens film- och videodistributionsbolag som nya inhemska producenter.

Dagspressbranschen uppvisar ett delvis annat utvecklingsmönster. På många lokala marknader har det funnits monopolliknade förhållanden alltsedan 1950- och 60-talen. Under senare år har konkurrensen minskat på ytterligare några orter sedan arbetarrörelsen lagt ner sina tidningar. På stockholmsmarknaden har den dock skärpts genom att gratistidningar startats samtidigt som *Svenska Dagbladet* och *Aftonbladet* fått en branschkunig ägare i Schibsted.

Det bör dock observeras att även de dagstidningar som är ensamma på sin utgivningsort i regel befinner sig i en hård konkurrenssituation på annonsmarknaden, som genomgående är en viktigare intäktskälla för dem än läsarmarknaden. På den lokala marknaden har tidningarna i allt större utsträckning tvingats konkurrera med annonsbärare utanför mediesektorn som direktreklam och annonsblad. Under senare år har även de kommersiella radio- och tv-kanalerna gått in på de lokala reklammarknaderna. Dagspressen har även i allt högre grad mött konkurrens om de viktiga bil-, fastighets- och platsannonserna både från annonssajter och nya lokala gratistidningar. Dagstidningarna säljer även annonser på den nationella marknaden, där de tävlar med andra medier som tv, radio och populärpress.

Underhållningsmedier hotar publicistiska medier

En mycket tydlig tendens under det senaste decenniet har varit att de medier som i huvudsak inriktar sig på underhållning har vuxit sig allt starkare. På etermedieområdet har de kommersiella kanalerna konkurrerat allt hårdare om publiken med public service-kanalerna. En allt större andel av den totala tiden för mediekonsumtion ägnas åt underhållning. Troligen så läggs allt mer av hushållens utgifter för medier på anläggningar för och abonnemang på underhållningskanaler. De reklamfinansierade etermediebolagen tar en allt större del av den totala reklamkakan.

De mer publicistiska inriktade medieföretag har således fått känna av konkurrensen från de nya aktörerna på både publik- och annonsmarknaden. Marginalerna för annonsfinansierade tidningar och tidskrifter har krympt i takt med att icke-publicistiska medier och icke-medierelaterade reklambärare ökat sin andel av de totala reklamutgifterna. Dagspressen har exempelvis minskat sin andel av reklamkostnaderna i traditionella reklammedier från 79 procent 1990 till 52 procent 2004. Många tidningsföretag har

försökt parera de minskade intäkterna genom att skära ner sina kostnader. Det finns kanske även en tendens både inom public service-kanalerna och delar av pressen att närma sitt innehåll till de renodlat kommersiella kanalernas i hopp om att därigenom kunna öka sin publik. I båda fallen finns det uppenbar risk att utrymmet minskar för den seriösa samhälls- och kulturjournalistiken.

Tabell 2. Reklaminvesteringar i Sverige 1990, 1996 och 2004 (procent)

	1990	1996	2004
Storstadsmorgonpress	35	28	19,4
Landsortspress	37	29	26,7
Kvällspress	7	5	5,4
Populärpress	5	4	4,5
Fackpress	9	8	9,4
Utomhusreklam	4	4	6,2
Bio	1	1	0,3
TV	2	19	24,5
Text TV		1	0,4
Radio		2	3,2

Källa: *MedieSverige 2001/2002* samt bearbetning av IRM:s hemsida.

Den ökade konkurrensen på mediemarknaden i stort har inte med automatik inneburit att den innehållsliga mångfalden ökat. De kommersiella tv-kanalernas inträde har visserligen inneburit att utbudet av amerikanska tv-serier och långfilmer, såpor, dokusåpor, tecknade filmer och sport har ökat kraftigt för de svenska tittarna. Likaså har de kommersiella radiokanalerna mångdubblat möjligheterna att lyssna på hitlåtar. Andra typer av program som nyheter och samhällsbevakning har ökat i betydligt mindre utsträckning, medan exempelvis kulturprogram saknas nästan helt i de kommersiella kanalerna.

Å andra sidan behöver ett koncentrerat ägande inte innebära en minskad innehållslig mångfald. Flera borgerliga tidningsföretag har exempelvis köpt tidningar av arbetarrörelsen och lämnat garantier för att de får fortsätta att företräda socialdemokratiska värderingar (se 2.1). Stora mediekoncerner har ofta inget intresse av att likrikta innehållet i sina medier, utan strävar tvärtom mot att differentiera utbudet för att nå så många grupper som möjligt. För de renodlat kommersiella bolagen begränsas dock grupperna till dem som är attraktiva för annonsörerna.

Digitalisering och nya distributionsformer

Den avreglering som präglade mycket av utvecklingen på mediemarknaden under 1990-talet har gått hand i hand med en försvagning av statens roll. Public service-kanalerna lockar visserligen fortfarande

de en stor publik, men framför allt de yngre tittarna och lyssnarna föredrar i ökad utsträckning andra kanaler. Staten har fortfarande ett visst inflytande över tv-utbudet genom att fördela sändningstillstånden i det digitala marknätet, men en stor del av befolkningen ser på tv via andra distributionskanaler. De krav på en viss mångfald i innehållet som staten ställde vid utdelningen av koncessioner för privat lokalradio har man i praktiken tvingats ge avkall på. På dagspressområdet har presstödet som funnits i samma form sedan början av 1970-talet alltmer börjat ifrågasättas. Försöken att begränsa ägarkoncentrationen på mediemarknaden genom lagstiftning har misslyckats. Ett fåtal mediekoncerner har stärkt sitt ägande i TV4 och den privata lokalradion stick i stäv mot intentionerna i sändningstillstånden.

Om avregleringen och dess följder satte sin prägel på 1990-talet förefaller digitaliseringen och distributionen alltmer att stå i fokus några år in på det nya seklet. Genom övergången från analoga till digitala tv-sändningar kommer så gott som hela befolk-

ningen få tekniska möjligheter att ta emot ett mycket stort antal kanaler. Den nya tekniken gör det också möjligt för distributörerna att samordna tv, bredband och telefoni. Hur många som kommer att utnyttja de nya tjänsterna är högst osäkert, vad som däremot är säkert är att konkurrensen kommer att skärpas ytterligare mellan distributörerna.

På filmmarknaden har DVD-tekniken och tillkomsten av nya digitala tv-kanaler inneburit en allt hårdare konkurrens för biograferna, som minskat sina intäkter kraftigt. Allt fler lyssnar på radion via webben, medan dab-tekniken har stora problem att locka någon publik. Den nya tekniken har givit både tryckta medier och etermedier nya möjligheter att publicera sig på nätet, en utveckling som vi troligen endast sett början av.

Nya distributionsformer behöver dock inte alltid vara resultat av ny teknik. Ett exempel är gratis-tidningarna som distribueras på samma sätt som de första dagstidningarna för ett par sekel sedan, läsarna hämtar själva sitt exemplar.

Referenser

- Andersson, Per (2000) *Stenbeck. Ett reportage om det virtuella bruket*. Stockholm: Pan.
- Boëthius, Maria-Pia (2001) *Mediernas svarta bok. En kriminografi*. Stockholm: Ordfront.
- Den svenska pressens historia III. Det moderna Sveriges spegel (1897-1945)* (2001) Red. Karl Erik Gustafsson, Per Rydén. Stockholm: Ekerlid.
- Herman, Edward & McChesney, Robert W (1997) *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London: Cassell.
- McChesney, Robert W (2001) *All makt åt medierna eller Ge folk vad folk vill ha?* Stockholm: Bokförlaget DN.
- MedieSverige 2004. Statistik och analys* (2004) Red. Ulla Carlsson & Ulrika Facht. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- MMS Mediamätning i Skandinavien hemsida (www.mms.se).
- Prop. 1992/93:70.
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV: delbetänkande/av Rådet för mångfald inom massmedierna*. Stockholm: Fritzes.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m: betänkande/av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- 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.
- Den svenska pressens historia IV. Bland andra massmedier (efter 1945)* (2002) Red. Karl Erik Gustafsson, Per Rydén. Stockholm: Ekerlid.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 1.1 Ägarfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt samt totala intäkter 2004 (miljoner kronor)

Ägarfärer	Huvudbolag	Medieintäkter		Totala intäkter	Resultat (Mkr) efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige
		Sverige	Totalt		Medier	Totalt	
Familjen Bonnier	Albert Bonnier AB <i>varav Bonnier AB</i>	11 012 <i>11 012</i>	19 685 <i>19 685</i>	20 213 <i>19 685</i>	800 <i>800</i>	733 <i>800</i>	Bonnierförlagen, Svensk Filmindustri, SF Bio, Bonnier Affärsinformation, Dagens Industri, Bonnier Tidskrifter, Home Entertainment, Dagens Nyheter, Sydsvenska Dagbladet, Expressen, Kvällsposten, GT, Ystads Allehanda, Trelleborgs Allehanda, Kristianstadsbladet
Staten		8 859 ¹	8 874 ¹	...	96	...	
	<i>varav SVT, SR och UR</i>	<i>6 475</i>	<i>6 475</i>	<i>6 475</i>	<i>-63</i>	<i>-63</i>	<i>Sveriges Television, Sveriges Radio, Utbildningsradion</i>
	<i>varav Teracom</i>	<i>2 026</i>	<i>2 041</i>	<i>2 141</i>	<i>144</i>	<i>134</i>	<i>Teracom, BoxerTV</i>
	<i>varav Posten</i>	<i>1 261</i>	<i>1 261</i>	<i>25 540</i>	<i>15</i>	<i>1 007</i>	<i>Tidningstjänst</i>
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfonder	Schibsted A/S	3 756	10 567	10 567	449	449	Svenska Dagbladet, Aftonbladet, Metronome Film & Television, Sandrew Metronome Sverige (50%), SMS Publishing
Jan Stenbecks dödsbo (>50 genom direkt och indirekt ägande)	Stenbecksfären	3 451	9 283	...	-406	...	
	<i>varav Modern Times Group</i>	<i>2 563</i>	<i>6 836</i>	<i>6 836</i>	<i>971</i>	<i>971</i>	<i>TV3, TV8, ZTV, TV1000, ViaSat, TV-shop, Strix, MTG Radio (Rix FM), Brombergs</i>
	<i>varav Metro International</i>	<i>687</i>	<i>2 223</i>	<i>2 223</i>	<i>-98</i>	<i>-98</i>	<i>Metro</i>
	<i>varav Tele2</i>	<i>201</i>	<i>224</i>	<i>43 033</i>	<i>-67</i>	<i>2 681</i>	<i>Kabelvision</i>
Bonnier och Proventus (68, Schibsted (27))	TV4 AB	2 330	2 330	2 330	44	44	TV4
Kooperativa Förbundet	KF	2 229	2 229	28 991	68	1 084	Akademibokhandelsgruppen, P.A. Norstedts & Söner, Tidningen Vi
Egmont Fonden	Egmont International Holding	1 638	9 767	9 767	639	639	Nordisk Film AB, Egmont Tidskrifter, Richter, Kärnan
Familjen Hjärne (87)	Stampen	1 626	1 626	1 626	42	42	Göteborgs-Posten, Västsvenskt Tidningstryckeri
Norska Staten (78)	Telenor	1 601	5 682	66 249	...	9 646	Canal Digital
EQT	Com Hem	1 579	1 579	...	313	...	Com Hem
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement	1 373	4 411	4 411	594	594	Allers Förlag, Se & Hör, Baltic Press
Centerrörelsen	Medieföretag med centerrörelsen som huvudägare	1 190	1 190	1 190	107	107	Centertidningar, Skånska Dagbladet, endagstidningar
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB	975	975	975	47	47	Sju dagstidningar
UPC Investment (21), Harry E Sloan (11) ²	SBS Broadcasting	964	6 191	6 191	603	603	Kanal 5, SBS Radio
Quebecor Printing Inc	Quebecor Printing	936	62 056	62 056	2 614	2 614	Sörmlands Grafiska Quebecor, Interprint Quebecor

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2004.

¹ Uppskattat värde. SVT:s och SR:s avgifter till Teracom är eliminerade.

² SBS Broadcasting förvärvades 2005 av Permira och KKR.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 1.2 Ägarsfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige 2002-2003 (miljoner kronor)

Ägarsfär	Huvudbolag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige
Ägare	Företag	2002	2003	2002	2003	
Familjen Bonnier	Bonnier AB	10 227	10 534	¹	¹	Bonnierförlagen, Svensk Filmindustri, SF Bio, Bonnier Affärsinformation, Dagens Industri, Bonnier Tidskrifter, Home Entertainment, Bonnier Radio (Mix Megapol), Dagens Nyheter, Sydsvenska Dagbladet, Expressen, Kvällsposten, GT, Ystads Allehanda, Trelleborgs Allehanda, Kristianstadsbladet
Staten		8 007 ²	8 173 ²			
	varav SVT, SR och UR	6 223	6 336	-27,8	8,8	Sveriges Television, Sveriges Radio, Utbildningsradion
	varav Teracom	1 718	1 799	¹	¹	Teracom, BoxerTV
	varav Tidningstjänst (Posten)	992	1 019	13,7	13,3	Tidningstjänst
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfoder	Schibsted ASA	ca 3 590	ca 3 770	1,0	¹	Svenska Dagbladet, Aftonbladet, Metronome Film & Television, Sandrew Metronome Sverige (50%), SMS Publishing
Jan Stenbecks dödsbo (>50 genom direkt och indirekt ägande)	Stenbecksfären	2 932	2 988	¹	¹	
	varav Modern Times Group	2 215	2 338	¹	¹	TV3, TV8, ZTV, TV1000, ViaSat, TV-shop, Strix, MTG Radio (Rix FM), Brombergs
	varav Metro International	464	459	63,4	68,9	Metro
	varav Tele2	253	191	¹	¹	Kabelvision
Alma Media (23), Bonnier (22), Stenbeck (15)	TV4 AB	2 274	2 261	122,0	116,4	TV4
Kooperativa Förbundet	KF Media	1 885	1 963	-88,3	54,1	Akademibokhandelsgruppen, P.A. Norstedts & Söner, Tidningen Vi, Pan Vision, Bokus
Egmont Fonden	Egmont International Holding	2 171	1 885	¹	¹	Nordisk Film, Egmont Tidskrifter, Richter, Kärnan
Familjen Hjärne (87)	Stampen	1 466	1 620	-84,1	-5,6	Göteborgs-Posten, Västsvenskt Tidningstryckeri
Norska Staten (63)	Telenor ASA	ca 1 345	ca 1 448	ca -713	ca 20	Canal Digital Sverige, Telenor Vision
Släkten Aller	Carl Allers Etablissement	1 323	1 353	116,8	133,5	Allers Förlag, Se & Hör, Baltic Press, Aller Business
EQT (TeliaSonera) ³	Com Hem	1 071	1 305	-240,0	-28,0	Com Hem
Centerrörelsen	Medieföretag med centerrörelsen som huvudägare	1 038	1 091	31,2	109,1	Centertidningar, Skånska Dagbladet, endagstidningar
Wolters Kluwer	Liber	945	943	117,8	94,0	Liber
Quebecor Printing Inc	Quebecor Printing Scandinavia	1 007	927	-59,2	-106,8	Sörmlands Grafiska Quebecor, Interprint Quebecor
UGCEurope (19), Harry E Sloan (11), Investeringsfonder	SBS Broadcasting SA ⁴	704	856	¹	¹	Kanal 5, SBS Radio
Littorina Kapital (68) Svensk Biblioteksförning (23) ⁵	Bibliotekstjänst	876	845	¹	¹	Bibliotekstjänst, BTJ Seelig, Prio Infocenter
Släkten Pers (74) ⁶	VLT	725	769	14,1	24,8	VLT, Avesta Tidning, Bärnslagsbladet/Arboga Tidning, Elfsborgs Läns Allehanda, Sala Allehanda, Trollhättans Tidning, Fagersta-Posten

Tabell 1.2 Forts

Ägarsfär	Huvudbolag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige
Ägare	Företag	2002	2003	2002	2003	
Nordic Capital (50) Baker Capital (50) ¹	Canal+ Television	791	754	...	...	Canal+
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB	708	745	-47,0	-6,5	Arbetsbladet, Gefle Dagblad, Ljusnan, Sundsvalls Tidning, Tidningen Ångermanland, Örnsköldsviks Allehanda ²
Sydostpress (50) Borås Tidning (50)	Gota Media ³		727		49,1	Barometern, Blekinge Läns Tidning, Borås Tidning, Smålandsposten, Ulricehamns Tidning
Liberala konsortier	Nerikes Allehanda och Hallandsposten	664	671	-28	35,2	Nerikes Allehanda, Hallandsposten, Bergslagsposten, Karlskoga Kuriren, Motala Tidning, Örebro Kuriren
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningars Förlag	628	634	-37,3	106,7	Norrköpings Tidningar, Folkbladet Norrköping, Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar, Norrbottens-Kuriren, Västerviks-Tidningen
Familjen Hamrin	Herenco	617	610	55,7	48,3	Jönköpings-Posten, Smålands-Tidningen, Smålänningen, Värnamo Nyheter, Västgöta Tidningar
United Global Com Inc	UPC Sverige	519	609	-98,7	31,9	UPC Sverige
Arbetsrörelsen	Medieföretag med arbetsrörelsen som huvudägare	613	561	-2,3	3,9	Dagbladet, Dala-Demokraten, Piteå- Tidningen, Sydöstran, Värmlands Folkblad, Dagens Arbete, LO-Tidningen, Arbetsbladet ⁷
Familjen Ander	Nya Wermlands- Tidningen	476	495	50,7	94,8	Elva dagstidningar
ICA Förbundets AB	ICA Förlaget	512	474	8,6	35,1	ICA-Förlaget
Pressens Samdistribution Ekonomisk förening	Pressens Samdistribution	486	465	-6,9	-3,0	Tidningsdistribution
Familjen Sommeliu (50), Familjen Ander (50)	Pukslagaren i Helsingborg	444	440	25,9	46,2	Helsingborgs Dagblad
Axel Johanssons stiftelser	Uppsala Nya Tidning	445	427	-23,2	17,5	
IDG Communications Inc	IDG International Data Group	326	328	-13,6	-3,7	Datatidningar
Reuters Holding PLC	Reuters Svenska AB	444	366	17,2	8,3	Affärsinformation och nyhetsbyrå
Släkten Ridderstad, (60), Herenco (22)	Östgöta Correspondenten	345	338	-6,3	28,1	
38 borgerliga landsortstidningar	FLT Media	314	333	3,1	4,6	Annonsförmedling
Familjen Versteegh	Versteegh-Gruppen	327	319,5	-9,5	4,6	Bonver Videodata
Svenska kyrkan, Missionsförbundet	Verbum	249	310	-14,6	20,0	Verbum, Gleerup
Stiftelsen bokförlaget Natur och Kultur	Natur och Kultur	ca 315	ca 310	...	...	
LRF	LRF Media	295	309	-25,5	15,3	Land och facktidsskrifter
Börsnoterat	The Walt Disney Company	256	302	¹	¹	Buena Vista Home Entertainment, Buena Vista Home International
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens- Kuriren	208	268	1,6	16,3	Västerbottens-Kuriren, Västerbottens Folkblad
News Corporation	Twentieth Century Fox ²	266	198,3	12,1	7,6	Twentieth Century Fox Home Entertainment, Twentieth Century Fox Sweden
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	225	260	-18,7	1,3	Eskilstuna-Kuriren, Folket, Katrineholms- Kuriren
Familjen Bratt	Bratt International	267	259	9,2	15,2	Studentlitteratur

Tabell 1.2 Forts

Ägarsfär	Huvudbolag	Intäkter	Resultat efter finansiella poster	Större företag (varumärken) i Sverige
Ägare	Företag	2002	2003	2002 2003
Söndagsavisen	Gratis-tidningar i Stockholm	263	255	25,6 18,2 Lokala gratis-tidningar
Familjen Tönnesson	Cydonia Development	280	246	-48,5 8,3 Bra Böcker, Nationalencyklopedin, Stabenfeld
Familjen Bengtsson	Bengtsson Tidnings AB	231	243	-4,0 20,4 Dalarnas Tidningar
Familjen Erko (47)	SanomaWSOY	254	238	¹ ¹ Bertmark Media, Almanacksförlaget, Milvus ¹⁰ , Docendo
Hjemmet Mortensen (Egmont/Orkla)	Medströmsförlagen ¹	231	217	ca 52 ca 36 Medströms Dataförlag, Bröderna Lindströms Förlag ¹⁰
Vivendi Universal	Universal Pictures Nordic	137	218	4,8 4,4 Filmdistribution
Familjen Sjöberg	Fabasgruppen	205	212	¹ ¹ Albinsson & Sjöberg
Familjen Thomson	International Thomson Information Sweden	222	202	7,6 9,6 Thomson Fakta
Narvesen	Svenska Interpress	194	196	5,0 14,7 Distribution och detaljhandels-försäljning av tidskrifter
Familjen Wahlström	J.A. Lindblads Bokförlag	179	188	5,0 3,7 B Wahlströms Bokförlag, Förlagssystem JAL
Bonnier (27), Schibsted (27)	Tidningarnas Telegrambyrå	184	185	20,3 10,7 TT, TT Spektra
Bonnier (42), Aller (28)	Tidsam Intressenter	163	184	-1,1 11,5 Tidsam
Sex regionaltidningar	Stormarknadspress	164	173	-1,0 0,3 Annonsförsäljning
Mikael Heining (27), Företagskapital (20)	Mentor Online	156	169	-6,6 8,3 Mentor Coomunications, Industrilitteratur
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten	127	163	-2,7 15,9
Lagardère	Hachette Filipacchi Sverige	156	161	6,1 8,2 Elle, Café
Ingenjörsförlaget (50), Ingenjörs-samfundet (25), Civilingenjörs-förbundet (25) ¹²	E+T, Ekonomi och Teknik Förlag	181	152	-37,9 -2,9 Ny Teknik, Affärsvärlden
Tidnings AB Stampen (48), Familjen Wallin (40)	Bohuslänningen Intressenter	138	142	16,4 8,8 Bohuslänningen, Strömstads Tidning
ATG	Kanal 75	133	147	0,3 0,1 Tv-produktion
Lokala arbetar-rörelsen (51), Orkla (49)	Norrländska Socialdemokraten	164	141	9,3 6,2
Bengt Ingemarsson	Vimmerby Tidning	156	164	5,9 6
Familjen Svender (50), Centerrörelsen (50)	Hälsingetidningar	126	131	6,7 9,0 Hudiksvalls Tidning, Hälsinge-Kuriren, Ljusdals-Posten
...	Danagård	113	123	-4,4 -2,7 Danagård Grafiska, Tidningsmakarna
Svenska Spel (50), Fotbollsförbundet (50)	Onside TV-Production	93	117	0,5 0,7 Tv-produktion
KF (50), Opal (50)	Barnens Bokklubb	97	110	13,7 15,6
Scandinavian Publishing Group	Bokförlaget Träff-Sweden	110	104	-1,9 -0,6 Tre-Mag Sweden
Viacom	Paramount Home Entertainment (Sweden)	82	100	2,7 3,1 Film- och videodistribution

Tabell 1.2 Forts

Ägarsfär	Huvudbolag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Större företag (varumärken) i Sverige	
Ägare	Företag	2002	2003	2002	2003		
Ulf Ahnstedt (35), Hans Öberg (35), Roger Holtback (25)	Prisma Outside Broadcasting	108	98	26,3	3,8		
Sjätte AP-fonden (15), Carnegie fonder (8) ¹³	MTV Produktion	113	94	...	...		
Stiftelsen Barometern ¹⁴	Sydostpress	499		-23,4			
Stiftelsen Tore G Wärenstam (80), Sydostpress (5) ¹⁴	AB Borås Tidning	229		-47,5			

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2003.

¹ Resultat för sfärens/bolagets medieverksamhet i Sverige redovisas ej.

² Uppskattat värde. SVT:s och SR:s avgifter till Teracom är eliminerade.

³ EQT förvärvade Com Hem från TeliaSonera i juni 2003.

⁴ SBS Broadcasting förvärvade våren 2005 Canal+ Television. SBS förvärvades 2005 av Permira och KKR.

⁵ Fram till juni 2003 ägdes Bibliotekstjänst av Svensk Biblioteksförening (75) och KF (25).

⁶ Huvudägare i VLT är våren 2005 Medieintressenter PLMS (52% av röster, 59% avkapitalet), släkten Pers (38 resp 20) och Herenco (4 resp 10).

⁷ Mittmedia Förvaltning förvärvade Arbetarbladet i oktober 2003 samt Dagbladet i januari 2004.

⁸ De ekonomiska uppgifterna pro forma för Borås Tidning och Sydostpress 2003 (01) - 2003 (08) samt Gota Media 2003 (09) - 2003 (12).

⁹ Avser 2002 (07) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

¹⁰ SanomaWSOY sålde våren 2004 Milvus till Medströmsförlagen.

¹¹ Namnet ändrades hösten 2004 till Hjemmet Mortensen AB.

¹² E+T förvärvades hösten 2005 av Talentum.

¹³ Jarowskij förvärvades hösten 2004 av MTV Produktion. Den nya koncernen bytte 2005 namn till Zodiac Television.

De bolag som ingår i Zodiac Television omsatte 2003 197 Mkr i Sverige och 482 Mkr totalt.

¹⁴ Rörelserna i Sydostpress och Borås Tidning överläts 1 september 2003 till Gota Media.

Källor: Årsredovisningar samt Natur och Kulturs hemsida.

Tabell 1.3 De största ägargruppernas medieomsättning i Sverige fördelad på branscher 2003 (miljoner kronor)

Ägargrupp	Dagspress	Tidskrifter	Affärs- information	Böcker	Radio	Television	Film/video	Musik/spel
Familjen Bonnier	5 152	1 790 ¹	ca 650	1 554	83	45 ²	1 700 ¹	200 ¹
Statliga sfären	-	-	-	-	2 191	4 963	-	-
Schibsted	2 687	35	-	30	-	261	658 ³	-
Stenbecksfären	459	-	-	33	161	1 925 ¹	123	-
TV4	-	-	-	-	-	2 261	-	-
Egmont Fonden	-	ca 700	-	ca 315	-	-	712	123
KF	-	-	-	1 649	-	-	-	-
Familjen Hjärne	1 620	-	-	-	-	-	-	-
Släkten Aller	-	1 353	-	-	-	-	-	-
Norska staten (Telenor)	-	-	-	-	-	1 448	-	-

Anm: Uppgifterna exklusive koncernelimineringar.

¹ Uppskattat värde.

² Inklusive minoritetsägda TV4 uppgick TV-verksamheten till 2 308 miljoner kronor.

³ Avser omsättningen för det hälftenägda Sandrew Metronome samt Filmlance International.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 1.4 Mediegrupper verksamma i både Sverige och utlandet 2003. Omsättning (miljarder kronor)

Företag	Total omsättning	Medie- omsättning	Medie- omsättning i Sverige	Den svenska medieomsättningens andel av total medie- omsättning (%)
Time Warner	320,1	320,1	0,01	0,00
Viacom	215,1	215,1	0,10	0,05
Disney	218,9	167,0	0,30	0,18
News Corporation (Murdoch) ¹	157,2	157,2	0,27	0,17
Bertelsmann	153,3	153,3	0,03	0,02
Vivendi Universal	232,5	143,5	0,22	0,15
Sony	523,0	86,8	0,04	0,04
Lagardère (Hachette)	113,6	72,5	0,16	0,22
Quebecor Printing	64,8	64,8	0,93	1,43
Thomson	61,5	61,5	0,20	0,33
Reuters	42,2	42,2	0,37	0,87
Wolters Kluwer	31,4	31,4	0,94	3,01
Reader's Digest ¹	20,0	20,0	0,08	0,39
IDG	19,5	19,5	0,33	1,68
Bonnier	19,4	18,8	10,53	55,96
SanomaWSOY	22,2	18,5	0,24	1,28
United Global Com	15,3	15,3	0,61	3,98
Egmont	10,3	10,3	1,89	18,35
Schibsted	9,8	9,8	3,77	38,60
Torstar	8,6	8,6	0,05	0,59
Orkla	51,8	8,4	0,14	1,67
Stenbecksfären	56,4	8,1	3,00	36,79
De Telegraaf	6,2	6,2	0,08	1,33
SBS Broadcasting	5,3	5,3	0,86	16,13
Telenor	60,7	5,3	1,45	27,33
Aller	4,3	4,3	1,35	31,47
NRJ	2,7	2,7	0,06	2,05
Hjemmet Mortensen	1,8	1,8	0,22	12,40
Totalt	2 447,8	1 678,4	28,21	1,68
<i>varav företag från</i>				
<i>Sverige</i>	<i>75,8</i>	<i>27,0</i>	<i>13,53</i>	<i>50,17</i>
<i>Övriga Norden</i>	<i>105,4</i>	<i>58,4</i>	<i>8,46</i>	<i>14,50</i>
<i>Övriga världen</i>	<i>2 266,6</i>	<i>1 593,0</i>	<i>6,21</i>	<i>0,39</i>

Anm.: Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2003.

¹ Avser 2002 (07) - 2003 (06).

Källor: Bearbetning av årsredovisningar.

Mediebranscher

2 Mediebrancher

2.1 Dagspress

Den svenska dagstidningsmarknaden präglades under lång tid av en mycket stor stabilitet, beträffande både ägande, konsumtion och innehåll. De senaste åren har dock dagspressen och dess villkor börjat förändras på flera sätt. Sedan början av 1990-talet har ägarkoncentrationen successivt ökat genom en rad försäljningar och fusioner, en utveckling som accelererat under det nya seklet sedan både arbetarrörelsen och centerrörelsen sålt stora delar av sin press. I storstäderna och sedan 2004 även i många landsortsstäder har de traditionella dagstidningarna fått konkurrens på läsarmarknaden av gratistidningar. En rad stora morgontidningar har sedan 2003 gått över till det mindre tabloidformatet, vilket förväntas påverka både läsare och annonsörer. Det finns vidare en tendens att dagstidningsläsningen går ner något bland yngre läsare, även om den fortfarande är mycket hög i ett internationellt perspektiv.

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

Förstatidningarna som får huvuddelen av annonsintäkterna uppvisar i regel goda ekonomiska resultat och hög soliditet, medan många andratidningar har ett svårt, i några fall kritiskt, ekonomiskt läge trots presstödd (Tabell 2.8). Även flera förstatidningar har uppvisat otillfredsställande resultat flera år i följd. De ekonomiska resultaten för branschen i stort är starkt beroende av annonskonjunkturen och kan därför variera kraftigt från år till år.

Bonniers, Schibsted och Stenbeck expanderar på storstadsmarknaderna

Bonniers hade länge en policy att inte expandera på dagspressområdet genom förvärv av landsortstidningar. När en ny generation tog vid kring 1990 med Carl-Johan Bonnier som ledande företrädare ändrades dock familjens strategi. Det majoritetsägda Marieberg förvärvade 1992 aktiemajoriteten i *Sydsvenska Dagbladet*, ett köp som sedan följts av förvärv av de skånska morgontidningarna *Ystads Allehanda*, *Trelleborgs Allehanda* och *Kristianstadsbladet* samt kvällstidningarna *GT* och *Kvällsposten*. På grund av *Expressens* stora upplageförluster har dock Bonniers inte ökat sin andel av den totala upplagan utan den har sedan 1993 legat still kring 27 procent (Tabell 2.6).

Norges ledande dagstidningsföretag, Schibsted, etablerade sig 1996 på den svenska marknaden genom att ingå ett avtal med LO som gav koncernen den operationella kontrollen av *Aftonbladet*, medan LO behöll rätten att utse chefredaktör för de opinionsbildande avdelningarna. Två år senare förvärvade Schibsted även *Svenska Dagbladet* och blev därigenom landets näst största tidningsutgivare med en marknadsandel på 16 procent (Tabell 2.2).

Bakgrunden till köpet av *Svenska Dagbladet* var att tidningens huvudägare, Investor, hade tröttnat på att år efter år täcka förlusterna och ville att en branschkunnig och långsiktig ägare skulle ta över. Förhandlingar inleddes med Bonniers och resulterade i en preliminär uppgörelse om att samordna *Dagens Nybeters* och *Svenska Dagbladets* avdelningar för administration, teknik och distribution samt att driva tidningarnas redaktioner i två helt separata bolag. För att slutföra förhandlingarna ville Bonniers att regeringen skulle ge en garanti att affären inte skulle läggas dem till last i framtiden.

Kulturministern Marita Ulvskog ville emellertid inte utverka en garanti som skulle gå stick i stäv mot regeringens mediepolitiska mål att motverka ägar-koncentrationen. Bonniers drog sig därför tillbaka och några dagar senare köptes *Svenska Dagbladet* i stället av Schibsted.

Under sina nya ägare har Svenska Dagbladet genomgått en stor omstöpning. En viktig del i denna process har varit att försöka nå för tidningen mer lönsamma läsare. I delar av landet har distributionen lagts om från tidningsbud till postutbärning med följd att upplagan i landsorten minskat kraftigt. Denna nedgång har dock kompenserats genom att nya läsare i Stockholmsområdet tillkommit, lockade bland annat av en redaktionell förnyelse av tidningen. Detta byte av äldre läsare i landsorten mot yngre i Stockholm har ingått i en medveten strategi att minska distributionskostnaderna och öka intäkterna genom att erbjuda annonsörerna en mer attraktiv läsekrets.

I Stockholm fick de etablerade morgontidningarna konkurrens 1995 då Stenbecksfären började ge ut gratistidningen *Metro* som distribuerades genom ställ vid tunnelbanestationerna. Tidningen lyckades snabbt finna läsare och annonsörer och har blivit en stor ekonomisk framgång. Editioner startades i Göteborg 1998 och i Malmö 1999, som 2004 följdes av en riksedition som delas ut i ett tiotal städer. Mätt i räckvidd är *Metro* landets största morgontidning med över 1,1 miljoner läsare 2004 (Se även 3.8). I början av 2004 trappade *Metro* upp konkurrensen med storstadstidningar genom att starta en veckoutgiven totaldistribuerad bostadsannonserstidning, *Metro Hus & Hem* i Stockholm och Skåne. Den nya tidningen lyckades direkt ta en betydande del av bostadsannonserna med följd att Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet både förlorade i annonsvolym och tvingades sänka sina priser. Lanseringen av *Metro Hus & Hem* bedöms som en huvudorsak till att båda tidningarna redovisade förluster 2004.

Tidningskedjorna förvärvar och fusionerar

Landsortspressen har av tradition en mycket stark ställning i Sverige. Gruppens svarade 2004 för exakt 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.

Flera av kedjorna är fortfarande familjeägda, som exempelvis Ander med Nya Wermlands-Tidningen-koncernen, Hamrin med Herenco och Bengtsson med Dalarnas Tidningar. Andra har övertagits av

stiftelser, i regel med partipolitisk anknytning. Den liberala Mittmedia har successivt vuxit och har nu ägarengagemang i elva av de tolv tidningarna i de tre sydliga Norrlandslänen. Även *Norrköpings Tidningar*, ägd av en moderat stiftelse, har de senaste åren vuxit genom att förvärva fyra tidningar (se nedan). En av landets största tidningskoncerner bildades 2003 genom en fusion av de av moderata stiftelser ägda Sydostpress och Borås Tidning med sammanlagt fem tidningar i södra Sverige. Västerbottens-Kuriren och Norra Västerbotten, ägda av var sin lokal liberal stiftelse, kommer 2005 att gå samman i ett bolag.

En ny typ av dagspressaffär genomfördes i Skåne 2001 där *Helsingborgs Dagblad* och *Nordvästra Skånes Tidningar* överläts till ett nybildat bolag till lika delar ägd av tidningarnas förra ägare familjen Sommelius respektive familjen Ander. De två tidningarna slogs 2002 samman till en tidning som utges i tre editioner under olika namn. Det rörde sig här inte om konkurrensutsatta tidningar med lönsamhetsproblem utan två lönsamma tidningar med mycket stark position på sina respektive marknader. Ägarna hoppas genom fusionen skapa ett mediehus i norra Skåne som kan mäta sig med de bonnierägda tidningarna i söder.

Den organisationsägda pressen har sedan i början av förra seklet haft en stark ställning i Sverige. Centerrörelsen har drivit två koncerner, Centertidningar och Skånska Dagbladet, som 2004 sammantaget svarade för 5 procent av flerdagars-tidningarnas upplaga. Centertidningar har i motsats till de flesta andra tidningskedjor, byggts upp genom förvärv av tidningar i skilda delar av landet, men har sin tyngdpunkt i Södermanland och Uppland. Koncernen såldes hösten 2005 till ett konsortium bestående av flera liberala tidningsföretag. Efter försäljningen återstår tre centerägda flerdagars-tidningar i Sydsverige med en sammanlagd upplaga som motsvarar 1,8 procent av den totala upplagan.

Arbetarrörelsen på reträtt som medieägare

Situationen på en rad lokala tidningsmarknader har de senaste åren påverkats av de problem som arbetarrörelsens press brottats med. När socialdemokratiska partiet och fackföreningsrörelsen grundades för drygt hundra år sedan spelade uppbyggnaden av egna medier 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. Så småningom byggdes ett i det närmaste heltäckande alternativ till den borgerliga offentligheten upp med fackliga tidningar, dagstidningar, veckotidningar, bokförlag och filmbolag. Egna distributions-

kanaler utvecklades, tidningar och böcker såldes av arbetsplatsombud, filmer visades i Folkets Hus över hela landet.

Under efterkrigstiden har emellertid arbetarrörelsen successivt retirerat som medieägare så att dess engagemang förutom den fackliga pressen nu inskränker sig till intressen i ett antal tidningsföretag. Förutsättningarna för arbetarrörelsens dagspress förändrades radikalt 1985 då LO och SAP på central nivå fattade beslut om att under fyra år ge ett större belopp till A-pressen för att därefter inte längre täcka tidningarnas förluster. Sedan A-presskonsernen 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.

De nya ägarna var emellertid genomgående finansiellt svaga och hade i regel inga andra tillgångar än aktierna i tidningsföretaget. Svagheter i den nya ägarstrukturen visade sig med eftertryck när *Arbetet* åren före millennieskiftet fick allt svårare ekonomiska problem. Huvudägaren, en lokal tidningsstiftelse, hade inga möjligheter att täcka förlusterna utan tvingades att försöka hitta andra lösningar. I samband med förhandlingarna om samverkan mellan *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* diskuterades även en liknande lösning i Malmö, där *Arbetet* och *Sydsvenska Dagbladet* skulle samverka inom teknik och administration men driva tidningarna som två redaktionellt helt självständiga produkter. Sedan regeringen som ovan nämnts ställt sig kallsinnig till projektet i Stockholm föll även planerna i Skåne. När den ekonomiska krisen för *Arbetet* förvärrades ytterligare sökte ägarna stöd hos arbetarrörelsens nationella organ. LO höll emellertid fast vid sitt beslut att inte stödja dagstidningar med följd att *Arbetet* efter 113 års utgivning lades ner i september 2000. Ett par år tidigare hade den likaledes anrika *Östgöten* i Linköping mött samma öde.

Av de tjugotvå tidningar som arbetarrörelsen ägde 1985 driver och äger rörelsen fortfarande fyra, nämligen, *Dala-Demokraten*, *Piteå-Tidningen*, *Värmlands Folkblad* och *Östra Småland/Nyheterna*. Tretton lever vidare i olika typer av ägarkonstellationer, medan fem är nedlagda.

Arbetarrörelsen säljer tidningarna och behåller ledarsidorna

I en rad fall har arbetarrörelsen sökt samverkan med andra intressenter. Den mest uppmärksammade affären är LO:s ovan nämnda försäljning av *Aftonbladet* till Schibsted. Den stora norska industri-

koncernen Orkla gjorde 1998 en liknade affär, när den förvärvade 49 procent av aktierna i den numera största socialdemokratiska morgontidningen *Norrländska Socialdemokraten*. Den lokala arbetarrörelsen behöll aktiemajoriteten och rätten att utse ledningen för de opinionsbildande avdelningarna.

Norrköpings Tidningar, ägd av en moderat stiftelse, genomförde vid millennieskiftet två affärer som kom att bli normbildande som metod att rädda svaga andratidningar. Tidningskoncernen förvärvade 1999 den moderata *Gotlands Allehanda* och den av arbetarrörelsen och centerrörelsen gemensamt ägda *Gotlands Tidningar*, vilka sammanfördes i ett bolag, Gotlandspress, som svarar för administration, annonsförsäljning och teknisk produktion. Redaktionerna arbetar däremot självständigt och producerar två konkurrerande tidningar. *Norrköpings Tidningar* köpte 2000 arbetarrörelseägd *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 Gotland och Norrköping har de tidigare ägarna en minoritetspost i de bolag som driver tidningarna.

I Umeå, Sundsvall, Gävle, Eskilstuna, Örebro och Karlskrona har de stora liberala tidningarna *Västerbottens-Kuriren*, *Sundsvalls Tidning*, *Gefle Dagblad*, *Eskilstuna-Kuriren*, *Nerikes Allehanda* och *Blekinge Läns Tidning* (tillsammans med tidskriftsförlaget Albinsson & Sjöberg) förvärvat aktiemajoriteten i sina ortskonkurrenter, som drivs vidare som självständiga tidningar efter liknande modell som i Norrköping. I Gävle har dock *Gefle Dagblad* och *Arbetsbladet* gemensamt sportmaterial.

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 Allehanda* till *Tidningen Ångermanland* med en socialdemokratisk och en liberal ledarsida. Majoritetsägare är den liberala Mittmedia-koncernen, medan den lokala arbetarrörelsen har en minoritetspost.

Sammanfattningsvis har de av arbetarrörelsen majoritetsägda tidningarna minskat sin andel av den totala dagspressupplagan från 16,8 procent 1993 till 2,7 procent 2004. Men på grund av att de flesta av tidningarna behållit sin politiska linje har upplagan för tidningar med socialdemokratisk ledarsida inte minskat utan främst genom *Aftonbladets* expansion ökat sin andel av den totala dagspressupplagan från 18,0 procent 1993 till 18,9 procent 2004.

Morgontidningsmarknaden i storstäderna domineras dock av borgerlig press. I de tio största kommunerna utkommer två socialdemokratiska tidningar, *Folkbladet Norrköping* och *Örebro-Kuriren*, och tretio borgerliga med sammanlagda upplagor år 2004 på 10 700 respektive 1 491 500 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.

Samverkan inom koncernerna

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

Det mest remarkabla är kanske det omfattande redaktionella samarbete som de senaste åren utvecklats inom en rad koncerner. Journalisternas texter och bilder används i flera tidningar. Det blir allt vanligare att flera tidningar har en gemensam stomme av centralt redigerat icke-lokalt material och endast skiljer sig från varandra på de lokala sidorna. VLT-koncernen var tidigt ute med Ingress Media, där flera mindre tidningar i Västmanland samverkar på detta sätt. Herenco använde en liknande modell när de förde samman fyra tidningar till Västgöta Tidningar. I Skåne har förutom den ovan nämnda fusionen mellan *Helsingborgs Dagblad* och *Nordvästra Skånes Tidningar* även Bonniers fört samman *Kristianstadsbladet*, *Ystads Allebanda* och *Trelleborgs Allebanda* till ett gemensamt bolag. Integrationen av *GT* och *Kvällsposten* i *Expressen* är det hittills enda exemplet på redaktionell samverkan mellan storstadstidningar.

En följd av fusionerna är att det blir allt färre ägare på regional nivå. I Skåne har de åtta tidningsägarna som fanns 1997 reducerats till tre, familjerna Bonnier och, Ander/Sommelius samt den lokala centerrörelsen. I Gävleborgs och Västernorrlands län ägs samtliga tio tidningarna helt eller till hälften av Mittmedia. I Jönköpings län och Västmanlands län är Herenco respektive VLT sedan länge de enda utgivarna av flerdagartidningar. I Göteborg är *Göteborgs-Posten* den enda prenumererade morgontidningen (se 3.4), men den möter konkurrens på läsarmarknaden från den gratisdistribuerade *Metro*.

Mer centralt producerat redaktionellt material

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

På produktionssidan var det länge sällsynt att tidningsföretagen samarbetade. Tidningar på samma ort ville i regel inte trycka på samma press, bland annat på grund av att man inte ville ge konkurrenten försteg beträffande pressläggningstider. Tidigare måste redaktion och teknisk produktion ligga i omedelbar närhet av varandra. På 1960-talet lyckades man överföra tidningssidor elektroniskt, men den nya tekniken utnyttjades sparsamt. Det senaste decenniet har emellertid en rad samverkansprojekt utvecklats på produktionsområdet, ett exempel är ett nytt tryckeri i Borås till lika delar ägd av Borås Tidning och Bonniers. Flera tidningar, däribland *Svenska Dagbladet* och *Aftonbladet* har också följt *Dagens Industri* och *Metros* exempel och lagt ut den tekniska produktionen på externa tryckerier.

På det redaktionella fältet inleddes samverkan på det nationella planet redan 1921 då den av pressen gemensamt ägda byrån TT bildades. TT var länge ensam om att ge en heltäckande nyhetsbevakning. De borgerliga landsortstidningarnas byrå FLT och de socialdemokratiska tidningarnas Avisa Centralredaktion hade visserligen båda en viss nyhetstjänst, men producerade i första hand featurematerial. I mitten av 1990-talet förändrades situationen då FLT byggde ut sin verksamhet till en fullskalebyrå och tog upp konkurrensen med TT. Marknaden visade sig dock inte kunna bära två nyhetsbyråer, utan FLT tvingades lägga ner sin nyhetsbyrå 2000.

Efter några turbulenta år har en ny struktur utkristalliserats på marknaden för redaktionellt material. TT rekonstruerades finansiellt sedan Schibsted och Bonniers tillsammans övertagit aktiemajoriteten 1999 samtidigt som Avisa Centralredaktion förvärvades och bytte namn till TT Spektra. Den stora tyska koncernen Bertelsmann lämnade den svenska marknaden 2002 genom att lägga ner den tv-bilaga som distribuerades av en rad dagstidningar och avyttra featurebyrån PM. TT är nu ensam nyhetsleverantör, medan TT Spektra möter konkurrens från några nischade bolag på featuremarknaden.

På bildbyråområdet har flera fusioner ägt rum. Svenska Dagbladet och FLT slog 1996 samman sina bildbyråer. Den nya byrån överfördes 1999 till en nybildad bildbyrå med verksamhet även i Danmark

och Norge, Scanpix Scandinavia, med Schibsted som huvudägare. Sommaren 2005 slöts ett avtal om sammanslagning mellan Scanpix och den andra stora bildbyrån Pressens Bild, ägd av Dagens Nyheter. Den nya byrån kommer att ägas till lika delar av Bonniers och Schibsted. Affären är avhängig godkännande av Konkurrensverket.

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, men lönsamhetsproblem kan komma att leda till samverkan på vissa avdelningar, vilket som ovan nämnts redan skett i Gävle.

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

Växande konkurrens för storstadstidningarna

Kvällstidningsmarknaden har sedan 1950-talet varit nationell eller regional. *Aftonbladet* och *Expressen* har haft en relativt jämn spridning över hela landet med undantag för Skåne och Göteborg, där *Kvällsposten* respektive *GT* dominerat. Under åren

1990-2001 minskade den totala kvällstidningsupplagan med 35 procent. *Aftonbladet* lyckades dock under perioden öka sin upplaga med 8 procent och kraftigt förstärka sin marknadsposition. Sedan 2002 har emellertid utvecklingen vänt och kvällspressen har ökat sin totala upplaga med 7 procent samtidigt som gapet mellan *Aftonbladet* och *Expressen* med *GT* och *Kvällsposten* minskat något (Tabell 2.5).

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

Av de svenska dagspressföretagen är det endast Stenbecksfären och Bonniers som engagerat sig i någon större utsträckning på utländska marknader (Tabell 2.9). Stenbecksfären har sedan 1997 lanserat *Metro* på en rad marknader och gav i maj 2005 ut tidningen i 55 editioner i 17 länder på 16 språk. Bonniers ger ut åtta affärstidningar, varav sju har byggts upp enligt Dagens Industri-konceptet.

Referenser

- Andersson, Ylva M & Berg, Stefan (2002) Spelet som kunde ha räddat Arbetet, *Göteborgs-Posten* 2002-03-07.
- Gunnarsson, Sara & Gustafsson, Karl Erik (2005) *Dagspressens ekonomi 2004*. Stockholm: Presstödsnämnden.
- Konkurrens och samarbete inom medierna* (2003) Konkurrensverkets serie:2003:2 Stockholm
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV: delbetänkande av Rådet för mångfald inom massmedierna*. Stockholm: Fritzes.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- TS-Boken.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 2.1 Ägargrupper på den svenska dagspressmarknaden, intäkter och resultat 2002-2004 (miljoner kronor)

Ägare	Huvudbolag	Intäkter			Resultat efter finansiella poster		
		2002	2003	2004	2002	2003	2004
Familjen Bonnier	Bonnier AB ¹	4 445	5 152	5 241	-372	-109	-187
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfonder	Schibsted A/S	2 550	2 687	2 942	135	238	281
Familjen Hjärne (87)	Tidnings AB Stampen	1 466	1 620	1 626	-84	-6	42
Centerrörelsen	Tidningsföretag med centerrörelsen som huvudägare	1 038	1 091	1 115	31	109	109
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB ³	708	745	975	-26	-7	47
Släkten Pers (74) ²	VLT AB	725	769	823	14	25	40
Sydostpress (50), Borås Tidning (50)	Gota Media AB ⁴		727	741		49	74
Stenbecksfären (60)	Metro International och Finanstidningen	491	459	687	-71	69	123
Liberala konsortier	Nerikes Allehanda och Hallandsposten	664	671	686	-28	56	69
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningars Förlags AB	628	634	654	-37	107	76
Familjen Hamrin	Herenco AB	617	610	620	56	48	55
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen AB	476	495	521	51	95	120
Axel Johanssons stiftelser	AB Upsala Nya Tidning	445	427	456	-23	18	47
Familjen Sommelius (50), Familjen Ander (50)	Pukslagaren i Helsingborg AB	444	440	456	26	46	59
Arbetarrörelsen ³	Tidningsföretag med arbetarrörelsen som huvudägare	537	469	407	-3	4	11
Släkten Ridderstad	AB Östgöta Correspondenten	345	338	382	-6	28	26
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	225	260	297	-19	1	28
Søndagsavisen	Gratistidningar i Sverige AB	263	255	265	26	18	4
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB	208	253	261	2	16	15
Familjen Bengtsson	Bengtsson Tidnings AB	230	243	252	-5	20	26
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten Tidnings AB	127	163	171	-3	16	9
Tidnings AB Stampen (48), Familjen Walin (40)	Bohuslänningen Intressenter AB	138	142	143	16	9	15
Lokala arbetarrörelsen (51) Orkla (49)	Tryckeri AB Norrländska Socialdemokraten	164	141	143	9	6	8
Familjen Svender (50), Centerrörelsen (50)	Hälsingetidningar AB	126	131	135	5	9	11
Bengt Ingemarsson	Vimmerby Tidning ek för	156	160	134	6	6	1
Mats O Sundqvist (91), Lokala arbetarrörelsen (9)	AB Länstidningen Östersund	78	72	66	-3	-6	-11

Tabell 2.1 Forts

Ägare	Huvudbolag	Intäkter			Resultat efter finansiella poster		
		2002	2003	2004	2002	2003	2004
Familjen Hörling	Lidköpingspress AB	62	64	67	2	15	27
Bengt Michelsen	AB William Michelsens Boktryckeri	51	53	58	-1	-2	-1
Vårt Land (28), Dagengruppen (28)	Tidnings AB Nya Dagen	50	52	55	2	1	-1
Stiftelsen Barometern ⁵	Sydostpress AB	499			-23		
Stiftelsen Tore G Wärenstam (80), Sydostpress (5) ⁵	AB Borås Tidning	229			-48		
Arbetarrörelsen (50), Västerbottens-Kuriren (50) ⁶	Västerbottens Folkblad AB	60			-18		

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

¹ De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för affärsområdet Bonnier Newspaper (inkl viss utländsk verksamhet) samt Dagens Industri AB.

² Huvudägare i VLT är våren 2005 Medieintressenter PLMS (52% av röster, 59% avkapitalet), släkten Pers (38 resp 20) och Herenco (4 resp 10).

³ Mittmedia Förvaltning förvärvade Arbetarbladet i september 2003 samt Dagbladet i januari 2004. Sydöstran övertogs våren 2005 av ett holdingbolag ägt av Gota Media (45), Albinsson & Sjöberg (45) samt den lokala arbetarrörelsen (9,9).

⁴ De ekonomiska uppgifterna 2003 avser pro forma för Borås Tidning och Sydostpress 2003 (01) - 2003 (08) samt Gota Media 2003 (09) - 2003 (12).

⁵ Länstidningen Östersund övertogs 2004 av ett bolag ägt av Mats O Sundqvist (91) och den lokala arbetarrörelsen (9).

⁶ Rörelserna i Sydostpress och Borås Tidning överläts 1 september 2003 till Gota Media.

⁶ Bolaget ägs sedan december 2002 av Västerbottens-Kuriren (91) och den lokala arbetarrörelsen (9).

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.2 Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2004

Ägare	Företag eller huvudtidning	Antal tidningar	Upplaga helår 2004 vardagar	Andel av total-upplagan (%)
Släkten Bonnier	Bonnier AB	9	1 027 200	27,0
Schibsted ¹	Aftonbladet och Svenska Dagbladet	2	623 300	16,4
Familjen Hjärne	Stampen	1,5	265 000	7,0
Centerrörelsen ²	Centertidningar och Skånska Dagbladet	9,5	200 850	5,3
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	9,5	187 300	4,9
Stiftelsen Barometern/Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	5,5	186 700	4,9
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	MittMedia Förvaltnings AB	7	163 100	4,3
Familjen Hamrin	Herenco	5	135 000	3,5
Liberala konsortier ²	Nerikes Allehanda och Hallandsposten	6	123 700	3,2
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	6	121 600	3,2
Släkten Pers/Familjen Hjärne	VLT	7	117 800	3,1
Arbetarrörelsen ²	Värmlands Folkblad, Dala-Demokraten m fl	5,5	102 050	2,7
Familjen Bengtsson	Dalarnas Tidningar	4	65 200	1,7
Släkten Ridderstad	Östgöta Correspondenten	1	62 100	1,6
Axel Johanssons stiftelser	Uppsala Nya Tidning	1	60 900	1,6
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	2	55 700	1,5
Övriga		19,5	309 900	8,1
Totalt		101	3 807 400	100,0

¹ Aftonbladet Hierta AB konsolideras i Schibsted ASA som har det industriella och ekonomiska ansvaret för bolaget. Schibsted äger 49,99 procent i bolaget i form av stamaktier. Arbetarrörelsen äger 50,01 procent i form av preferensaktier med begränsad utdelning.

² Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen och centerrörelsen samt av två liberala konsortier har sammanförts till var sin grupp oberoende av juridiskt ägande.

Källa: Bearbetning av TS upplageuppgifter för år 2004.

Tabell 2.3 Upplaga inom flerdagarspress (≥ 3 dagar/vecka) vardagar 2004

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
Schibsted/LO	Aftonbladet Hierta	Aftonbladet	444 100	11,7	7	Stockholm
Bengt Michelsen	William Michelsens Boktryckeri	Alingsås Tidning/Lerums Tidning	12 900	0,3	3	Alingsås
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Arbetsbladet	27 100	0,7	7	Gävle
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Arvika Nyheter	12 700	0,3	3	Arvika
Släkten Pers/Familjen Hjörne	VLT	Avesta Tidning	7 800	0,2	3	Avesta
Stiftelsen Barometern/Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	Barometern/OT	44 000	1,2	6	Kalmar
Liberala tidningars konsortier	Liberala Tidningar	Bergslagsposten	10 100	0,3	6	Lindesberg
Stiftelsen Barometern/Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	Blekinge Läns Tidning	36 400	1,0	6	Karlskrona
Familjen Hjörne/Familjen Walin	Bohuslänningen	Bohuslänningen	32 600	0,9	6	Uddevalla
Familjen Bengtsson	Dalarnas Tidningar	Borlänge Tidning	15 700	0,4	6	Borlänge
Stiftelsen Barometern/Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	Borås Tidning	49 100	1,3	7	Borås
Släkten Pers/Familjen Hjörne	VLT	Bärgslagsbladet och Arboga Tidning	13 200	0,3	5	Köping
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Dagbladet	12 100	0,3	6	Sundsvall
Frikyrkorörelsen och Vårt Land	Tidnings AB Nya Dagen	Dagen	19 500	0,5	4	Stockholm
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Dagens Industri	116 700	3,1	6	Stockholm
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Dagens Nyheter	363 400	9,5	7	Stockholm
Lokala arbetarrörelsen	Dala-Demokraten	Dala-Demokraten	21 600	0,6	6	Falun
Släkten Pers/Familjen Hjörne	VLT	Elfsborgs Läns Allehanda	13 800	0,4	5	Vänersborg
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Enköpings-Posten	10 400	0,3	6	Enköping
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	Eskilstuna-Kuriren	33 200	0,9	6	Eskilstuna
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Expressen	227 300	6,0	7	Stockholm
Släkten Pers/Familjen Hjörne	VLT	Fagersta-Posten	8 200	0,2	3	Fagersta
Familjen Bengtsson	Dalarnas Tidningar	Falu Kuriren	28 000	0,7	6	Falun
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Filipstads Tidning	3 900	0,1	3	Filipstad
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Folkbladet Norrköping	8 500	0,2	6	Norrköping
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	Folket	7 500	0,2	6	Eskilstuna
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Gefle Dagblad	27 700	0,7	7	Gävle
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Gotlands Allehanda	10 600	0,3	6	Visby
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Gotlands Tidningar	12 800	0,3	6	Visby
Släkten Bonnier	Bonnier AB	GT	57 100	1,5	7	Göteborg
Familjen Hjörne	Tidnings AB Stampen	Göteborgs-Posten	246 000	6,5	7	Göteborg
Centerpartiet	Centertidningar	Hallands Nyheter	31 500	0,8	6	Falkenberg
Liberala tidningars konsortier	LDPI Förvaltnings AB	Hallandsposten	33 000	0,9	6	Halmstad
Familjen Sommelius/familjen Ander	Pukslagaren	Helsingborgs Dagblad	86 800	2,3	7	Helsingborg

Tabell 2.3 Forts

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
Centerpartiet/familjen Svender	Hälsingetidningar	Hudiksvalls Tidning	15 700	0,4	6	Hudiksvall
Centerpartiet/familjen Svender	Hälsingetidningar	Hälsinge-Kuriren	8 400	0,2	6	Söderhamn
Familjen Hamrin	Herenco	Jönköpings-Posten	41 700	1,1	6	Jönköping
Liberala tidningars konsortier	Liberala Tidningar	Karlskoga-Kuriren	5 200	0,1	6	Karlskoga
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Karlskoga Tidning	8 400	0,2	6	Karlskoga
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	Katrineholms-Kuriren	12 900	0,3	6	Katrineholm
Släkten Bonnier/Stiftelsen Kristianstadspress	SkåneMedia	Kristianstadsbladet	31 900	0,8	6	Kristianstad
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Kvällsposten	57 700	1,5	7	Malmö
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	Laholms Tidning	4 000	0,1	6	Laholm
Centerpartiet/familjen Svender	Hälsingetidningar	Ljusdals-Posten	7 600	0,2	6	Ljusdal
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Ljusnan	15 200	0,4	6	Bollnäs
Familjen Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri	Lysekilsposten	3 600	0,1	4	Lysekil
Centerpartiet	Centertidningar	Länstidningen Södertälje	16 300	0,4	6	Södertälje
Mats O Sundqvist	Länstidningen Östersund	Länstidningen Östersund	19 100	0,5	6	Östersund
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Mariestads-Tidningen Tidning för Skaraborgs län	13 300	0,3	5	Mariestad
Familjen Bengtsson	Dalarnas Tidningar	Mora Tidning	12 300	0,3	3	Mora
Liberala tidningars konsortier	Liberala Tidningar	Motala Tidning/Vadstena Tidning	11 900	0,3	6	Motala
Liberala tidningars konsortier	Liberala Tidningar	Nerikes Allehanda	61 300	1,6	7	Örebro
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	Norra Skåne	21 600	0,6	6	Hässleholm
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten	Norra Västerbotten	29 400	0,8	6	Skellefteå
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Norrbottnens-Kuriren	27 700	0,7	6	Luleå
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Norrköpings Tidningar	48 900	1,3	6	Norrköping
Lokala arbetarrörelsen/Orkla	Norrländska Socialdemokraten	Norrländska Socialdemokraten	40 500	1,1	6	Luleå
Centerpartiet	Centertidningar	Norrtälje Tidning	14 400	0,4	5	Norrtälje
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Nya Kristinehamns-Posten	7 900	0,2	3	Kristinehamn
Familjen Bengtsson	Nya Ludvika Tidning	Nya Ludvika Tidning	9 200	0,2	6	Ludvika
Familjen Hörling	Lidköpingspress	Nya Läns-tidningen/Nya Lidköpings-Tidningen	26 600	0,7	3	Lidköping
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Nya Wermlands-Tidningen	57 100	1,5	6	Karlstad
Lokala arbetarrörelsen	Östra Småland	Nyhetera	6 100	0,2	6	Oskarshamn
Lokala arbetarrörelsen	Piteå-Tidningen	Piteå-Tidningen	17 600	0,5	6	Piteå
Tholin & Larsson Gruppen	Tryckeri AB Dalsland	Provinstitidningen Dalsland	4 800	0,1	3	Åmål
...	Tidnings AB Viikkoviesti	Ruotsin Sanomat	3 100	0,1	5	Stockholm
Släkten Pers/Familjen Hjörne	VLT	Sala Allehanda	9 800	0,3	3	Sala
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	Skaraborg Läns Allehanda	24 200	0,6	6	Skövde
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	Skånska Dagbladet	41 700	1,1	7	Malmö
Familjen Hamrin	Herenco	Smålands-Tidningen	33 100	0,9	6	Eksjö

Tabell 2.3 Forts

Huvudägare	Koncern/företag	Tidning	Upplaga	Andel av total upplaga (%)	Periodicitet	Utgivningsort
Stiftelsen Barometern/ Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	Smålandsposten	40 200	1,1	6	Växjö
Familjen Hamrin	Herenco	Smälänningen	13 400	0,4	5	Ljungby
Familjen Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri	Stenungsunds-Posten	2 000	0,1	4	Stenungsund
Familjen Hjärne/Familjen Walén	Bohuslänningen	Strömstads Tidning/Norra Bohuslän	5 400	0,1	3	Strömstad
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Sundsvalls Tidning	35 700	0,9	7	Sundsvall
Schibsted	Svenska Dagbladet Holding	Svenska Dagbladet	179 200	4,7	7	Stockholm
Släkten Bonnier	Bonnier AB	Sydsvenska Dagbladet	135 600	3,6	7	Malmö
Albinsson & Sjöberg/Gota Media	Sydöstra Sveriges Dagblad	Sydöstran	16 000	0,4	6	Karlskrona
Familjen Ander	Nya Wermlands- Tidningen	Säffle-Tidningen	6 000	0,2	3	Säffle
Centerpartiet	Centertidningar	Södermanlands Nyheter	25 200	0,7	6	Nyköping
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Tidningen Ångermanland	25 300	0,7	6	Härnösand
Släkten Bonnier/Stiftelsen Kristianstadspress	SkåneMedia	Trelleborgs Allehanda	11 400	0,3	6	Trelleborg
Släkten Pers/Familjen Hjärne	VLT	Trollhättans Tidning	17 800	0,5	5	Trollhättan
Stiftelsen Barometern/ Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	Ulricehamns Tidning	9 000	0,2	3	Ulricehamn
Axel Johanssons stiftelser	Uppsala Nya Tidning	Uppsala Nya Tidning	60 900	1,6	7	Uppsala
Släkten Pers/Familjen Hjärne	VLT	Vestmanlands Läns Tidning	47 200	1,2	6	Västerås
Bengt Ingemarsson	Vimmerby Tidning	Vimmerby Tidning/Kinda- Posten	11 900	0,3	6	Vimmerby
...	Världen Idag	Världen Idag	8 400	0,2	3	Uppsala
Lokala arbetarrörelsen	Värmlands Folkblad	Värmlands Folkblad	24 700	0,6	6	Karlstad
Familjen Hamrin	Herenco	Värnamo Nyheter	22 200	0,6	4	Värnamo
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens Folkblad	Västerbottens Folkblad	15 500	0,4	6	Umeå
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	Västerbottens-Kuriren	40 200	1,1	6	Umeå
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar	Västerviks-Tidningen	13 100	0,3	6	Västervik
Familjen Hamrin	Herenco	Västgöta Tidningar	24 600	0,6	6	Skövde
Släkten Bonnier/Stiftelsen Kristianstadspress	SkåneMedia	Ystads Allehanda	26 100	0,7	6	Ystad
Bengt Ingemarsson	Tryckeri AB Öland	Ölandsbladet	8 500	0,2	3	Borgholm
Liberala tidningars konsortier	Liberala Tidningar	Örebro-Kuriren	2 200	0,1	6	Örebro
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltnings AB	Örnsköldsviks Allehanda	20 000	0,5	6	Örnsköldsvik
Centerpartiet	Centertidningar	Östersunds-Posten	30 300	0,8	6	Östersund
Släkten Ridderstad	Östgöta Correspondenten	Östgöta Correspondenten	62 100	1,6	6	Linköping
Lokala arbetarrörelsen	Östra Småland	Östra Småland	11 800	0,3	6	Kalmar
Totalt			3 807 400	100,0		

Anm: Uppgifter beträffande ägare, företag och periodicitet avser förhållandena i februari 2005.

Källor: TS-tidningen 2005-02-25. Nordicoms databas över medieföretag i Sverige.

Tabell 2.4 Dagstidningar på konkurrensorter. Upplaga vardagar 2004

Ort	Tidning	Upplaga	Hushålls- täckning utgivnings- område (%)	Förändring av upplaga (%)	Förändring av upplaga (%)	Förändring av upplaga (%)
		2004	2004	1978-2004	1993-2004	2000-2004
Luleå	Norrländska Socialdemokraten	40 500	39	-8	-7	2
	Norrbottens-Kuriren	27 700	42	-12	-14	-2
Umeå	Västerbottens-Kuriren	40 200	58	-3	-13	-6
	Västerbottens Folkblad	15 500	14	-34	-23	-10
Östersund	Östersunds-Posten	30 300	51	-2	1	7
	Länstidningen Östersund	19 100	32	1	-35	-22
Sundsvall	Sundsvalls Tidning	35 700	61	-4	-12	-8
	Dagbladet	12 100	21	15	-1	16
Gävle	Gefle Dagblad	27 700	34	-17	-13	-6
	Arbetsblad	27 100	33	-17	-8	-3
Falun	Falu Kuriren	29 000	35	-19	-11	-5
	Dala-Demokraten	21 600	20	-6	-22	0
Stockholm	Dagens Nyheter	363 400	33	-10	-5	1
	Svenska Dagbladet	179 200	15	0	-12	2
Örebro	Nerikes Allehanda	61 300	61	-5	-14	-11
	Örebro-Kuriren	2 200	2	-83	-74	-41
Karlskoga	Karlskoga Tidning	8 400	42	-33	-24	1
	Karlskoga-Kuriren	5 200	27	8	11	-16
Karlstad	Nya Wermlands-Tidningen	57 100	53	-24	-23	-5
	Värmlands Folkblad	24 700	22	-8	-11	-4
Eskilstuna	Eskilstuna-Kuriren	33 200	53	17	-2	1
	Folket	7 500	11	-71	-42	-12
Norrköping	Norrköpings Tidningar	48 900	64	-7	-3	-1
	Folkbladet	8 500	11	-35	-30	-9
Visby	Gotlands Tidningar	12 800	50	-9	-3	1
	Gotlands Allehanda	10 600	40	-6	-15	-4
Kalmar	Barometern med Oskarshamns-Tidningen	44 000	56	-20	-13	-7
	Östra Småland ¹	17 900	20	-30	-39	-28
Skövde	Skaraborgs Läns Allehanda	24 200	63	-3	4	1
	Skövde Nyheter	2 900	8	-65	-72	-22
Karlskrona	Blekinge Läns Tidning	36 400	57	10	13	-2
	Sydöstran	16 000	20	-28	-33	-11
Malmö	Sydsvenska Dagbladet	135 600	49	18	13	6
	Skånska Dagbladet	41 700	8	36	39	24

¹ Inklusive Nyheterna.

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979, 1994, 2000 och 2004.

Tabell 2.5 Ägargrupper på kvällstidningsmarknaden 1990, 1995, 2000 och 2004. Upplaga och marknadsandel

Ägargrupp	1990		1995		2000		2004	
	Upplaga	(%)	Upplaga	(%)	Upplaga	(%)	Upplaga	(%)
Bonnier	567 000	49,5	482 000	52,8	386 700	50,3	342 100	43,5
LO	371 000	32,4	362 000	39,7	–	–	–	–
Schibsted	–	–	–	–	381 600	49,7	444 100	56,5
Hjärne	103 450	9,0	68 800	7,5	–	–	–	–
Wahlgren	103 450	9,0	–	–	–	–	–	–
Totalt	1 144 900	100	912 800	100	768 300	100	786 200	100

Källor: Bearbetning efter TS-boken.

Tabell 2.6 Ägarkoncentration inom flerdagarspress (≥3 dagar/vecka). Andel av totala upplagan vardagar 1978, 1993 och 2004 (%)

	1978	1993	2004
Den störste ägaren	20,6	26,7	27,0
De två största ägarna	40,9	43,9	43,3
De fyra största ägarna	54,7	56,9	55,6
De åtta största ägarna	70,6	73,2	73,2
De sexton största ägarna	85,2	89,2	91,9

Anm: Arbetarrörelsens och centerrörelsens samt de liberala konsortiernas tidningar sammanförda till var sin grupp.

Källor: Bearbetning av TS-statistik för 1978, 1993 och 2004.

Tabell 2.7 Ägarformer inom flerdagarspress (≥ 3 dagar/vecka) 1978 och 2004

Ägarform	Upplaga 1978	Andel (%)	Upplaga 2004	Andel (%)
Privata ägare	2 660 600	59,2	2 803 400	73,6
Stiftelser	680 300	15,1	673 200	17,7
varav				
Moderata stiftelser	445 500	9,9	308 300	8,1
Liberala stiftelser	234 800	5,2	364 900	9,6
Organisationer	1 150 100	25,6	330 800	8,7
varav				
Arbetarrörelsen	912 500	20,3	102 050	2,7
Centerrörelsen	206 800	4,6	200 850	5,3
Frikyrkorörelsen	30 800	0,7	27 900	0,7
Totalt	4 491 000	100,0	3 807 400	100,0

Anm: Om halva Aftonbladets upplaga 2004 förs till kategorin "organisationer" uppgår andelarna för "privata ägare", "organisationer" och "arbetarrörelsen" till 68, 15 respektive 9 %.

Källor: Bearbetning av TS upplageuppgifter för 1978 och 2004.

Tabell 2.8 Tidningsföretag med statligt driftsstöd 2003. Intäkter, driftsstöd och resultat (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Tidningar	Intäkter	Driftsstöd	Resultat efter finansiella poster	Resultat före driftsstöd
Centerrörelsen	AB Skånska Dagbladet-koncernen		316,4	69,2	22,5	-46,7
	AB Skånska Dagbladet-moderbolaget	Skånska Dagbladet	186,7	65,4	18,6	-46,8
	AB Laholms Tidning	Laholms Tidning	17,4	2,8	0,0	-2,8
Schibsted	Svenska Dagbladet Holding AB	Svenska Dagbladet	789,8	65,4	3,3	-62,1
Arbetarrörelsen	Östra Småland AB	Östra Småland, Nyheterna	63,8	23,1	3,6	-19,6
Arbetarrörelsen	Värmlands Folkblad AB - koncernen		88,9	17,4	-0,3	-17,7
	Värmlands Folkblad AB - moderbolaget	Värmlands Folkblad	78,2	15,3	0,6	-14,7
	Karlstads-Tidningens Drift AB	Karlstads-Tidningen	2,9	2,0	0,3	-1,8
Vårt Land (28), Dagengruppen (28)	Tidnings AB Nya Dagen	Nya Dagen	52,4	17,1	0,9	-16,2
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningars AB		634,3	15,7	106,7	91,0
	Nya Folkbladet i Östergötland AB	Folkbladet Norrköping	30,7	11,7	0,8	-10,8
	Gotlandspress AB	Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar	81,0	4,1	4,2	0,1
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren AB		253,1	15,3	16,3	1,0
	Västerbottens Folkblad AB	Västerbottens Folkblad	56,8	15,3	-2,5	-17,8
Arbetarrörelsen	AB Dala-Demokraten	Dala-Demokraten	80,3	15,3	-1,5	-16,8
Arbetarrörelsen ¹	AB Arbetarbladet	Arbetarbladet	59,7	10,2	3,5	-6,7
Miitmedia ¹	AB Arbetarbladet	Arbetarbladet	17,3	5,1	-10,4	-15,5
Arbetarrörelsen ²	Sydöstra Sveriges Dagblad AB	Sydöstran	56,9	15,3	-1,4	-16,7
Arbetarrörelsen ¹	Dagbladet i Sundsvall AB	Dagbladet Nya Samhället	37,0	15,3	-0,1	-15,5
Liberala Tidningar	Nerikes Allehanda AB		513,4	10,9	30,6	19,6
	Karlskoga-Kuriren AB	Karlskoga-Kuriren	19,4	7,4	0,8	-6,6
	Örebro Kuriren AB	Örebro-Kuriren	9,7	4,1	-6,4	-10,5
Eskilstuna-Kurirens stiftelse	Eskilstuna-Kuriren AB	Eskilstuna-Kuriren	260,4	10,7	1,3	-9,4
	Eskilstuna-Kuriren	Tidningen Folket AB	29,8	10,7	-5,9	-16,6
Tidningshuset Kvällsstunden	Sveagruppen Tidnings AB	Dalabygden, Gästriklands Tidning, Läns-Posten, Upplands Nyheter, Västmanlands Nyheter	23,7	10,2	2,7	-7,4
Arbetarrörelsen	AiP Media Produktion AB	Aktuellt i Politiken, Stockholms-Tidningen	17,4	5,3	-2,0	-7,3
Jolin Bendt	Invandartidningen i Sverige AB	Nyhetstidningen Sesam	3,6	4,8	0,4	-4,4
Helge Gustafzon	Lysekils Nya Tryckeri AB	Lysekilsposten, Stenungsunds-Posten	11,9	4,5	0,4	-4,2
Litzon Press AB	Evangelipress Förlags AB	Hemmetts Vän	12,3	4,2	0,1	-4,0
Centerrörelsen	T. N Tidningar i Norr AB	Nord-Sverige, Västerbottningen	6,9	4,1	1,0	-3,1
Seelinga Invest (60)	Tidningar i Finnveden AB	Finnveden Fredag, Västbo	2,8	4,1	0,1	-3,9
Kristdemokraterna	Samhällsgemenskaps Förlags AB	Kristdemokraten	5,6	2,8	-1,5	-4,3
Folkpartiet	Liab Liberal Information AB	NU	4,1	2,8	0,2	-2,6

Tabell 2.8 Forts

Ägare	Företag	Tidningar	Intäkter	Driftsstöd	Resultat efter finansiella poster	Resultat före driftsstöd
Familjen Ingemarsson	Tryckeri AB Öland	Ölandsbladet	19,6	2,3	-0,6	-2,9
Centerrörelsen	Länstidningen Östergötland AB	Länstidningen Östergötland	2,7	2,1	0,0	-2,1
Roger Boström ³	Ortstidningar i Väst AB	Mölnåls-Posten, Kungälv-Posten	19,5	2,0	0,3	-1,8
Örjan Pekka	Haparandabladet AB	Haparandabladet	11,0	2,0	0,9	-1,1
Jukka Tuurala	Tidnings AB Viikkoviesti ⁴	Ruotsin Sanomat (Viikkoviesti)	9,3	2,0	-0,9	-2,9
...	Världen Idag AB	Världen Idag	8,4	2,0	0,0	-2,0
Centerrörelsen	Skaraborgsbygden Tidningsförening u.p.a.	Skaraborgsbygden	7,6	2,0	0,2	-1,9
Centerrörelsen	Smålandsbygden Tidning AB	Smålandsbygden	4,8	2,0	-0,4	-2,4
...	R.S. Press AB	Ruotsin Suomalainen	4,3	2,0	0,3	-1,7
...	Kustförlaget	Skärgården	4,1	2,0	0,0	-2,0
Familjen Ingemarsson	Nya Länstidningen Växjöbladet AB	Växjöbladet/Kronobergaren	3,4	2,0	-0,4	-2,4
J. Justegård (33), F Söderholm (33), Ekonomibyrån P Lindahl (33)	Tranås-Posten AB	Tranås-Posten	3,3	2,0	0,2	-1,9
Centerrörelsen	Sörmländska Tidnings- och tryckeriförening ek för	Sörmlandsbygden ⁵	2,8	2,0	-0,4	-2,4
Familjen Ingemarsson	KLT Tryck	Kalmar Läns Tidning	2,5	2,0	-0,3	-2,4
Centerrörelsen	Tidnings- och tryckeriföreningen Blekinge upa	Blekinge-Posten	2,5	2,0	0,0	-2,1
Centerrörelsen	Värmlandsbygden Tidningsförening	Värmlandsbygden	2,1	2,0	0,1	-2,0
Tricordia International AB	Tempus Press AB	Tempus	1,9	2,0	0,0	-2,0
My Laurell ⁶	Östhammars Media AB	Östhammars Nyheter	1,8	2,0	0,0	-2,0
Karl-Arvid Andersson	Kungsbacka Tidning AB	Kungsbacka Tidning	1,8	2,0	-0,3	-2,3
...	Föreningen Cuestion	Liberacion	1,8	2,0	0,0	-2,0
KFML(r)	M-L Proletären	M-L Proletären	1,7	2,0	-0,7	-2,7
		Offensiv	1,7	2,0	0,0	-2,0
Anställda ⁷	Folkbladet Jönköping AB	Folkbladet Jönköping	1,6	2,0	-0,2	-2,2
Federativ Förlagshus AB	Arbetaren Tidnings AB	Arbetaren	1,6	2,0	-2,6	-4,6
Stiftelsen Eesti Päevaleht/Estniska Dagbladet	Eesti Päevaleht Förlags AB	Eesti Päevaleht	1,5	2,0	0,0	-2,0
Centerrörelsen	Sjuhäradsbygden Tidning AB	Sjuhäradsbygden	1,3	2,0	-1,0	-3,0
...	Nya Västerbygden Tidnings AB	Västerbygden	1,3	2,0	-0,2	-2,2
Socialistiska partiet	Internationalen	Internationalen	1,1	2,0	0,0	-2,0
Bo Prantare	Oskar Bliss AB	Helsingen	0,9	2,0	0,0	-2,0
...	Miljömagasinet Alternativet AB	Miljömagasinet	1,2	0,7	-0,5	-1,2

() avser ägarandel i procent.

¹ Mittmedia Förvaltning förvärvade Arbetarbladet i september 2003 samt Dagbladet i januari 2004.² Bolaget övertogs våren 2005 av Syöstran Holding ägt av Gota Media (45), Albinsson & Sjöberg (45) samt den lokala arbetarrörelsen (9,9).³ Bolaget ägs sedan våren 2004 av Roger Boström (30), Gota Media (24,5), Centertidningar (24,5) samt Sören Björklund (21).⁴ Bolaget gick i konkurs våren 2005.⁵ Uppgifterna avser 2001.⁶ Utlivningen av Östhammars Nyheter övertogs 2004 av Mediakooperativet Fria Tidningar.⁷ Bolaget övertogs 2004 av Herenco.Källor: Årsredovisningar samt Presstödsnämndens rapport *Dagspressens ekonomi 2003*.

Tabell 2.9 Svenskt ägande i utländsk dagspress 2005

Ägare/företag	Tidning	Ägarandel (%)	Verksamhet	Land
Ander/Nya Wermlands-Tidningen	Bergens Tidende	20	Regional dagstidning	Norge
Bonnier	Diena	83	Nationell dagstidning	Lettland
Bonnier	Super Express	50	Nationell dagstidning	Polen
Bonnier/Dagens Industri	Dagbladet Børsen	100	Affärstidning	Danmark
Bonnier/Dagens Industri	Äripäev	100	Affärstidning	Estland
Bonnier/Dagens Industri	Dienas Bizness	100	Affärstidning	Lettland
Bonnier/Dagens Industri	Verslo Zinios	73	Affärstidning	Litauen
Bonnier/Dagens Industri	Puls Bizneu	100	Affärstidning	Polen
Bonnier/Dagens Industri	Delevoj Peterburg	100	Affärstidning	Ryssland
Bonnier/Dagens Industri	Finance	100	Affärstidning	Slovenien
Bonnier/Dagens Industri	Wirtschafts-Blatt	50	Affärstidning	Österrike
Bonnier/Dagens Industri	Business.hr	100	Affärstidning	Kroatien
Bonnier/Dagens Industri	Pari	50	Affärstidning	Bulgarien
Bonnier/Diena		83	Ett tiotal lokala/regionala tidningar	Lettland
Hamrin/Herenco	Stavanger Aftenblad	20	Regional dagstidning	Norge
Stenbeck/Metro	Publimetro	100	Gratistidning	Chile
Stenbeck/Metro	MetroXpress Köpenhamn. Århus*	70	Gratistidningar	Danmark
Stenbeck/Metro	Metro Helsingfors	100	Gratistidning	Finland
Stenbeck/Metro	Metro Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Lille, Bordeaux, Nice	66	Gratistidningar	Frankrike
Stenbeck/Metro	Metrorama Aten	100	Gratistidning	Grekland
Stenbeck/Metro	Metropolis Hong Kong	100	Gratistidning	Hong Kong
Stenbeck/Metro	Metro Milano, Rom*	100	Gratistidningar	Italien
Stenbeck/Metro	Metro Toronto, Montreal, Ottawa	100	Gratistidningar	Kanada
Stenbeck/Metro	Metro Holland	90	Gratistidning	Nederländerna
Stenbeck/Metro	Metropol Warszawa*	100	Gratistidningar	Polen
Stenbeck/Metro	Metro Lissabon	65	Gratistidning	Portugal
Stenbeck/Metro	Metro Alicante, Barcelona, La Coruna, Madrid, Sevilla, Valencia, Zaragoza,	100	Gratistidningar	Spanien
Stenbeck/Metro	Metro Prag	100	Gratistidning	Tjeckien
Stenbeck/Metro	Metro Budapest*	90	Gratistidning	Ungern
Stenbeck/Metro	Metro New York, Philadelphia, Boston	100	Gratistidningar	USA
Stenbeck/Metro	Metro Boston	51	Gratistidning	USA

* Tidningen utges även i en nationell edition.

Källor: Årsredovisningar samt pressmeddelanden från Metro International.

Tabell 2.10 Utländskt ägande på dagspressmarknaden 2005

Ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
Bunck/Søndagsavisen	Danmark	Gratistidningar i Sverige	100	Gratistidningar
Orkla	Norge	Norrländska Socialdemokraten	49	Regional morgontidning
Schibsted	Norge	Aftonbladet	49 ¹	Kvällstidning
Schibsted	Norge	Svenska Dagbladet	99	Nationell morgontidning

¹ Aftonbladet Hierta AB konsolideras i Schibsted ASA som har det industriella och ekonomiska ansvaret för bolaget. Schibsted äger 49,99 % i bolaget i form av stamaktier. Arbetarrörelsen äger 50,01% i form av preferensaktier med begränsad utdelning.

Källor: Årsredovisningar.

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 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 har sänkt etableringshindren på marknaden, vilket 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. Tidskriftsförlagen har klarat konkurrensen från nya aktörer på annonsmarknaden relativt bra. Både populärpressen och fackpressen har mellan 1990 och 2004 i stort hållit sin andel av de totala reklaminvesteringarna på 5 respektive 9 procent.

Den svenska tidskriftsmarknaden som helhet är mycket differentierad med ett mycket stort antal titlar och utgivare. Titlar introduceras och läggs ner i en helt annan takt än för tio-femton år sedan. Bara under 2004 lanserades ett hundratal nya titlar. 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 uppstått under efterkrigstiden för månadstidningar, specialtidningar och affärspress (Tabell 2.11). Huvuddelen av den svenska verksamheten är samlad i Bonnier Tidskrifter som ger ut ett tiotal specialtidningar och fyra livsstils- och modemagasin. Koncernens danska dotterbolag Bonnier Publications producerar svenska utgåvor av sex av sina specialtidningar (Se även 3.2).

Danskägda Aller, har valt att koncentrera sig på traditionella veckotidningar. Förlagets ställning som dominerande familjetidningsutgivare förstärktes ytterligare när *Året Runt* förvärvades från Bonniers 1999. Allers ger även ut de tre största kändistidningarna. Inom sfären finns också ett facktidnings- och ett herrtidningsförlag. Trots att förlaget verkat på ett fält med vikande upplagor har det ekonomiska resultatet varit mycket tillfredsställande (Se även 3.1).

Det andra stora danska förlaget Egmont har framför allt profilerat sig som utgivare av serietidningar. Sedan den främsta konkurrenten, bonnierägda Semic, förvärvats 1997 har Egmont en helt dominerande ställning på serietidningsmarknaden, som dock under det senaste decenniet fått vidkännas stora upplagefall. Förlaget ger även ut ett par populärtidningar och har våren 2005 lanserat flera nya tidningar, bland annat ett livsstilsmagasin för män. Norska Hjemmet Mortensen, till lika delar ägt av Egmont och Orkla, förvärvade 2001 Medströmsförlagen som bytt namn till Hjemmet Mortensen AB och som ger ut ett femtontal specialtidningar.

Stora utländska tidskriftsförlag etablerar sig i Sverige

Världens största magasinsförlag, det franska Hachette Filipacchi Médias, lanserade 1988 en svensk utgåva av sin modetidning *Elle*. Den svenska verksamheten har senare utvidgats med två specialtidningar och ett livsstilsmagasin för män. Ett annat multinationellt magasinskoncept, *Cosmopolitan*, introducerades på den svenska marknaden 2001 genom ett joint-venture mellan licensägaren amerikanska Hearst Corporation och holländska De Telegraafs svenska dotterbolag TTG Sverige som driver tidningen. *Cosmopolitan* är världens största tidning för kvinnor och finns representerad i 41 länder medan *Elle* ges ut i 34 länder. TTG Sverige har funnit i Sverige sedan 1999 då Svensk Specialpress förvärvades.

Aller, Bonniers och Egmont som länge behärskat populärpressmarknaden har således fått konkurrens från flera multinationella magasinsutgivare. En rad inhemska entreprenörer har genom åren gjort försök att etablera sig som utgivare av populärpress, men i regel misslyckats. Kvar finns Frida Förlag som ger ut fyra tidningar för unga kvinnor samt två utgivare av livsstilsmagasin, Slitz Mediaproduktion och Plaza Publishing.

Allt fler nischade specialtidningsutgivare

Forma Publishing (f.d. ICA Förlaget) hör till landets största tidskriftsförlag med konsumenttidningen *ICA Kuriren*, specialtidningarna *Hus & hem* och *Vovve*, fem facktidningar samt några kundtidningar, bland

annat *Buffé* med en upplaga på nära 2 miljoner exemplar. Förlaget driver även en omfattande fackboksutgivning.

LRF har byggt upp ett stort tidskriftsförlag LRF Media, som förutom medlemstidningar även ger ut familjetidningen *Land*, specialtidningar och facktidningar, bland andra affärstidningen *ATL* som bevakar lant- och skogsbruksnäringen. De flesta produkterna har anknytning till jordbruk, jakt och landsbygdsliv, men i sortimentet finns även specialtidningen *Drömbem & trädgård*.

Amerikanska IDG ger ut cirka 300 datatidningar över hela världen. I Sverige producerar koncernen ett femtontal titlar och är klart marknadsledande på datatidningsfältet, där förlaget främst konkurrerar med Hjemmet Mortensen. E+T Förlag som ger ut *Af-färsvärlden* och *Ny Teknik*, har under flera år brottats med svåra lönsamhetsproblem. Efter flera ägarskiftet övertogs förlaget sommaren 2005 av det finska bolaget, Talentum, med Alma Media som största ägare.

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 både Bonniers med *Teknikens Värld* och ett par andra motortidningsförlag.

Det finns en klar 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. Ett exempel är hundtidningsmarknaden, där Forma Publishing noterat stora framgångar med *Vovve*. LRF Media svarade snabbt med att göra om sin *Jakthunden* till *Härliga Hund*, som direkt konkurrerar med *Vovve*.

Organisationsägda tidskrifter har av hävd haft en stor spridning i Sverige. De flesta av dem som till exempel fackförbundspressen och *Vår Bostad*, 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.

De utlandsägda förlagen har fått en allt starkare ställning på den svenska marknaden. På listan över de tio största förlagen återfinns sex utlandsägda, nämligen Aller, Egmont, IDG, Hjemmet Mortensen, Hachette och E+T (Tabell 2.12). Av de svenska tidskriftsförlagen är Bonniers en ledande aktör på de övriga nordiska specialtidningsmarknaderna. Forma Publishing och Albinsson & Sjöberg ger ut specialtidningar i Finland respektive Polen (Tabell 2.13).

Tidskriftsdistribution under debatt

Bonniers, Allers, Egmont och Albinsson & Sjöberg äger tillsammans den ledande tidskriftsdistributören Tidsam. Närmaste konkurrent är Svenska Interpress, sedan 2000 ägd av norska Narvesen-koncernen, som dock har knappt hälften så stort återförsäljarnät och långsammare distribution än Tidsam. I mitten av 1990-talet klagade utgivare utanför Tidsams ägarkrets över att de hade problem att få sina tidskrifter distribuerade av Tidsam. Efter flera anmälningar till Konkurrensverket mot bolaget ålade verket 1996 Tidsam att varannan ny tidning som lades in i företagets distribution skulle ägas av andra än Tidsams intressenter.

För att äta sig distributionen ställer Tidsam även vissa minimikrav på tidskrifternas lösnommersålda upplaga och periodicitet. Flera kritiska utgivare har hävdat att de för att nå minimiupplagan måste ha tillgång till Tidsams nät. Tidsam distribuerar årligen cirka 3 200 utgåvor av cirka 275 tidskriftstitlar samt ett nittiototal one-shots till 10 000 återförsäljare. Svenska Interpress har 200 svenska specialtidskrifter samt 1 800 internationella och ett 60-tal internationella dagstidningar i sitt utbud.

Referenser

- Bonnier, Carl-Johan (2001) Det vore mig främmande att utnyttja ägarmakten, *Aftonbladet* 2001-11-27.
- Ehrenberg, Johan (2001) Seger – men kampen är inte över, *Aftonbladet* 2001-11-27.
- Hafstrand, Helene (2002) Competitive Advantage in the Magazine Publishing Business, *Nordicom Review* 1-2/2002.
- Resumé 2005-08-18.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 2.11 Ägargrupper på den svenska tidskriftsmarknaden 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Ägare	Förlag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Familjen Bonnier	Bonnier AB ¹	ca 1 675	ca 1 787	...	...	
	<i>Bonnier Tidskrifter</i>	785,3	813,5	53,9	50,7	Populärpress, specialtidningar
	<i>Bonnier Publications</i>	ca 560	ca 580	...	...	Specialtidningar
	<i>Bonnier Responsmedier</i>	200,5	195,5	15,9	19,1	Gratistidningar
	<i>Privata Affärer Förlag</i>	56,3	57,9	11,1	9,9	Specialtidningar
	<i>Dagens Medicin i Sverige</i> ²		50,7		1,6	Facktidning
	<i>Tara Förlag</i>	42,9	50,1	3,5	5,3	Populärpress
	<i>Resumé Förlag</i>	29,0	27,3	0,2	-0,2	Facktidning
	<i>Bonnier Zoo Förlag</i>		12,5		-13,2	Populärpress, specialtidningar
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement ¹	1 322,7	1 352,9	116,8	133,5	
	<i>Svenska Aller</i>	1 262,8	1 294,1	110,4	133,7	Populärpress, specialtidningar
	<i>Baltic Press</i>	37,4	32,5	4,7	2,8	Herrtidningar
	<i>Aller Buisness</i>	22,5	26,2	1,6	-3,0	Facktidningar
Egmont Fonden	Egmont International Holding ¹	ca 650	ca 700	...	...	
	<i>Egmont Kärnan</i> ³	553,7	618,4	40,9	57,4	Serie- och ungdomstidningar
	<i>Egmont Tidskrifter (Egmont AB)</i>	226,5	265,8	-10,0	50,5	Populärpress
ICA Förbundet Invest	ICA Förlaget ^{3,4}	511,7	473,6	8,6	35,1	Konsumentmagasin, specialtidningar
Patrick McGovern/IDG Communications Inc	IDG International Data Group	326,2	327,6	-13,6	-3,7	Datatidningar
LRF	LRF Media	294,7	308,6	-25,5	15,3	Konsumentmagasin, specialtidningar
Hjemmet Mortensen	Medströmförlagen ^{1,5}	230,4	216,8	52,0	36,2	
	<i>Medströms Dataförlag</i>	75,0	79,2	6,5	8,3	Specialtidningar
	<i>Medströms Annonsförlag</i>	67,3	65,3	20,1	20,0	Specialtidningar
	<i>Bröderna Lindströms Förlag</i>	64,9	49,6	24,1	7,1	Specialtidningar
	<i>Guidenförlaget</i>	23,2	22,7	1,3	0,8	Specialtidningar
Familjen Sjöberg	Förlags AB Albinsson & Sjöberg	195,3	201,5	20,8	23,9	Motortidningar
Reitan Narvesen	Svenska Interpress	194,0	196,4	5,0	14,7	Tidskriftsimport och -distribution
Bonnier (42,5), Aller (28,5), Egmont (14,5), Albinsson & Sjöberg (14,5)	Tidsam Intressenter	163,5	184,5	-1,1	11,5	Tidskriftsdistribution
Mikael Heining (27), Företagskapital (20), E+T Förlag (18), IDG (11)	Mentor Online	156,4	169,0	-6,6	8,3	Facktidningar
Lagardère/Hachette	Hachette Filipacchi Sverige	155,6	161,1	6,1	8,2	Specialtidningar
Ingenjörssamfundet (50) Sveriges Civilingenjörsförbund (50) ⁶	E+T, Ekonomi och Teknik Förlag	180,5	151,7	-37,9	-2,9	Fack- och affärstidskrifter
Ove Jerselius/Prolex Film & Video	Frida Förlag	90,3	102,6	21,7	20,9	Populärpress
OK ekonomisk förening	OK-Förlaget	67,3	72,5	-2,3	2,1	Konsumentmagasin
Leif Hagen/Bokförlaget Träff-Sweden	Tre-Mag Sweden	74,6	69,1	0,5	0,1	Herrtidningar
Svenska Kyrkan	Svenska Kyrkans Press	61,5	67,6	-1,1	0,7	Organisationstidning

Tabell 2.11 Forts

Ägare	Förlag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
De Telegraaf	TTG Sverige	60,0	66,1	-4,8	-2,0	Specialtidningar
Svenska Travsportens Centralförbund	Trav- och Galoppronden	62,6	63,1	2,7	2,5	Specialtidning
HSB (50), Hyresgästernas Riksförbund (50)	Vår Bostad	72,7	61,7	1,9	0,9	Organisationstidning
Christopher Östlund	Östlundsfären ¹	55,5	79,7	2,9	2,8	Populärpress och specialtidning
	Lotsatorgruppen i Sverige ⁷	26,9	33,3	1,9	1,3	
	Plaza Publishing Group ⁸	28,6	46,4	1,0	1,5	
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfonder	Schibsted ASA ¹	35,7	54,2		2,8	Serietidningar Sporttidning
	Full Stop Media	25,6	34,7	0,2	0,7	
	Hierta Förlag	10,1	19,5	3,0	2,1	
Scandinavian Airlines System	SAS Media	48,9	53,8	-9,9	-0,8	Kundtidningar
Fackförbunden Metall (39), Pappers (20), Industri (20 och Grafiska (20)	Dagens Arbete	53,7	51,9	0,9	2,5	Facklig press
...	Tidnings AB Ridsport ^{3,7}	33,9	43,9	1,6	9,8	Specialtidning och facklitteratur
Gerhard Nordström (50), Mikael Stillman (50)	Motorgruppen SN	41,6	40,0	3,7	2,4	Specialtidningar
...	Rosén & Dackevall Media	30,7	36,4	0,7	0,8	Motortidningar
Mats Drougge Media	MDM Independent Publishing	36,1	35,7	4,0	4,0	Magasin
John Hardwick	Medact Media Group	32,9	34,8	1,1	0,7	Facktidningar
De Telegraaf (50), The Hearst Corporation (50)	TTG Hearst AB (TTG CosmoMag)	31,3	33,9	-4,0	0,3	Populärpress
Olle Wärmlöf (90), Ewa Helmrich (10)	Tidningshuset Kvällsstunden	28,6	29,9	10,5	9,1	Populärpress
Stefan Astesana (50), Timo Tuhkanen (50)	Apeiron Förlag	25,8	27,9	-0,5	0,9	Facktidningar
Bo Svensson ⁹	Förlags AB Storberget	30,5	27,4	3,0	2,1	Specialtidningar
Next World Sverige	Sporres Förlag ¹⁰	25,2	26,0	0,4	-1,8	Gratisidskrifter
Energica Förlag (60), Medström (40)	Hälsa & Helhet Förlag	25,7	25,4	2,4	2,1	Specialtidning
Stenbecksfären/MTG	Redaktörerna i Stockholm	17,4	24,6	1,9	2,2	Kundtidningar
Lotsatorgruppen i Sverige (<50)	Station 5 ⁸	11,2	23,3	0,3	0,6	Specialtidningar, populärpress
Bertelsmann/Grafeo Holding	Publicisterna Söderberg & Co	31,1	23,2	-1,7	-1,7	Kundtidningar
Anders Abenius (24), Per-Ola Jonasson (24), Pär Sundberg (24)	Off the Wall Publishing (OTW)	10,9	22,4	-1,4	3,6	Kundtidningar
Mediaprovider Scandinavia	Modern Kommunikation Förlag på Liljeholmen	16,2	21,9	0,2	0,2	Specialtidningar
Arbetarrörelsen	LO-Tidningen	21,7	21,5	0,0	-0,4	Facklig press
...	Tidningen Hifi Musik	19,7	21,5	-0,2	0,2	Specialtidning

Tabell 2.11 Forts

Ägare	Förlag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Familjen Erkkö/SanomaWSOY ¹¹	Milvus Förlag	20,9	21,4	2,4	2,1	Specialtidningar
...	Emma Publishing	21,3	20,1	0,0	-1,5	Specialtidning, facktidning
...	First Publishing Group	5,7	19,3	-4,3	-2,1	Specialtidningar
Christian Nyeröd (64), Kerstin Nilsson (24) ¹²	Vagabond Media	15,8	17,9	0,4	1,0	Specialtidning
Sveriges Verkstadsförening	Verkstädernas Förlag	17,8	17,4	0,2	-0,2	Facktidning
Centerrörelsen	Idrottsbladet Förlag	16,9	17,1	3,0	2,9	Specialtidning
ETC Konsultation (50), Gunnar Wesslén (30), Joan Estees-Lindskog (20)	Föräldrar och barn i Stockholm	15,6	16,4	0,4	0,6	Specialtidning
Mittmedia	Dau Förlag	18,0	14,4	-2,5	-1,6	Specialtidningar
Medströms Invest (40), Madeleine Hagberg (34)	Antikbörsens Förlag	11,5	13,1	0,2	0,8	Specialtidning
Henrik Meerburg (70), Rolf van der Brink (15), Matthias Kallio (15)	Dagens Media Sverige ¹³	13,7	12,3	0,4	0,2	Facktidning
Familjen Hansen	B Hansen Media	13,1	11,8	0,6	-0,7	Facktidningar
Mats Lagergren (27), Oscar Swartz (13)	QX Förlag ⁸	8,6	11,7	0,0	0,6	Gratistidning
...	B & K Sports Magazine ⁸	10,5	11,5	0,6	1,3	Specialtidning
Åkerikonsult	SÅ-Åkeriförlaget	14,4	11,2	1,5	-1,1	Facktidning
...	Elektronik i Norden	13,8	10,7	0,1	-0,5	Specialtidning
Jan-Olov Ekelund (51), Tidnings AB Stampen (49)	Rubrik Media (Publicistbyrå i Sverige)	11,2	10,7	0,6	0,3	Kundtidningar
Medianorth Group OY ¹⁴	Nöjesguidens Förlag MSG	12,4	10,1	0,7	0,1	Gratistidning
Wheels Publishing ¹⁵	Wheels Magazine ¹⁵	14,0	9,6	2,3	1,3	Specialtidning
	Dagens Medicin Sverige ²	56,6		2,4		Facktidning

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

² Dagens Medicins moderbolag, Medicine Today International, ägdes fram till april 2003 till lika delar av E+T Förlag och Bonnier Media, då Bonnier Tidskrifter förvärvade hela bolaget.

³ Inklusive bokutgivning.

⁴ ICA Förlaget bytte hösten 2004 namn till Forma Publishing Group. Resultat avser rörelseresultat.

⁵ Medströmsförlagen bytte hösten 2004 namn till Hjemmet Mortensen Sverige.

⁶ E+T ägdes fram till hösten 2003 av Liber (50) och Ingenjörsförlaget Förvaltnings AB (50) och ägs sedan hösten 2005 av Talentum.

⁷ De ekonomiska uppgifterna avser även annan verksamhet än tidskriftsutgivning.

⁸ De ekonomiska uppgifterna avser 2002 (07) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

⁹ Förlags AB Storberget förvärvades 2004 av LRF Media.

¹⁰ De ekonomiska uppgifterna 2003 avser 2003 (01) - 2004 (06).

¹¹ Milvus Förlag förvärvades våren 2004 av Medströmsförlagen.

¹² Vagabond media förvärvades sommaren 2005 av Egmont.

¹³ De ekonomiska uppgifterna 2002 avser 2001 (07) - 2002 (12).

¹⁴ Nöjesguidens Förlag förvärvades sommaren 2005 av Sanoma WSOY.

¹⁵ Wheels Magazine förvärvades hösten 2003 av Medströmsförlagen. De ekonomiska uppgifterna 2003 avser 2003 (05) - 2003 (12).

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.12 Utländskt ägande på den svenska tidskriftsmarknaden 2005

Ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
Aller	Danmark	Aller Business	100	Facktidningar
Aller	Danmark	Allers Förlag	100	Populärpress och specialtidningar
Aller	Danmark	Baltic Press	100	Herrtidningar
Aller	Danmark	Se & Hör Förlag	100	Populärpress
Areol Group	Norge	AT Produktion	60	Facktidningar
De Telegraaf	Nederländerna	TTG Sverige	100	Specialtidningar
De Telegraaf	Nederländerna	TTG Hearst	50	Populärpress
Egmont Fonden	Danmark	Egmont Tidskrifter	100	Veckopress
Egmont Fonden	Danmark	Egmont Kärnan	100	Serie- och ungdomstidningar
Egmont Fonden	Danmark	Vagabond Media	100	Specialtidning
Lagardère/Hachette	Frankrike	Hachette Filipacchi Sverige	100	Magasin och specialtidningar
Hearst Corporation	USA	TTG Hearst	50	Populärpress
Hjemmet Mortensen ¹	Norge	Hjemmet Mortensen Sverige	100	Specialtidningar
IDG Communications	USA	IDG International Data Group	100	Facktidningar och specialtidningar
Medianorth Group	Finland	Nöjesguiden Förlag	100	Gratistidskrift
Reader's Digest	USA	Det Bästa	100	Magasin
Scandinavian Publishing Group	Danmark	Tre-Mag Sweden	100	Herrtidningar
Schibsted	Norge	Full Stop Media	100	Serietidningar
Schibsted/Aftenbladet	Norge	Hierta Förlag	100	Sporttidning
Talentum	Finland	E+T Förlag	100	Fack- och affärstidskrifter
Taylor & Francis	Storbritannien	Taylor & Francis AB	100	Vetenskapliga tidskrifter

¹ Hjemmet Mortensen ägs till lika delar av Egmont och Orkla.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.13 Svenskt ägande av tidskriftsförlag i utlandet 2005

Ägare	Bolag	Ägarandel (%)	Bransch	Land
Albinsson & Sjöberg	Fabas Norge	100	Motortidningar	Norge
Albinsson & Sjöberg	Svensk-polska Motorhuset	51	Motortidningar	Polen
Bonnier	Bonnier Publications	100	Specialtidningar	Danmark
Bonnier	Forlaget Benjamin	51	Specialtidningar	Danmark
Bonnier	Bonnier Publications	100	Specialtidningar	Finland
Bonnier	Bonnier Publications	100	Specialtidningar	Norge
Bonnier	Globus Comunicaci6n	51	Specialtidningar	Spanien
Bonnier/Medicine Today International	Dagens Medicin	50	Facktidning	Danmark
Bonnier/Medicine Today International	Mediutiset	50	Facktidning	Finland
Bonnier/Medicine Today International	Dagens Medisin	50	Facktidning	Norge
Bonnier/Medicine Today International	Puls Medycyny	100	Facktidning	Polen
Forma Publishing Group	Forma OY	100	Specialtidningar och magasin	Finland
Mentor Online	Mentor Online AS	100	Facktidningar	Norge
Motorgruppen SN	MotoPress ApS	100	Motortidning	Danmark
Motorgruppen SN	Kustannusyhti6 THL Media	100	Motortidning	Finland
Motorgruppen SN	MotoPress AS	100	Motortidning	Norge
Mediaprovider Scandinavia	Modern Kommunikation F6rlag	85	Specialtidning	Danmark

Källor: Årsredovisningar.

2.3 Böcker

Bokmarknaden har under det nya seklet genomgått en mycket dynamisk utveckling. De flesta kurvor har pekat uppåt. Mellan åren 2000 och 2004 ökade den totala försäljningen av allmänlitteratur med 39 procent, det totala antalet tryckta volymer med 24 procent och tryckta pocketböcker med hela 75 procent. Sänkningen av momsen 2002 brukar framhållas som en viktig förklaring till den snabba tillväxten, men det fanns redan tidigare en uppåtgående trend.

Bokförlagsbranschen i sin helhet karaktäriseras av en mycket stark kontinuitet. Många av de ledande aktörerna har sina rötter i förlag 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.

Tre dominanter – Bonniers, Liber 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. Under en period delade koncernen upp utgivningen genom att starta nya förlag, men sedan mitten av 1990-talet har antalet förlag minskat genom interna fusioner. Bonniers tyngdpunkt ligger på de allmänlitterära förlagen Albert Bonniers Förlag, Wahlström & Widstrand, Forum samt barn- och ungdomsförlaget Bonnier Carlsen. Med åtta bokklubbar som delvis konkurrerar med varandra har gruppen en fortsatt stark ställning i försäljningsledet. Bonniers finns även representerade på läromedelsmarknaden med Bonnier Utbildning (se även 3.2).

Genom en rad fusioner bildades 1990 Liber-koncernen 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. Förlagsgruppen har en mycket bred utgivning av

läromedel på alla stadier liksom av litteratur inom ekonomi, juridik, teknik etc.

KF Media har genom olika förvärv byggt upp en bred verksamhet på bokmarknaden. Sedan KF hösten 1997 köpt Norstedts förlag fusionerades detta förlag med Rabénförlagen. Den omorganiserade förlagsgruppen med P.A. Norstedt & Söner som moderbolag omfattar även landets ledande barn- och ungdomsförlag Rabén & Sjögren och faktaförlaget Prisma. KF Media har också en stark ställning i försäljningsledet genom bokhandelskedjan Akademibokhandeln och internetbokhandeln Bokus (se även 3.5).

Profilerade förlag starka inom sina nischer

Bokförlaget Natur och Kultur startades 1922 av Johan Hansson. Grundarens intresse för folkupplysning återspeglades i en omfattande utgivning av fackböcker, men också av skönlitteratur och barnböcker. Hansson överlät 1947 förlaget till en stiftelse. Förlaget präglas fortfarande av grundarens idéer med bland annat inriktning på böcker inom psykologi, humaniora, samhällsvetenskap, vård och medicin. Natur och Kultur hör även till de ledande utgivarna av skönlitteratur och barnböcker. Tyngdpunkten i verksamheten ligger dock på läromedelsområdet, där förlaget hör till de allra största. Fackboksförlaget LT inköptes 1990 och bildar en egen utgivningsenhet.

Bra Böcker grundades 1965 av Rolf Jansson och nådde snabbt stor framgång med en bokklubb som sålde paket om tre böcker till sina kunder. Sedan förlaget drabbats av ekonomiska problem övertogs det 1994 av International Masters Publisher (IMP), ett världsomspännande samlarkortsförlag ägt av familjen Tönnesson. Bra Böcker, som sedan 1972 givit ut uppslagsböcker, slöt 1985 ett avtal med staten om att ge ut Nationalencyklopedin. Det nya uppslagsverket blev en stor framgång och 110 000 verk hade sålts när det sista bandet utgavs 1996. När försäljningen av Nationalencyklopedin ebbade ut samtidigt som den övriga verksamheten gick dåligt drabbades förlaget återigen av stora ekonomiska problem. Nationalencyklopedin fördes över till ett eget bolag år 2000 och året därpå sålde IMP hela bokförlagsverksamheten, inklusive det lönsamma barn- och ungdomsförlaget Stabenfeldt, till systerkoncernen Cydonia, även den ägd av familjen Tönnesson.

Den danska koncernen Egmont är representerad i Sverige med två förlag. Egmont Richter är främst inriktad på underhållningslitteratur av alla typer och för alla åldrar, men ger även ut en del fackböcker. Förlaget driver även ett tiotal bokklubbar, varav hälften är för barn. Egmont Kärnan saluför ett brett utbud för mindre barn med pek- och pysselsböcker, spel och pussel.

Ytterligare två stora nordiska mediekoncerner gick under 1990-talet in på den svenska bokmarknaden. SanomaWSOY äger läromedelsförlaget Docendo samt Bertmarks Förlag, som säljer årsböcker i hela Skandinavien. Schibsted har massmarknadsförlaget Boknöje och Svenska Förlaget, som har en omfattande utgivning av affärlitteratur.

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 Verbum-koncernen, ägd av bland andra Svenska Kyrkan och Missionsförbundet. Det största förlaget i gruppen är läromedelsproducenten Gleerup, medan Verbum framför allt ger ut fackböcker. Ett annat förlag med utgivning av religiösa verk är Libris, ägd av olika frikyrkor.

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 och kommunala församlingar. De allmänlitterära förlagen är verksamma på en konsumentmarknad där de bjuder ut sina verk i konkurrens med hundratals andra titlar. De skönlitterära förlagen arbetar dessutom ofta på mycket lång sikt genom att odla författarskap som kanske inte blir lönsamma förrän efter tio – femton års utgivning. På den allmänlitterära marknaden har det i hela västvärlden funnits en tendens det senaste decenniet mot att bestsellers säljer allt bättre och blir allt viktigare för förlagens lönsamhet.

I Sverige har det funnits en mycket lång tradition att förlagen inte aktivt skall försöka ta författare av varandra. Författarna har å sin sida i regel visat stor trohet mot sina förlag. Mot den bakgrunden väckte det stor uppmärksamhet när Piratförlaget bildades 1999 med bland annat två bestsellerförfattare, Jan Guillou och Liza Marklund, bland ägarna. Det nya förlaget deklarerade att det skulle erbjuda bra säljande författare bättre villkor än branschen i övrigt. Flera populära författare gick också över till uppstickaren. Företrädare för de etablerade förlagen kritiserade Piratförlaget för att endast ge ut mycket lönsamma författare och inte som de andra allmänlitterära förlagen även ägna sig åt en kostnadskrävande utgivning av diktsamlingar, essäer, och nya unga författarskap. Piratförlaget etablerade sig emellertid snabbt som ett av de större och allra mest lönsamma skönlitterära förlagen.

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

det ovan nämnda Egmont Richter, följd av det familjeägda B Wahlströms. Harlequin, ägd av den kanadensiska mediekoncernen Torstar och Boknöje, ägd av Schibsted, har båda en omfattande utgivning av massmarknadsböcker.

Stora och små aktörer på delmarknaderna

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, som år 2001 hade en omsättning på cirka 160 respektive 90 miljoner kronor (färska siffror saknas eftersom koncernerna inte särredovisar sin barnboksverksamhet). De möter främst konkurrens från Opal, Alfabeta, Natur och Kultur, Berghs samt Eriksson & Lindgren, som har en barnboksomsättning i storleksordningen 7 till 30 miljoner kronor.

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 alla en omsättning som understiger 6 miljoner kronor. En billigare produktionsteknik i kombination med det statliga litteraturstödet har gjort det möjligt att starta små förlag, vilka ofta drivs närmast på ideell grund.

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

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. De viktigaste försäljningskanalerna utgörs av bokhandeln, bokklubbarna samt varuhusen med marknadsandelar 2003 på 47, 20, respektive 13 procent. 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 dock Bonnierförlagen som äger merparten av de största klubbarna. Bonniers har även engagerat sig i den växande näthandeln genom att år 2004 förvärva aktiemajoriteten i en av de större internet-bokhandlarna, Ad Libris.

De utländska ägarna har under det senaste decenniet flyttat fram sina positioner på den svenska marknaden. Wolters Kluwer, en av världens större förlagsgrupper inom juridik och ekonomi, är en av de tre stora aktörerna i Sverige. De två kanadensiska mediekoncernerna Thomson och Torstar finns representerade med vitt skilda typer av utgivning, juridik och ekonomi respektive Harlequin-böcker (Tabell 2.15).

Bonniers har sedan 1987 gjort en lång rad utländska förvärv av i första hand kvalitetsförlag och är numera en av de största aktörerna i såväl Norge, Danmark som Finland. Även på den stora tyska marknaden har Bonniers nått framgångar framför allt på barnbokssidan bland annat genom utgivning av Harry Potter-böckerna. Den utländska verksamheten svarade 2003 för cirka 70 procent av affärsområdet Bonnier Books' totala omsättning (Tabell 2.16).

Referenser

- Gedin, Per I (2000) Det handlar inte bara om pengar, *Dagens Nyheter* 2000-12-14.
Nationalencyklopedin.
SOU 2005:12. *Det skall vara billigt att köpa böcker och tidskrifter – slutrapport. Bokpriskommisionen*. Stockholm: Fritzes.
Svenska Förläggarföreningens branschstatistik 2004. (www.forlaggareforeningen.se).
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.
Österberg, Carin (1987) *Natur och Kultur. En förlagskrönika: 1922-1986* Stockholm: Natur och kultur.

Tabell 2.14 Företag på den svenska bokmarknaden. Intäkter och resultat 2002-2003 (miljoner kronor)

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
KF	KFMedia-gruppen ^{1,2}	1 635,8	1 630,9	-5,8	43,3	
	KF Media	1 520,6	1 513,3	16,0	41,6	
	Akademibokhandelsgruppen	1 064,7	1 106,1	...	...	Bokhandelskedja
	P A Norstedt & Söner gm	455,8	425,5	...	...	Allmänlitteratur, barnböcker
	Rabén & Sjögren, Norstedts Förlag, Bokförlaget Prisma, Norstedts Ordbok, Tiden, ePan					
	Bokus	115,2	117,6	-21,8	1,7	Internetbokhandel
Familjen Bonnier	Bonnier AB ²	1 438,7	1 554,1	174,5	209,6	
	Bonnierförlagen gm Albert Bonniers Förlag, Forum, Wahlström & Widstrand, Bonnier Utbildning, Bonnier Carlsen, Bonnier Fakta, Bokförlaget DN, Rebus, Semic samt åtta bokklubbar	1 309,1	1 435,0	163,0	199,7	Allmänlitteratur, barnböcker, läromedel, bokklubbar
	Bonnier Audio	74,5	70,4	9,0	5,3	Ljudböcker
	Ekerlids Förlag	27,4	28,7	1,7	2,8	Allmänlitteratur
	MaxStröm Bokförlag	13,9	20,0	0,1	1,8	Allmänlitteratur
	Förlaget Rebus	13,8		0,7		Barnböcker
Wolters Kluwer	Liber	945,1	943,4	117,8	94,0	Läromedel, facklitteratur
Litorina (68), Svensk Biblioteksforening (23) ³	Bibliotekstjänstsfören ²	879,0	571,5	60,3	...	
	Bibliotekstjänst	644,1	348,9	54,7	...	Bibliotekstjänster
	BTJ Seelig	234,9	222,6	5,6	...	Bokdistribution
Egmont Fonden	Egmont International Holding ²	ca 300	ca 315	...	...	
	Egmont Richter	185,0	194,5	-6,5	-0,4	Underhållningslitteratur
	Egmont Kåman ⁴	...	...	...	...	Barnböcker
Svenska kyrkan (49), Svenska Missionsförbundet (33)	Verbum AB	249,4	310,2	-14,6	20,0	
	CWK Gleerups Utbildningscenrum	144,6	158,7	6,7	12,7	Läromedel
	Verbum Förlag	70,9	114,8	1,8	17,0	Religiös litteratur
	Förlagshuset Gothia	23,4	24,1	4,2	2,8	Läromedel
	Bokförlaget Cordia	9,9	12,6	-1,1	-1,4	Religiös litteratur
Stiftelsen Bokförlaget Natur och Kultur	Natur och Kultur	ca 315	ca 310	...	...	Läromedel, allmänlitteratur
Familjen Tönnesson	Cydonia ²	279,7	246,3	-48,5	8,3	
	NE Nationalencyklopedin	111,6	68,5	-4,5	-20,5	Lexika
	Stabenfeldt	92,4	92,8	2,7	23,4	Barnbokklubbar (inkl verksamhet i Finland)
	Bra Böcker	73,7	85,1	7,1	5,4	Allmänlitteratur
Familjen Bratt	Studentlitteratur	266,6	246,1	9,2	12,1	Läromedel
Familjen Wahlström	J.A. Lindblads Bokförlag	179,5	187,8	5,0	3,7	
	B Wahlströms Bokförlag	114,2	111,4	1,1	0,7	Underhållningslitteratur
	Förlagssystem JAL	62,4	82,3	4,6	3,3	Service till bokförlag
	Kungsholmen Bokhandel	8,2	7,9	0,2	0,0	Bokhandel
The Thomson Corporation Group	Thomson Fakta	148,8	141,6	6,9	9,2	Facklitteratur
Familjen Erko (48)	SanomaWSOY ²	149,1	140,5	...	...	
	Bertmark Media	131,5	126,6	...	...	Årsböcker
	Docendo Sverige	17,6	13,9	-7,2	-3,7	Läromedel
Allalin LLC (19), Johan Arvidsson (12), Fabian Fischer (11), Natur och Kultur (10) ⁵	AdLibris	78,7	128,7	5,0	8,6	Internetbokhandel
KF Media (50) Opal (50)	Barnens Bokklubb	97,2	109,6	13,7	15,6	Barnbokklubbar

Tabell 2.14 Forts

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Jan Guillou (33), Liza Marklund (33), Anne-Marie Skarp (33)	Piratförlaget	84,4	98,5	13,6	19,4	Allmänlitteratur
ICA Förbundet	ICA-förlaget	ca 80	ca 80	...	...	Handböcker
Föreningen Ordfront	Ordfront AB	75,3	69,1	-4,4	-3,6	Allmänlitteratur, bokklubb
	Ordfront Förlag	69,2	71,1	-0,4	-0,9	
	Ordfront Galago	0,8		-1,0		
	Lyrikklubben	1,9	1,9	-0,8	-0,8	
Mathias Engdahl (80), Per Gedin (20) ⁷	Pocket Shop	56,4	65,4	6,1	5,6	Bokhandel
KF Media (36), Natur och Kultur (24), Thomas Fischer (15), Rolf Skog (13)	Böckernas Klubb	65,2	59,8	5,0	0,9	Bokklubb
Reader's Digest	Reader's Digest AB ⁸	77,7	54,2	-6,6	8,1	Allmänlitteratur
Nybygget (59,5), Svenska Baptist-samfundet (25,5), Dagengruppen (15)	Libris Media	49,9	51,4	0,5	-0,6	Religiös litteratur
Torstar Corporation	Förlaget Harlequin	49,2	51,2	...	...	Underhållningslitteratur
Byggentreprenörerna	Byggförlaget	39,3	36,3	0,4	1,1	Facklitteratur
Björn Andersson (50), Erik Osvalds (50)	Svenska Historiska Media ⁸	32,2	35,4	4,0	3,4	Facklitteratur och tidskrift
Stenbecksfären	Brombergs Bokförlag	20,1	32,9	3,4	6,2	Allmänlitteratur
Familjen Strömberg	Svenska Sportförlaget	30,4	32,8	4,1	7,8	Idrottslitteratur
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfonder	Schibsted ²	29,6	30,0	3,0	2,0	Facklitteratur
	Svenska Förlaget Liv & Ledarskap	15,7	15,8	-0,5	-1,0	
	Boknöje	13,9	14,2	3,5	3,0	
Dag Herfried (60), Schildts Förlag (40)	Alfabeta Bokförlag	29,9	28,2	4,8	0,9	Barnböcker
Familjen Ekelund ⁹	Ekelunds Förlag	29,7	27,9	0,9	0,8	Läromedel
Svenska Litteratur-sällskapet (25) m fl ¹⁰	Bokförlaget Atlantis - koncernen	27,0	27,5	1,3	1,6	Allmänlitteratur
	Bokförlaget Atlantis - moderbolag	24,8	21,7	3,0	0,3	
	Förlaget Signum	4,3	4,2	-2,7	-0,5	
...	Affidavit Förlag	21,2	21,4	1,2	1,9	Sportböcker
Familjen Segerhjelm (50), Bengt Christell (34), Catrine Grimlund (16)	Bokförlaget Opal	29,9	20,3	10,2	10,5	Barnböcker
Atlantis (50), KF Media (50)	Clio den historiska bokklubben	21,4	18,8	...	...	Bokklubb
Mentor Online	Industrilitteratur	21,9	17,9	-0,8	-1,5	Facklitteratur
Fredrik Paulün ¹¹	Fitnessförlaget i Europa	11,6	14,6	1,4	-0,1	Facklitteratur
J A Lindblads Bokförlag (50), Alfabeta (25), Bokcentrum (25)	Svenska Internetbokhandeln	9,5	14,0	-0,8	-0,3	Bokförsäljning via internet
Ordfront (25), ABF (25), Vuxenskolan (25), En bok för allas vänner (25)	En bok för alla	14,7	13,6	0,9	0,8	Allmänlitteratur, barnböcker
Dan Israel (51), Henning Mankell (49)	Leopard Förlag	23,5	12,1	1,4	1,4	Allmänlitteratur
Trygve Carlsson	T Carlsson Bokförlag	11,2	10,9	0,2	0,3	Allmänlitteratur
Sigge Sigfridsson	Ordupplaget	4,8	10,1	2,9	0,1	Allmänlitteratur

Tabell 2.14 Forts

Ägare	Företag/förlag/bokklubb	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Christina Sejte	Symposion	7,6	9,6	0,1	0,1	Allmänlitteratur
Carl Hafström (24), Opal (24), Dictum (24), Rabén & Sjögren (17), Tre Lindgren (12)	Berghs Förlag	8,4	9,4	0,9	1,0	Barnböcker
Lennart Groth ²	Nautiska Förlaget Holding	8,7	9,4	1,6	3,4	
	Nautiska Förlaget	5,1	5,4	0,6	0,7	
	Nautiska Bokklubben	3,6	4,0	1,1	2,7	
Lars Hjalmarson, Jörgen Högberg	Hjalmarson & Högberg Bokförlag	3,5	7,6	0,0	0,1	Allmänlitteratur
Stiftelsen Juridisk Fakultetslitteratur (50), Juridiska föreningen i Uppsala 50	Iustus Förlag	7,7	7,3	0,7	0,4	Facklitteratur
Marianne Eriksson (56) Norstedts (39)	Eriksson & Lindgren Bokförlag	7,8	7,2	-0,1	0,1	Barnböcker
Bo Streiffert	Streiffert Förlag	6,5	7,0	0,5	0,6	Facklitteratur
Familjen Wahlén	Bokförlaget Settern	5,1	6,9	0,2	0,6	Allmänlitteratur
Anna-Lena Hultberg (51), Lars Danielsson (49)	Bokförlaget Kommunlitteratur	8,3	6,7	1,1	0,6	Facklitteratur
	Bokförlaget Hegas	3,8	3,2	0,7	0,4	Allmänlitteratur
Ulf Heimdahl	Informationsförlaget ³	10,2	6,6	-0,8	0,3	Uppdragsproduktion
...	Bokförlaget Daidalos	5,4	5,9	0,9	1,2	Allmänlitteratur
Familjen Forsberg	Bengt Forsberg Förlag	7,3	5,7	0,1	0,4	Årsböcker
Tomas Fischer	Bokförlaget T Fischer & Co	5,6	4,8	-1,5	-4,7	Allmänlitteratur
Marie Arvinus	Arvinus Förlag ⁴	5,6	5,4	0,4	-0,5	Facklitteratur
Medström Invest (40), Stefan Sauk, Bosse Schön, Thomas Magnusson	Storyside	-	5,4	-	-0,6	Ljudböcker
...	Uppsala Publishing House	6,2	5,2	0,0	0,0	Läromedel
...	Bokförlaget Lind & Co ⁵	3,6	4,6	0,2	0,2	Allmänlitteratur
David Stansvik	Bokförlaget Nya Doxa	6,2	4,5	0,3	0,5	Allmänlitteratur
Lena Pilborg	Tre Böcker Förlag	7,2	4,5	1,1	0,4	Allmänlitteratur
Per Åkerlund	Artos Bokförlag	4,3	4,5	0,3	0,3	Facklitteratur
Familjen Gidlund	Gidlunds Förlag	4,3	4,5	0,4	0,5	Allmänlitteratur
Bengt Nordin	Bengt Nordin Agency ⁶	4,5	3,7	3,4	1,6	Litterär agentur
Elisabeth Odén Svensson	Bokförlaget Valentin	4,6	3,5	0,2	-0,1	Allmänlitteratur
...	Modernista	3,6	2,8	0,6	-0,1	Allmänlitteratur
Bengt Berg	Heidruns Förlag ⁶	2,7	2,5	0,4	0,1	Allmänlitteratur
Piratförlaget (50), Natur och Kultur, AdLibris	Elib	2,2	2,0	-0,4	-1,0	e-böcker
Familjen Janséus	Corona	2,1	1,9	-0,5	-0,7	Läromedel
Ulla-Britt Sjöstrand	Sjöstrands Förlag ⁶	2,1	1,7	0,1	-0,1	Barnböcker
...	Bäckströms Förlag ⁶	2,4	1,4	0,2	-0,1	Allmänlitteratur
...	Ellerströms Förlag	1,1	1,4	-0,2	0,2	Allmänlitteratur
...	Alhambra Förlag	1,8	1,0	0,1	-0,1	Allmänlitteratur
Paul Brunton Stiftelsen	Bokförlaget Robert Larson	1,3	1,0	0,0	0,0	Allmänlitteratur

Anm: Detaljhandelsföretag är medtagna endast i de fall de tillhör företag med förlagsverksamhet. Uppgifterna avser det verksamhetsår som till minst sju månader infallit under 2003.

() Ägarandel i procent.

¹ Intäkter och resultat omfattar även tidskriftsutgivning.

² De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens sammanlagda verksamhet på bokmarknaden i Sverige exklusive koncernelimineringar.

³ Ägare t o m juni 2003: Svensk Biblioteksförening (75), KF Media (26). De ekonomiska uppgifterna för BTJ Intressenter pro forma för 2003.

⁴ Egmont Kärnan övertog 2002 koncernens serietidningsutgivning. Intäkterna från bokutgivning uppgick 2001 till 118,6 Mkr.

⁵ Bonnierförlagen övertog hösten 2004 aktiemajoriteten i AdLibris.

⁶ De ekonomiska uppgifterna avser 2002 (07) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

⁷ Mathias Engdahl blev hösten 2004 ensam ägare av Pocketshop.

⁸ De ekonomiska uppgifterna omfattar även tidskriftsutgivning.

⁹ Verbum förvärvade hösten 2004 Ekelunds Förlag.

¹⁰ Atlantis ägs av Svenska Litteratursällskapet (25), Föreningen Konstsamfundet (15), Söderström & Co (15), Niilo Helanders stiftelse (15), Kjell och Märta Beijers stiftelse (15), Kjell Peterson (15).

¹¹ Bonnierförlagen förvärvade hösten 2004 Fitnessförlaget. De ekonomiska uppgifterna avser 2002 (02) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.15 Utländskt ägande på den svenska bokmarknaden 2005

Utländsk ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
Egmont Fonden	Danmark	Egmont Richter	100	Underhållningslitteratur
Egmont Fonden	Danmark	Egmont Kärnan	100	Barnböcker
Sigrun Halldors	Danmark	PP Förlag	100	Kokböcker
Reader's Digest	USA	Det Bästa	100	Allmänlitteratur
SanomaWSOY	Finland	Bertmarks	100	Årsböcker
SanomaWSOY	Finland	Docendo Sverige	100	Läromedel
Schibsted	Norge	Svenska Förlaget Liv & Ledarskap	100	Facklitteratur
Schibsted	Norge	Boknöje	100	Allmänlitteratur, bokklubb
Schildts Förlag	Finland	Alfabeta	40	Barnböcker
Svenska Litteratursällskapet m fl	Finland	Atlantis	>50	Allmänlitteratur
Svenska Litteratursällskapet m fl	Finland	Förlaget Signum	>50	Konstböcker
Thomson Corporation	Kanada	Thomson Fakta	100	Facklitteratur
Torstar	Kanada	Harlequin	100	Underhållningslitteratur
Wolters Kluwer	Nederländerna	Liber	100	Läromedel, facklitteratur
Wolters Kluwer	Nederländerna	Norstedts Juridik	100	Facklitteratur

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.16 Svenskt ägande på den utländska bokmarknaden 2005

Ägare	Förlag/ bokklubb	Ägarandel (%)	Bransch	Land
Bibliotekstjänst	BTJ Danmark	100	Biblioteksservice	Danmark
Bibliotekstjänst	BTJ Kirjastopalvelu	80	Biblioteksservice	Finland
Bonnier	Five Mile Press	>50	Bokförlag	Australien
Bonnier	Parasol	100	Bokförsäljning	Belgien
Bonnier	Akademisk Forlag	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	Alfabeta Forlag	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	Børsen Forlag	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	Forlaget Carlsen	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	L & R Uddannelse	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	Lindhart og Ringhof	100	Bokförlag	Danmark
Bonnier	Bogklubben 12 Bøger	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Bogklubben for børn	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Bogklubben BT	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Bogklubben Rasmus	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Børsen Bogklubb	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Den faktyrlige bogklub	100	Bokklubb	Danmark
Bonnier	Kolibri	100	Bokförlag	Finland
Bonnier	Kustannus Helmi	100	Bokförlag	Finland
Bonnier	Tammi	100	Bokförlag	Finland
Bonnier	Taskukirja Loisto	25	Bokförlag	Finland
Bonnier	Lasten Parhaat Kirjat	100	Bokklubb	Finland
Bonnier	Piccola	100	Bokförlag	Frankrike
Bonnier	Parasol	100	Bokförsäljning	Nederländerna
Bonnier	Sentraldistribusjon	100	Bokdistribution	Norge
Bonnier	J W Cappelens Forlag	100	Bokförlag	Norge
Bonnier	Cappelen Akademisk Forlag	100	Bokförlag	Norge
Bonnier	Babyglede	100	Bokklubb	Norge
Bonnier	Barnas Egen Bokklubb	100	Bokklubb	Norge
Bonnier	Cappelens Bokklubb	100	Bokklubb	Norge
Bonnier	Cappelens Hobbyklubb	100	Bokklubb	Norge
Bonnier	Romanklubben	100	Bokklubb	Norge
Bonnier	Autumn	100	Bokförlag	Storbritannien
Bonnier	arsEdition	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Blank	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Carlsen Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Econ/Ullstein/List	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Gabriel Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Kabel Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Malik Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Piper Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Bonnier	Thienemann Verlag	100	Bokförlag	Tyskland
Cydonia/Stabenfeldt	Pollux Hevoskerho	100	Bokklubb	Finland
Forma Publishing Group	Kustannus Oy Forma	100	Bokförlag	Finland
Piratförlaget	Piratforlaget	40	Bokförlag	Norge
Sanoma/Bertmark Media	Bertmark Danmark	100	Bokförlag	Danmark
Sanoma/Bertmark Media	Bertmark Norge	100	Bokförlag	Norge

Källor: Årsredovisningar.

2.4 Radio

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

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

"Lokalt förankrade radiostationer" inordnas i centralstyrda nätverk

När den privata lokalradion introducerades var den dåvarande borgerliga regeringens principiella utgångspunkt "att så långt det är tekniskt möjligt skapa förutsättningar för en fri radio". Regelverket skulle utformas "så att självständiga, lokalt förankrade radiostationer främjas." För att väsentligt öka antalet självständiga röster infördes regeln att en person, fysisk eller juridisk, inte fick inneha mer än en koncession. Tillstånd fick inte heller ges till "den som ger ut dagstidning eller den som har ett bestämmande inflytande i ett företag som ger ut en dagstidning eller till företag i vilket någon av de nämnda har ett bestämmande inflytande". Enda kravet på innehållet var att tillståndsinnehavaren under minst en tredjedel av sändningstiden per dygn sände "program som har framställts särskilt för den egna verksamheten" (Prop. 1992/93:70).

De 85 tillstånden fördelades via ett auktionsförfarande där den högstbjudande erhöll koncessionen under en åttaårsperiod mot erläggande av en årlig avgift. Merparten av koncessionerna ropades in av en handfull aktörer, som genom att uppträda under olika juridiska personer uppfyllde lagens krav på spritt ägande. De större aktörernas manövrer för att följa regelverket har medfört att ägarstrukturen på den privata lokalradiomarknaden kommit att bli komplicerad. På marknaden finns förutom tillståndsägande bolag även nätverksbolag för programproduktion, försäljningsbolag för riksannonser, lokala produktionsbolag, producenter av

lokala nyheter, försäljningsbolag för lokalannonser samt produktionsbolag för radioreklam.

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 populärmusik i olika format blandad med korta nyhetskommunikéer. Trots lagstiftarnas intentioner om självständiga, lokalt förankrade radiostationer bildades snabbt olika former av nätverk uppbyggda dels på ägarsamband, dels på samordnad programverksamhet och/eller reklamförsäljning. Kravet på särskilt producerade program löstes genom cd-växlare. Efter en rad fusioner och förvärv återstår tre grupperingar, MTG, SBS Broadcasting och Fria Media som kontrollerar så gott som hela den kommersiella radiomarknaden.

Den socialdemokratiska regeringen ändrade 2001 regelverket för tillståndsgivningen. Auktionsförfarandet avskaffades och en fast årlig koncessionssavgift på 40 000 kr infördes. Tillstånden fördelas av Radio- och TV-verket utifrån vissa kriterier om programinnehåll (eget material och program med lokal anknytning), ägarförhållanden samt tekniska och finansiella förutsättningar. I december 2001 utdelades elva nya tillstånd enligt de nya reglerna, varav dock flertalet inte kom att utnyttjas. De gamla koncessionerna löper till 2008 och berörs inte av de nya reglerna. Den sammanlagda koncessionssavgiften uppgår till 120 miljoner kronor, som kan ställas mot branschens totala intäkter som 2004 uppgick till 495 miljoner kronor. Radions andel av de totala reklaminvesteringarna har sedan 1997 legat på 3 procent.

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 som också utser ordförande för Sveriges Radio AB. Övriga styrelseledamöter i bolaget utses av ägarstiftelsen.

Sveriges Radio har fyra rikstäckande kanaler och 26 lokala kanaler. Under de senaste åren har dessutom flera digitala kanaler startats. Från hösten 2005 sänds samtliga kanaler, närmare 40, även via Internet. Landets i särklass största kanal är P4 med en daglig räckvidd på 35 procent. P3 är den kanal som utsatts hårdast av konkurrensen från den kommersiella radion och har minskat sin räckvidd från 17 procent 1995 till 11 procent 2005. P1 och P2 har med räckvidder på 11 respektive 2 procent i stort behållit sina lyssnare.

Stora mediekoncerner driver kommersiella nätverk

Sedan Stenbecksfären övertagit driften av franska NRJ:s 20 stationer och fyra stationer i Fria Media-gruppen kontrollerar MTG Radio 54 stationer med en total daglig räckvidd 2005 på över 23 procent. Störst är Rix FM-nätet som består av 36 stationer, vilka ägs av bolag i Stenbecksfären och/eller lokala tidningsföretag. MTG spelar dock i praktiken en nyckelroll i nätverket genom att äga de bolag som producerar program och svarar för den nationella annonsförsäljningen. Rix FM är med en daglig räckvidd på 17 procent störst av de kommersiella nätverken. MTG:s andra nätverk, Lugna Favoriter, omfattar 12 stationer med en räckvidd på 5 procent.

Det franska radioföretaget NRJ S.A., var den första utländska mediekoncern som gick in på den svenska radiomarknaden med ett tjugotal stationer. Bolaget använde sina erfarenheter av hårt formaterad musikradio på sitt svenska nätverk och lyckades snabbt nå höga lyssnartal, framför allt bland den yngsta publiken. I takt med att även konkurrenterna började målgruppsinrikta och formatera sina program har dock NRJ förlorat lyssnare. Sedan de flesta av NRJ-stationerna konverterats till stationer i Stenbecksfärens två huvudnätverk återstår endast tre NRJ-kanaler i storstäderna med en räckvidd på 3 procent.

Bonniers och SBS slog 2003 samman sina aktiviteter på radiomarknaden i ett bolag SBS Radio, där SBS äger 59 procent och Bonniers 41 procent. Bolaget kontrollerar 23 stationer och nådde 2005 en räckvidd på 12 procent. Mix Megapol är gruppens största nätverk med 16 stationer med en räckvidd på 6 procent.

Fria Media-gruppen är samlingsnamnet på de sju radiostationer i vilka Stiftelsen Fria Media i Jönköping har ägarintressen. Tre stationer ägs helt av stiftelsen, övriga samägs med lokala tidningar och entreprenörer. Stationerna har profilerat sig som lokala kanaler, som samsänder enbart regionalt och inte ingår i något nationellt nätverk. SBS Radio och Fria Media Gruppen driver en gemensam försäljning av riksannonser.

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 34 procent. Sveriges Radio har däremot under samma tid minskat sin dygnsräckvidd från 59 procent till 50 procent. Närradion ökade under samma tid sin räckvidd från 1,5 till 2,3 procent, sannolikt på grund av att vissa kommersiella kanaler numera sänder i närradion. Lyssnartidsandelarna uppgick till 65 procent för Sveriges Radio och 29 procent för den lokala privatradion. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är betydande. Den privata lokalradion når fler än Sveriges Radio i åldersgrupperna 9-34 år, medan i den äldsta åldersgruppen 65-79 år är Sveriges Radio dygnsräckvidd 80 procent mot privata lokalradions 3 procent.

Referenser

- Hadenius, Stig (1998) *Kampen om monopolet. Sveriges radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Institutet för Reklam- och Mediestatistik / IRM:s hemsida (www.irm-media.se)
- MedieSverige 2004. Statistik och analys* (2004) Red. Ulla Carlsson & Ulrika Facht. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Medieutveckling 2005*. (2005) Haninge: Radio- och TV-verket.
- Prop. 1992/93:70
- Radio- och TV-verkets hemsida (www.rtvv.se)
- RUAB Radioundersökningar AB:s hemsida (www.ruab.se)
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV: delbetänkande/ av Rådet för mångfald inom massmedierna*. Stockholm: Fritzes.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 2.17 Företag på den svenska radiomarknaden. Intäkter och resultat 2002-2003 (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster	
		2002	2003	2002	2003
Staten	Sveriges Radio	2 144,9	2 190,8	19,4	44,0
Stenbecksfären	MTG ¹	157,3	161,0	-39,7	-14,0
	MTG Radio	60,4	85,5	-12,7	-4,5
	Kilohertz	65,7	71,9	-6,4	-1,3
	MTG Lugna Favoriter	17,4	16,3	1,8	-0,1
	Production of World Entertainment Radio	5,9	5,0	-6,0	-4,0
SBS Broadcasting SA	SBS- sfären ²	83,4	97,9	...	...
SBS Broadcasting (59) Bonnier (41)	SBS Radio ³		40,9		-28,0
SBS Radio (100) (Bonnier) ⁴	Mix Megapol.se		9,2		0,4
SBS Radio (100) (Euradio) ⁴	RIS Vinyl Skåne		1,4		-2,0
SBS Broadcasting SA	SBS Radio Sweden				
	Radio City Stockholm ^{3,5}	31,8	20,0	-13,2	-12,2
	Radio City Malmö ^{3,5}	14,5	16,8	-1,4	3,7
	106,7 Rockklassiker ^{3,5}	11,0	9,0	-2,5	-2,6
Bonnier AB	Bonnier Radio ³	111,9	83,4	-28,2	19,2
Bonnier Radio AB	Mix Megapol.se	12,3		0,4	
Bonnier Radio AB (70), VLT (30)	RadioHästen	6,0		-1,7	
	Intressebolag till Bonnier AB				
Bonnier AB (50)	Vinyl 107 ⁹	6,2	6,2	-0,4	-0,4
Bonnier AB (50)	106,1 i Skåne ^{3,5}	5,4	4,1	0,2	0,0
Bonnier AB (50)	107,8 i Göteborg ^{3,5}	4,8	3,6	-0,2	-0,3
Bonnier AB (50)	105,5 i Dalarna F/B ^{3,5}	2,7	3,6	0,1	0,0
Bonnier AB (50)	Webbtorget.com ^{3,5}	4,4	3,3	0,3	0,1
Bonnier AB (10)	RIS Vinyl Skåne ³	7,7		-1,3	-2,0
	Fria Media-sfären ⁶	94,9	84,1	-9,5	-4,8
Stiftelsen Fria Media	Fria Medias Moder AB - koncernen	21,5	27,7	-16,7	-4,7
Fria Medias Moder	Radio Match	14,3	14,6	-0,4	0,3
Fria Medias Moder (67), Sydspress Media (33)	Fria Media i Blekinge ⁷	5,9	6,0	-0,9	0,0
	Intressebolag till Fria Medias Moder				
Fria Medias Moder (50), Östgöta Correspondenten (50) ⁸	Norrköpings Radio & Co	28,8	29,1	-5,4	-1,9
Fria Medias Moder (50), Helsingborgs Dagblad (50)	Radio Stella	14,1	13,7	-0,4	-1,1
Fria Medias Moder (50), Sydspress Media (25)	Reklamradio FMK	9,8	10,2	0,0	0,4
Fria Medias Moder (50), Bernt Harnesk (50)	Svensk Radiopartner Radio City	7,0	6,3	-0,8	-1,2
Fria Medias Moder (50)	Fria Radiobolaget i Borås	8,9	4,1	-0,5	-1,2
NRJ SA	NRJ-sfären ⁹	64,2	56,1	-43,1	-54,9
NRJ SA	RBS Broadcasting	31,3	27,2	53,7	-73,8
RBS Broadcasting	NRJ Media	70,8	59,4	-9,2	-9,5
Mittmedia Förvaltnings AB	Mittmedia-sfären	15,8	18,0	0,3	2,2
	Mittinfo i Sundsvall	7,9	7,8	0,5	0,9
	Radio i X-län	3,5	5,2	-0,1	1,0
	Radio Övik	3,1	3,5	0,3	0,6
Uppsala Nya Tidning	Uppsala Musikradio City	11,3	11,7	-2,9	-2,9
LDPI (Hallandsposten)	Radio Rix i Halmstad	7,6	8,5	...	1,5
Sydspress Media (22)	Radio Hit FM Melodicum	8,9	7,5	-0,5	-1,1
VLT	Bra Radio i Västerås	8,1	6,4	-0,2	-0,7
Västerbottens-Kuriren	VK Radio	5,7	5,6	1,9	2,2
Norrköpings Tidningar (60), SBS Radio (40)	Östersjöns Reklamradio	2,4	3,1	-0,5	0,3

Anm: Mediekoncernerna driver sin verksamhet på den svenska radiomarknaden via en rad majoritets- eller minoritetsägda bolag för koncessionsägande, programproduktion, nationell reklamförsäljning, lokal reklamförsäljning etc. Denna ägarstruktur försvårar redovisningen av det ekonomiska utfallet av koncernernas radioverksamhet.

¹ De ekonomiska uppgifterna avser MTG Modern Times Group AB:s intäkter och resultat i Sverige för affärsområdet radio.

² De ekonomiska uppgifterna avser SBS Broadcasting SA:s verksamhet på radiomarknaden i Sverige.

³ SBS Radio förvärvade 2003-10-01 verksamheterna i Bonnier Radio med dotter- och intressebolag samt i SBS Radio Sweden med dotterbolag.

⁴ SBS Radio förvärvade 2003-10-01 Mix Megapol av Bonnier Radio samt RIS Vinyl Skåne av Eurradio.

⁵ Intäkter och resultat redovisas exklusive intäkter från försäljning av verksamhet.

⁶ Hel- eller delägda företag till Fria Medias Moder AB.

⁷ Fria Medias Moder förvärvade 2003 aktiemajoriteten i det tidigare intressebolaget Fria Media i Blekinge.

⁸ Östgöta Correspondenten förvärvade våren 2005 Fria Media Moders andel.

⁹ De ekonomiska uppgifterna avser NRJ SA:s intäkter och resultat i Sverige.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.18 De större radiointressenternas publikräckvidd 2005

Huvudägare/bolag	Kanal/Nätverk	Daglig räckvidd % våren 2005
Statsägd stiftelse	Sveriges Radio	51,1
Stenbeck, landsortstidningar, NRJ/MTG Radio	Rix FM, Lugna Favoriter, Bandit Rock, Metro, NRJ	23,3
	<i>varav</i>	
	<i>Rix FM</i>	16,2
	<i>Lugna Favoriter</i>	5,3
SBS Bonnier/ SBS Radio	Mix Megapol, Vinyl, City, Rockklassiker, Studio, The Voice	10,5
	<i>varav</i>	
	<i>Mix Megapol</i>	5,4
Stiftelsen Fria Media	Fria Media	4,7
NRJ	NRJ	2,9

Anm: Räckvidd i procent under ett dygn i Sverige. Målgrupp 9–79 år.

Lyssnande = lyssnat minst 5 min på en station.

Källa: RUAB Rapport II/2005.

Tabell 2.19 Ägande inom privatrado. Programnätverk 2005

Ägare	Stationer inom programnätverk				City	Stationer utanför programnätverk	Totalt antal stationer
	Mix Megapol	Rix FM	Lugna favoriter	NRJ			
NRJ		10	7	3			20
Stenbecksfären ¹		15	2			2	19
SBS/Bonnier	15				2	4	21
Fria Media ²						8	8
Övriga	1	12	2			4	19
Totalt	16	37	11	3	2	18	87

Anm: Tabellen omfattar lokala privatradiostationer med verksamhet sommaren 2005.

¹ MTG Radio producerar sändningar för sammanlagt 48 stationer.

² Radiostationer i vilka Fria Medias Moder har ägarintressen.

Källa: Nordicoms databas över svenska medieföretag.

Tabell 2.20 Utländskt ägande på den svenska radiomarknaden 2005

Utländsk ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
NRJ	Frankrike	RBS Broadcasting	100	3 lokala stationer ¹
SBS Broadcasting	USA	SBS Radio	51	21 lokala stationer

¹ NRJ äger även koncessioner för 17 stationer som drivs av MTG Radio.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.21 Svenskt ägande av utländska radiostationer 2005

Ägare	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet	Land
Bonnier och Proventus/Nordic Broadcasting	Radio Nova	74	Nationell radiostation	Finland
Stenbeck (P4 Hele Norge) ¹	Radio Nova	26	Nationell radiostation	Finland
Stenbeck/MTG	Radio P4 Hele Norge	40	Nationell radiostation	Norge
Stenbeck/MTG	Rix FM	...	Lokal radiostation	Finland (Åland)
Stenbeck/MTG	Power Hit Radio	100	Lokal radiostation	Estland
Stenbeck/MTG	Power Hit Radio	100	Lokal radiostation	Litauen
Stenbeck/MTG	Star FM	100	Tre lokala stationer	Estland
Stenbeck/MTG	Star FM	100	Nationellt radionätverk	Lettland

¹ MTG och P4 Hele Norge äger till lika delar Finland Radio Investment som äger 100% och 68,8% av aktierna i Special-Hopea Oy Suomi respektive Suomen Radioviestintä Oy, vilka vardera äger 13% i Radio Nova.

Källor: Årsredovisningar, Nordicoms transaktionsbas.

2.5 Television

Televisionen är sedan några år tillbaka inne i en ny utvecklingsfas efter den genomgripande omvandlingsprocessen under slutet av förra seklet som inleddes med att TV3 på nyårsafton 1987 startade sina satellitsändningar för en skandinavisk publik. Övergången från en dyr analog teknik till en billig digital teknik håller på att i grunden förändra villkoren för såväl produktion som distribution. Nya kanaler riktade till en svensk publik startas i en allt snabbare takt av alla de stora aktörerna på marknaden.

Public service-kanaler

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

Ett speciellt programbolag, Sveriges Television, bildades 1979 och har sedan dess drivit de två analogt sända public service-kanalerna, numera kallade SVT1 och SVT2. Sveriges Television startade 1999 den digitala nyhetskanalen SVT24 som följdes året därpå av SVT Extra. De två kanalerna slogs i februari 2003 samman till en ny dygnet-runt-kanal namnet 24. Sedan julen 2002 sänder Sveriges Television även den digitala Barnkanalen, som sedan hösten 2004 delar kanalplats med Utbildningsradions Kunskapskanalen (se även 3.7).

Sedan 1997 ägs Sveriges Television av den statliga stiftelsen, Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Trots att Sveriges Television tittartidsandel kontinuerligt sjunkit sedan början av 1990-talet är bolaget fortfarande marknadsledande med en tittartidsandel på 41 procent år 2004 (Tabell 2.26).

Kamp om TV4

Sveriges Televisions monopol på den svenska tv-marknaden utmanades först av Jan Stenbeck med Kinnevik, som 1987 startade den reklamfinansierade satellitkanalen TV3 riktad till den skandinaviska marknaden (se även 3.8). 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, ägd av ett konsortium med Kinnevik, Investor och SPP som de största ägarna (se även 3.10).

Ägarstrukturen i TV4 förändrades 1997 genom att Bonnier/Marieberg och det finska mediebolaget Alma Media övertog två stora aktieposter. Bonniers var i sin tur största ägare i Alma Media. Hösten 2004 lade Schibsted ett bud på Alma Media och köpte samtidigt en större aktiepost i TV4. Bonniers lade sig då med investmentbolaget Proventus och lyckades slå tillbaka Schibsteds framstöt. De två parterna kontrollerar via direkt ägande och det gemensamt ägda Nordic Broadcasting 68 procent av aktierna i TV4, medan Schibsteds andel uppgår till 27 procent.

Sedan 2003 har TV4 startat flera digitala kanaler som TV4 Plus, TV4 Film och ungdomskanalen TV400. Hösten 2005 lanserades TV4 Fakta, inriktad på dokumentärer. TV4:s lokala program som tidigare producerade av delvis externt ägda lokala bolag, drivs numera av ett helägt dotterbolag

Kanal 5 allt närmare TV3

Stenbecksfären har sedan slutet av 1980-talet byggt upp en stor mängd företag som täcker så gott som alla områden inom tv-branschen, med tv-kanaler, som TV3, Viasat Action/Nature, TV8, ZTV och TV1000, produktions- och distributionsbolag, TV-shop och olika typer av servicebolag. Kanalerna sänds från Storbritannien och programverksamheten lyder därför under brittiska lagar och regler. Sfärens bolag kontrolleras av Jan Stenbecks dödsbo via direkt eller indirekt ägande (se 3.8).

Flera utländska aktörer finns representerade på den svenska tv-marknaden. Störst är SBS Broadcasting som har specialiserat sig på att sända television och radio i mindre europeiska länder. Sommaren 2005 förvärvades bolaget av två stora riskkapitalbolag, det New York-baserade Kohlberg Kravis Robert & Co, KRR, och det Europabaserade Permira. Koncernen har intressen i tv-kanaler i Danmark, Norge, Belgien, Nederländerna, Ungern och Rumänien. I Sverige blev SBS 1991 majoritetsägare i Kanal 5, som övertogs helt 1995. Med en mix av amerikanska serier, långfilmer och dokusåpor har Kanal 5 successivt lyckats att öka sin tittartidsandel från 3 procent 1994 till 8,6 procent 2004, medan främsta konkurrenten, TV3, under samma tid legat still kring 10 procent.

Televisionen ökade snabbt sin andel av de totala reklaminvesteringarna från 2 procent 1990 till 18 procent 1994. Därefter har tillväxten varit måttligare och andelen har under 2000-talet stabiliserat sig kring 24 procent.

De mindre kanalerna ökar sin marknadsandel

SBS Broadcasting stärkte sin ställning på den nordiska marknaden ytterligare genom att 2004 förvärva betalkanalerna Canal Plus som har 770 000 abon-

nenter på den nordiska marknaden. I Sverige finns bolaget representerat med åtta digitala kanaler. Verksamheten har sitt ursprung i Filmnet som startade en betal-tv-kanal med långfilmer riktad till svensk publik 1986 och som 1997 övertogs av franska Canal Plus. I programtablåerna har långfilmerna successivt kommit att kompletteras med sport, tv-serier och dokumentärer. Bolagets kanaler utgör en viktig del i flera av distributörernas kanalpaket och har ökat tittartidsandelen från 0,9 procent 2001 till 1,9 procent 2004.

Trots att en allt större del av befolkningen fått tillgång till en stor mängd kanaler så har publiken fortsatt att titta mycket på de fem stora, SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5, vilka år 2004 svarade för 83 procent av den totala tittartiden jämfört med 92 procent 1994. De fyra stora företagens, Sveriges Television, TV4, MTG och SBS sammanlagda marknadsandel uppgick 2004 till 89 procent (om SBS' senare förvärvade kanaler inkluderas var siffran 91 procent). Bland de övriga företagen når Discovery, Eurosport och MTV andelar på mellan 1 och 2 procent.

Även om de stora kanalerna fortfarande dominerar bland tittarna finns det en tydlig tendens att de kontinuerligt förlorar marknadsandelar. 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.

Produktionsbolagen övertas av mediekoncernerna

Med tillkomsten av en rad reklamfinansierade kanaler som TV3, TV4, Kanal 5 och ZTV 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 de mediekoncerner som ville komma in på den nya marknaden. Efter flera större företagstransaktioner har det utkristalliserat sig en marknadsstruktur med tre stora bolag, verksamma på alla nordiska marknader, samt ett antal medelstora och mindre, ofta nischade, bolag.

Det mest framgångsrika de senaste åren har varit Strix, som Stenbecksfären startade tillsammans med

några entreprenörer och efter en tid tog över helt. Strix har profilerat sig som den kanske främsta producenten av dokusåpor som *Robinson* och *Farmen*. Bolaget har också lyckats att sälja formaträttigheterna för flera av sina program på den internationella marknaden.

Schibsteds dotterbolag Metronome & Television driver Meter som både producerat programserier som *Äntligen Hemma* och dokusåpor som *Big Brother*. Den tredje stora aktören, Zodiak Television, skapades 2004 efter sammanslagningar av MTV Produktion, Jarowskij och Bonniers bolag Mastiff. Bolaget är börsnoterat och har en spridd ägarbild sedan Bonniers lämnade bolaget våren 2005 (Tabell 2.23).

Vid sidan av de stora aktörerna finns en rad bolag, ofta specialiserade på en nisch, som exempelvis Kanal 75, Prisma Outside Broadcasting och Onside vilka alla producerar sportsändningar.

Distributionsbolagen i allt intensivare konkurrens

På distributionsmarknaden har konkurrensen blivit allt hårdare både mellan satellit- kabel- och marknätsdistributörerna och mellan bolagen inom respektive delmarknad. Inför övergången till digitala sändningar har Teracoms dotterbolag Boxer snabbt ökat antalet digital-tv-abonnenter (500 000 i november 2005) i det digitala marknätet. På satellitmarknaden konkurrerar Telenors Canal Digital med Stenbecksfärens Viasat. Uppgifterna om storlek och marknadsandelar är osäkra, men våren 2005 föreföll Canal Digital ha varit något större.

Kabel-tv-marknaden har i flera år varit stabil med i stort oförändrade marknadsandelar för de fyra stora aktörerna. Wallenbergsfärens Com Hem är överlägset störst med en marknadsandel på över 60 procent. Stenbecksfären finns representerat av Tele2:s Kabelvison. En av världens största kabel-tv-bolag, United Global Com (UGC), äger sedan 1999 UPC Sverige (f d StjärnTV). UGC övertogs i sin tur av den amerikanska mediekoncernen Liberty Media 2002. Det fjärde största nätet, Canal Digital Kabel TV ägs sedan 2001 av Telenor (Tabell 2.24).

Referenser

Institutet för Reklam- och Mediestatistik / IRM:s hemsida (www.irm-media.se).

MedieSverige 2004. Statistik och analys (2004) Red. Ulla Carlsson & Ulrika Facht. Göteborg: Nordicom-Sverige.

Medieutveckling. 2005 (2005) Haninge: Radio- och TV-verket.

MMS Mediamätning i Skandinavien hemsida (www.mms.se).

Radio- och TV-verkets hemsida (www.rtvv.se)

SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV: delbetänkande/ av Rådet för mångfald inom massmedierna*. Stockholm: Fritzes.

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

Tabell 2.22 Programföretag på den svenska televisionsmarknaden 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Sfär	Företag	Kanaler	Intäkter i Sverige		Intäkter totalt		Resultat efter finansiella poster	
			2002	2003	2002	2003	2002	2003
Staten	Sveriges Television AB	SVT1, SVT2, SVT24	3 764,9	3 828,7	3 764,9	3 828,7	-50,8	-40,3
Staten	Sveriges Utbildningsradio AB		312,7	316,4	312,7	316,4	3,6	5,1
Alma Media (23), Bonnier (22), Stenbeck (15) ¹	TV4 AB – koncern	TV4	2 273,7	2 261,1	2 273,7	2 261,1	122,0	116,4
	<i>TV4 AB – moderbolag</i>		<i>1 929,8</i>	<i>1 898,6</i>	<i>1 929,8</i>	<i>1 898,6</i>	<i>132,0</i>	<i>111,4</i>
	<i>TV4 Syd AB²</i>		<i>59,5</i>	<i>86,8</i>	<i>59,5</i>	<i>86,8</i>	<i>13,1</i>	<i>19,5</i>
	<i>TV4 Interaktiv AB</i>		<i>76,8</i>	<i>75,0</i>	<i>76,8</i>	<i>75,0</i>	<i>-18,4</i>	<i>2,5</i>
	<i>TV4 Väst AB²</i>		<i>46,8</i>	<i>67,6</i>	<i>46,8</i>	<i>67,6</i>	<i>6,5</i>	<i>13,5</i>
	<i>TV4 Stockholm AB</i>		<i>60,3</i>	<i>64,3</i>	<i>60,3</i>	<i>64,3</i>	<i>27,0</i>	<i>32,1</i>
	<i>TV4 Norr AB²</i>		<i>40,6</i>	<i>49,4</i>	<i>40,6</i>	<i>49,4</i>	<i>-6,6</i>	<i>-7,8</i>
	<i>TV4 Öst AB²</i>		<i>27,1</i>	<i>40,0</i>	<i>27,1</i>	<i>40,0</i>	<i>-5,3</i>	<i>-5,8</i>
Stenbecksfären	MTG - Viasat Broadcasting					4 651,1		652,9
	<i>Affärsområde TV3 Scandinavia</i>	TV3	...	...	1 892,6	2 006,5	88,31	86,6*
	<i>Affärsområde ZTV/3+ Scandinavia</i>	ZTV	101,1	...	101,1	373,1	9,1	-12,5*
	<i>TV1000 Sverige AB</i>	<i>TV1000, TV1000 Cinema</i>	288,9	432,2	288,9	432,2	-85,1	78,1
	<i>TV6 Sverige AB</i>	<i>Viasat Nature/Action, Viasat Sport</i>	47,4	51,1	109,8	112,7	34,6	29,9
	<i>Television AB TV8</i>	TV8	20,0	19,0	20,0	19,0	-11,7	-11,4
SBS Broadcasting	Kanal 5 AB	Kanal 5	614,3	731,7	614,3	731,7	109,1	229,3
Baker Capital (50), Nordic Capital (50) ³	Canal+ Television AB	Canal+, Canal+ Gul, Canal+ Blå	791,2	754,1	1 542,6	1 588,2	101,6	117,4
Ledstjärnan (36), Ignas Scheinius (21), C-G Andersson (21)	Nonstop Television AB		40,6	34,7	40,6	34,7	0,1	0,0
Anders Lundmark (34), Lars-Henrik Friman (34), Visit AB (31)	Lokal-TV Nätverket i Sverige AB	NollEttan	9,4	8,3	9,4	8,3	-5,2	-3,3

¹ Sedan våren 2005 ägs TV4 AB av Bonnier (29), Schibsted (27) Nordic Broadcasting (ägt av Bonnier och Proventus) (23) samt Proventus (15).

² De ekonomiska uppgifterna för 2002 och 2003 är ej jämförbara på grund av företagsfusioner under 2002.

³ SBS Broadcasting förvärvade våren 2005 Canal+ Television.

* Avser rörelseresultat.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.23 Företag verksamma inom TV-produktion 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Huvudägare	Bolag	Intäkter i Sverige		Intäkter totalt		Resultat efter finansiella poster	
		2002	2003	2002	2003	2002	2003
Stenbecksfären	MTG ¹	...	...	397,7	457,1	58,4	62,2
	<i>Strix Television Sverige</i>	... ²	... ²	359,1	423,3	58,2	60,3
	<i>Strix Nyheter</i>	22,3	20,6	20,5	20,6	-0,7	1,5
	<i>MTG Modern TV</i>	9,3	13,2	18,1	13,2	0,9	0,4
Schibsted (65), Endemol (35)	Metronome Film & Television	223,6	261,2	747,4	801,1	12,1	52,5
	<i>Meter Film & Television</i>	120,4	159,6	120,4	159,6	6,8	9,5
	<i>Mutter Media</i>	50,9	135,9	50,9	135,9	0,0	20,9
	<i>Mekano Film & Television</i>	32,7	13,0	32,7	13,0	-5,0	-3,8
	<i>Meter Fakta</i>	6,7	4,5	6,7	4,5	0,6	0,7
Trav & Galopp	Kanal 75	133,2	146,6	133,2	146,6	0,3	0,1
Svenska Spel (50), Fotbollsförbundet (50)	Onside TV-Production	93,2	117,3	93,2	117,3	0,5	0,7
Ulf Ahnstedt (35), Hans Öberg (35), Roger Holtback (25)	Prisma Outside Broadcasting	108,1	97,6	108,1	97,6	26,3	3,8
Amplico (56), Jarowskij Holding (44) ³	Jarowskij Enterprises ³	93,4	95,0	152,6	208,9	-23,9	4,8
	<i>Kajak Television</i>	12,5	22,2	12,5	22,2	2,2	2,9
Bonnier (36) m fl ³	MTV Produktion ³	112,8	93,9	218,4	264,9	-47,8	-7,0
	<i>MTV Mastiff</i>		58,7		58,7		3,4
IMG/ Mc Cormack-gruppen	IMG (Sweden) (Tip-TV)	42,2	86,8	42,2	86,8	13,4	7,8
Michael Hjorth (33), Johan Kindblom (33), Tomas Tivemark (33)	Tre Vänner Produktion	58,0	53,2	58,0	53,2	3,0	-2,1
Thomas Hedberg	Titan Television	31,5	51,8	31,5	51,8	-0,2	2,7
Familjen Bonnier	Bonnier AB ¹	34,0	44,7	34,0	44,7	-1,0	-3,9
	<i>Happy Life Animation</i>	13,8	36,6	13,8	36,6	2,7	2,8
	<i>Mastiff Media</i> ⁴	15,4	5,6	15,4	5,6	-3,7	-6,7
	<i>Mastiff TV Rights</i>	4,8	2,5	4,8	2,5	0,1	0,0
Carl Molinder, Johan Nordling	Efti	41,7	39,0	41,7	39,0	5,4	4,5
Egmont	Nordisk Film TV-Produktion	19,9	26,2	19,9	26,2	-16,5	-1,0
Anders Abenius (24), P-O Jonasson (24), Pär Sundberg (24)	OTW Television	16,9	20,8	16,9	20,8	5,2	3,3
Erik Fägerwall (50), Jan Åsäter (50)	Filmpoint Communication	19,8	17,9	19,8	17,9	0,2	0,2
Peter Settmann	Baluba Television	12,9	15,6	12,9	15,6	-1,4	-0,6
Henrik Bastin (33), Mikael Härnström (33), Thomas Lindgren (33)	Stockholm-Köpenhamn Produktion	10,6	11,1	10,6	11,1	-1,0	1,5
...	Produktionsbolaget Stockholm Media	-	10,6	-	10,6	-	0,1
...	Panthera Film & TV	7,7	9,9	7,7	9,9	0,4	0,5
Novamedia	Nova TV	-	9,9	-	9,9	-	1,1
Anne-Marie Björkstедt Lindfors	Teamwork Televison	4,1	9,5	4,1	9,5	0,0	1,8
Pingströrelsen	TV-Inter	7,9	7,5	7,9	7,5	0,0	0,0
Kjell Dabrowski	Dabrowski TV ⁵	6,4	3,8	6,4	3,8	0,7	-0,4
...	Röde Orm AB Film ⁵	7,1	3,7	7,1	3,7	0,0	0,1

Tabell 2.23 Forts

Huvudägare	Bolag	Intäkter i Sverige		Intäkter totalt		Resultat efter finansiella poster	
		2002	2003	2002	2003	2002	2003
Bertelsmann	Freemantle Productions	15,4	0,8	15,4	0,8	-3,7	-3,5
Novamedia	Novamedia TV Lotterier ⁴	52,4		52,4		25,3	
Ahlman Tullgatan ⁷	Made in Video	34,4		34,4		3,8	

¹ De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens sammanlagda verksamhet på TV-produktionsmarknaden exkl. koncernelimineringar.

² Strix producerar program för svenska, danska, norska, grekiska, och holländsk/belgiska tv-kanaler. Någon särredovisning för den svenska marknaden görs inte.

³ Jarowskij förvärvades hösten 2004 av MTV Produktion. Den nya koncernen bytte 2005 namn till Zodiac Television. Bonnier AB avyttrade våren 2005 sina intressen i koncernen. De bolag som ingår i Zodiac Television omsatte 2003 197 Mkr i Sverige och 482 Mkr totalt.

⁴ MTV Produktion förvärvade våren 2003 Mastiff, varvid Bonnier AB övertog aktier motsvarande 36 procent i MTV Produktion.

⁵ Avser 2002 (07) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

⁶ Merparten av omsättning avser annat än TV-produktion.

⁷ Prisma Outside Broadcasting förvärvade i maj 2003 Made in Video, som fusionerades med moderbolaget.

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2003.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.24 Företag på marknaden för distribution av radio och television. Intäkter och resultat efter finansiella poster 2002-2003 (miljoner kronor)

Huvudägare	Företag	Intäkter i Sverige		Intäkter totalt		Resultat efter finansiella poster	
		2002	2003	2002	2003	2002	2003
Staten	Teracom	1 718,4	1 798,7	1 778,5	1 876,3	-251,1	3,5
	varav rörelsegren						
	Utsändning radio/tv	898,5	921,4	898,5	921,4	...	...
	Digital-tv-tjänster	275,4	304,4	275,4	304,4	...	...
EQT (Telia) ¹	Com Hem	1 071,0	1 305,6	1 071,0	1 305,6	-240,0	-176,4
Telenor	Canal Digital Sverige	1 066,8	1 278,5	1 066,8	1 278,5	-367,2	-19,4
Telenor	Telenor Vision International ²	234,5		236,3		16,8	
Stenbeck	ViaSat	520,7	677,0	685,3	719,3	6,8	89,8
Stenbeck	Tele2/Kabelvision ³	253,0	191,0	298,0	244,0	-79,0	-46,0
United Global Com	UPC Sverige	518,8	608,7	518,8	608,7	-205,0	31,9

¹ Com Hem förvärvades våren 2003 av EQT.

² Telenor Vision Internationals verksamhet övertogs 2003 av Canal Digital Sverige.

³ De ekonomiska uppgifterna avser intäkter och rörelseresultat för Tele2:s marknadsområde "Cable-TV". Kabelvision ändrade sommaren 2005 namn till Tele2vision.

Tabell 2.25 De största TV-kanalernas publik 2004

Huvudägare	Kanal	Publik 3-99 år	
		Daglig räckvidd (%)	Andel av tittartid (%)
Statsägd stiftelse	SVT1	46,5	25,0
Statsägd stiftelse	SVT2	35,9	15,1
Stenbeck	TV3	20,2	9,9
Alma Media, Bonnier, Schibsted	TV4	42,5	24,3
SBS Broadcasting	Kanal 5	18,3	8,6
Övriga		28,8	17,1
			100,0

Källa: MMS Årsrapport. TV-tittande 2004.

Tabell 2.26 TV-företagens publik 2004

Huvudägare	Företag	Publik 3-99 år
		Andel av tittartid (%)
Statsägd stiftelse	Sveriges Television	41,0
Alma Media, Bonnier, Schibsted	TV4 AB	25,8
Stenbeck	MTG	13,3
SBS Broadcasting	Kanal 5	8,6
Övriga		11,2
		100,0

Källa: Bearbetning av MMS Årsrapport. TV-tittande 2004.

Tabell 2.27 Utländskt ägande på den svenska televisionsmarknaden 2005

Ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
Advent International	Tyskland	ISPR Nordic	70	TV-rättigheter
Egmont Fonden	Danmark	Nordisk Film TV-Produktion	100	TV-produktion
Endemol Entertainment	Nederländerna	Metronome Film & Television	35	TV-produktion
IMG	USA	IMG (Sweden)	100	TV-produktion
Eyeworks	Nederländerna	Nova TV	100	TV-produktion
SBS Broadcasting	USA	Kanal 5	100	TV-kanal
SBS Broadcasting	USA	Canal+ Television	100	Betal-tv-kanaler
SES Global	Frankrike	Nordiska Satellitaktiebolaget	75	TV-satelliter
Schibsted	Norge	Metronome Film & Television	65	TV-produktion
Telenor	Norge	Canal Digital	100	TV-distribution
United Global Com	USA	UPC Sverige	100	TV-distribution
Warburg Pincus	USA	SDI Media Scandinavia	100	Textning och översättning

Källor: Årsredovisningar.

2.6 Film och video

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

SF och Egmont störst på heterogen marknad

På den svenska filmmarknaden finns en rad olika typer av bolag representerade alltifrån de stora mediekonglomeratens dotterbolag till små enmansbolag. De två stora aktörerna på både den svenska och nordiska mediemarknaden är dock de nordiska bolagen Bonnier och Egmont, som båda har en bred verksamhet. Ett tredje nordiskt bolag, Schibsted, är tredje störst men kommer att minska sin omsättning sedan biografrörelsen sålts.

Svensk Filmindustri, sedan 1974 ingående i Bonniersfären, har alltsedan det bildades 1919 genom en sammanslagning av Svenska Bio och Skandia, varit en ledande aktör på den svenska filmmarknaden. Tyngdpunkten i dag ligger på biografvisning där SF Bio, ett systerbolag till Svensk Filmindustri, med 209 salonger i 21 städer har en marknadsandel på något över 50 procent. Bolaget är dessutom hälftenägare i Svenska Bio med biografer på 21 mindre orter och som har en marknadsandel på cirka 10 procent. SF producerar årligen ett par långfilmer och är även en av de ledande distributörerna av film för biografer och video/DVD.

SF Bio:s främsta konkurrent har varit Sandrew Metronome Sverige med 89 salonger i 15 städer och en marknadsandel på cirka 15 procent. Bolaget har de senaste åren gått med betydande förlust och ägarna Schibsted och Sandrew bjöd sommaren 2004 ut det till försäljning. En överenskommelse om förvärv träffades med 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 kon-

sortium bestående av Triangelfilm, S/S Fladen och Atlantic Film till ett betydligt lägre pris än vad SF Bio varit beredd att betala. Namnet på biografkedjan kommer hösten 2005 att ändras till Astoria Cinemas. Triangelfilm driver sedan tidigare en mindre biografkedja, som liksom Folkets Bio har specialiserat sig på smalare film. Sandrew Metronome är kvar på den svenska filmmarknaden med två dotterbolag för distribution och rättighetsinköp. Schibsted är sedan 2000 även huvudägare till produktionsbolaget Film-lance.

Egmont har samlat all sin film-, tv- och dataspelsverksamhet i divisionen Nordisk Film, som med en omsättning på cirka 2,6 miljarder kronor är Nordens största bolag på området. I Sverige är Egmont representerat av distributionsbolag och filmlaboratorier, som alla tillhör de marknadsledande på sina respektive fält.

Stenbecksfären gick in på filmmarknaden 1995 genom köp av filmdistributören Sonet Film. Med den nya ägaren fick bolaget bättre ekonomiska resurser och etablerade sig även som filmproducent. Under de senaste åren har Sonet nått flera framgångar både som producent och distributör och kunna öka omsättningen väsentligt.

Vid sidan av de stora nordiska koncernernas filmbolag finns det rad mindre bolag, i regel ägda av producenter eller regissörer. Bolagen arbetar med liten fast personal och omsättningen kan variera kraftigt från år till år beroende på var i produktionscykeln deras filmer befinner sig. Sammantagna svarar dessa bolag för en betydande del av den svenska filmproduktionen.

Amerikanska filmer dominerar repertoaren

Eftersom amerikanska filmer svarar för cirka 70 procent av omsättningen på den svenska filmmarknaden är både distributörer och biografägare starkt beroende av de stora bolagen i Hollywood. Flera av dem som Disney, Fox, Universal, Paramount, och Columbia har egna distributionsbolag i Sverige. Warner Bros avvecklade vid millennieskiftet sin verksamhet i Sverige och överlät distributionen till Sandrew Metronome, men kommer från hösten 2005 att återigen distribuera sina filmer via ett eget bolag (Tabell 2.29).

Referenser

Svenska Filminstitutets hemsida (www.sfi.se).
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 2.28 Företag på den svenska filmmarknaden 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Ägare	Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Familjen Bonnier	Bonnier AB ¹	1 496,3	1 776,7	109,2	229,3	
	Svensk Filmindustri	777,7	910,4	59,6	169,3	Film- och videodistribution, filmproduktion
	SF Bio	838,6	866,4	49,6	60,0	Biografer
	Home Entertainment ²	ca 465	ca 465	...	...	Filmklubbar
Egmont Fonden	Egmont International ³	1 973,1	712,0	47,2	-34,6	
	Nordisk Film AB (Egmont Entertainment)	691,0	498,7	31,0	7,7	Film- och videodistribution
	Play Nöjesdistribution	190,1	123,4	5,1	-29,0	Video- och CD-distribution
	Filmteknik	60,5	66,2	6,1	-9,8	Filmbearbetning
	Frithiof Film To Video	17,1	12,8	0,3	-3,0	Filmbearbetning
	Eurolab Sverige	8,9	9,2	1,3	1,9	Filmtextning
	Felicia Film	34,1	1,6	-7,0	-2,4	Filmproduktion
	The Syndicate Entertainment ⁴	13,5		-2,9		Filmbearbetning
	Nordisk Film Production Sverige	4,9	0,9	1,0	2,7	Filmproduktion
Tinius Nagell-Erichsen (26), Investeringsfonder	Schibsted ASA ³	656,1	657,8	3,2	-10,5	
Sandrew (50), Schibsted (50)	Sandrew Metronome Distribution Sverige	281,2	303,9	14,1	21,4	Filmdistribution
Sandrew (50), Schibsted (50)	Sandrew Metronome Sverige ⁵	260,6	218,7	-1,2	-23,4	Biografer
Sandrew (50), Schibsted (50)	Sandrew Metronome International	68,4	88,4	-10,8	-9,5	Filmrättighetsinköp
Schibsted/Metronome (60)	FilmLance International	45,9	46,8	1,1	1,1	Filmproduktion
Versteegh-gruppen	Bonver Videodata	327,3	319,5	-9,5	4,6	Videodistribution
Investeringsfonder	Walt Disney & Co. ^{3,6}	255,6	301,9	...	...	
	Buena Vista Home Entertainment	192,9	222,9	...	...	Videodistribution
	Buena Vista Home International (Sweden)	62,7	79,0	...	...	Filmdistribution
Vivendi Universal	Universal Pictures Nordic	136,7	218,4	4,8	4,4	Videodistribution
News Corporation	Twentieth Century Fox, Sweden – Koncern ⁷	266,4	198,3	12,1	7,6	
	Twentieth Century Fox Home Entertainment ⁸	203,1	170,1	10,2	7,0	Videodistribution
	Twentieth Century Fox, Sweden – moderbolag ⁵	64,7	28,2	2,0	0,7	Filmdistribution
Familjen Fornstam (50), Bonnier (50)	Svenska Bio	ca 140	ca 150	...	...	Biografer
Stenbecksfären	Sonet Film	98,7	123,2	6,7	-1,0	Filmproduktion, film- och videodistribution
Viacom	Paramount Home Entertainment (Sweden)	82,4	100,3	2,7	3,1	Film- och videodistribution
Bellevue Entertainment	Scanbox Entertainment Sweden	116,0	97,4	11,8	7,4	Videodistribution
Viacom/Paramount (50), Vivendi Universal (50)	United International Pictures	51,3	66,2	-3,5	2,2	Videodistribution
Matthias Nohrborg, Björn Ringdahl	Triangelfilm	62,5	65,3	3,4	0,2	Filmdistribution, biografer
Västra Götalands-regionen	Film i Väst AB ⁸	47,0	49,7	-0,6	0,1	
Johan Engwall	Atlantic Film	14,8	39,3	5,7	4,8	Film- och videodistribution
Sony	Columbia TriStar Film (Sweden)	54,9	37,3	3,2	0,9	Filmdistribution
Christer Abrahamson	Cinema Art Productions ⁷	20,3	35,9	1,0	0,0	

Tabell 2.28 Forts

Ägare	Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
...	Götafilm	34,8	31,1	0,3	0,7	Filmproduktion
Pär-Magnus Almquist, Richard Liljedahl	Eurostar AB ⁷	30,4	29,6	0,2	0,5	Biografer
...	Bra Film i Sverige	11,3	27,9	-1,1	-3,8	Videouthyrning
I Scheinius (31), C-G Andersson (31), Ledstiernan (19)	Millenium Media Group ³	21,3	25,7	-2,0	0,6	
	<i>NonStop Entertainment</i>	14,1	16,0	-1,6	0,1	Filmdistribution
	<i>NonStop Sales</i>	7,2	9,7	-0,4	0,6	Filmrättighetsförsäljning
Lars Jönsson	Taxinge Film ⁷	72,4	22,4	18,5	8,2	
	<i>Memfis Film Rights</i> ²	14,6	6,9	8,8	3,8	Filmrättigheter
	<i>Memfis Film</i> ⁷	6,1	4,8	0,9	0,6	Filmproduktion
	<i>Memfis Film Rights</i> ⁷	8,2	3,4	4,7	0,8	Filmrättigheter
	<i>Memfis Filmproduktion</i> ⁷	36,2	1,4	0,9	-0,1	Filmproduktion
Lennart Dunér, Peter Kropenin	Omega Film	12,9	19,6	0,0	2,5	Filmproduktion
Anders Birkeland	GF Studios	4,2	19,2	0,0	0,1	Filmproduktion
Nordic Media Link	RMB Sweden	22,9	15,4	-0,6	...	Bioreklamförsäljning
Björn Bemckert (44), Mattias Malmer (30)	The Syndicate Entertainment ⁴		13,2		1,8	Filmbearbetning
Måns Hergren (33), Hannes Holm (33), Patrick Ryborn(33)	S/S Fladen Film	8,5	12,7	2,3	4,6	Filmproduktion
Daniel Lind Lagerlöf (50), Malin Lagerlöf (50)	Hägring	1,0	12,3	0,0	2,3	Filmproduktion
...	Bob Film Sweden AB	12,1	10,2	0,5	-0,1	Filmproduktion, reklamfilm, musikvideos
Time Warner	Warner Bros. Holdings Sweden	9,6	10,1	1,1	1,0	Marknadsföring
	<i>Warner Home Video Sweden</i>	5,2	5,4	0,8	0,7	
	<i>Warner Bros. (Sweden)</i>	4,5	4,6	0,2	0,3	
Triangelfilm (26), Kerstin Bonnier (25), Svensk Filmindustri (25)	Biograf Sture	9,2	9,0	0,8	0,7	Biograf
Roy Andersson	Roy Andersson Filmproduktion	10,9	8,2	0,7	-0,9	Filmproduktion
...	Migma Film	7,3	7,3	0,1	0,1	Filmproduktion
Cinema Art Production (43), Viking Film (43)	Europa Post Production	5,3	7,2	0,4	0,5	Filmbearbetning
John O Olsson (50), Agneta Fagerström Olsson (50)	Giraff Film	3,0	6,9	-0,3	0,0	Filmproduktion
...	Boxman Sverige	-	6,9	-	-4,2	DVD-uthyrning
...	Agaton Film & Television	3,9	6,9	0,0	0,2	Filmproduktion
Colin Nutley	Sweetwater	9,3	6,8	1,7	0,1	Filmproduktion
...	Gildafilm	2,1	6,4	-0,7	0,1	Filmproduktion
Johan Fälemark 50, Peter Hiltunen 50	Illusion Film & Television	11,4	6,0	0,3	0,2	Filmproduktion
Jan Bengtsson (25), Stefan Bengtsson (25), Magnus Gröndal (25), Per- Erik Nilsson (25)	Ekstranda ⁷	2,2	5,2	-0,3	-1,7	Filmproduktion
...	Pinguin Film	5,5	4,7	0,3	0,1	Filmproduktion

Tabell 2.28 Forts

Ägare	Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet
		2002	2003	2002	2003	
Stefan Jarl	Stefan Jarl AB	9,5	2,6	1,1	0,1	Filmproduktion
Peter Holthausen	Filmhaus Lagnö	5,7	1,2	-0,7	-0,2	Filmproduktion

¹ De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens totala verksamhet på den svenska filmmarknaden exklusive dels koncernelimineringar, dels Home Entertainments verksamhet.

² De ekonomiska uppgifterna avser Home Entertainments verksamhet på filmmarknaden i hela Norden.

³ De ekonomiska uppgifterna avser koncernens/sfärens totala verksamhet på den svenska filmmarknaden exklusive koncernelimineringar.

⁴ Egmont sålde 2003 The Syndicate Entertainment.

⁵ Sandrew Metronome Sveriges biografirörelse såldes våren 2005 till ett konsortium bestående av Triangelfilm, S/S Fladen och Atlantic Film.

⁶ Sfärens intäkter och resultat i Sverige, Norge och Finland uppgick 2002 till 406 resp 25 Mkr samt 2003 till 524,0 resp 60,6 Mkr.

⁷ De ekonomiska uppgifterna avser 2002 (07) - 2003 (06) respektive 2003 (07) - 2004 (06).

⁸ Nettoomsättningen uppgick 2002 till 12,2 och 2003 till 17,0 Mkr samt bidrag 2002 till 34,8 och 2003 till 38,8 Mkr.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.29 Utländskt ägande på den svenska filmmarknaden 2005

Ägare	Land	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet
Disney	USA	Buena Vista Home International	100	Biografifilmdistribution
Disney	USA	Buena Vista Home Entertainment	100	Videodistribution
Egmont Fonden	Danmark	Nordisk Film	100	Biografifilm- och videodistribution
Egmont Fonden	Danmark	FilmTeknik	100	Filmbearbetning
Egmont Fonden	Danmark	Frithiof Film to Video	100	Filmbearbetning
Egmont Fonden	Danmark	Felicia Film	100	Filmproduktion
Egmont Fonden	Danmark	Nordisk Film Production Sverige	100	Filmproduktion
Egmont Fonden	Danmark	Eurolab Sverige	100	Filmtextning
Egmont Fonden	Danmark	Play Nöjesdistribution	100	Videodistribution
General Electric/NBC Universal	USA	United International Pictures	50	Biografifilm- och videodistribution
General Electric/NBC Universal	USA	Universal Pictures Nordic	100	Videodistribution
News Corp/ 20th Century Fox	USA	Twentieth Century Fox, Sweden	100	Biografifilmdistribution
News Corp/ 20th Century Fox	USA	Twentieth Century Fox Home Entertainment	100	Videodistribution
Scanbox Entertainment	Danmark	Scanbox Entertainment Sweden	100	Videodistribution
Schibsted	Norge	Sandrew Metronome Distribution	50	Biografifilm- och videodistribution
Schibsted	Norge	FilmLance International	60	Filmproduktion
Schibsted	Norge	Sandrew-Metronome International	50	Filmrättigheter
Sony/Columbia	Japan	Columbia TriStar Film	100	Biografifilmdistribution
Viacom	USA	United International Pictures	50	Biografifilm- och videodistribution
Viacom	USA	Paramount Home Entertainment	100	Videodistribution

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 2.30 Svenskt ägande på utländska filmmarknaden 2005

Ägare/företag	Bolag	Ägarandel (%)	Verksamhet	Land
Bonnier/ Home Entertainment	Home Entertainment Film Club	100	Köpvideo	Danmark
Bonnier/ Home Entertainment	Filmklub - det' for børn	100	Köpvideo	Danmark
Bonnier/ Home Entertainment	Barnens Filmklubb	100	Köpvideo	Finland
Bonnier/ Home Entertainment	Home Entertainment Video Club	100	Köpvideo	Finland
Bonnier/ Home Entertainment	Home Entertainment Film Club	100	Köpvideo	Norge
Bonnier/ Home Entertainment	Barnas Filmklub	100	Köpvideo	Norge
Bonnier/ SF Bio	SF Kino	100	Biografer	Norge
Bonnier/ Svensk Filmindustri	Filmcompagniet	50	Film- och videodistribution	Danmark
Bonnier/ Svensk Filmindustri	FS Film	100	Film- och videodistribution	Finland
Bonnier/ Svensk Filmindustri	Juonifilmi	...	Filmproduktion	Finland
Bonnier/ Svensk Filmindustri	SF Norge	100	Film- och videodistribution	Norge
Bonnier/ Svensk Filmindustri	SF Norge	100	Filmproduktion	Norge
Sandrew	Sandrew Metronome Bio Danmark	50	Biografer	Danmark
Sandrew	Sandrew Metronome Danmark	50	Film- och videodistribution	Danmark
Sandrew	Sandrew Metronome Finland	50	Biografer	Finland
Sandrew	Sandrew Metronome Distribution Finland	50	Film- och videodistribution	Finland
Sandrew	Sandrew Metronome Norge	50	Film- och videodistribution	Norge
Stenbeck/MTG	Modern Entertainment	100	Filmrättigheter	USA
Versteegh-Gruppen	Bonver AS	100	Videodistribution	Norge

Källor: Årsredovisningar och företagens hemsidor.

Medieföretag

3 Medieföretag

3.1 Allersfären

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

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

Kärnan i Allers svenska verksamhet utgörs av fyra familjetidningar och fyra kändistidningar med en sammanlagd upplaga på 815 000 respektive 420 000 exemplar. Förlaget har bara en direkt konkurrent på vardera delmarknaden. Allers är även en bety-

dande utgivare av specialtidningar med ett tiotal titlar, bland vilka *Må Bra* och *Femina* har störst upplaga. Dotterbolaget Baltic Press har sedan länge hört till de stora aktörerna på herrtidningsmarknaden. Även i de övriga skandinaviska länderna har Allers en mycket stark position på populärpressmarknaden.

Allers har inte som sina konkurrenter på den nordiska mediemarknaden gått in i nya branscher och länder utan hållit fast vid sin inriktning på populärpress, företrädesvis familje- kändis- och herrtidningar, samt specialtidningar. Enda undantagen utgörs av intressen i webradio och i några norska internetbolag samt ett större danskt facktidningsförlag som även har ett dotterförlag i Sverige. 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 kulturbistoria*. Helsingborg: Allerföretagen; Kristianstad: ESSBE produktion AB.
Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag

Tabell 3.1 Allersfärens verksamhet i Sverige 2002-2004. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

	Intäkter			Resultat efter finansiella poster			Verksamhet och anmärkningar
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	
Carl Allers Etablissement A/S	4 295,6	4 374,5	4 410,8	406,6	613,8	593,9	Koncernens totala verksamhet
Svenska Aller	1 262,8	1 294,1	1 294,8	110,4	133,7	137,6	Holdingbolag för Allers Förlag i Helsingborg, Se & Hör Förlag och Aller Tryck
Allers Förlag i Helsingborg	1 023,9	1 055,7	1 071,9	84,6	89,4	90,8	Allers, Allas, Hemmets Veckotidning Året Runt, Svensk Damtidning, Hänt Extra samt specialtidningar
Se & Hör Förlag	102,8	111,4	116,4	6,2	10,0	14,1	Se&Hör
Aller Tryck	358,1	356,8	335,6	8,9	10,6	3,1	Tryckeri. Försäljning till koncernföretag 97%
Svenska Tidnings- producenterna							Holdingbolag för Baltic Press och Svenska Alomitel
Baltic Press	37,4	32,5	26,6	4,7	2,8	1,5	Herrtidningar
Svenska Alomitel	4,0	4,3	3,3	1,4	1,7	0,7	Telefontjänster
Övriga bolag							
Aller Business	22,5	26,2	38,0	1,6	-3,0	-4,1	Facktidningar. Dotterbolag till Aller Business AS
All Over Press Sweden	3,5	6,6	10,7	-1,8	-0,6	0,1	Bildbyrå. Försäljning till koncernbolag 21%. Dotterbolag till Aller Julkaisut
Intressebolag							
Tidsam (Tidsam Intressenter) ¹	163,5	184,5	190,5	-1,1	11,5	5,9	Tidskriftsdistribution. Ägarandel 28,5%

¹ Uppgifterna avser kalenderår.

Anm: Uppgifterna avser oktober-september om inte annat uppges.

Källor: Årsredovisningar.

3.2 Bonniersfären

Trots att flera stora mediekoncerner har etablerat sig på den svenska mediemarknaden under det senaste decenniet har Bonniersfären behållit sin ställning som landets i särklass största medieägare. På så gott som alla delmarknader hör Bonniers till de allra största aktörerna. Inom dagspress, tidskrifter, film och affärspress är sfären störst, inom böcker tillhör den de allra främsta. TV4, som kontrolleras i praktiken, kompletterar bilden av Bonniers som ett närmast heltäckande mediekonglomerat på den svenska marknaden.

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 sönerna 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 73 ättlingar till Karl Otto och Lisen Bonnier. Verksamheten i Bonnier AB är organiserad i fem affärsområden för böcker, tidskrifter, dagspress, affärspress och underhållning.

Stark ställning på bokmarknaden

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

Bonniers har sedan 1938 haft ägarintressen i det allmänlitterära förlaget Wahlström & Widstrand, först som hälftenägare, sedan som majoritetsägare 1961 och ensam ägare sedan 1985. Wahlström & Widstrand 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. Bonniers förvärvade 2001 aktiemajoriteten i Max Ström, ett förlag som har specialiserat sig på fotoböcker. Bonnier Fakta startades 2002 och riktar in sig på utgivning av aktuella reportageböcker.

Bonnier Utbildning har under 1990-talet ökat sin marknadsandel på läromedelsmarknaden och hör nu till de större aktörerna, dock betydligt mindre än Liber. Bonniers gick in på ytterligare en bokmarknad 1999 då aktiemajoriteten i ljudboksförlaget SRF Iris förvärvades. Förlaget bytte namn till Bonnier Audio och har med en lyssnarbokklubb utvecklats till den ledande aktören på en växande marknad.

På bokklubbsmarknaden är Bonniers mycket starka med en rad av landets största bokklubbar som Bonniers Bokklubb, Svalan, Stora Familjebokklubben, Bonniers Barnbokklubb samt den majoritetsägda Månadens Bok. Bokklubbarna saluför även böcker från andra förlag men utgör givetvis en mycket viktig försäljningskanal för koncernens förlag.

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. Bonnierförlagen driver även Samdistribution som distribuerar koncernens böcker till både återförsäljare och bokklubbarnas kunder.

Sedan slutet av 1980-talet har Bonniers förvärvat en rad utländska kvalitetsförlag, bland andra Cappellens i Norge, Lindhart & Ringhof i Danmark, Tammi i Finland samt Piper och Econ/Ullstein/List i Tysk-

land. Under de senaste åren har flera barnboksförlag förvärvats som Thienemann i Tyskland, Autumn i Storbritannien och Five Mill Press i Australien. Den utländska verksamheten svarade 2004 för cirka 70 procent av affärsområdet Bonnier Books' totala omsättning.

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 har i alla tider klagat över att marknaden inte räckt till för specialiserade magasin. Bonnier Publications lösning på problemet blev att ge ut nationella utgåvor av centralt producerade tidningar i alla nordiska länder och därigenom nå stora volymer. Förlaget har sedan modellen introducerades 1984 med lanseringen av *Illustrerad Vetenskap* i regel visat hög lönsamhet.

Bonniers hela tidskriftsverksamhet är sedan 2002 samlad i affärsområdet Bonnier Magazine Group med drygt hälften av omsättningen i Sverige. Bonnier Tidskrifter är koncernens största förlag på den svenska marknaden med en bred utgivning av alltfrån livsstilsmagasin över specialtidningar till affärspress. Förlaget lämnade 1999 definitivt familjetidningsområdet genom att sälja *Året Runt* till Allers. På populärpressmarknaden har Bonniers i stället kompletterat de gamla titlarna *Damernas Värld* och *Vecko-Revyn* med de nya livsstilstidningarna *Amelia* och *Tara*.

Med ett femtontal titlar från Bonnier Tidskrifter och sex från Bonnier Publications har koncernen en stark ställning på många av de delmarknader som utgör specialtidningsfältet. Bland de större tidningarna kan nämnas *Allt om Mat*, *Allt om Trädgård* och *Vi Föräldrar*. Bonnier Tidskrifter ger även ut några

affärstidningar som *Veckans Affärer* och *Privata Affärer*. Ett nytt förlag, Bonzoo, startades hösten 2002 med målsättningen att utveckla och lansera nya titlar.

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 Nyheters 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 förvärv av de skånska morgontidningarna *Ystads Allebanda*, *Trelleborgs Allebanda* och *Kristianstadsbladet* samt kvällstidningarna *GT* och *Kvällsposten*. De tre morgontidningarna sammanfördes 2003 i ett nybildat bolag, Skånemedia, och samverkar i första hand på det administrativa fältet. *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*.

Bonnier Newspaper var 2004 det största av Bonnier AB:s då sex affärsområden med en andel på 24 procent av de totala intäkterna och cirka 42 procent av intäkterna på den svenska marknaden. Eftersom morgontidningarnas intäkter till mellan 60 och 75 procent kommer från annonsförsäljningen påverkas resultatet för både affärsområdet och koncernen i sin helhet i hög grad av den allmänna konjunkturutvecklingen. Dagens Nyheter har de senaste åren gått med stor förlust, bland annat som följd av minskade annonsintäkter. Av kvällstidningarnas intäkter kommer drygt 70 procent från lösnummerförsäljningen och knappt 30 procent från annonserna.

Expressen som i flera decennier varit en mycket säker vinstgenerator hamnade vid 1990-talets mitt i en svår kris med kraftigt fallande upplaga och stora ekonomiska förluster. Först några år in på 2000-talet lyckades ledningen vända utveckling och redo-

visa både ökad upplaga och positivt ekonomiskt resultat. *Expressen* har 2005 även etablerat sig på tv-marknaden genom att dels starta en egen tv-kanal, Sport-Expressen, dels avisera produktion av tv-nyheter för SBS tv-kanal The Voice samt för fyra regionala tv-kanaler.

Bonniers, som tidigare uttryckt sin skepsis mot gratisutdelade dagstidningar, tog hösten 2002 direkt upp kampen med *Metro* genom att starta gratis-tidningen *Stockholm City*. Den nya tidningen har gått med stor förlust under etableringsfasen men successivt närmat sig *Metro* mätt i antal läsare.

Koncernens tidningstryckerier har samlats i ett bolag, Bold Printing Group, med verksamhet i Stockholm, Malmö och Borås. Marieberg skaffade sig på 1990-talet minoritetsintressen i flera utländska dagstidningar. Efter några försäljningar återstår dotterbolaget *Diena* i Lettland samt den hälftenägda *Super Express* i Polen. Affärsområdet Newspapers har sedan 2001 varje år redovisat stora förluster.

Dagens Industri

– affärstidningskoncept på export

Åhlén & Åkerlund slog 1976 samman sina fack-tidningar till en tvådagars-tidning 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 och vissa år svarat för en betydande del av koncernens totala vinst. *Dagens Industri* utgör basen i affärsområdet Bonnier Business Press som i övrigt består av åtta utländska affärstidningar, varav alla utom danska *Børsen* har startats av Bonniers efter Dagens Industri-konceptet. Hösten 2005 kommer Dagens Industri även att starta en tv-kanal för affärsnyheter, DITV.

SF behåller ledarpositionen på en hårdnande filmmarknad

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

Svensk Filmindustri förvärvades av Marieberg 1974 och övertogs 1983 av Bonnierföretagen. Verksamheten var vid köpet vertikalt integrerad och omfattade hela kedjan från produktion till distribution. Bonniers har sedan dess kontinuerligt försökt anpassa verksamheten till de förändringar filmbranschen genomgått. Singelbiograferna har i stor utsträckning ersatts av multibiografer, som i de större städerna marknadsförs under varumärket Filmstaden. SF Bio har en marknadsandel på något över 50 procent och driver 209 salonger i 21 städer.

Bolaget är dessutom hälftenägare i Svenska Bio med biografer på 21 mindre orter.

På produktionssidan hör Svensk Filmindustri till de större aktörerna med ett par spelfilmer per år. Bolagets tidigare mycket starka ställning på film-distributionsmarknaden försvagades under 1990-talet sedan flera stora amerikanska filmbolag lagt över sin distribution till egna dotterbolag. Även på videomarknaden har konkurrensen ökat men Svensk Filmindustri har fortsatt att höra till de större distributörerna.

Insteg och reträtter på nya områden – radio, television och musik

Bonniers hörde till de koncerner som gick in på den nya reklamradiomarknaden när koncessionerna började auktioneras ut 1993. Nätverket Mix Megapol byggdes snabbt upp och blev en av de större aktörerna på marknaden. Radioverksamheten gick i likhet med de övriga storstadsbaserade nätverken med betydande förluster. Som ett led i en struktur-affär sålde Bonniers 2003 sin radorörelse till SBS Radio, där man övertog en minoritetspost på 41 procent.

För Bonniers som sedan förra seklets början alltid varit intresserad av att gå in på de nya mediemarknader som öppnats, var det givetvis lockande att engagera sig i de kommersiella tv-kanaler som startades kring 1990. Bonnierföretagen hade emellertid vid den tiden en finansiellt svag ställning efter några misslyckade affärer utanför medieområdet och hade inte resurser att gå in på den nya marknaden. Det fanns även 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. Både finska Alma Media, med Marieberg som största ägare, och Marieberg förvärvade stora poster som gav dem ett dominerande inflytande i företaget. Efter transaktionerna 2004 till följd av Schibsteds bud på Alma Media (se 3.10) uppgår Bonniers direkta innehav i TV 4 till 29 procent. Nordic Broadcasting, som ägs till lika delar av Bonniers och Proventus, har en ägarandel på 23 procent. De två parterna kontrollerar tillsammans 68 procent av TV4:s aktier.

Bonniers drev tidigare ett tv-produktionsbolag, Mastiff, som fusionerades 2003 med MTV Produktion, som i sin tur fusionerats med Jarowski till Zodiak Television. Bonniers hade ägarintressen i de fusionerade bolagen, men lämnade våren 2005 helt tv-produktionsmarknaden.

Bonniers gick 1990 in på en ny marknad då Scandinavian Music Club förvärvades. Företaget som bytt namn till Home Entertainment driver musik- och filmklubbar i alla de stora nordiska länderna. Koncernen tog ytterligare ett steg in på musikmarknaden genom att starta ett skivbolag 1999. Efter förvärv av Amigo Musik har Bonnier Amigo Music Group utvecklats till att bli Skandinavians största oberoende skivbolag

Affärsinformation avyttras

Redan 1859 etablerade sig Bonniers som producent av affärsinformation genom att starta Sveriges Handelskalender, som sedan i över ett sekel kom att bli en ekonomisk stöttepelare för förlaget. Bonniers byggde från mitten av 1900-talet upp en omfattande verksamhet inom affärsinformation och blev en ledande aktör på marknaden. Affärsområdet Bonnier Business Information avyttrades emellertid sommaren 2005 till en nybildad koncern med Ratos som majoritetsägare och Bonniers som minoritetsägare med en andel på knappt 20 procent. I den nya koncernen ingår en rad företag som bedriver olika former av företags- och finansinformation. Tidigare distribuerades informationen i form av tryckta produkter. Bonniers var tidiga med att överföra distributionen till elektroniska kanaler och nu är verksamheten i stor utsträckning internetbaserad. Direkt medieanknuten verksamhet bedrivs i bland annat affärsnyhetsbyrån Direkt och textdatabasen Affärsdata.

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 bokklubbar, allmänlitteratur, biografbesök, dagspress och specialtidningar. På andra områden som läromedel, populärpress, hyr- och köpvideo, filmproduktion och musik hör sfären till de ledande. Därtill kan läggas det i praktiken kontrollerade intressebolaget TV4. Bonniers bredd och styrka på den totala mediemarknaden i ett land har få motsvarigheter ute i världen.

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

medieföretags styrelser kan därigenom sammantaget utöva ett betydande inflytande på en mediemarknad, även om makten över varje enskilt företag är litet. Bonniers påverkar exempelvis från styrelseposition tillsättningen av chefer för ungefär hälften av de centrala opinionsbildande redaktionerna i landet och likaså redaktionsledningarna för hälften av de nationellt verkande nyhetsredaktionerna.

Bred verksamhet i hård konkurrens

Trots sin starka position på mediemarknaden är Bonnier AB en koncern som brottas med problem. En stor del av verksamheten finns samlad på de stagnerande eller krympande marknaderna för tryckta medier. Sfarens kvällstidningar har sedan 1990 förlorat mer än hälften av sin upplaga. Morgontidningarna pressas svårt av vikande annonskonjunkturen, gratistidningar och andra nya konkurrenter på reklammarknaden. Barn och ungdomar har minskat sin läsning av både böcker och serietidningar. På det senare området har Bonniers givit upp och överlåtit sin utgivning till Egmont. De flesta typer av tidskrifter redovisar fallande upplagor samtidigt som televisionen tagit en allt större del av märkesreklamkakan.

Bonniers har också på en rad fält blivit utsatt för en allt hårdare konkurrens. *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet* har i Schibsted fått en mediekunnig ägare. *Dagens Nyheter* har mött en ny och svårbemästrad konkurrens på sin hemmamarknad i form av *Metro*. På bokmarknaden har KF genom olika fusioner skapat en stark konkurrent inom allmänlitteraturen samtidigt som Liber, med ett av Europas större förlagshus, Wolters Kluwer, som ägare fortsätter att behärska läromedelsmarknaden.

Platsen som främsta veckotidningsförlag tvingades Bonniers redan på 1980-talet lämna till Allers. På specialtidningsområdet har Bonniers de senaste åren mött motstånd från flera utländska förlag som franska Hachette, amerikanska datatidningsförlaget IDG samt norsk/danska Hjemmet Mortensen. På radiosidan har Bonniers efter en hård och kostsam kamp med MTG valt att överlåta sina intressen till ett minoritetsägt bolag, SBS Radio. SF Bio är visserligen Sveriges största biografägare, men är för sin verksamhet i stor utsträckning beroende av de stora amerikanska filmbolagen.

Bonniers har sedan början av 1980-talet tillämpat en mycket tydlig strategi för sin expansion. I första hand har koncernen satsat på att etablera sig i grannländerna inom sina kärnområden, bok- och tidskriftsutgivning, dagspress samt affärstidningar. Även om Bonniers har några intressen på kontinenten, främst på den tyska bokmarknaden, har ledningen deklarerat att Norden och Östersjöregionen utgör koncernens hemmamarknad. Sedan 1986 har Bonniersfären

fördubblat sin medieomsättning mätt i fasta priser. I utlandet har tillväxten uppgått till 270 procent, medan den i Sverige stannat vid 45 procent eller 74 procent om TV4 inkluderas i sfären. De stora förvärven på den svenska marknaden utgörs av Sydsvenska Dagbladet och de övriga dagstidningarna. I övrigt har intresset främst varit inriktat på att etablera sig på nya marknader som television, radio, affärsinformation, läromedel och musik.

Ett generellt dilemma för mediekoncerner som är verksamma i många olika delbranscher är att en del dotterbolag tenderar att konkurrera med varandra. Ett exempel är *Stockholm City* som primärt startades för att sälja annonser på den mycket lukrativa marknad för gratistidningar som *Metro* arbetat upp. Även om den primära konkurrenten är *Metro* har ett par av koncernen övriga dagstidningar i Stockholm, *Dagens Nyheter* och *Expressen* påverkats av nykomlingen. Å ena sidan har de etablerade tidningarna fått ökad konkurrens på både annons- och läsarmarknaderna, men å andra sidan har de tillsammans med *Stockholm City* skapat ett annonspaket med stor räckvidd. Ett annat exempel på intern

konkurrens är Dagens Industris TV-kanal som kommer att konkurrera bland annat med TV4:s ekonominyheter.

De affärer som Bonniers gjort sedan 2003, ökade ägarintressen i tv-kanaler och utländska bokförlag, kraftigt minskat engagemang inom radio och affärsinformation samt avyttring av intressena inom tv-produktion, kan tyda på att koncernen börjat byta strategi. I stället för att engagera sig mycket brett lämnar man en del fält för att koncentrera sig på att stärka ställningen inom vissa kärnområden.

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.

Tabell 3.2 Bonniersfärens medieverksamhet i Sverige 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Albert Bonnier AB – koncern	17 954,0	19 358,7	-438,3	833,5	Holdingbolag	Ägs av 73 medlemmar av familjen Bonnier. Äger Bonnier AB, Bonnier Cityfastigheter, Boninvest samt Bonnier & Bonnier
Bonnier AB – koncern	17 434,2	18 823,1	-548,8	822,3	Holdingbolag	Äger Bonniers samtliga medieföretag
Affärsområde Bonnier Books	4 020,0	4 788,0	327,0	561,0		Avser totala verksamheten
Bonnierförlagen	1 309,1	1 435,0	163,0	199,7	Allmänlitteratur, barnböcker, läromedel	Verksamheten bedrivs genom kommissionärsbolagen: Albert Bonniers Förlag, Bonnier Carlsen, Forum, Wahlström & Widstrand, Bonnier Utbildning, Bonnier Fakta, Semic International, Bokförlaget Rebus samt åtta bokklubbar
Månadens Bok HB	...	...	ca 34,0	ca 26,2	Bokklubb, pocketförlag	Ägarandel 56%
Bonnier Audio	74,5	70,4	9,0	5,3	Ljudböcker	Ägarandel 70%
Ekerlids Förlag	27,4	28,7	1,7	2,8	Allmänlitteratur	Namnet ändrades 2004 till Bonnier Publishing Press samtidigt som delar av verksamheten avyttrades till Bertil Ekerlid
MaxStröm Bokförlag	13,9	20,0	0,1	1,8	Allmänlitteratur	Ägarandel 91%
Förlaget Rebus	13,8		0,7			Sedan 2003 bedrivs verksamheten i kommission för Bonnierförlagen
Affärsområde Bonnier Magazines	2 759,0	3 003,0	322,0	367,0		Avser totala verksamheten
Bonnier Tidskrifter	785,3	813,5	53,9	50,7	Populärpress och specialtidningar	
Bonnier Publications	ca 570	ca 580		...	Specialtidningar	
Privata Affärer Förlag	56,3	57,9	11,1	9,9	Specialtidning	Ägarandel 95%.
Dagens Medicin i Sverige		50,7		1,6	Facktidning	Tidigare hälftenägt, övertogs helt i april 2003
Tara Förlag	42,9	50,1	3,5	5,3	Populärtidning	Ägarandel 95%.
Resumé Förlag	29,0	27,3	0,2	-0,2	Facktidning	
Bonnier Zoo Förlag		12,5		-13,2	Populärpress och specialtidningar	
Bonnier Responsmedier	200,5	195,5	15,9	19,1	Gratistidskrift	Försäljning till koncernbolag 5 respektive 11%
Vi i Villa Borås	15,8	13,0	1,1	-5,0	Annonsförsäljning	Försäljning till koncernbolag 16 respektive 24%
Reply Reklambyrå i Stockholm	5,6	5,3	-1,5	-2,5	Reklamproduktion	
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnier Magazines</i>						
Tidsam Intressenter	163,5	184,5	-1,1	11,5	Tidskriftsdistribution	Bonniersfärens ägarandel 42,5%
Dagens Medicin i Sverige	56,6		2,4		Facktidning	Hälftenägt t o m mars 2003 därefter helägt
Modern Kommunikation Förlag	13,1		0,1			Ägarandel 50% såldes 2003

Tabell 3.2 Forts

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Affärsområde Bonnier Entertainment	3 407,0	3 561,0	200,0	414,0		Avser totala verksamheten
SF Bio	777,7	866,4	59,6	60,0	Biografer	
Svensk Filmindustri	838,6	910,4	49,6	169,3	Produktion och distribution av film	Försäljning till koncernföretag 38% respektive 38%
Happy Life Animation	13,8	36,6	2,7	2,8	Produktion av animerad film	Försäljning till koncernföretag 7% respektive 13%
Colorpop	28,1		-3,1		Produktion och distribution av film	Fusionerades 2003 med Happy Life Animation
Bonnier Radio	111,9	83,4	-28,2	19,2	Radioproduktion för Mix Megapol-nätet	Verksamheten i Bonnier radio samt dess dotter- och intressebolag förvärvades hösten 2003 av SBS Radio
Mix Megapol.se	12,3	9,2	0,4	0,4	Mix 104,3 Megapol - Stockholm	
RadioHästen	6,0	1,6	-1,7	-0,7	Mix Megapol - Dalarna	Ägarandel 70%
Mastiff Media	12,8		-10,1		TV-produktion	Avyttrades 2003 till MTV Produktion
Mastiff Media Rights	4,8		0,1		Försäljning av tv-rättigheter	Avyttrades 2003 till MTV Produktion
Home Entertainment	614,4	502,7	4,3	5,6	Film- och musikklubbar	Avser försäljning i Sverige, Danmark och Finland
Bonnier Amigo Music Distribution	119,0	130,9	1,3	1,3	Skivdistribution	Försäljning till koncernföretag 55%
Bonnier Amigo Music Group	62,0	56,0	-10,6	-10,2	Skivbolag	Ägarandel 91%
Amigo Musik	21,9	20,6	-1,7	-4,4	Skivbolag	Ägarandel 91%.
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnier Entertainment</i>						
Biograf Sture	9,2	9,0	0,8	0,7	Biograf	SF:s ägarandel 25%, medlemmar i familjen Bonnier har privata innehav
SBS Radio AB		40,9		-28,0	Radioproduktion	Ägarandel 49 (2004 41%)
Vinyl 107	6,2	6,2	-0,4	-0,4	Vinyl 107,1 - Stockholm	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio
107,8 i Göteborg	4,8	3,6	-0,2	-0,3	Mix Megapol 107,8 - Göteborg	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio
106,1 i Skåne	5,4	4,1	0,2	0,0	Mix Megapol 106,1 - Skåne	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio
Webbtorget.com	4,4	3,3	0,3	0,1	Mix Megapol104,7 - Örebro	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio
106,9 i Västmanland	3,7	3,7	0,0	-0,1	Mix Megapol106,9 - Västmanland	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio
105,5 i Dalarna F/B	2,7	3,6	0,1	0,0	Mix Megapol - Dalarna	Ägarandel 50% Verksamheten avyttrades hösten 2003 till SBS Radio

Tabell 3.2 Forts

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Affärsområde Bonnier Newspapers	4 463,0	4 540,0	-603,0	-204,0		
AB Dagens Nyheter	1 761,2	1 783,3	-257,6	-11,7	Dagens Nyheter	
AB Kvällstidningen Expressen	1 108,4	1 177,9	-294,1	14,7	Expressen, GT, Kvällsposten	
Sydsvenska Dagbladet AB	694,9	799,6	126,2	137,8	Sydsvenska Dagbladet	Ägarandel 97% (79% av rösterna)
Skånemedia		291,6		2,4	Kristianstadsbladet, Ystads Allehanda, Trelleborgs Allehanda	Ägarandel 72%
Tidnings AB Allehanda Syd	132,7		-15,1			Fusionerades 2003 med Skånemedia
Stockholm City i Sverige		31,7		-148,0	Gratistidning	
Pressens Bild	91,5	85,6	3,9	-5,3	Bilabyrå	Försäljning till koncernbolag 35%
Bildhuset i Stockholm	10,0	6,1	-1,8	-0,5	Bilabyrå	
Claes Löfgren Reklam	7,6	8,0	-9,7	-10,4	Gratistidning och reklambyrå	
Bold Printing Group	122,0	52,5	-121,9	-3,4	Holdingbolag för Bonniers grafiska industrier	Vidarefakturerings av dotterbolagens civila tryckproduktion
DN.EX Tryckeriet	815,4	654,4	22,8	-73,2	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 99%
Sydsvenskan Tryck	349,0	341,3	-6,7	27,6	Grafisk industri	Försäljning till koncernföretag 100%
Tidningstryckeriet Exprint i Jönköping	120,4		-7,0			Försäljning till koncernföretag 99%. Rörelsen avvecklades 2003
Tryckeri AB Allehanda Syd	27,3	26,2	-4,6	-1,7		Försäljning till koncernföretag 82% respektive 90%
<i>Intressebolag inom affärsområdet Bonnier Newspapers</i>						
Pressens Morgontjänst KB	...	...	...	...	Tidningsdistribution	Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet äger 50% var. Ca 65% av intäkterna från Bonnierkoncernen
Tidningarnas Telegrambyrå AB	184,4	185,0	20,3	10,7	TT	Dagens Nyheter, Sydsvenska Dagbladet och Expressen äger tillsammans ca 27%
Kristianstadsbladet AB	135,5		-7,8			Ägarandel 48%. Fusionerades 2003 med Skånemedia
Borås Tidning Tryckeri	18,8	78,6	-5,5	-15,1	Grafisk industri	Ägarandel 50%
Affärsområde Bonnier Business Press	1 267,0	1 254,0	-101,0	122,0		Avser hela verksamheten
Dagens Industri AB	604,0	612,4	78,2	94,9	Dagens Industri	

Tabell 3.2 Forts

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Affärsområde Bonnier Business Information	1 849,0	1 712,0	80,0	95,0		Avser hela verksamheten. Affärsområdet såldes 2005 till Infodata samtidigt som Bonniers förvärvade en ägarandel på 20% i Infodata
Direktmedia Bonnier DM	181,6	186,3	18,1	14,7	Företagsinformation	Försäljning till koncernföretag 30 respektive 26%
Six	161,4	131,9	22,0	6,9	Finansinformation	Försäljning till koncernföretag 6 respektive 12%
PAR AB	112,1	118,5	12,9	16,1	Företagsinformation	
Nyhetsbyrån Direkt	36,3	46,2	5,8	6,6	Affärsinformation	Försäljning till koncernföretag 80 respektive 75%
Kreditfakta kreditupplysningar i Norden	30,7	39,5	5,1	6,8	Företagsinformation	
AffärsData i Sverige	25,1	36,9	-1,4	11,1	Företagsinformation	
Svenska Market Management Partner	35,1	35,5	1,2	-0,5	Företagsinformation	Försäljning till koncernföretag 11 respektive 12%
Sverige Bygger	40,6	33,5	8,2	1,3	Företagsinformation	
Kompass Sverige	34,5	31,5	7,2	4,2	Företagskataloger	
Svensk Medicin Information SVAR	23,1	24,2	-3,0	-0,8	Företagsinformation	
DM Profit	1,0	11,4	0,0	0,0	Konsultverksamhet	
Svensk Börsinformation	9,3	6,9	3,7	2,1	Finansinformation	
CFSI - Centrum för säkerhetsinformation	7,5	5,9	-2,3	-1,3	Facktidning	
Mängda Produktion Syd	6,7	5,8	-0,2	-2,2		Avyttrades 2004
Dun & Bradstreet Sverige		226,1		-2,9	Affärsinformation	Förvärvades 1 december 2003
Bonnier & Bonnier AB	69,4	51,6	-18,2	29,9	Holdingbolag och fastighetsförvaltning	
<i>Intresseföretag till Bonnier & Bonnier AB</i>						
TV4 AB	2 273,7	2 261,1	122,0	116,4	TV4	Ägarandel 21,7% (från januari 2005 29,3%)
Alma Media	4 452,1	4 202,1	79,7	127,7	Medieverksamhet i Finland	Ägarandel 33% avyttrades våren 2005
Nordic Broadcasting						Ägarandel 50%. Övertog våren 2005 Alma Medias verksamhet inom TV och radio (inkl ägarandel i TV4 om 23,4%)
MTV Produktion AB		93,9		...	TV-produktion	Ägarandel 36,8%. Totala intäkter och resultat 264,9 respektive -7,0 Mkr. Bolaget införlivades 2004 i Zodiac Television. Bonnier avyttrade våren 2005 alla intressen i Zodiac Television

Anm: Affärsområdenas resultat avser rörelseresultat.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.3 Intäkter och rörelseresultat för Bonnier AB 2004 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal (%)
Books	4 573	23	25	423	9
Newspapers	4 629	24	-12	-271	-6
Entertainment	3 491	18	52	246	7
Magazine Group	3 248	17	22	391	12
Business Information	2 360	12	49	125	5
Business Press	1 397	7	5	136	10
Övrigt	-134			-129	
Totalt	19 564	100	11	920	5

Källor: Årsredovisning för Bonnier AB 2002 och 2004.

Tabell 3.4 Geografisk fördelning för Bonnier AB:s intäkter 2004. (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)
Sverige	11 012	56	3
Övriga Norden	5 193	27	45
Övriga länder	3 359	17	33
Totalt	19 564	100	11

Källor: Årsredovisning för Bonnier AB 2002 och 2004.

3.3 Egmontsfären

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

Barnunderhållning för hela världen

Med Disney-produkterna som bas har Gutenberghus (sedan 1992 Egmont) sedan 1980-talet etablerat barnbok- och serietidningsförlag i en lång rad länder. Egmont och Orkla slog 1992 samman sin tidskriftsutgivning i Norge och skapade landets största tidskriftsförlag, *Hjemmet Mortensen*. Samma år förvärvades Danmarks ledande filmbolag Nordisk Film.

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. Nordisk Film är det största och mest integrerade filmbolaget på den nordiska filmmarknaden med produktion, laboratorier, distribution och biografer. På tv-marknaden driver Egmont flera produktionsbolag och är även delägare i norska TV2.

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.

Bred verksamhet i Sverige

I Sverige tillhör Egmont med en omsättning på nära 2 miljarder kronor de stora aktörerna på flera marknader. Sedan främsta konkurrenten Semic förvärvats från Bonniers 1997 är Egmont helt dominerande på serietidningsmarknaden. På populärpressområdet ger koncernen ut bland annat *Hemmets Journal* och *Hennes* och har 2005 startat flera tidningar. Egmont tog 2001 klivet in på ytterligare en delmarknad när hälftenägda *Hjemmet Mortensen* förvärvade specialtidningsförlaget Medströms (numera *Hjemmet Mortensen AB*).

Koncernen tillhör även de ledande bokutgivarna genom Egmont Kärnan och Egmont Richter, inriktade på barnböcker respektive underhållningslitteratur. Nordisk Film AB (f d Egmont Entertainment) har en stark ställning som film- och videodistributör. Det sedan 1999 helägda Filmteknik är störst på marknaden för efterbearbetning av film. Koncernens olika produktionsbolag för film och television är däremot relativt små.

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

Referenser

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

Tabell 3.5 Egmontsfärens verksamhet i Sverige 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Egmont International Holding A/S	11 271,9	10 270,9	358,3	536,5		Koncernens totala omsättning och resultat
Egmont Kärnan	553,7	618,4	40,9	57,4	Serie- och ungdomstidningar, barnböcker	
Nordisk Film AB (Egmont Entertainment)	691,0	498,7	31,0	7,7	Film- och videodistribution	
Egmont Tidskrifter	226,5	265,8	-10,0	50,5	Populärpress	
Egmont Richter	185,0	194,5	-6,5	-0,4	Underhållningslitteratur	
Play Nöjesdistribution	190,1	123,4	5,1	-29,0	Video-, dataspel- och musikaldistribution	
FilmTeknik	60,5	66,2	6,1	-9,8	Filmbearbetning	Försäljning till koncernbolag 11%
Mailbox Media (Egmont Respons)	41,5	55,3	-1,5	-2,1	Reklamprodukter	Försäljning till koncernbolag 13%
Nordisk Film TV-Produktion	19,9	26,2	-16,5	-1,0	TV-produktion	
Frithiof Film To Video	17,1	12,8	0,3	-3,0	Filmbearbetning	Försäljning till koncernbolag 21%
Eurolab Sverige	8,9	9,2	1,3	1,9	Filmtextning	
Felicia Film	34,1	1,6	-7,0	-2,4	Filmproduktion	
Nordisk Film Production Sverige	4,9	0,9	1,0	2,7	Filmproduktion	
The Syndicate Entertainment <i>Intresseföretag</i>	13,5		-2,9			Bolaget avyttrades 2003
Hjemmet Mortensen AS	1 852,8	1 774,3	295,3	350,1		Koncernens totala omsättning och resultat. Bolaget ägs till lika delar av Egmont och Orkla
Medströmsförlagen					Holdingbolag	Namnet ändrat till Hjemmet Mortensen AB hösten 2004
Medströms Dataförlag	75,0	79,2	6,5	8,3	Datatidningar	
Medströms Annonsförlag	67,3	65,3	20,1	20,0	Motor- och båttidningar	
Bröderna Lindströms Förlag	64,9	49,6	24,1	7,1	Specialtidningar	
Guidenförlaget	23,2	22,7	1,3	0,8	Spelguider	
Motorbörsen AB	3,8	3,5	0,8	0,0	Specialtidning	

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.6 Intäkter och rörelseresultat för Egmont International 2004 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2001/2004 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal (%)
Magazines	1 668	17	8	280	17
Kids & Teens	1 559	16	13	182	12
Books	1 504	15	16	21	1
Nordisk Film	2 637	27	-28	53	2
International	2 377	24	-6	156	7
Övrigt	22	0		- 135	
Totalt	9 767	100	-6	558	6

Källor: Årsredovisning för Egmont International 2001 och 2004.

Tabell 3.7 Geografisk fördelning för Egmont Internationals intäkter 2004 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)
Norden	7 407	76
Övriga länder	2 380	24
Elimineringar	-20	
Totalt	9 767	100

Källa: Årsredovisning för Egmont International 2004.

3.4 Hjörnesfären

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

Stampen har sedan 1990-talets början gjort 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 och nätverket slogs 1996 samman med Stenbecksfärens nät till Rix FM, som drivs av MTG. Av Stampens engagemang på radioområdet återstår endast en minoritetsandel i en kanal i Varberg.

Sedan slutet av 1990-talet har Stampen i stället för att försöka bygga ett mediehus inriktat sig på att utveckla sin gamla kärnverksamhet, utgivning av morgontidningar. *GT* såldes till Bonniers 1997 och samma år blev koncernen största ägare i *Bobuslänningen*. Sedan tidigare var Stampen delägare i *Nerikes Allehanda* och *Hallandsposten*.

I ett par etapper har Hjärnesfären även skaffat sig stora intressen i VLT. Efter att blivit näst största ägare i VLT 2000 bildade Stampen tillsammans med några andra stora aktieägare Mediaintressenter PLMS som 2004 lade ett bud på hela bolaget. Det nya ägarbolaget hade dock hösten 2005 endast nått en knapp majoritet. Stampen, VLT och det av Stampen hälftenägda Morgonpress Invest har tillsammans 82 procent av aktierna i det ägarbolag som hösten 2005 förvärvade Centertidningar. Som en följd av affären förväntas Stampen överta *Hallands Nybeter* och därigenom ytterligare stärka sin ställning på den västsvenska tidningsmarknaden.

Ett nytt bolag Västsvensk Tidningstryckeri (VTAB), med Stampen som majoritetsägare övertog 2001 *Göteborgs-Postens* och fyra andra tidningsföretags tryckerier. I samband med förvärvet av Centertidningar bildades en ny tryckerikoncern med VTAB som majoritetsägare och VLT som minoritetsägare. Det nya bolaget kommer att samordna tryckeriverksamheterna i Centertidningar, VTAB och VLT och bli ett av Nordens största tidningstryckerier med en beräknad årsomsättning på cirka 1,3 miljarder kronor. Stampen driver även tillsammans med sju andra morgontidningar ett distributionsbolag, Västsvensk Tidningsdistribution.

Referenser

- Forsström, Bertil (1977) *Harry Hjärne och Göteborgs-Posten 1926-1940*. Göteborg (Meddelanden från Historiska institutionen i Göteborg; 12).
- Mediaintressenter PLMS AB 2004 *Rekommenderat offentligt erbjudande till aktieägarna i VLT AB*. Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.8 Hjörnesfärens verksamhet 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Tidnings AB Stampen	1 466,1	1 619,9	-84,1	-5,6	Koncernen	Peter Hjörnes familj kontrollerar 74% av rösterna och 67% av kapitalet. Marika Cobbold Hjörnes familj kontrollerar 13% av rösterna och 14% av kapitalet
Göteborgs-Postens Nya AB	1 228,6	1 277,6	-153,1	-60,4	Göteborgs-Posten	
Västsvenskt Tidningsstryckeri – koncern	510,8	768,3	8,8	29,0		Ägarandel 60%. Försäljning till koncernföretag 42%
Västsvenskt Tidningsstryckeri – moderbolag	404,6	642,4	4,9	31,4		Försäljning till koncernföretag 50%
Adargo Press	98,5	111,1	4,0	1,8		Dotterbolag till Västsvenskt Tidningsstryckeri
Trollhättans Tryckeri	36,2	27,2	0,2	-4,0		Dotterbolag till Västsvenskt Tidningsstryckeri
GP Nära AB (GP Lokaltidningar AB)	13,5	0,4	-16,6	-2,5	Lokaltidningar	
Västsvenska Lokaltidningar		...		...	Gratistidningar	Ägarandel 60%. Verksamheten startades våren 2004 och lades ner i mars 2005
<i>Intressebolag till Tidnings AB Stampen</i>						
Rubrik i Sverige	21,9	...	-0,2	...	Holdingbolag	Ägarandel 49%.
Rubrik Media (Publicistbyrån i Sverige)	11,2	10,7	0,6	0,3	Kund- och personaltidningar	Dotterbolag till Rubrik i Sverige
Rubrik Bild i Sverige (Kamerareportage)	10,3	4,9	-0,9	-1,0	Bildbyrå	Dotterbolag till Rubrik i Sverige
Bohusläningens Intressenter	137,7	142,0	16,4	8,8	Bohusläningen, Strömstads Tidning	Ägarandel 48%
Mediearkivet	12,7	14,5	0,6	1,1	Textdatabas	Ägarandel 33%. Bolaget förvärvades våren 2004 av Retriever
Citypaketet Sweden	2,4	12,6	-0,2	0,7	Rikssannons-försäljning	Ägarandel 33%
LT Liberala Tidningar		513,3		29,7	Nerikes Allehanda m fl	Ägarandel 22%
Västsvensk Tidningsdistribution KB	...	...	...	...	Tidningsdistribution	Ägarandel 10%
LDPI Förvaltnings AB	160,7	158,0	26,1	26,1	Hallandsposten	Ägarandel 10%
SRU Svensk Radioutveckling	...	...	...	...	Radioverksamhet	Ägarandel 46%
Rix 106,5 i Varberg KB	2,7	...	...	...	Rix 106,5 i Varberg	Ägarandel 30%
VLT AB	724,6		14,1			Ägarandel 2002: 19% av kapitalet och 8% av rösterna
Morgonpress Invest					Holdingbolag	Ägarandel 49%
Mediaintressenter PLMS AB					Holdingbolag	Ägarandel ca 21%
<i>Dotterbolag till Mediaintressenter PLMS AB</i>						
VLT AB		768,7		24,8	Vestmanlands Läns Tidning, m fl	Mediaintressenter PLMS kontrollerade i mars 2005 52,4% av rösterna och 58,5% av kapitalet. Hjörnesfärens indirekta ägande via Morgonpress Invest och Mediaintressenter PLMS uppgår till ca 16% av rösterna och ca 18% av kapitalet

Källor: Årsredovisningar, Mediaintressenter PLMS AB "Rekommenderat offentligt erbjudande till aktieägarna i VLT AB" samt VLT AB:s hemsida.

3.5 KF Media

Genom att samordna Kooperativa förbundets medieanknutna verksamhet och göra flera stora förvärv har KF Media på kort tid blivit ett av de stora mediebolagen i Sverige. På bokmarknaden har koncernen med förlag på hela det allmänlitterära fältet, med landets största bokhandelskedja och intressen inom distributionsledet kommit att bli en med Bonniers och Liber jämbördig konkurrent.

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

KF gick 1987 även in i detaljhandelsledet på bokmarknaden genom att förvärva Akademi-bokhandelskedjan som under de följande åren expanderade genom köp av boklädor över hela landet. Det stora allmänlitterära förlaget Norstedts förvärvades 1997 från Wolters Kluwer. Året därpå sammanfördes alla medieaktiviteter i koncernen KF Media med divisioner för bokhandel, bokförlag och tidskrifter. Förlagen samlades i sin tur i en underkoncern med namnet P.A. Norstedt & Söner.

Stark position på bokmarknaden

Förlagens utgivningsprofiler renodlades så att gruppen i sin helhet har kommit att täcka hela fältet med undantag för läromedel. Norstedts Förlag har fortsatt med sin breda allmänlitterära utgivning med tyngdpunkt på skönlitteratur. Rabén & Sjögren koncentrerar sig helt på barn- och ungdomslitteratur, där förlaget befäst sin position som landets ledande. Prismas tyngdpunkt ligger på utgivning av fackböcker, medan Tiden profilerar sig med böcker för barn i skolåldern. Norstedts Akademiska Förlag bildades 2005 med utgivning av ordböcker och annan facklitteratur för professionella användare.

Förlagsgruppen driver två helägda bokklubbar, Hem & Trädgård och Mat & Njutning, och är delägare i fem klubbar, bland andra Barnens Bokklubb, Böckernas Klubb och Månadens Bok. KF Media sålde 2003 sin minoritetspost i Bibliotekstjänst, som är ett serviceföretag för biblioteken, men också äger landets största bokdistributör Seelig.

Akademibokhandeln är marknadsledare med en andel på 30 procent och finns med 54 boklädor representerade i de flesta större städer. KF förvärvade 1998 internetbokhandeln Bokus, som hade startats året innan. Den tyska mediekoncernen Bertelsmann var under en period hälftenägare men sålde sin andel 2002. Efter många år av förluster kunde Bokus 2003 redovisa en liten vinst.

Under de senaste åren har KF Media byggt upp en omfattande verksamhet inom interaktiva medier under namnet Pan Vision inriktat på distribution och marknadsföring av video/DVD och spel.

Referenser

Rabén, Sjögren och alla vi andra: femtio års förlags-historia (1992) under red. av Bohlund, Kjell Stockholm: Rabén & Sjögren.

Svensk Bokhandel 14/2002.

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.9 Kooperativa Förbundets medieverksamhet 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
KF:s totala medieverksamhet¹	1 877,6	1 962,8	-87,9	54,1		
KF Media	1 520,6	1 513,3	16,0	41,6		
Akademibokhandelsgruppen	1 064,7	1 106,1	...	...	Bokhandelskedja	Verksamheten bedrivs i kommission för KF Media
P A Norstedt & Söner gm Rabén & Sjögren, Norstedts Förlag, Bokförlaget Prisma, Norstedts Ordbok	455,8	425,5	...	...	Allmänlitteratur, barnböcker	Verksamheten bedrivs i kommission för KF Media
Tidskrifter	58,0	34,0	...	...	Populärpress (Tidningen Vi)	Verksamheten bedrivs i kommission för KF Media. Facktidningen Butikssäljaren avyttrades 2002
Bokus	115,2	117,6	-21,8	1,7	Bokförsäljning via internet	
Pan Vision	241,8	332,0	-82,1	10,9	Interaktiva medier	
<i>Intressebolag</i>						
Månadens Bok HB	...	...	ca 34,0	ca 26,2	Bokklubb, pocketförlag	Ägarandel 30%
Barnens Bokklubb	97,2	109,6	13,7	15,6	Barnbokklubbar	Ägarandel 50%
Böckernas Klubb	65,2	59,8	5,0	0,9	Bokklubb	Ägarandel 36%
Clio	21,4	18,8	...	...	Bokklubb	Ägarandel 50%
Eriksson & Lindgren Bokförlag	7,8	7,2	-0,1	0,1	Barnböcker	Ägarandel 39%

¹ Avser KF Medias moder- och dotterbolags intäkter och resultat exklusive elimineringar.

Källor: Årsredovisningar.

3.6 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 men även inom film och tv-produktion är Schibsted omsättningsmässigt ungefär lika stor på den svenska mediemarknaden som den i debatten och medierna betydligt mer uppmärksammade Stenbecksfären.

Schibstedkoncernen har sitt ursprung i ett boktryckeri som Christian Schibsted startade 1839. Rörelsen utvidgades 1860 då *Christiania Adresseblad* (från 1861 *Aftenposten*) började utges. Under sonen Amandus Schibsteds ledning utvecklades *Aftenposten* till Norges ledande tidning och började i slutet av 1800-talet att ges ut i en morgon- och en eftermiddagsedition (sedan 1989 redovisad som en separat tidning *Aftenposten Aften*). 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 äger Schibsted tillsammans med Egmont och A-pressen TV2 som är den i särklass största kommersiella kanalen i Norge. Tv-produktionsbolaget Metronome Film & Television har vuxit snabbt och hade 2003 nästan dubbelt så stor marknadsandel i Norden som sin främsta konkurrent Strix. Schibsted blev 1997 även en av de tre stora aktörerna på den nordiska filmmarknaden genom att fusionera sitt filmbolag med den svenska Sandrewkoncernen och bilda Sandrew Metronome.

Utanför Norden har Schibsted en omfattande verksamhet i Estland där man driver ett par stora tidningar och den största kommersiella tv-kanalen. Koncernen äger även det största litauiska tidskriftsförlaget samt gratistidningar i Frankrike och Spanien. På sitt gamla kärnområde har koncernen även betydande minoritetsandelar i flera stora regionala dagspressföretag i Norge.

Expansion i Sverige

Våren 1996 förvärvade Schibsted 49,9 procent av aktierna i Aftonbladet och övertog det operationella ansvaret för tidningen. LO behöll rätten att utse ledningen för de opinionsbildande avdelningarna. Sommaren 1998 övertogs aktiemajoriteten i Svenska Dagbladet. Schibsted blev genom förvärven Sveriges näst största dagspressutgivare med numera 16 procent av den totala upplagan. *Aftonbladet* passerade kort tid efter övertagande *Expressen* som lan-

dets största tidning och nådde snabbt också ekonomiska framgångar, den genomsnittliga nettomarginalen under 2000-talet har uppgått till 12 procent. *Svenska Dagbladet* fortsatte däremot att gå med stora förluster, under de första fem åren med sammanlagt över en halv miljard kronor. Tidningen har sedan 2001 genomgått en omfattande redaktionell förnyelse som resulterat i en upplageuppgång. Efter stora besparingsprogram kunde tidningen redovisa en mindre vinst 2003, som dock byttes i förlust följande år, bland annat på grund av *Metro Hus & Hems* inträde på den viktiga bostadsannonsmarknaden i Stockholm.

Samtidigt som Schibsted etablerade sig på den svenska tidningsmarknaden gick koncernen även in på andra mediefält i Sverige. Metronome Film och Television förvärvade 1995 Meter, som sedan dess tillhört de ledande tv-produktionsbolagen på den svenska marknaden. Metronome är sedan 2000 även huvudägare i filmproduktionsbolaget Filmlance. Via det hälftenägda Sandrew Metronome har Schibsted haft en stark ställning på den svenska filmmarknaden, som dock försvagades 2005, sedan biografrörelsen avyttrats och bolaget förlorat distributionen av Warners filmer.

Schibsted finns även representerat på den svenska bokmarknaden med två förlag, Svenska Förlaget och Boknöje inriktade på managementböcker respektive underhållningslitteratur. Det senaste tillskottet är serietidningsförlaget Full Stop Media. Under några få år i slutet av 1990-talet lyckades således Schibsted att bli en av de största medieaktörerna i Sverige med en stark position på marknaderna för dagspress, film och tv-produktion.

Snabb tillväxt utanför Norge

Schibsted uppvisade under 1990-talet en mycket snabb tillväxt, åren 1993-99 ökade omsättningen med 169 procent. Under det nya seklet har tillväxten stannat vid 17 procent och koncernen förefaller ha gått in i en konsolideringsfas. Möjligheterna att växa ytterligare i Norge på dagspressområdet begränsas kraftigt av den ägarkoncentrationslagstiftning som trädde i kraft 1999. Redan dessförinnan hade dock strategin i första hand varit inriktad på att etablera sig i grannländerna och Baltikum såväl inom kärnverksamheten som på nya områden. Flera av investeringarna på nya områden har gjorts i samverkan med andra parter som Sandrew på filmmarknaden och det holländska Endemol på tv-produktionsmarknaden. Trots investeringarna på nya områden står fortfarande dagspressen för mer än tre fjärdedelar av Schibsteds totala omsättning.

Hösten 2004 gjorde Schibsted ett brett anlagt försök att stärka sin position på de nordiska tv-marknaderna genom att dels förvärva en större post ak-

tier i TV4 dels lägga ett bud på hela Alma Media, som ägde den stora finska tv-kanalen MTV3 och var TV4:s största delägare. Bonniers lyckades med stöd av investmentbolaget Proventus neutralisera Schibsteds framstöd och säkra kontrollen över både TV4 och Alma Media division för etermedier. Som ett resultat av transaktionen erhöll dock Schibsted en betydande minoritetspost i TV4 med 27 procent av aktierna. Affären visar också på koncernens ambitioner att expandera ytterligare på de nordiska marknaderna och bli en ledande aktör även utanför dagspressfältet.

Ättlingar till grundaren kontrollerade Schibsted fram till mitten av 1990-talet. Därefter har Tinius

Nagell-Erichsen från den tidigare ägarfamiljen varit den i särklass största ägaren med 26,1 procent av aktierna, som genom en specialbestämmelse räcker för att blockera en försäljning av företaget. Tinius Nagell-Erichsen avgick som styrelseordförande 2002 och efterträddes av Ole Jacob Sunde. De övriga större ägarna utgörs av fonder som inte spelat någon aktiv ägarroll.

Referenser

Nationalencyklopedin.

Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.10 Schibsteds verksamhet i Sverige 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Schibsted ASA	9 605,5	9 768,0	330,7	777,6	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Omsättning i Sverige ca 3 770 Mkr
Affärsområde Dagspress						
Aftonbladet Hierta – koncern	1 814,9	1 897,5	183,6	235,5		Aftonbladet Hierta AB konsolideras i Schibsted ASA som har det industriella och ekonomiska ansvaret för bolaget. Schibsted äger 49,999% i bolaget i form av stamaktier. Arbetarrörelsen äger 50,001% i form av preferensaktier med begränsad utdelning
Aftonbladet Hierta – moderbolag	1 778,4	1 812,0	187,6	234,2	Aftonbladet	
Aftonbladet Nya Medier	63,2	82,4	-9,9	2,2	Aftonbladet.se	Dotterbolag till Aftonbladet Hierta
Hierta Förlag	10,1	19,5	3,0	2,1	Sportmagasinet "S"	Dotterbolag till Aftonbladet Hierta
Aftonbladet Kolportage	4,0	7,1	0,3	1,5	Tidningsförsäljning	Dotterbolag till Aftonbladet Hierta
Svenska Dagbladet Holding	735,4	789,8	-48,9	3,3	Svenska Dagbladet	Ägarandel 99%
Tidningsstryckarna Aftonbladet Svenska Dagbladet	464,7	429,6	2,1	-11,0	Tidningsstryckeri	Försäljning till koncernföretag 70%. Bolaget såldes 2005 till JMS Mediasystem
Scanpix Sverige	43,6	42,4	-10,5	-1,5	Bildbyrå	Ägarandel 75%
Mediearkivet	12,7	14,5	0,6	1,1	Databas	Ägarandel 67% (2004:100%)
<i>Intressebolag inom affärsområdet dagspress</i>						
Tidningarnas Telegrambyrå	184,4	185,0	20,3	10,7	TT	Aftonbladet och Svenska Dagbladet äger tillsammans ca 27%
Affärsområde Film, TV och Förlag						
Metronome Film & Television	223,6	261,2	...	...	Holdingbolag	Ägarandel 65%. Uppgifterna avser den svenska verksamheten
Meter Film & Television	120,4	159,6	6,8	9,5	TV-produktion	Dotterbolag till Metronome Film & Television
Mutter Media	50,9	135,9	0,0	20,9	Filmbearbetning	Dotterbolag till Metronome Film & Television
Mekano Film & Television	32,7	13,0	-5,0	-3,8	Reklamfilm	Dotterbolag till Metronome Film & Television
Meter Fakta	6,7	4,5	0,6	0,7	TV-produktion	Dotterbolag till Metronome Film & Television
FilmLance International	45,9	46,8	1,1	1,1	Filmproduktion	Metronome Film & Television AB:s ägarandel 60%.
Full Stop Media	25,6	34,7	0,2	0,7	Serietidningar	
Svenska Förlaget Liv & Ledarskap	15,7	15,8	-0,5	-1,0	Facklitteratur	
Boknöje	13,9	14,2	3,5	3,0	Underhållningslitteratur	
<i>Intressebolag inom affärsområdet Film, TV och Förlag</i>						
Sandrew-Metronome					Holdingbolag	Ägarandel 50%
Sandrew Metronome Distribution Sverige	464,7	303,9	2,1	21,4	Film- och videodistribution, filmproduktion	Dotterbolag till Sandrew-Metronome AB
Sandrew-Metronome Sverige	281,2	218,7	14,1	-23,4	Biografer	Dotterbolag till Sandrew-Metronome AB. Bolaget avyttrades 2005
Sandrew-Metronome International	68,4	88,4	-10,8	-9,5	Filmrättigheter	Dotterbolag till Sandrew-Metronome AB. Försäljning till koncernföretag 44% respektive 60%

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.11 Intäkter och rörelseresultat för Schibsted 2004 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal (%)
Dagspress	8 164	76	13	442	5
TV/Film	1 398	13	19	-64	-5
Förlag	375	3	24	26	7
Baltikum	357	3	65	14	4
Övrigt	449	4		-62	-14
Elimineringar	-177				
Totalt	10 567	100	17	355	3

Källor: Årsredovisning Schibsted ASA 2001 och 2004

Tabell 3.12 Geografisk fördelning för Schibsteds intäkter 2004 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)
Norge	5 244	50	8
Övriga Norden	4 314	41	12
Baltikum	385	4	78
Övriga Europa	624	6	643
Totalt	10 567	100	17

Källor: Årsredovisning Schibsted ASA 2001 och 2004

3.7 Staten

Den statliga sfären är omsättningsmässigt den näst största medieägaren i Sverige. De av en statlig stiftelses ägda public service-bolagen Sveriges Television och Sveriges Radio är de i särklass största aktörerna på sina respektive marknader. Staten är även viktig aktör på tv-distributionsmarknaden i egenskap av ensamägare till Teracom och minoritet-sägare i Svenska Rymdbolaget. Det av staten hel-ägda Posten driver den stora dagspressdistributören Tidningstjänst.

Statligt reglerad etermedieverksamhet

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

År 1956 fick Radiotjänst även ensamrätten till televisionsprogramverksamhet. Bolaget (från 1957 Sveriges Radio AB) delades 1979 upp i fyra programbolag, Sveriges Riksradio, Sveriges Television, Sveriges Lokalförmedling och Sveriges Utbildningsradio. Koncernen upplöstes 1993 samtidigt som Riks- och Lokalförmedling slogs ihop och övertog namnet Sveriges Radio. Ägandet av den tidigare koncernen övertogs 1994 av tre nybildade stiftelser, en för vardera 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 ordföranden utses av regeringen och de övriga ledamöterna av ägarstiftelsen.

Public service-bolagen i ett nytt medielandskap

Sveriges Radio sänder program via fyra kanaler, varav tre är nationella medan den fjärde är upplåten till 26 lokala kanaler. Under de senaste åren har dessutom flera digitala kanaler startats. Konkurrens-situationen för Sveriges Radio förändrades i grunden när den lokala privatradion introducerades 1993. Även om lyssnandet minskat när Sveriges Radio varje dag något över halva befolkningen. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är dock betydande. I den yngsta gruppen lyssnar färre än 20 procent på Sveriges Radio, mot cirka 75 procent för de som är äldre än 50 år. Omsättningsmässigt är

Sveriges Radio betydligt större än sina konkurrenter med 2 miljarder kronor jämfört med 500 miljoner för hela den kommersiella radion.

Sveriges Television har två analogt marksända rikstäckande kanaler, SVT1 och SVT2. De två kanalerna fick 2001 en klarare profilering än tidigare, där SVT1 lanserats som den breda kanalen medan SVT2 inriktats mer på att ge ett omfattande nyhets- och faktautbud. I SVT2 sänds även de elva regionala nyhetsprogrammen. 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 41 procent 2004. I åldersgrupperna 15-24 och 25-39 år är dock andelen betydligt lägre, 13 respektive 25 procent för bolagets två stora kanaler. Sveriges Television har med oro sett att bolaget förlorat tittare bland den yngre publiken och har därför startat speciella satsningar för att nå dessa tittare.

Sveriges Television startade våren 1999 den digitala nyhetskanalen SVT24 som 2003 utvidgade sitt programutbud med bland annat sport och samhällsprogram och bytte namn till 24. Ytterligare en digital kanal, Barnkanalen, startades julen 2002.

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

Statliga bolag i konkurrens 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 svarar även för uppbyggnaden av det digitala marknätet för television som började tas i drift våren 1999 och som från hösten 2005 successivt ska helt ersätta det analoga nätet. Dotterbolaget Boxer säljer digitalboxar och abonnemang för marknätet. Efter en trög start har Boxers försäljning ökat kraftigt och redovisade i mars 2004 410 000 abonnenter. Av koncernens totala intäkter 2004 kom 33 procent från icke konkurrensutsatt verksamhet, som minskat sin andel kraftigt under 2000-talet.

Staten är även representerad på satellitmarknaden via det helägda Svenska Rymdaktiebolaget som äger en fjärdedel av Nordiska Satellitaktiebolaget (NSAB) som distribuerar en rad svenska och utländska kanaler via sina satelliter. Staten hade tidigare stora intressen på kabel-tv-marknaden genom Telias dotterbolag Com Hem, som dock 2003 såldes till Wallenbergsfärens riskkapitalbolag EQT.

Liten samordning mellan statliga medieföretag

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. Telia med Com Hem förordade exempelvis en satsning på kabel-tv medan Teracom och Sveriges Television ville se snabb utbyggnad av och övergång till markbunden digital distribution. Vid lanseringen av övergången till digitala sändningar vintern 2005 riktade Viasat och Canal Digital kritik mot regeringen för att gynna det statliga Boxer. Inom regeringen har samordningen av det statliga medieägandet även försvårats av att ansvaret för bolagen legat på olika departe-

ment, public service-bolagen hos utbildnings- och kulturministern och Teracom hos näringsministern.

Referenser

- Medieutveckling. 2005* (2005) Haninge: Radio- och TV-verket.
- MMS Mediamätning i Skandinavien hemsida (www.mms.se).
- RUAB Radiundersökningar AB:s hemsida (www.ruab.se).
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV: delbetänkande av Rådet för mångfald inom massmedierna*. Stockholm: Fritzes.
- SOU 1999:30 *Yttrandefriheten och konkurrensen: förslag till mediekoncentrationslag m.m.: betänkande av Mediekoncentrationskommittén*. Stockholm: Fakta info direkt.
- Årsredovisningar och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.13 Statligt ägda företags medieverksamhet 2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Public service-sfären	6 222,5	6 335,9	-27,8	8,8		De ekonomiska uppgifterna avser ej koncernredovisning utan en sammanräkning av SVT:s, SR:s och UR:s intäkter
Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB	...	...	...	...	Ägarstiftelse	Helägd av staten
Sveriges Television	3 764,9	3 828,7	-50,8	-40,3	SVT 1, SVT 2, SVT 24, Barnkanalen	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Radio	2 144,9	2 190,8	19,4	44,0	Sveriges Radio	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Sveriges Utbildningsradio	312,7	316,4	3,6	5,1	Utbildningsradion	Helägt dotterbolag till Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR
Radiotjänst i Kiruna	175,7	167,0	1,0	1,1	Avgiftsadministration	Ägare: SVT (61), SR (34), UR (5)
<i>Intressebolag i public service-sfären</i>						
MMS Mediamätning i Skandinavien	39,0	38,4	5,3	3,3	Publikmätningsföretag	Ägare: MTG (43), SVT (43), TV4 (10)
RUAB	24,0	24,2	1,2	1,5	Publikmätningsföretag	SR:s ägarandel 50%. Avyttrades 2005
Teracom-sfären						
Teracom – koncernen	1 778,5	1 876,3	-251,1	3,5	Radio- och TV-distribution	
Teracom – moderbolaget	1 384,2	1 464,5	-40,5	93,4	Radio- och TV-distribution	Helägt av staten
Boxer TV Access	211,3	380,9	-39,2	-108,0	Digital-tv-tjänster	Ägare: Teracom (70), Skandia Liv (30) 2005: Teracom (70) 3i (30)
Senda i Sverige	133,3		-178,5		Digital-tv-tjänster	Verksamheten övertogs hösten 2002 av Boxer TV Access, varefter bolaget såldes
Teracom Mobile Links	71,1	73,6	0,4	1,4	Mobila tv-sändningar	Försäljning till koncernbolag 70% resp 63%
Övriga bolag						
Tidningstjänst	992,4	1 018,8	13,7	13,3	Tidningsdistribution	Helägt av det statligt helägda Posten AB
Svenska Rymdaktiebolaget	453,2	430,4	60,0	64,8	Satellitverksamhet (i huvudsak utanför medieområdet)	Helägt av staten
Nordiska Satellitaktiebolaget (NSAB)	576,9	459,1	125,5	68,7	TV- och tele-kommunikationssatelliter	Svenska Rymdaktiebolagets ägarandel 50% (2004: 25%). Uppgift saknas om hur stor del av intäkterna som är medleanknuten
Com Hem	1 071,0	-240,0			Kabel-TV	Ägdes t o m maj 2003 av TeliaSonera (statlig ägarandel 46%). Såldes juni 2003 till EQT

() Ägarandel i procent.

Källor: Årsredovisningar.

3.8 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. Jan Stenbecks dödsbo kontrollerar genom direkt eller indirekt ägande en grupp koncerner där förutom Kinnevik, MTG och Metro även Tele2 och Millicom ingår och som sammantagna brukar betecknas som Stenbecksfären.

Vertikalt integrerad television

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.

TV3 startades som panskandinavisk kanal, men delades snart upp i en kanal för vardera Sverige, Danmark och Norge. Numera finns kanalen även i nationella varianter i de baltiska staterna samt i Ungern. TV3 Skandinavien svarade 2004 för 34 procent av MTG:s omsättning.

Kinnevik lanserade 1989 en betal-tv-kanal TV1000 som efter en tid kompletterades med systerkanalen TV1000 Cinema. Efter att ha gått med stora förluster alltsedan starten vände utvecklingen år 2002 och TV1000-kanalerna har sedan dess höga positiva rörelseresultat. Ungdomskanalen ZTV lanserades 1991 och har sedan följts av en rad nischade betal-tv-kanaler inriktade på dokumentärer, action, natur, äventyr, sport etc. TV3 och ZTV är frikanaler, medan de övriga är betal-tv-kanaler. Våren 2005 drev MTG sammanlagt fjorton tv-kanaler riktade mot den svenska marknaden. MTG:s dotterbolag Viasat distribuerar via satellit koncernens och andra företags kanaler i form av olika paket med upp till ett fyrtiotal kanaler till abonnenter på den svenska marknaden. Stenbecksfären hör även till de större aktörerna på kabel-tv-marknaden genom Kabelvision som ägs av Tele2.

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

gram med egetproducerat material. Strix har utvecklats till ett av de ledande produktionsbolagen i Norden. Verksamheten har alltmer inriktats på dokusåpor som produceras för de skandinaviska, baltiska och holländsk/belgiska marknaderna. Bolaget har också utvecklat egna format som *Baren*, *Harem* och *Farmen*, som exporterats till en rad länder över hela världen. Försäljning till företag utanför MTG står för över 40 procent av bolagets omsättning.

MTG driver även olika former av direktförsäljning via television i en lång rad länder. Sonet Film som förvärvades 1995 har de senaste åren utvecklats till ett av de mer betydande distributions- och produktionsbolagen på den svenska filmmarknaden. SDI Media, som producerar översättnings- dubbnings- och textningstjänster för tv- och filmbolag i ett tjugotal länder, såldes 2004 till riskkapitalbolaget Warburg Pincus.

Stora vinster och förluster för Metro

Stenbecksfären har alltsedan 1987 gjort upprepade men misslyckade försök att etablera sig på den svenska tidskriftsmarknaden. Experimentet att slå ihop Finanstidningen och Vision och skapa en daglig gratisutdelad affärstidning misslyckades. Nyskapsen FinansVision lades ner kring årsskiftet 2002/2003 liksom tidskriften Moderna Tider. Ett kundtidningsföretag och bokförlaget Brombergs utgör de sista resterna av MTG:s satsningar på tryckta medier.

I februari 1995 startade MTG den dagliga gratis-tidningen *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 har sedan följts av en rad etableringar så att tidningen våren 2005 utges i 55 editioner i 17 länder på 16 språk. I Sverige har editioner startats 1998 i Göteborg och 1999 i Malmö. En riksedition som sprids i ett tiotal städer lanserades 2004. Den svenska verksamhetens andel av den totala omsättningen har sjunkit från 90 procent 1998 till 28 procent 2004. Vinsterna från den svenska rörelsen har inte räckt för att täcka de höga etableringskostnaderna i utlandet utan Metro International har sedan 1999 redovisat förluster, som de första åren på 2000-talet var mycket höga.

När den privata lokalradion introducerades 1993 förvärvade Kinnevik en rad koncessioner som fördes in i ett nätverk som sände ett centralt producerat program. Stenbecksfären har sedan genom flera affärer successivt ökat sin närvaro på radiomarknaden, de viktigaste har varit en fusion med det tidningsägda Rix-nätet 1996 och övertagandet av driften av NRJ:s tjugo svenska stationer. MTG Radio driver två stora nät, Rix FM med 36 stationer och Lugna Favoriter med 12 stationer samt några nischade

kanaler i storstäderna. I Norge äger MTG en minoritetsandel i radiokanalen P4 Radio Hele Norge, som fortfarande har en stark ställning bland lyssnarna trots att man förlorat sitt nationella sändningstillstånd.

Underhållning dominerar i entreprenörsdriven koncern

Innehållet i Stenbecksfärens medier utgörs i stor utsträckning av underhållning. Tv-kanalernas tablåer domineras av amerikanska serier och filmer samt svenska dokusåpor. Radiokanalerna sänder hårt formaterad musikradio. *Metro* har profilerat sig som nyhetsleverantör utan några större publicistiska ambitioner. Brombergs och TV8 hör till de få företag inom sfären som har en mer uttalad kulturell eller publicistisk profil. Dessa företag svarar dock för mindre än en procent av sfärens totala medieomsättning.

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 förvärv som gjorts, som exempelvis SDI, Sonet Film, TV8 och Brombergs har i regel gällt företag utan central betydelse. De stora företagen inom sfären, som TV3, 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 telekomföretag. Efter Jan Stenbecks bortgång 2002 har sfärens bolag i stort drivits vidare efter ungefär samma strategier som tidigare

Referenser

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

Tabell 3.14 Stenbecksfärens medieverksamhet i Sverige 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Modern Times Group MTG AB	6 023,2	6 311,3	28,4	423,4	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2003 72% av rösterna och 22% av kapitalet
Affärsområde Viasat Broadcasting¹	4 353,3	4 651,1	322,9	652,9		Avser totala verksamheten
Området "Fri-TV i Sverige"	ca 950	ca 1 000	...	...	TV3 och ZTV	Uppskattat värde
TV1000 AB	288,9	432,2	-85,1	78,1	TV1000	
TV6 Sverige	47,4	51,1	...	...	TV6 Action, TV6 Nature	Totala intäkter 109,8 resp 112,7 Mkr och resultat 34,6 resp 29,9 Mkr
Television AB TV8		19,0		-11,4	TV8	Tillhörde 2002 affärsområde Publishing
ViaSat	520,7	677,0	...	...	TV-distribution	Totala intäkter 685,3 resp 719,3 Mkr och resultat 6,8 resp 89,8 Mkr
ViaSat Satellite Services	94,5	89,6	...	...	Transponder-uthyrning	Totala intäkter 325,6 resp 344,3 Mkr och resultat 11,0 resp 16,1 Mkr. Försäljning till koncernföretag 98%.
<i>Intresseföretag inom affärsområdet Broadcasting</i>						
Svensk Programagentur	81,6	98,4	9,8	9,4	TV-distribution	Ägarandel 50%
Affärsområde SDI Media¹	378,9	302,3	52,7	48,5		Avser totala verksamheten. Verksamheten såldes 2004
SDI Media Scandinavia	62,3	57,0	6,9	9,7	Översättning och dubbing	Försäljning till koncernföretag 78% resp 84%
Affärsområde Modern Studios¹	601,9	440,1	50,6	57,3		Avser totala verksamheten
Strix Televison	359,1	423,3	58,2	60,3	Produktionsbolag	Inklusive program för danska, norska, baltiska och holländsk/belgiska tv-kanaler. Försäljning till koncernföretag 60% resp 58%
Strix Nyheter	20,5	20,6	-0,7	1,5	Produktionsbolag	Försäljning till koncernföretag 99%
MTG Modern TV	18,1	13,2	0,9	0,4	Produktionsbolag	Försäljning till koncernföretag 24% resp 35%
Sonet Film	98,7	123,2	6,7	-1,0	Distribution och produktion av film	
Nordic Artist	29,5	13,8	-0,3	-1,5	Underhållnings-evenemang	
Brombergs Bokförlag		32,9		6,2	Allmänlitteratur	Tillhörde 2002 affärsområde Publishing
Redaktörerna i Stockholm		24,6		2,2	Kund-, organisations- och medlemstidningar	Tillhörde 2002 affärsområde Publishing. Försäljning till koncernföretag 84%
Financial Hearings Scandinavia		6,2		-0,7	Affärsinformation	Startade verksamheten 2003

Tabell 3.14 Forts

	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Affärsområde MTG Radio¹	157,3	171,4	-39,7	2,7		Avser totala verksamheten
Kilohertz	65,7	71,9	-6,4	-1,3	Radioproduktion och reklam-försäljning	
MTG Radio	60,4	85,5	-12,7	-4,5	Radioproduktion och reklam-försäljning	Försäljning till koncernföretag 32% resp 38%
MTG Lugna Favoriter	17,4	16,3	1,8	-0,1	Radioproduktion	
Production of World Entertainment Radio in Sweden	5,9	5,0	-6,0	-4,0	Driver lokalradiostation i Stockholm	
MTG FM 101,9 AB	3,5	2,3	-0,3	-5,0		
MTG XLFormat	9,8	13,9	0,6	-0,2	Utomhusreklam	
<i>Intresseföretag inom affärsområdet MTG Radio</i>						
Radio National i Luleå	3,8	4,2	0,1	0,0	RIX FM 105,6 Luleå	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 11%
Radioindustri Xerses i Borås	3,0	3,2	-2,3	-2,4	RIX FM 107,1 Borås	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 21%
Radio National i Skellefteå	2,1	1,6	-0,2	-0,4	RIX FM 92,4 Skellefteå	MTG:s ägarandel 49%. Andra företag i Stenbecksfären 11%
Forum & Marknad 107,7 i Nyköping HB, Giga Hertz 106,7 i Malmö HB, Göteborg Air 105,9 HB, Jönköpings Reklamradio 106,0 HB, Kintevill HB, Power i Stockholm HB, Radio 2000 107,6 i Helsingborg HB, Radio Air i Hållby och Eskilstuna HB, Radio Storpannan HB, Reklammedia 104,4 i Kil och Karlstad HB, Reklammedia 107,3 i Kristianstad HB, Trestad Air 105,0 HB, Växjö Reklamradio 104,3 HB, Z-Radio 101,9 HB samt Östersund Air 104,0 HB	...	...	...	...	Bolagen äger koncessioner för radiostationer som drivs av MTG Radio	Bolagen ägs till lika delar av MTG Radio, Kinnevik Radio och e-Village Nordic
Affärsområde TV-shop	670,7	733,5	-17,4	9,2	Direktförsäljning	Avser totala verksamheten
E - Commerce Logistik	171,0	116,6	10,2	0,5	Grosshandel för postorderföretag	Försäljning till koncernföretag 53 resp 82%. Verksamheten såldes 2003 till Tradimus
MTG Internet Retailing	60,7	169,3	...	...	Skivförsäljning via internet	Totala intäkter 156,3 resp 310,8 Mkr och resultat 7,7 resp 21,1 Mkr
TV-Shop Europe	38,1	36,6	...	...	TV-shopförsäljning	Totala intäkter 144,6 resp 266,1 Mkr och resultat -142,6 resp -24,4 Mkr
No Name 4 Us	23,0	9,5	4,9	0,1	Web-applikationer	Försäljning till koncernföretag 64 resp 72%

Tabell 3.14 Forts

	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Affärsområde Publishing	134,0		-112,9			Affärsområdet Publishing upphörde 2003
Finans Vision	36,9	12,1	-101,1	3,5	Finans Vision	Utgivningen upphörde i januari 2003
Brombergs Bokförlag	20,1		3,4		Allmänlitteratur	Överfördes 2003 till affärsområde Modern Studios
Redaktörerna i Stockholm AB	17,4		1,9		Kund,- organisa- tions- och medlems- tidningar	Överfördes 2003 till affärsområde Modern Studios. Försäljning till koncernbolag 97%
Moderna Tider Förlag	4,6		-10,9		Moderna Tider	Utgivningen upphörde i oktober 2002
Television AB TV8	20,0		-11,7		TV8	Överfördes 2003 till affärsområde Broadcasting
Metro International	1 389	1 647	-783	-103	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2003 60% av rösterna och 70% av kapitalet
Området "Metro Sweden"	464,4	459,1	86,3	68,9	Metro	
Tele2	31 282	36 911	796	1 267	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2003 68% av rösterna och 31% av kapitalet
Kabelvision	253,0	191,0	...	...	Kabel-TV	
Industriförvaltnings AB Kinnevik	6 110	5 660	-3 946	3 325	Holdingbolag	Avser totala verksamheten. Stenbecksfären kontrollerade 2003 61,5% av rösterna och 21,5% av kapitalet
Kinnevik Radio	...	...	...	...	Holdingbolag	

¹ Resultatet 2003 avser rörelseresultat.

Källor: Årsredovisningar.

Tabell 3.15 Intäkter och rörelseresultat för Stenbecksfärens medieverksamhet 2004 (miljoner kronor)

Affärsområde	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2001/2004 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal (%)
MTG					
Viasat Broadcasting	5 202	76	13	651	13
MTG Radio	214	3	77	-2	-1
Home Shopping	826	12	13	15	2
SDI Media	153	2	-56	21	13
MTG Modern Studios	438	6	11	86	20
Moderbolag och övriga bolag	3	0		-123	
Elimineringsar				-10	
MTG totalt	6 836	100	7	639	9
Metro International	2 229		175	-84	-4
Tele2	201			32	16
Stenbecksfärens medier totalt	9 266		27	587	6

Källor: Årsredovisning för MTG, Metro International och Tele2 2000-2004.

Tabell 3.16 Geografisk fördelning för MTG:s intäkter 2004 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)
Sverige	2 563	37	8
Övriga Skandinavien	3 064	45	44
Övriga länder	1 208	18	31
Totalt	6 836	100	26

Källor: Årsredovisning för MTG 2001-2004.

Tabell 3.17 Geografisk fördelning för Metro Internationals intäkter och rörelseresultat 2004 (miljoner kronor)

Regioner	Intäkter	Andel av intäkter (%)	Förändring 2000/2004 (%)	Rörelse-resultat	Rörelse-marginal (%)
Sverige	687	31	25	124	18
Övriga Europa	1 149	52	396	18	2
Övriga länder	375	17	500	-47	-12
Övrigt	11	1		-180	
Totalt	1 647	100	95	-84	-4

Källor: Årsredovisning för Metro International 2000-2004.

3.9 Telenor

Den norska telekomkoncernen Telenor har genom ett par företagsförvärv på kort tid blivit 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.

Canal Digital hade våren 2005 851 000 parabol-tv-kunder i Norden vilket var drygt 150 000 fler än konkurrenten Viasat. Det saknas uppgifter om satellitoperatörernas marknadsandelar i Sverige, men relationerna mellan operatörerna bör likna dem på den nordiska marknaden. Canal Digital erbjuder sina satellitkunder över 50 kanaler, dock inga från MTG, i olika paket.

Telenor förvärvade 1998 av Bonniers ett hotell-tv-bolag, som bytte namn till Telenor Vision. Tre år senare köptes kabel-tv-bolaget Sweden Online med över 180 000 kunder, I samband med att Telenor 2003 samordnade sina TV-verksamheter fusionerades Telenor Vision och Sweden Online med Canal Digital Sverige. Kabelverksamheten bedrivs under varumärket Canal Digital Kabel TV.

Koncernens medieaktiviteter i Sverige omsatte 2003 nära 1,5 miljarder kronor vilket innebär att omsättningen fördubblats sedan år 2000. Den norska staten är majoritetsägare i Telenor.

Referenser

Årsredovisningar, delårsrapporter och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.18 Telenors medieverksamhet i Sverige 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
Telenor A/S	59 385,0	60 653,0	-6 267,0	8 479,0	Holdingbolag	Norska statens ägarandel uppgick i februari 2005 till 54%.
Telenor A/S medie- verksamhet i Sverige	ca 1 345	ca 1 480	ca -713	ca 20		
Canal Digital Sverige	1 066,8	1 278,5	-367,2	-19,4	TV-distribution	
Telenor Vision International	236,3	169,1	-205,0	43,7	TV-distribution	Verksamheten övertogs 2003 av Canal Digital Sverige
Telenor Vision Intermedia	30,0	28,0	1,1	0,5	Filmuthyrning	
Telenor Plus	11,6	8,5	-142,1	-4,9		

Källor: Årsredovisningar.

3.10 TV4

TV4 har alltsedan 1995, med undantag för ett par år, varit landets största enskilda tv-kanal. Nordisk Television AB (senare namnändrad till TV4 AB) grundades 1984 av Gunnar Bergwall och Ingemar Leijonborg. Bolaget övertogs 1987 av en grupp intressenter med Investor och SPP som största delägare. Reguljära reklamfinansierade satellitsändningar startades 1990. I samband med att bolaget följande år fick tillstånd att mot en koncessionsavgift sända över marknätet inträdde Stenbecksfärens Kinnevik som största ägare. Genom övergången till marksändningar 1992 kom kanalen att snabbt nå en mycket hög hushållstäckning.

Företag med anknytning till Bonniersfären blev 1997 den största ägargruppen i TV4 sedan det finska medieföretaget Alma Media, med Bonniers som största ägare, och Marieberg förvärvat Investors respektive SPP:s andelar. De nya ägarna besatte majoriteten av styrelseposterna samtidigt som Kinneviks företrädare i styrelsen inte fick förnyat förtroende.

Hösten 2004 förvärvade Schibsted några större aktieposter i TV4 samtidigt som koncernen la ett bud på hela Alma Media. Bonniers svarade med att förvärva ytterligare aktier och inleda ett samarbete med investmentbolaget Proventus. MTG:s aktiepost på 15 procent förvärvades av Proventus samtidigt som Bonniers och Proventus bildade ett till lika delar ägt bolag, Nordic Broadcasting, som övertog Alma Medias etermedieverksamhet, inklusive företagets aktiepost på 23 procent i TV4. Efter transaktionerna kontrollerar Bonniers och Proventus tillsammans 68 procent av TV4 och Schibsted 27 procent.

Kommersiell kanal med visst public service-ansvar

Grunden för TV4:s verksamhet utgörs av det sändningsavtal med staten som ger bolaget ensamrätt till reklamfinansierade sändningar i det analoga marknätet. Som motprestation får TV4 erlagga en koncessionsavgift till staten som är beroende av de totala intäkterna och som 2004 uppgick till 388 miljoner kronor. I avtalet stipuleras även vissa krav på programverksamheten, som en relativt omfattande nyhetsverksamhet och lokala sändningar. Tidigare tilläts endast reklam mellan programmen, men 2002 skedde en anpassning till reglerna i övriga EU-länder och reklamavbrott blev tillåtna.

Värdet av att vara ensam reklamfinansierad kanal i det analoga marknätet har minskat i takt med att de konkurrerande bolagen successivt ökat sin räckvidd så att TV3 och Kanal 5 år 2004 nådde 64 res-

pektive 65 procent av befolkningen och en ännu större andel av de kommersiellt attraktiva yngre grupperna. Den beslutade släckningen av det analoga nätet kommer att ytterligare minska TV4:s försteg. Hösten 2005 planerar regeringen lägga en proposition om successiv avtrappning av koncessionsavgiften i takt med övergången till enbart digitala sändningar.

TV4 har inte byggt upp någon egen programproduktion med undantag för sport, samhälle och nyheter. För de svenska underhållningsprogram, tv-serier och dokusåpor som givit kanalen dess profil har TV4 anlitat fristående produktionsbolag som exempelvis Schibsteds Meter och Stenbecksfärens Strix. TV4 har inte heller gått in som ägare i något av de produktionsbolag som verkar på den nationella marknaden.

De lokala programmen i TV4 producerades till en början i de flesta fall av lokalt förankrade produktionsbolag. TV4 köpte dock successivt in sig i bolagen för att i början av 2000-talet bli ensamägare till samtliga bolag som drev kanalens lokala sändningar. Hela den lokala verksamheten är numera överförd till dotterbolaget TV4 Sverige.

Dagens Industri svarade tidigare för ekonominyheterna i TV4. Samarbetet upphörde hösten 2005 sedan Dagens Industri beslutat lansera en egen kanal för affärsnyheter. TV4 startade vid samma tid en gemensam ekonomisajt tillsammans med tidningen Privata Affärer, liksom Dagens Industri ägd av Bonniers.

TV4 har de senaste åren startat flera nischade tv-kanaler. Vintern 2003 lanserade TV4 Plus som året därpå följdes av TV4 Film. En chatkanal som startats 2002 renlanserades 2005 som ungdomskanalen TV400. Hösten 2005 drogs ytterligare en kanal igång, TV4 Fakta, inriktad på dokumentärprogram. Kanalen har sitt säte i Finland, vilket gör det möjligt att sända 50 procent mer reklam än om den varit baserad i Sverige. En viktig intäktskälla för de nya kanalerna är de avgifter som distributörerna erlägger för att sända dem. Satsningarna kan därför ses som en del i koncernens strategi att bli mindre beroende av reklamintäkter inför övergången till digitala sändningar.

Runt kärnverksamheten, TV-kanalerna, har bolaget byggt upp rad andra verksamheter som text-tv, internetsajt, stadsguider och försäljning av böcker, cd-rom, dvd och cd med anknytning till programmen.

Referenser

Inbjudan till förvärv av aktier i TV4 AB. Stockholm 1994
Årsredovisningar, delårsrapporter och hemsidor för berörda företag.

Tabell 3.19 TV4:s verksamhet 2002-2003. Intäkter och resultat (miljoner kronor)

Företag	Intäkter		Resultat efter finansiella poster		Verksamhet	Anmärkningar
	2002	2003	2002	2003		
TV4 AB Koncernen	2 273,7	2 261,1	122,0	116,4		De största ägarna juni 2005: Bonnier 29,3%, Schibsted 26,7%, Nordic Broadcasting 23,4%, Proventus 15,1%
TV4 AB Moderbolaget	1 929,8	1 898,6	132,0	111,4		
TV4 Syd	59,5	86,8	13,1	19,5	TV4 Öresund, TV4 Sydost, TV4 Halland, TV4 Jönköping	Bolagets namn ändrades 2004 till TV4 Sverige och övertog samtidigt verksamheterna i TV4 Norr, TV4 Väst och TV4 Öst
TV4 Interaktiv	76,8	75,0	-18,4	2,5	Internet och text-tv	
TV4 Väst	46,8	67,6	6,5	13,5	TV4 Göteborg, TV4 Skaraborg, TV4 Väst, TV4 Värmland	
TV4 Stockholm	60,3	64,3	27,0	32,1	TV4 Stockholm	
TV4 Norr	40,6	49,4	-6,6	-7,8	TV4 Norrbotten, TV4 Västerbotten, TV4 Mitt, TV4 Gävle/Dalarna	
TV4 Öst	27,1	40,0	-5,3	-5,8	TV4 Mälardalen, TV4 Uppland, TV4 Öst	
TV4 Mitt	11,9		-7,3			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Norr
TV4 Sydost	8,2		-0,4			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Syd
Allt om Stockholm	7,0		-4,2			Verksamheten övertogs hösten 2002 av TV4 Interaktiv
T V F Lokal TV	6,3		-4,3			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Syd
TV Halland	6,1		-0,5			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Syd
TV Värmland i Sverige	6,0		-2,6			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Väst
TV4 Östergötland	5,8		-3,1			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Öst
Kanal Skaraborg	5,4		-1,8			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Väst
TV4 Uppland	5,3		-3,1			Verksamheten övertogs juli 2002 av TV4 Öst

Källor: Årsredovisningar samt TV4:s hemsida.

Ledning och administration

Institutionschef:
Ulla Carlsson
Telefon: +46 31 773 12 19
Fax: +46 31 773 46 55
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Administratör (beställningar m m):
Anne Claesson
Telefon: +46 31 773 12 16
Fax: +46 31 773 46 55
anne.claesson@nordicom.gu.se

Teknisk redigering och webbansvarig:
Per Nilsson
Telefon: +46 31 773 46 54
Fax: +46 31 773 46 55
per.nilsson@nordicom.gu.se

Verksamhetsområden

Medie- och kommunikationsforskning

Publikationsverksamhet

Redaktör: Ulla Carlsson
Telefon: +46 31 773 12 19
Fax: +46 31 773 46 55
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Forskningsdokumentation

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

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

Medieutveckling och mediestatistik

Nordic Media Trends

Nordisk koordinatör:
Eva Harrie
Telefon: +46 31 773 46 58
Fax: +46 31 773 46 55
eva.harrie@nordicom.gu.se

Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen
terjef@nordicmedia.info

Outlook Europe

Redaktör: Anna Celsing
anna.celsing@skynet.be

The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinatör:
Cecilia von Feilitzen
Telefon: +46 8 608 48 58
Fax: +46 8 608 41 00
cecilia.von.feilitzen@sh.se

Forskningsinformatör:
Catharina Bucht
Telefon: +46 31 773 49 53
Fax: +46 31 773 46 55
catharina.bucht@nordicom.gu.se

Nationella centraler

Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus C

Nordicom-Finland

Tampereen yliopisto
FIN-33014 Tampere

Nordicom-Norge

Institutt for informasjons-
og medievitenskap
Universitetet i Bergen
Postboks 7800
N-5020 Bergen

Nordicom-Sverige

Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

Fax: +46 31 773 46 55

Medie- och kommunikationsforskning

Peder Grøngaard
Telefon: +45 89 46 20 68
Fax: +45 89 46 20 50
pg@statsbiblioteket.dk

Medie- och kommunikationsforskning

Eija Poteri
Telefon: +358 3 3551 7045
Fax: +358 3 3551 6248
eija.poteri@uta.fi

Medie- och kommunikationsforskning

Pernille Riise Lothe
Telefon: +47 55 58 91 40
Fax: +47 55 58 91 49
pernille.lothe@infomedia.uib.no

Medie- och kommunikationsforskning

Roger Palmqvist
Telefon: +46 31 773 12 20
roger.palmqvist@nordicom.gu.se

Karin Poulsen
Telefon: +46 31 773 44 19
karin.poulsen@nordicom.gu.se

Medieutveckling och mediestatistik

medienorge

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

Medieutveckling och mediestatistik

MedieSverige

Ulrika Facht
Telefon: +46 31 773 13 06
ulrika.facht@nordicom.gu.se

Karin Hellingwerf
Telefon: +46 31 773 19 92
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

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

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet
Box 713, SE 405 30 Göteborg
Tel. 031-773 10 00 (vx). Fax 031- 773 46 55

E-post: nordicom@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

ISSN 1101-4539



norden



GÖTEBORGS
UNIVERSITET