Medieföretag i Sverige

– ägande och strukturförändringar i press, radio och TV

Delbetänkande av Rådet för mångfald inom massmedierna.

SOU 1997:92

Ref KB
Occ SW

Statens offentliga utredningar
1997:92
Kulturdepartementet

Medieföretag i Sverige

– Ägande och strukturförändringar i press, radio och TV

Delbetänkande av
Rådet för mångfald inom massmedierna
Stockholm 1997

SOU och Ds kan köpas från Fritzes kundtjänst. För remissutsändningar av SOU och Ds svarar Fritzes, Offentliga Publikationer, på uppdrag av Regeringskansliets förvaltningsavdelning.

Beställningsadress: Fritzes kundtjänst
106 47 Stockholm
Orderfax: 08-690 91 91
Ordertel: 08-690 91 90

Svara på remiss. Hur och Varför. Statsrådsberedningen, 1993.
– En liten broschyr som underlättar arbetet för den som skall svara på remiss.

Broschyren kan beställas hos:
Regeringskansliets förvaltningsavdelning
Distributionscentralen
103 33 Stockholm
Fax: 08–405 10 10
Telefon: 08–405 10 25

ISBN 91-38-20629-3
ISSN 0375-250X

gotab Stockholm 1997

Till Statsrådet och chefen för Kulturdepartementet

Den 2 februari 1995 bemyndigade regeringen dåvarande chefen för Kulturdepartementet, statsrådet Wallström, att tillkalla ett råd för mångfald inom massmedierna med uppdrag att överväga och föreslå åtgärder för att stärka mångfalden och motverka skadlig ägar- och maktkoncentration inom massmedierna.

Med stöd av bemyndigandet förordnades fr.o.m. den 8 mars 1995 som ordförande justitierådet Johan Munck. Ledamöter är för närvarande journalisten Carmilla Floyd, professorn Stig Hadenius, TV-producenten Roland Hjelte, verkställande direktören Anna-Stina Nordmark-Nilsson, professorn Lennart Weibull och civilekonomen Lena Wennberg. Experter i rådet är hovrättsassessorn Monica Bengtsson, departementssekreteraren Henrik Selin, medieforskaren Staffan Sundin och redaktören Peter O. Nilsson.

Som huvudsekreterare i kommittén har förordnats departementssekreterare Jens Cavallin, som sekreterare kammarrättsassessorn Madeleine Kanold och som biträdande sekreterare fil. kand. Marie Lindström.

I rådets direktiv anges att rådet skall följa utvecklingen och kartlägga och analysera problem när det gäller konkurrens och mångfald inom massmedierna , särskilt tendenser till koncentration av ägande och andra former av inflytande över medierna.

Rådet har i detta syfte givit ut en serie arbetsdokument vilka förtecknas i bilaga 2 till detta betänkande. Rådet har också upprättat en databas med uppgifter om ägande av medieföretag m.m.

Rådet får härmed överlämna betänkandet Medieföretag i Sverige – Ägande och strukturförändringar i press, radio och TV. Betänkandet har huvudsakligen utarbetats av Staffan Sundin.

I rådets uppdrag att föreslå åtgärder ingår lagstiftning som ett av olika tänkbara medel att stärka mångfald och motverka skadlig ägar- och maktkoncentration inom massmedierna.

De överväganden som rådet har att göra i denna del kompliceras emellertid av utvecklingen inom EU. Efter långvarigt förberedelsearbete har nämligen inom kommissionen utarbetats utkast till direktiv som innebär att överskridande av vissa marknadsandelar i fråga om dagstidningar, ljudradio och television skulle bli i princip förbjudet. Kommissionen har dock ännu inte beslutat att lägga fram ett förslag till direktiv eftersom de utkast som förelegat har mött starkt motstånd. Det är för närvarande omöjligt att förutse med säkerhet om ett direktiv som innebär bestämda förpliktelser för medlemsstaterna kommer att antas av EU-organen. I detta läge anser rådet att det inte skulle vara tillräckligt meningsfullt att redovisa några överväganden i lagstiftningsfrågan. Rådet återkommer emellertid till frågan.

För sammanfattning av delbetänkandet hänvisas till avsnitt 7.

Stockholm i juni 1997

Johan Munck

Innehåll

1 Utveckling av ägande och ägarinflytande i dagspressen 9

1.1 Privatägd press 9
1.1.1 Ägarförändringar 10
1.1.2 Förändringar inom ägarsfärer 12
1.1.3 Nyetableringar 15
1.1.4 Ägarinflytande i familjeägda tidningar 17
1.2 Stiftelser och konsortier 20
1.2.1 Förändringar inom ägarsfärer 21
1.3 Organisationsägd press 21
1.3.1 Försäljning av Aftonbladet 22
1.3.2 Försäljningen av A-presstidningarna 26
1.3.3 Försäljningar inom centersfären 30
1.3.4 Nyetablering i Skåne 31
1.3.5 Ägarinflytande i organisations- och stiftelseägda tidningar 31

2 Tidningsägande 33

2.1 Tidningsägare 33
2.2 Ägarformer 40
2.3 Ägarkoncentration 41

3 Dagspressägarnas postition på marknaden 43

3.1 Ägarnas totala marknadstäckning 43
3.2 Dagspressens delmarknader 45
3.2.1 Morgontidningsmarknaden 45
3.2.2 Kvällstidningsmarknaden 50
3.2.3 Nationellt spridda morgontidningar 52

4 Samverkansformer inom dagspressen 55

4.1 Redaktionell samverkan 55
4.1.1 Redaktionell samverkan på nationell nivå 55
4.1.2 Redaktionell och teknisk samverkan på koncernnivå 58
4.2 Annonssamverkan 60
4.2.1 Tidningstyp/tidningsstorlek 60
4.2.2 Regional samverkan 61
4.2.3 Politiska grupperingar 62

5 Radioägare 63

5.1 Public serviceradio 63
5.2 Privat lokalradio 64
5.2.1 Nätverksbildningar 1993–1994 65
5.2.2 Förändringar mellan nätverk 1995–1996 66
5.2.3 Nätverk 1997 67
5.3 Marknaden 73
5.4 Utvecklingstendenser i privat lokalradio 76

6 TV-ägare 89

6.1 Produktionsbolag 89
6.2 Försäljning av rättigheter 92
6.3 TV-kanaler 93
6.3.1 Sveriges Television 93
6.3.2 TV4 94
6.3.3 Kinneviks TV-kanaler 100
6.3.4 Kanal 5 102
6.3.5 Canal Plus kanaler 103
6.3.6 TV8 103
6.3.7 Övriga svenskspråkiga kanaler 104
6.3.8 Marknaden 104
6.4 Distribution 107
6.4.1 Marknätet 107
6.4.2 Satellitdistribution 107
6.4.3 Kabel-TV 108
6.5 Vertikal integration 109
6.5.1 Stenbecksfären 111
6.5.2 Övriga aktörer 116
6.6 Tendenser 116

7 Lägesbedömning 119

7.1 Dagspress-, televisions- och radiobranscherna 119
7.1.1 Dagspress 119
7.1.2 Television 122
7.1.3 Radio 123
7.2 Flermedieägande 124
7.3 IT-utvecklingen och medieägandet 138
7.4 Sammanfattning 139

Fotnoter 141

Förkortningar 149

Bilagor

Bilaga 1 Kommittédirektiv 151

Bilaga 2 Förteckning över arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna 157

1 Utveckling av ägande och ägarinflytande i dagspressen

När den moderna dagspressen i Sverige växte fram vid sekelskiftet var de flesta tidningarna privatägda, i regel av en familj med anknytning till utgivningsorten. Politiskt betecknade sig tidningarna i allmänhet som konservativa eller liberala, dock utan att ha några direkta organisatoriska band till de politiska partierna. Tidningsföretagen utgav endast *en* huvudtidning, ibland med lokala avläggare. Redan i slutet av 1800-talet byggde dock Axel Lidman, med Hedemora som bas, upp Sveriges första tidningskedja.

Under efterkrigstiden har en rad förstatidningar utbjudits till försäljning, ofta i samband med generationsskiften i ägarfamiljerna. I huvudsak har fyra typer av överlåtelser ägt rum, nämligen till privatägda tidningsföretag, nybildade stiftelser, existerande stiftelser samt konsortier med tidningsföretag som ägare.

1.1 Privatägd press

En rad av de familjer som fortsatt som tidningsägare har köpt upp tidningar i närliggande områden och bildat regionala tidningskedjor. Exempel på detta är familjen Ander som med Nya Wermlands-Tidningen som bas förvärvat samtliga flerdagarstidningar i Värmlands län med undantag för den socialdemokratiska Värmlands Folkblad. Den geografiska expansionen har gått vidare till ett par tidningar i till Värmland gränsande områden i Västergötland. Främst för att rädda tidningarna från att förlora den moderata inriktningen har Andergruppen även förvärvat ett par tidningar, Nordvästra Skånes Tidningar och Enköpings-Posten, i andra regioner.

Familjen Hamrin med koncernbolaget Herenco har utvecklat sin verksamhet på liknade sätt som Ander. Kring sin ursprungliga tidning Jönköpings-Posten har familjen byggt upp en kedja som omfattar samtliga flerdagarstidningar i Jönköpings län, fyra tidningar i Västergötland samt en i Kronobergs län. Familjen Pers nöjde sig länge med Vestmanlands Läns Tidning, men har under Anders H Pers ledarskap köpt upp samtliga lokaltidningar i Västmanland, däribland två från

Bengtsson-gruppen, och dessutom ett par förstatidningar i Västergötland. Dalarna domineras av familjen Bengtsson som till Falu-Kuriren lagt större delen av Lidmanspressen. Den senast bildade tidningskedjan är Marieberg genom förvärvet av Sydsvenska Dagbladet och Kvällsposten. Med något undantag består de familjeägda tidningskedjorna av förstatidningar.

1.1.1 Ägarförändringar

Upplösning av iDag och förstärkning av Hjörnes ställning

De två regionala kvällstidningarna, GT och Kvällsposten, slogs 1990 samman till iDag. Tanken var att fusionen skulle ge stordriftsfördelar och sänka kostnaderna per exemplar. Den nya tidningen fick dock svårigheter att attrahera de två tidigare tidningarnas läsekretsar. Efter flera år av fallande upplaga och växande ekonomiska problem löstes fusionen upp i ett par steg. Under 1995 började de två tidningarna att ges ut under sina ursprungliga namn av separata redaktioner. 1996 övertog två bolag helägda av Tidnings AB Stampen och Sydsvenska Dagbladet AB utgivningen av GT respektive Kvällsposten. Fram till 1999 kommer tidningarna att samarbeta om spelbilaga, söndagsbilaga, TV-bilaga m.m.[1] Kvällsposten och GT erbjuder dessutom varandra artiklar om allmänna nyheter, sport och nöjen om det inte är mycket exklusivt material.[2]

I juni 1997 sålde Stampen GT till Mariebergs dotterbolag AB Kvällstidningen Expressen för 100 miljoner kronor under förutsättning att Konkurrensverket godkänner affären. Det av Peter Hjörne kontrollerade Stampen motiverade försäljningen med att bolaget ville koncentrera sin dagspressverksamhet till morgontidningsmarknaden. Expressens ledning förklarade att de två kvällstidningarnas samarbete när det gäller annonsförsäljning och distribution kommer att byggas ut samt att "så småningom kommer vi också att utveckla ett redaktionellt samarbete mellan tidningarna". Samtidigt försäkrades att "ingen skall vara orolig för att namnet GT kommer att försvinna."[3]

Till skillnad från Kvällsposten som drivs av ett systerdotterbolag till konkurrenten Expressen kommer således GT att bli ett dotterbolag direkt under Expressen, vars ledning sannolikt kommer att vara representerad i västkustkonkurrentens styrelse. Mariebergs huvudägare Bonniers förklarar skillnaden med att det var Expressens ledning som ville genomföra affären som "ligger i linje med vår tradition att ge våra dotterbolag stor handlingsfrihet".[4] Om avsikten är att GT och Expressen skall fortsätta att konkurrera med varandra kommer det

troligen inte att vara problemfritt för styrelserna att planera sina respektive tidningars kampanjer. Om däremot det aviserade redaktionella samarbetet kommer att bli omfattande kan ägarstrukturen vara rationell.

Genom köpet kommer Bonniers att öka sin andel av den totala dagspressmarknaden med 1,6 procentenheter till 26,6 procent (se tabell 2.1), motsvarande tal på kvällspressmarknaden uppgår till 7,6 och 57,0 (se tabell 3.4). Av de dagstidningar som utges i de tre storstäderna kommer Bonniers att äga sex av elva (tolv om Metro medräknas).

Bohusläningen

Bohusläningen har under 1990-talet brottats med svårigheter på flera olika plan. Trots att koncernens två tidningar, Bohusläningen och Strömstads Tidning, är dominerande i utgivningsområdet med en hushållstäckning på över 60 procent har verksamheten gått med betydande förluster vilket undergrävt den finansiella ställningen.[5] Verkställande direktören avgick hösten 1995 efter en schism med ägarna och styrelsen.[6]

Sedan 1929 har Bohusläningen ägts av familjen Björkman/ Walin/Zeilon. Ägarna har sedan 1946 inte varit verksamma på tidningen annat än på styrelsenivå. Sommaren 1994 gick dock en av huvudägarna Gösta Walin in och övertog ansvaret för ledaravdelningen, vilket ledde till att chefredaktören sade upp sig. Walin avvecklade efter en tid sitt engagemang på ledarsidan, varefter ansvarsfördelningen mellan den nyutnämnde chefredaktören och ägaren åter blev den gängse i icke ägarledd press.[7]

På nyåret 1997 förändrades ägarbilden i Bohusläningen. Stampen och Lidköpingspress övertog 48 respektive 12 procent av aktierna genom en nyemission på 15 miljoner kronor, medan syskonen Gösta Walin och Gertrud Zeilon behöll 40 procent. Representanter för de nya ägarna övertog samtidigt majoriteten i styrelsen, där även Hallandsposten VD ingår.[8]

Förändrad ställning för Peter Hjörne

Affärerna med GT och Bohusläningen innebär att Peter Hjörnes ställning på de västsvenska tidningsmarknaderna förändras. Genom Expressens köp av GT bryts Peter Hjörnes dominerande position på Göteborgs dagspressmarknad, även om han i egenskap av huvudägare av den överlägset största morgontidningen fortfarande har en mycket stark ställning. I Uddevalla-regionen är Göteborgs-Posten den näst största morgontidningen med en täckning på 16 procent. Genom att bli största ägare i regionens ledande tidning Bohusläningen kommer Stampen och dess huvudägare Peter Hjörne att få en helt dominerande ställning på morgontidningsmarknaden i hela Bohuslän. På den lokala etermediemarknaden kontrollerar Stampen Rix Göteborg samtidigt som bolaget är en av huvudägarna i Rix-stationerna i Borås och Varberg.

Under 1997 kommer Göteborgs-Posten att inleda ett samarbete på flera fronter med Nya Lidköpings-Tidningen, ägd av familjen Hörling. NLT kommer att tryckas på Göteborgs-Postens tryckeri från och med hösten 1997. Läsarna av tredagarstidningen NLT erbjuds prenumeration på G-P de dagar då NLT inte utkommer.[9] NLT har en exceptionellt stark ställning i utgivningskommunen med en hushållstäckning på 89 procent. Göteborgs-Postens täckningstal uppgår till 9 procent på vardagar och 15 procent på söndagar.

1.1.2 Förändringar inom ägarsfärer

Bonnierföretagen övertar Deni

Bonnierföretagen lade i juli 1996 ett bud på Deni AB[10], som kontrollerar 10,3 procent av kapitalet och 40,6 procent av rösterna i Marieberg. För varje röststark C-aktie bjuds en röstsvag A-aktie samt kontanter, främst för att täcka skatteavbränningar. Bonnierföretagen börjar med att köpa en majoritet av rösterna och en minoritet av kapitalet i Deni AB (sannolikt HB Nya Denis innehav). Därefter kommer Bonnierföretagen under en femårsperiod att ta över hela Deni AB. När affären är slutförd kommer Bonnierföretagen och systerföretaget Boninvest att kontrollera 35,3 procent av kapitalet och 68,7 procent av rösterna i Marieberg (se tabell 1.1).

Tabell 1.1. Bonniersfärens aktieinnehav i Marieberg före och efter försäljning av Deni AB:s innehav. Procent.

	1996		2001 utan försäljning		2001 med försäljning	
	Kapital	Röster	Kapital	Röster	Kapital	Röster
Bonnierföretagen + Boninvest	35,3	32,2	35,3	68,7	35,3	68,7
Deni AB	10,3	40,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Familjen Bonnier privat	2,2	3,2	12,5	7,3	2,2	3,2
Bonniersfären	47,8	76,0	47,8	76,0	37,5	71,9

Källa: Aktiebok för Tidnings AB Marieberg 1996-06-28. Dagens Nyheter 1996-07-02. Svenska Dagbladet 1996-07-02. Dagens Industri 1996-07-02.

Denis bakgrund är att Karl Otto Bonnier 1932 sålde merparten av sitt innehav av aktier i Dagens Nyheter (nuvarande Marieberg) till firma Albert Bonnier, som då ägdes av tre av hans söner, Tor, Åke och Kaj Bonnier. Kaj Bonnier och hans barn löstes 1953 ut ur firma Albert Bonnier, moderbolag för Bonnierföretagen. Firmans aktieinnehav i Dagens Nyheter fördes då över till det nybildade handelsbolaget Deni[11], där de tre brödernas släktgrenar ägde ungefär en tredjedel var. Ägandet och kontrollen över bolaget reglerades av ett konsortialavtal som gäller till och med 1999. Hembud gäller. De tre grenarna utsåg var sin ledamot och suppleant i Dagens Nyheters styrelse.

I samband med att Dagens Nyheter introducerades på börsen 1965 utgavs en ny serie med röststarka C-aktier. Genom att byta till sig C-aktier kunde Deni även i fortsättningen kontrollera aktiemajoriteten trots att deras andel av aktiekapitalet minskade till 18 procent. I början av 1980-talet förvärvade Bonnierföretagen en del av Denis aktiepost. Parallellt med Deni och Bonnierföretagen har enskilda medlemmar innehaft aktier i Marieberg. Under åren har vissa förändringar skett av ägandet inom Deni. Kaj Bonniers gren har successiv minskat sin andel till 18 procent, medan Karl-Adam Bonnier ökat sin så att han med 11 procent är den störste enskilde delägaren. Han invaldes 1992 som suppleant i Mariebergs styrelse utanför sin grens två platser. I övrigt har ägarförändringar inte påverkat grenarnas representation i styrelsen.

Genom transaktionen kommer de enskilda medlemmarna i familjen Bonnier att få aktier i Marieberg, motsvarande 10,3 procent av kapitalet och 4,1 procent av rösterna. Familjemedlemmarna, sammanlagt ett 35-tal personer, kan således sälja sina innehav utan att Bonniers kontroll

över Marieberg hotas. Bonnierföretagen ägs av ättlingar till bröderna Tor och Åke Bonnier. I Deni finns som nämnts även ättlingar till en tredje bror, Kaj Bonnier, representerade. Genom att Bonnierföretagen övertar Denis röststarka aktier kommer Kaj Bonniers gren inte längre att ha något inflytande över Marieberg.[12]

Bonnierföretagens bud på Deni visar Bonniers vilja att behålla kontrollen över Marieberg, samtidigt som det ger de enskilda medlemmarna möjlighet att realisera en del av sin förmögenhet i kontanter. Det är dock inte sannolikt att stora delar av familjens privata innehav säljs ut snabbt. De största delägarna i Deni är samtidigt de inom familjen som har stora tillgångar utanför den bundna familjeförmögenheten, varför de inte har något direkt behov av att sälja sitt innehav i Marieberg. En viss koncentration av ägandet sker genom att Kaj Bonniers gren förlorar inflytande.

Släkten Pers och VLT

Släkten Pers sålde hösten 1994 en post B-aktier, motsvarande 18,7 procent av aktiekapitalet och 7,95 procent av rösterna. Samma år emitterades en ny röstsvag B-aktie för varje gammal aktie oavsett aktieslag, vilket minskade huvudägarnas andel av rösterna. Fördelningen mellan släktgrenarna förändrades inte genom transaktionerna.[13] De röststarka icke börsnoterade A-aktierna, är helt i släkten Pers ägo, som vid årsskiftet 1996/97 kontrollerade 73,7 procent av rösterna och 38,2 procent av aktiekapitalet. Gefle Dagblad äger genom AB Allehanda en post i VLT, motsvarande 4,5 procent av rösterna och 10,7 procent av aktiekapitalet.[14]

Släkten Ridderstad och Östgöta Correspondenten

Östgöta Correspondenten ägs sedan 1842 av släkten Ridderstad. Genom aktieförsäljningar under 1990-talet har de av släkten kontrollerade aktierna minskat från cirka 80 till 60 procent av rösterna. Största enskilda posten innehas av en familjekontrollerad stiftelse (25 procent av rösterna), de övriga aktierna är uppdelade på ett tjugofemtal medlemmar av släkten. Familjen Ridderstad låste våren 1994 större delen av sitt innehav genom ett konsortialavtal.[15] Flera andra tidningsföretag som Herenco (14 procent av rösterna), Nerikes Allehanda (7) och Norrköpings Tidningar (4) har köpt aktier i Östgöta Correspon-denten, men släkten Ridderstad har genom konsortialavtalet

och uttalanden markerat att den har för avsikt att fortsätta att kontrollera tidningen.

1.1.3 Nyetableringar

Kinneviks dagspress

Kinneviks mediekoncern Modern Times Group startade i februari 1995 en femdagarstidning, Metro, som distribuerades gratis vid tunnelbanenedgångar och på pendeltågstationer. Innehållet består i huvudsak av korta TT-telegram. Metro saknar ledar- och kultursida, åsikter uttrycks av fristående krönikörer. Tidningen blev snabbt en framgång och kunde redan första året redovisa en mindre vinst.[16] Enligt TS-statistik distribuerades Metro 1995 i 198 300 exemplar, vilket kan jämföras med Dagens Nyheters och Svenska Dagbladets upplaga i Stockholmsregionen på 285 200 respektive 100 700 exemplar.[17] I mars 1997 börja-de Metro även ges ut på lördagar.[18]

Modern Times Group startade i september 1996 en tvådagarstidning Metro Weekend med utgivning på lördag och söndag då Metro inte kom ut. Distributionsföretaget Pressens Morgontjänst, ägt av Dagens Nyheter (80 procent) och Svenska Dagbladet (20), var obenäget att ta in en helgtidning i sin apparat. Om företaget vägrade skulle det dock komma att förlora 7,5 miljoner kronor i statligt samdistributionsstöd och sannolikt bryta mot konkurrenslagen. Pressens Morgontjänst valde till slut att ta in Metro Weekend som kund.[19]

I debatten kring presstödets utformning hade det uppmärksammats att dubbla presstöd kunde utgå för helt likartade publikationer. Ett omstritt fall vid sidan av Metro och Metro Weekend utgjorde de två tidningarna Finnveden Onsdag och Finnveden Fredag. Mot den bakgrunden föreslog regeringen hösten 1996 att om flera publikationer är att anse som en och samma publikation trots att de uppfyller kravet på 51 procent eget redaktionellt material och utkommer under olika namn kan Presstödsnämnden i beslut om presstöd anse dem vara en publikation. Riksdagen antog propositionen i december 1996. Med den nya skrivningen skulle Metro och Metro Weekend betraktas som en publikation och Metro Weekend skulle därigenom mista rätten till samdistributionsstöd.[20] Pressens Morgontjänst kunde därmed avböja att distribuera Metro Weekend utan att komma i konflikt med konkurrenslagstiftningen.

Modern Times Group beslöt i december 1996 med hänvisning till de konsekvenser som den ändrade regleringen skulle föra med sig att

lägga ner Metro Weekend. Tidningen uppgavs vid nedläggningen ha 52 858 prenumeranter.[21]

Metros och Metro Weekends inträde på den stockholmska dagstidningsmarknaden gav upphov till flera motåtgärder från de etablerade konkurrenterna. Dagens Nyheter minskade våren 1996 antalet delar på vardagar och satsade på ett mer koncentrerat innehåll, medan helgutgåvorna ökade i omfång. Samma sommar började Dagens Nyheter att erbjuda helgprenumerationer fredag till söndag.[22] Med en tunnare vardagstidning hoppades Dagens Nyheter nå de läsare som klagade på att de inte hann läsa tidningen och därför nöjde sig med Metro. Med utökad helgläsning och möjlighet till helgprenumeration försökte man möta Metro Weekend.

Dagens Nyheters gratistidning

Dagens Nyheter har under 1990-talet byggt upp en företagsgrupp för gratistidningar. Hubo Press ger ut sex lokaltidningar i söderort med en sammanlagd upplaga på 316 000 exemplar[23], medan Närmedia ger ut Lokaltidningen med en total upplaga på 314 000 exemplar och som utkommer varje vecka i fjorton editioner och totaldistribueras på respektive marknad.[24] Dagens Nyheter bildade hösten 1996 tillsammans med det danska börsnoterade bolaget Søndagsavisen AS ett till lika delar ägt bolag, Søndagsavisen International AB, för utgivning av gratistidningar i Sverige och i andra länder. Det nya bolaget köpte Närmedia AB och Hubo Press AB av Dagens Nyheter.[25] Den danska Søndagsavisen distribueras varje vecka i 1,4 miljoner exemplar i 13 editioner.[26]

Søndagsavisen International startade i mars 1997 en ny gratistidning Avisen, som sprids i närmare 800 000 exemplar i tre editioner för olika delar av Storstockholm.[27] Bolaget har aviserat sitt intresse att ge ut gratistidningar i de större städerna i Sverige. Flera av de större landsortstidningarna har börjat förbereda söndagsutgivning och/eller egna gratistidningar för att möta en eventuell konkurrens i sina respektive sprid-ningsområden.[28] I Gävle startade Gefle Dagblad i januari 1997 sön-dagsutgivning, följd av Arbetarbladet några veckor senare. Arbetet Ny-heternas västsvenska edition började sommaren 1996 komma ut även på söndagar och har därigenom kunnat öka sitt presstöd.

Dagens Politik

En ny specialinriktad fyradagarstidning, Dagens Politik, startades hösten 1995. Som finansiärer stod Vestmanlands Läns Tidning som tryckte tidningen, LRF Media som svarade för prenumerationshanteringen, Riksmedia som skötte annonsförsäljningen samt Länstidningen Östersund.[29] Målgruppen utgjordes av cirka 100 000–150 000 beslutsfattare.[30] Trots att tidningen snabbt fick ett gott anseende beslöt ägarna i februari 1997 att lägga ner den. Orsaken var att varken annons- eller upplageförsäljningen hade nått de uppställda målen. Upplagan uppgick till 6 000 exemplar mot kalkylerade 10 000. Tidningen gick med betydande förluster och ägarna såg inga möjligheter att i rimlig tid vända utvecklingen.[31]

1.1.4 Ägarinflytande i familjeägda tidningar

Även om de familjeägda tidningarna inte längre är den dominerande ägarformen så svarar gruppen för nära hälften av titlarna och något över hälften av den samlade upplagan. Ofta betraktas den familjeägda pressen som enhetlig ur ägarinflytandesynpunkt. En närmare analys visar dock att det finns betydande skillnader mellan de olika familjernas makt, beroende dels på hur sammanhållen familjen är, dels på vilka positioner medlemmarna intar i företagen.

Ledningen av ett familjeföretag tenderar ofta att förändras vid varje generationsskifte. I den första generationen har i regel grundaren/köparen kommit att inta en mycket stark position i egenskap av ensam majoritetsägare (tabell 1.2). I den kategorin återfinns i dag Peter Hjörne och Christina Hamrin som genom att lösa ut sina kusiner kommit i samma starka situation som deras respektive farfäder en gång hade. Finansmannen Mats Arnhög är dominerande ägare i Finanstidningen, medan Bo Prantare ensam har övertagit den tidigare A-presstidningen Hälsinge-Kuriren som behållit sin socialdemokratiska profil.

Tabell 1.2 Familjeägda dagstidningar 1996. Upplaga, generation och ägarpositioner.

Familj	Huvudföretag	Tidningar	Upplaga 1996	Stadium[1]	Generation	Position[2] Styrelse	Företag
Ander	Nya Wermlands-Tidningen	10	195 900	B	II-IV	SO 4 SL	CR, AU, VD
Arnhög	Finanstidningen	1	8 600	A	I	SO	
Bengtsson	Dalarnas Tidningar	4,5	61 700	B	II-III	2 SL	
Björnberg, Kæmner, Mörner	Ystads Allehanda	2	34 400			SO 3 SL	CR
Bonnier	Marieberg, Bonnierföretagen	5	1 015 500	D	V-VII	3 SL 3 SL	VD
Hamrin	Herenco[3]	8	161 300	A	III-IV	2 SL	CR, AU, VD, KR
Hjörne	Stampen	2	333 000	A	III	SO	CR, AU
Hörling	Nya Lidköpings Tidningen	1	24 500	A	II	2 SL	VD
Ingemarsson	Vimmerby Tidning	2	19 500	A	II	1 SL	VL
Michelsén	Alingsås Tidning	1	13 600			1 SL	CR, AU, VD
Pers	VLT	7	120 000	D	III-IV	3 SL	
Präntare	Hälsinge-Kuriren	1	10 400	A	I	SO	CR, AU
Ridderstad	Östgöta Correspondenten	1	65 300	D	V	SO, 3 SL	
Sommelius	Helsingborgs Dagblad	1	49 500	B	III	2 SL	KR
Svender	Ljusdals-Posten	1	8 100	B	II	SO, 1 SL	VD
TOTALT		47,5	2 121 300				

Källa: Uppdaterade uppgifter från årsredovisningar för berörda företag 1995

Anm: [1]Företaget kontrolleras av A= en person, B = syskon, C = kusiner, D = släkt. [2]AU = ansvarig utgivare CR = chefredaktör KR = kulturredaktör SO = styrelseordförande SL = styrelseledamot VD = verkställande direktör VL = verkställande ledamot. 3.För koncernens fyra tidningar i Västergötland avser upplageuppgifterna 1995.

När företaget går vidare till barnen uppstår det risker för konflikter, det kan gälla företagets inriktning, fördelning av poster inom företaget, politisk inriktning etc. I presshistorien finns flera exempel på svåra brödrakonflikter. Gustaf Ander löste ut sin bror, medan bröderna

Hamrin och Pers fortsatte att styra sina tidningar trots stora meningsskiljaktigheter. I dag styr en ny brödrageneration Ander Nya Wermlands-Tidningen-koncernen övervakade av fadern. I familjen Bengtsson i Dalarna delar tre bröder på ägandet av koncernen.

I den tredje generationen, kusinerna, kan ett problem vara att flera delägare inte arbetar inom företaget och ställer krav bli utlösta, vilket kan skapa finansiella problem för de kvarvarande. I en fjärde generation rör det sig i regel om så många medlemmar att man inte längre kan tala om en familj, utan snarare en släkt eller klan. Med ett stort antal delägare med små poster kan företagen tendera att likna icke-familjeägda bolag med stor ägarsplittring. I dag finns tre klaner, Bonnier, Pers och Ridderstad, med ett stort antal medlemmar.

I Marieberg har familjen Bonnier utövat sitt ägande (75 procent av rösterna) via ett par helägda bolag, Deni och Bonnierföretagen. Ägarsplittringen inom dessa bolag är stor med ett sextiotal delägare, varav ett fyrtiotal myndiga, varav ingen förfogar över inte mer än 13 procent. Ett trettiotal medlemmar i släkten Pers kontrollerar VLT (74 procent av rösterna), varav ingen mer än drygt 12 procent.

Släkten Ridderstad kontrollerar aktiemajoriteten i Östgöta Correspondenten genom dels ett konsortium för släktens innehav, dels en familjekontrollerad stiftelse, vilka tillsammans har 60 procent av rösterna. Den största privatägda posten uppgår till 11 procent.

En delägarens inflytande i företaget avgörs inte bara av ägarandelen utan i hög grad av vilken position som han eller hon intar. I samtliga familjeägda tidningsföretag ingår en eller flera representanter i styrelsen, i regel som styrelseordförande. Ägarsidan finns således alltid företrädd när de övergripande besluten för tidningarna fattas, som investeringar, budget, policybeslut, chefsutnämningar etc.

Många av ägargrupperna deltar dessutom i den exekutiva ledningen av företagen i egenskap av chefredaktör eller verkställande direktör. Endast Bonniers i Marieberg, Ridderstads i Östgöta Correspondenten och Mats Arnhög i Finanstidningen har stått utanför sina tidningars dagliga arbete. Under 1996 lämnade Anders H Pers och Lennart Bengtsson sina befattningar som koncernchefer för VLT respektive Dalarnas Tidningar. Flera stora tidningskoncerner som Stampen, Nya Wermlands-Tidningen och Herenco styrs dock fortfarande direkt av ägarna.

Sammanfattningsvis kan det således vara stora skillnader i inflytande mellan en ägargrupp med ett samlat ägande som utövar den direkta redaktionella och ekonomiska ledningen av företagen jämfört med en klan med stor ägarsplittring som endast påverkar via styrelsen.

1.2 Stiftelser och konsortier

Den andra typen av tidningstransaktioner har varit överlåtelser till stiftelser. Metoden att bilda stiftelser har i första hand använts för att bevara tidningens politiska huvudinriktning. Redan 1940 bildade en rad konservativa intressenter en stiftelse som övertog aktiemajoriteten i Svenska Dagbladet. Tidningen hade genom åren haft problem med sina ägare, bland annat ett par konsortier, Ivar Kreuger och familjen Trygger. Genom att lägga tidningen i en stiftelse med representanter för bland annat näringslivet, ämbetsmannavärlden och försvarsväsendet hoppades grundarna att säkerställa tidningens politiska kurs.[32] I samband med en ekonomisk kris för tidningen 1973 bildade 180 företag ett handelsbolag som gick in som ägare vid sidan av stiftelsen, samtidigt som det garanterade att täcka tidningens eventuella förluster. Under 1990-talet har en grupp storföretag framför allt från Wallenbergsfären, med Investor som drivande, övertagit aktiemajoriteten i tidningsbolaget, där stiftelsen fortfarande har en minoritetspost. Förlusttäckningsgarantierna försvann i och med den senaste rekonstruktionen. Tidningen domineras således åter av privata intressen, men inte som i de andra privatägda tidningsföretagen av en familj.

I landsorten har en rad ledande tidningar förvärvats av eller överlåtits till stiftelser. Det gäller till exempel de moderata tidningarna Norrköpings Tidningar, Borås Tidning och Barometern liksom de liberala, Norra Västerbotten, Västerbottens-Kuriren, Gefle Dagblad, Upsala Nya Tidning och Eskilstuna-Kuriren. I styrelserna för stiftelserna och tidningsbolagen sitter ofta personer med anknytning till de lokala partiorganisationerna. Tidningens inriktning anges i regel i stiftelseurkunden. Upsala Nya Tidning skall enligt donatorn Axel "Koftan" Johanssons vilja "redigeras i *liberal*, icke i förbudistisk, frireligiös eller socialdemokratisk anda". Västerbottens-Kurirens mål anges i en deklaration från stiftelsen och tidningsbolaget som "att ge frisinnade och liberala idéer ett forum i den politiska debatten och för att ge invånarna i tidningsområdet snabb och pålitlig information".

I ett par fall har tidningar övertagits av andra stiftelser, som därigenom skapat tidningskedjor. Nya stiftelsen Gefle Dagblad har i ett par omgångar övertagit tre liberala tidningar, Ljusnan, Sundsvalls Tidning och Örnsköldsviks Allehanda. Kalmarbaserade Stiftelsen Barometern skapade 1975 en koncern, Sydostpress, genom att överta de ledande tidningarna i grannlänen, Smålandsposten och Blekinge Läns Tidning. Vid övertagande skapades garantier för att Blekinge Läns Tidning skulle fortsätta som liberalt organ trots att ägaren och systertidningarna bar moderat prägel.

Under andra världskriget bildade näringslivet en fond, Libertas, med syfte att ge ekonomiskt stöd till konservativa och liberala tidningar. Från 1949 slussades fondens bidrag till de två partisfärerna genom två stiftelser, Högerns Förlagsstiftelse respektive Stiftelsen Pressorganisation. De två stiftelserna deltog under de följande decennierna i en rad aktioner för att rädda ekonomiskt utsatta tidningar och gick även i flera fall in som ägare. Sedan många av de krisdrabbade tidningarna lagts ner eller i några fall räddats genom det statliga presstödet har stiftelsernas verksamhet minskat i omfattning. I dag har Stiftelsen Pressorganisationen endast minoritetsposter i ett par liberala tidningar, medan Högerns Förlagsstiftelse äger Gotlands Allehanda och Västernorrlands Allehanda samt en minoritetspost i Norrbottens-Kuriren.

I samband med två aktioner för att rädda Nerikes Allehanda och Hallandsposten kvar i det liberala lägret bildade sex respektive tretton liberala tidningar konsortier som övertog de salubjudna tidningsföretagen.

1.2.1 Förändringar inom ägarsfärer

Familjerna Alströms och Vides försäljning av Sundsvalls Tidning och Örnsköldsviks Allehanda till det stiftelseägda Gefle Dagblad slutfördes 1995, vilket innebär att tidningarna nu är helägda. Koncernen omstrukturerades så att ett förvaltningsbolag äger de fyra dotterbolag som driver Gefle Dagblad, Ljusnan, Sundsvalls Tidning och Örnsköldsviks Allehanda.

Liberala Tidningar KB, som ägde Nerikes Allehanda-koncernen, ersattes 1995 av ett aktiebolag Liberala Tidningar AB. Gefle Dagbladkoncernen som genom sitt förvärv av Örnsköldsviks Allehanda kommit att äga en tredjedel av kommanditbolaget minskade vid omstruktureringen sin andel. I det nya bolaget har GD-koncernen, Stampen och Eskilstuna-Kuriren vardera cirka 22 procent samt Dalarnas Tidning och Vestmanlands Läns Tidning vardera 17 procent.[33]

1.3 Organisationsägd press

Arbetarrörelsen har ända sedan sin start i slutet av 1800-talet drivit en egen press. Till en början ägdes tidningarna av de lokala fackföreningarna och partiorganisationerna. Ägandet överflyttades sedan successivt till arbetarrörelsens centrala organisationer i samband med att tidningarna fick olika former av ekonomiskt stöd. Verksamheten

samordnades i koncernen A-pressen AB som i slutet av 1980-talet var majoritetsägare i samtliga socialdemokratiska tidningar förutom Aftonbladet, helägt av LO och Piteå-Tidningen, ägd av den lokala arbetarrörelsen. Koncernen brottades med svåra ekonomiska problem och rekonstruerades 1985. Tre tidningar, Smålands Folkblad, Kronobergaren och Västgöta-Demokraten lades ner och fem tidningar avyttrades till ett privatägt bolag. Ansträngningarna att rädda företaget misslyckades dock och A-pressen gick i konkurs 1992.

Av de icke-socialistiska partierna har Bondeförbundet/centerpartiet alltid varit svagast representerat i svensk dagspress. Partiets lokala organisationer köpte dock redan 1919 flera landsortstidningar, däribland Skånska Dagbladet. I början av 1970-talet förvärvade partiets riksorganisation en mindre tidningskedja i länen runt Stockholm. I samband med att presstödet infördes startade centerns lokala organisationer en lång rad endagstidningar.

1.3.1 Försäljning av Aftonbladet

LO fattade 1991 ett principbeslut att inte satsa ytterligare pengar på vare sig A-pressen eller Aftonbladet.[34] Samtidigt beslöt man att bredda ägandet i det av LO Media helägda Aftonbladet. Tidningens ledning och personal erbjöds att teckna optioner motsvarande 13 respektive 12 procent av aktiekapitalet. Aftonbladet hade dock inte som A-pressen gått med förlust utan tvärtom hade LO sedan 1980-talets början kunnat ta ut drygt 400 miljoner kronor från sin tidning genom försäljning av den gamla tidningsfastigheten samt genom utdelningar och koncernbidrag.[35]

Hösten 1995 beslöt LO:s styrelse, landssekreteriatet, att sälja aktiemajoriteten i Aftonbladet. I den debatt som följde försvarade LO:s ledning sitt beslut med både politiska och ekonomiska argument. Ett villkor för försäljning var att Aftonbladet på ledarplats skulle fortsätta att förespråka arbetarrörelsens värderingar. Samtidigt betonade Bertil Jonsson att LO hade fler kanaler än Aftonbladet. TV, radio, dagspress och fackförbundstidningar var alla intresserade av LO:s åsikter. I Aftonbladets vinnande koncept ingick tidningens oberoende socialdemokratiska ledarsida och radikala kultursidor, varför det vore svårt för en ny ägare att eliminera en strategisk konkurrensfördel.[36]

Huvudmotivet för att sälja var dock ekonomiskt. LO hade som nämnt fattat principbeslut att inte satsa pengar på pressen samtidigt som Aftonbladet behövde finansiella resurser för att möta den hotande konkurrensen från nya TV- och radiokanaler, gratistidningar etc. Slutsats-

en blev att Aftonbladet behövde uthålliga och finansiellt starka ägare om tidningen i framtiden skulle få lönsamhetsproblem.[37]

Även Aftonbladets ledning såg breddningen av ägandet som en överlevnadsfråga. De framhöll också att "Aftonbladets uppdrag – att stå upp mot orättvisor, att granska överhet och företräda de röstsvaga –" inte var ett partipolitiskt uppdrag utan ett journalistiskt, vilket skulle ligga fast, oavsett ägarbreddning.[38]

Kritikerna av försäljningsbeslutet sköt i första hand in sig på riskerna för att arbetarrörelsen skulle förlora ett opinionsbildande organ. Finansministern Göran Persson ansåg att det skulle vara oklokt av LO att sälja Aftonbladet. Han menade att utan Aftonbladets stöd hade regeringen inte klarat den statsfinansiella saneringen.[39] Sten Andersson menade att om LO sålde ut majoriteten avsade "man sig också allt inflytande över tidningens allmänna hållning och politik." Det skulle vara naivt att tro att en ny huvudägare med andra politiska värderingar skulle låta s-värderingar dominera.[40] Fyra fackförbund, Grafiska fackförbundet, Seko, Handels och Industrifacket motsatte sig liksom Socialdemokratiska pressföreningen en utförsäljning.[41] Maria-Pia Boëthius fann "det fullständigt ofattbart att LO ens kan snudda vid tanken att sälja Aftonbladet" eftersom "den som i dag har makten över informationen – har makten."[42]

Det förekom också farhågor om att tidningen som helhet skulle förändras vid ett ägarskifte. I ett inlägg framhöll Aftonbladets kulturredaktör att historien visar att tidningar ofta ändras med sina ägare.[43] Tidningens mångårige redaktionschef Sigurd Glans menade att det inte enbart handlade om ledarsidans profil utan också om "tonen, den atmosfär tidningen redigeras i, och de speciella traditioner, som skapas på själva tidningen."[44] Per Olov Enquist ansåg att Aftonbladets ledning "talar till oss om en avgörande förändring i synen på tidningar: att de i första hand skall vara till för sin egen skull, som vinst- eller framgångsmaskiner. Inte vara uttryck för idéer och värderingar, inte tala för ideologiska uppfattningar, inte representera något eller några. Vem bryr sig då om ägare eller folkrörelseanknytning eller balans i det offentliga samtalet".[45] Hans Bergström var inne på likande tankegångar om att journalismen gått i förbund med kommersialismen. "Gemensam motståndare är tanken att tidningar har ett uppdrag utöver kårens och kapitalavkastningens."[46]

I april 1996 gick det norska medieföretaget Schibsted in som delägare i Aftonbladet. Schibsted förvärvade 49,9 procent av Aftonbladets aktier för 370 miljoner kronor. LO:s aktier omvandlades till preferensaktier med ett bokfört värde på 70 miljoner kronor, som ger LO en årlig fast avkastning på 3,6 miljoner kronor. Schibsted får hela det

ekonomiska ansvaret för produktionen av tidningen inklusive eventuellt framtida kapitaltillskott. Ett särskilt avtal ger LO:s styrelserepresentanter rätt att tillsätta chefredaktör för ledarsidan och kultursidan. Styrelsen kommer att bestå av tre representanter för Schibsted, däribland ordföranden, och fyra från LO. Den allmänna redaktionens chefredaktör Thorbjörn Larsson övertog posten som ansvarig utgivare.[47]

Schibsted är det ledande medieföretaget i Norge med bland annat de två största dagstidningarna, de konservativa Aftenposten (ägt sedan 1860) och Verdens Gang (1966) samt stora intressen i TV, film och multimedia. Företaget kan av mediepolitiska skäl knappast växa mer på den norska dagspressmarknaden där det inklusive minoritetsandelar i regiontidningar kontrollerar närmare 40 procent av den totala upplagan.[48] Under de senaste åren har Schibsted därför expanderat inom andra mediebranscher och i utlandet. I Sverige har Schibsted på kort tid etablerat sig på flera områden med internetoperatören Scandinavian Online (samägt med Telenor), TV- och filmproduktionsbolaget Metronome, Svenska Dagbladets förlagsverksamhet samt en andel i Skandinaviska Filmlaboratorier Holding.[49] Schibsteds ledning har den uttalade målsättningen att bli det ledande medieföretaget i Norden. Omsättningen 1995 uppgick till 3,3 miljarder norska kronor och resultatet blev 498 miljoner norska kronor.[50] Motsvarande tal för Bonniersfärens medieverksamhet var 13,0 miljarder kronor respektive 758 miljoner kronor.

Ägarstrukturen i Schibsted har förändrats kraftigt under 1990-talet. Det familjeägda bolaget börsintroducerades 1992. Några medlemmar i ägarfamiljen erbjöd 1994 flera stora nordiska medieföretag, däribland Marieberg och Sanoma, att köpa strategiska poster i företaget.[51] Svante Nycander ansåg att det vore oförenligt att låta Dagens Nyheter och Expressen vara liberala och oberoende tidningar och samtidigt köpa tidningar av annan politisk färg.[52] Marieberg följde Nycanders linje och avstod från erbjudandet bland annat med hänsyn till det skulle ha skadat trovärdigheten i det liberala tidningsuppdraget i övrigt.[53] Våren 1996 förlorade ägarfamiljen Nagell-Erichsen aktiemajoriteten sedan några delägare sålt sina innehav. Familjens huvudman Tinius Nagell-Erichsen kontrollerar 26 procent av aktiekapitalet, lika mycket som de fyra näst största ägarna.[54] Genom ägarsplittringen kan Tinius Nagell-Erichsen i kraft av sitt innehav, som till största delen har placerats i en stiftelse, även i fortsättningen besätta en central position i företaget.

I kommentarerna till Schibsteds köp framhöll flera bedömare det positiva i att Aftonbladet fick professionella och finansiellt starka ägare.[55] Schibsted bedömdes också kunna bli en välbehövlig motvikt till Bonniers dominans på den svenska mediemarknaden. Flera tidningar,

bland annat Svenska Dagbladet och Sydsvenska Dagbladet, såg det som värdefullt att avtalet tryggade utgivandet av en stor socialdemokratisk tidning i huvudstaden.[56]

Flera kommentatorer varnade för att Aftonbladets socialdemokratiska profil skulle komma att suddas ut. Anders Ehnmark frågade "om det är långsiktigt trovärdigt att den som inte betalar styr och den som betalar inte styr. [...] Var pengarna läggs bestämmer vilken tidning det blir. [...] Den mest näraliggande tolkningen är att LO nöjer sig med att ha två helsidesannonser dagligen i en stor Stockholmstidning."[57] Nerikes Allehanda såg en fara i att långt driven kommersialisering på nyhetssidorna kunde undergräva ledarsidans trovärdighet och devalvera tidningens politiska linje.[58] Dagens Nyheter menade att kö-pet innebar att tidningens legitimitet för en vidare samhällsroll för-svagades.[59] Värmlands Folkblad frågade sig hur det stämde med LO:s försäkran att trygga den politiska linjen och samtidigt låta Thorbjörn Larsson överta posten som ansvarig utgivare.[60]

Flera kritiska röster ställde frågor kring vilket faktiskt inflytande LO skulle få. Arne Ruth menade att det är Schibsted som genom sitt innehav av stamaktierna har kontrollen över Aftonbladet som företag. LO:s kanslichef Erland Olausson har sagt "avtalet innebär att man ger motsidan avgörandet i alla affärsmässiga frågor". LO:s fyra styrelseledamöter skall inte kunna uppträda som majoritet i någon annan fråga än tillsättningen av politisk chefredaktör. I denna fråga har de vetorätt men är inte ensamma om att komma med förslag. Enligt Birger Magnus i Schibsteds ledning är tillsättningen en fråga för hela styrelsen.[61]

Frågan ställdes om det fanns klausuler för "samarbetsavtalsbrott"?[62] Expressens VD Lars Gösta Julin, pekade på risken att ägarens högerinriktning kan leda till konflikter i framtiden.[63] På ledarplats framhöll Expressen att "den som är villig att satsa pengar i ett projekt har mer inflytande än den som nöjer sig med en begränsad insats. Sannolikheten är därför stor att Aftonbladet i förlängningen ändå kommer att uppfattas med som en Schibsted- än som LO-tidning. Och Schibsteds norska tidningar är närmast moderata."[64]

Mycket tyder på att Schibsteds förvärv av stamaktierna i Aftonbladet kommer att betraktas som en milstolpe i det svenska tidningsägandets historia. För första gången i modern tid har ett utländskt medieföretag tagit kontrollen över en stor svensk dagstidning. De stora nordiska medieföretagens strategi att se hela Norden som sin naturliga marknad har nu också fått genomslag på den svenska dagspressmarknaden.

Försäljningen bildar även en slutpunkt för den svenska arbetarrörelsens ambitioner att på central nivå agera aktivt som tidningsägare.

Även om det förekommit tidigare att en ägare givit ut tidningar av olika politiska kulörer är det första gången som en ägare av en konservativ tidningsgrupp engagerar sig i en socialdemokratisk tidning. Avtal där en politisk gruppering garanterats bestämmanderätt över tidningens politiska ledning har prövats tidigare både i större tidningar som Arbetet Nyheterna och mindre som Folkbladet Jönköping. Försäljningen av Aftonbladet kan också ses som ytterligare ett steg från partipress till en journaliststyrd, professionell press, en process som pågått i ett trettiotal år.

Konsortialavtalet är hemligt, vilket gör det omöjligt att i detalj studera förhållandet mellan de två kontrahenterna, men allt tyder på att Schibsted kommer att vara den drivande kraften på ägarsidan, medan LO kommer att nöja sig med en mindre aktieutdelning och att tillsätta chefredaktören för de opinionsbildande avdelningarna.

1.3.2 Försäljningen av A-presstidningarna

När arbetarrörelsen efter A-pressens konkurs 1992 skulle rekonstruera den socialdemokratiska pressen deklarerade både SAP och LO att tidningarna inte i framtiden kunde vänta sig något ekonomiskt stöd från centralt håll. Det socialdemokratiska partiet övertog visserligen via ett par helägda bolag tidningarna. Målsättningen var dock att så snabbt som möjligt avyttra tidningarna.

Rekonstruktionen omfattade både tidningar som dragits med i konkursen och som räddats över i ett annat bolag samt fem tidningar som tidigare sålts men gått i konkurs. Sammanlagt rörde det sig om femton bolag med tjugo tidningar. I tolv bolag togs aktiemajoriteten över av den lokala arbetarrörelsen i olika konstellationer (tabell 1.3). I flera fall satsade även enskilda läsare och anställda pengar i företagen. De juridiska formerna växlade mellan stiftelser och aktiebolag, i några fall i flera led. I praktiken spelar ägoformen sannolikt mindre roll, det viktiga är att tidningarna är förankrade i den lokala arbetarrörelsen.

Tabell 1.3 Flerdagarstidningar med socialdemokratisk beteckning 1996. Företag och ägare

Tidning	Företag	Ägare
Aftonbladet	Aftonbladet Hierta AB	LO-sfären 50,1 [LO Media AB 40,1; LO förbund 10] Schibsted A/S 49.9
Arbetarbladet	AB Arbetarbladet	Lokala organisationer inom LO 74,1 (70,8); Lokala organisationer inom SAP 18,1 (17,3); Hyresgästföreningen i Gävleborg 6,6 (6,3); ABF Gävleborg 0,7 (0,6); Privatpersoner och företag 0,5 (5,0)
Arbetet Nyheterna Skåne Arbetet Nyheterna Väst	Nya Arbetet AB	Arbetarrörelsens stiftelse i Skåne ca 57; 10 700 enskilda aktieägare ca 25; Näringslivsrepresentanter 8; Arbetarrörelsen i Västsverige genom Ny Tid AB och Förvaltnings AB Järntorgskvarteret ca 5; Fackförbundsavdelningar 5 .
Dagbladet Nya Norrland	Tidnings AB Nya Norrland/Dagbladet	Stiftelsen LO/SAP Västernorrland 54,6; Tidningsintressenterna Västernorrland AB 29,8; Kommunal Mitt 10,2; Företagets personal 4,0; Metall avd 47 1.0; SAP Västernorrland 0,6
Dala-Demokraten	AB Dala-Demokraten	Folkrörelsernas Mediastiftelse i Dalarna, [kontrollerad av den lokala arbetarrörelsen] 100
Folket	Tidningen Folket AB	Stiftelsen Folket 49,5 [kontrollerad av SAP i Sörmland]; lokala organisationer och föreningar.
Gotlands Tidningar	Gotlands Tidningar AB	Gotlands Folkblads Förvaltnings AB 50 [Arbetarekommunen och LO-sektionen på Gotland]; Gotlänningens Tryckeri AB 50 [Centerrörelsen 67, Gotlands Liberala Stiftelse 33]
Hälsinge Kuriren	AB Hälsinge Kuriren	Mediautvecklarna Oskar Bliss AB 100 [Bo Präntare 100]
Länstidningen Östersund	AB Länstidningen Östersund	Mats O Sundqvist Stiftelse 50; Stiftelsen Länstidningens vänner 25,6; Jämtpublikationer AB 17,9; Stiftelsen Länstidningens anställda 6,5
Norrländska Socialdemokraten	Tryckeri AB Norrländska Socialdemokraten	Valrossen AB 100 [Arbetarrörelsen i Norrbotten]
Piteå-Tidningen	Piteå-Tidningen AB	Fackliga organisationer och socialdemokratiska föreningar inom tidningens spridningsområde 70; Ett stort antal enskilda personer 30
Sydöstra Sveriges Dagblad	Sydöstra Sveriges Dagblad AB	Arbetarrörelsens tidningsstiftelse i Blekinge 82,2; Förlags AB Albinsson & Sjöberg cirka 13; Över 180 enskilda personer och organisationer
Värmlands Folkblad	Värmlands Folkblad AB	Värmlands Tidningsintressenter AB 100 [Socialdemokratiska partidistriktet och LO-distriktet i Värmland]
Västerbottens Folkblad	Nya Västerbottens Folkblad AB	Organisationer knutna till arbetarrörelsen i Västerbottens län genom Stiftelsen Stöd till VF och VF Vänner AB cirka 80;. Konsum Nord 11; Privatpersoner 7
Örebro-Kuriren[2] Karlskoga-Kuriren[2]	Örebro-Press AB[1]	Plena AB [ägare Lars Sjöborg] 49; Folkrörelsernas Kurirenförening 35; Kurirenintressenternas Förening 11; Föreningen Kurirenproduktion 5

Tidning	Företag	Ägare
Östgöten[3]	Nya Folkbladet Östgöten AB	Fackliga organisationer, näringslivet och privatpersoner i Östergötland
Folkbladet[3]		
Östra Småland	Östra Småland AB	Östra Småland Intressenter AB 100 [Ett 20-tal lokala fackföreningar, socialdemokratiska partidistriktet och samtliga dess arbetarkommuner samt ABF-distriktet i Kalmar och ytterligare två ABF-avdelningar]
Nyheterna		

Anm: Sifferuppgifterna avser andel av röster (andel av aktiekapital)

[1] Örebro-Press AB gick i konkurs 1996

[2] Utgivningen av Karlskoga-Kuriren övertogs i december 1996 av ett bolag ägt av Lars Sjöborg 50, lokala fackföreningsrörelsen 33, personalen 17. Bolaget ger ut Örebro-Kuriren som en edition av Karlskoga-Kuriren

[3] Östgöten och Folkbladet sammanslogs i juli 1996. Östgöten kommer att läggas ner sommaren 1997.

På några platser vände sig socialdemokraterna även till det privata näringslivet med erbjudanden att gå in som delägare i tidningarna. I ett fall, Hälsinge-Kuriren med endagstidningen Helsingen, såldes bolaget till Bo Präntare, mångårig medarbetare på ledande befattningar inom A-pressen. Präntare lät tidningen behålla sin politiska färg och övertog 1996 själv posten som chefredaktör.

Länstidningen i Östersund övertogs till lika delar av å ena sidan Maths O Sundqvist via en stiftelse, å andra sidan tre stiftelser med förankring i arbetarrörelsen i länet. Under våren 1996 fördes förhandlingar mellan Östersunds-Postens ägare, Centertidningar, och Länstidningen Östersunds styrelseordförande Maths O Sundqvist. Parterna enade sig om ett avtalsförslag där Centertidningar skulle betala 14,6 miljoner kronor för aktierna i Länstidningen. LT:s ägare skulle kontrollera 49,7 procent av rösterna och nio procent av kapitalet i det nya bolaget. Tidningarna skulle få gemensam VD, styrelse, administration och tryckning, men två chefredaktörer, två redaktioner och separata annonsavdelningar. Sammanslagningen beräknades ge rationaliseringsvinster på 7–10 miljoner kronor. Två av de andra delägarna i Länstidningen, Stiftelsen Länstidningens vänner (25,6 procent av aktiekapitalet) och Jämtpublikationer AB (17,9), avvisade förslaget med motivering att Länstidningen inte skulle överleva i den aviserade modellen. Sundqvist lämnade då omedelbart sin post som styrelseordförande.[65]

Sundqvists agerande väckte kritik från socialdemokratiskt håll.[66] Länstidningens chefredaktörer Christer Sjöström och Peter Swedenmark uppmanade honom att sälja sina aktier i tidningen, eftersom han visat att han inte trodde på tidningen utan aktivt arbetat för att skapa ett "tidningsmonopol" i Jämtland.[67] I november 1996 kom Länstidningens fyra ägare överens om samarbetsformerna och gjorde ett uttalande om att man har en gemensam tro på företagets långsiktiga framtid.[68]

När Arbetet rekonstruerades 1992 arbetade Hans Cavalli-Björkman aktivt för att få det skånska näringslivet att satsa pengar på den skånska tidningen, när Sydsvenska Dagbladet sålts ut till stockholmare. Han lyckades få ett 50-tal lokala företag och företagare att teckna sig för aktier motsvarande 8 procent av aktiekapitalet. Dessutom gick Helsingborgs Dagblad in som delägare med 12 procent.[69] Arbetet försökte 1995 få in nytt kapital genom en nyemission men lyckades inte få någon intressent, vare sig från mediebranschen eller näringslivet i stort.[70] Helsingborgs Dagblad sålde på nyåret 1997 sin andel.[71]

Plena AB, ägt av Lars Sjöborg köpte 1995 49 procent i Örebro Press AB som gav ut Örebro-Kuriren och Karlskoga-Kuriren.[72] Den socialdemokratiska rörelsen, enskilda personer och företag samt de anställda ägde resterande 51 procent.[73] När bolaget gick i konkurs 1996 övertogs

utgivningsrätten till Karlskoga-Kuriren av ett nytt bolag, med Lars Sjöborg (50 procent), lokala fackföreningsrörelsen (33) och personalen (17) som ägare.[74] Karlskoga-Kuriren ger ut en edition i Örebro, Nya Örebro-Kuriren.

I Sydöstran, med Arbetarrörelsens tidningsstiftelse i Blekinge som majoritetsägare, gick det karlskronabaserade motorpressförlaget Albinsson & Sjöberg 1995 in som delägare med en post på cirka 13 procent. Sydöstran och förlaget samarbetar dels redaktionellt genom en motorbilaga i tidningen, dels tekniskt.[75]

Nya Folkbladet Östgöten AB som gav ut Folkbladet och Östgöten slog 1996 samman de två tidningarna till Folkbladet som ges ut i tre editioner för Norrköping, Linköping och Finspång.[76] Våren 1997 togs beslut om att lägga ner Linköpingseditionen.

De socialdemokratiska tidningarna startades en gång av de lokala fackliga och politiska organisationerna. Dagens decentralisering av ägandet innebär således en återgång till det ursprungliga lokalt förankrade ägandet. De nya ägarna har dock inga större möjligheter satsa pengar varken vid tillfälliga kriser eller för större investeringar.

1.3.3 Försäljningar inom centersfären

Centerrörelsen äger sin press dels via den centralt partiägda koncernen Centertidningar AB, dels via bolag ägda av lokala centerorganisationer. Centertidningar driver sex flerdagarstidningar samt två fådagarstidningar. De lokalt ägda bolagen ger främst ut endagstidningar men även tre flerdagarstidningar, däribland Skånska Dagbladet. Så gott som alla lokalt ägda tidningarna är beroende av presstödet för sin överlevnad. Vimmerby Tidning intar en särställning bland de organ som stöder centerpartiet genom att en privatperson, Bengt Ingemarsson, äger huvudparten av andelarna i den ekonomiska förening som ger ut tidningen samtidigt som han är verkställande ledamot och chefredaktör. Han äger även den borgerliga tredagarstidningen Ölandsbladet.

Under de senaste åren har flera förändringar inom centerpressen ägt rum. Centertidningar AB köpte 1994/96 Hudiksvalls Tidning, som tidigare ägdes av cirka 1 000 aktieägare.[77] Tidningen har en dominerande ställning i sitt utgivningsområde och har redovisat ett mycket gott ekonomiskt resultat. Landets minsta sexdagarstidning Laholms Tidning förvärvades 1996 av Skånska Dagbladet. Tidningen kommer att drivas vidare i oförändrad form i ett dotterbolag.[78] Vimmerby Tidning övertog 1994 utgivningsbeviset för den konkursdrabbade 3 Dagar och drev verksamheten vidare i form av endagstidningen Växjöbladet/Krono-

bergaren, som innehåller både socialdemokratiska och centerpartistiska kommentarer.[79] Hösten 1995 blev Vimmerby Tidning även huvudägare i den centerpartistiska endagstidningen Kalmar Läns Tidning.[80]

1.3.4 Nyetablering i Skåne

Arbetarrörelsen i nordvästra Skåne startade i mars 1996 en tredagarstidning, Folkbladet Skåne.[81] Redan efter en och en halv månads utgivning gick tidningen i konkurs.[82]

1.3.5 Ägarinflytande i organisations- och stiftelseägda tidningar

Så gott som samtliga organisations- och stiftelseägda tidningar har politiska anknytningar. I bolagens styrelser sitter ofta ledande personer inom politik eller organisationsvärlden. Ibland rör det sig om rikspolitiker, men oftast om lokala politiker. Den senare kategorin har sannolikt ökat i antal till följd av decentraliseringen av ägandet av arbetarrörelsens press. Styrelseledamöterna har inte som i privatägd press privatekonomiska intressen i tidningsföretagen, men kan i egenskap av makthavare ha synpunkter på tidningarnas bevakning av olika frågor. Någon aktuell studie över styrelsens roll och styrelseledamöternas samhällspositioner i organisations- och stiftelseägda tidningar finns inte. I flera av de senaste årens affärer har det dock uppmärksammats att kritiserade politiker suttit i den lokala tidningens styrelse.

Örebro-Kurirens chefredaktör Helle Klein hamnade 1995 i en konflikt med företrädare för den näst största ägaren Folkrörelsernas Kurirenförening. Axel Gisslén, ordförande i föreningen, och LO-distriktets förre ordförande Dan-Åke Moberg klagade enligt Klein vid upprepade tillfällen på hennes skriverier och hotade att minska anslaget till tidningen om hon inte ändrade sig. Gisslén medgav att det fanns motsättningar om både tidningens allmänna inriktning och den ekonomiska skötseln. Konflikten slutade med att Klein avgick.[83]

Helle Klein hävdade i en krönika att många chefredaktörer i arbetarrörelsens press blev "utskällda för att det inte står 'rätt' artiklar i tidningen, att ledaren, inte är tillräckligt partitrogen (vad nu det är?), att avslöjandet om s-politikern eller fackbasen har skadat rörelsen osv."[84]

2 Tidningsägande

Den svenska dagspressen har länge haft en mycket stabil ägarstruktur. De familjer som fortfarande utgör en viktig grupp ägare har genomgående varit engagerade i sina tidningar under mycket lång tid, som släkten Ridderstad (sedan 1842), släkten Bonnier (intressen 1888 aktiemajoritet 1924), släkten Pers (1898), familjen Hamrin (ca 1910), familjen Hjörne (1926), familjen Sommelius (1920-talet) och familjen Bengtsson (1931). Arbetarrörelsen byggde upp en landsomfattande press decennierna runt sekelskiftet.

I Pressutredningens undersökning från 1994 konstaterades att ägarförändringarna varit relativt få sedan slutet av 1970-talet.[85] Några ägargrupper som släkterna Bonnier och Pers liksom familjerna Hamrin och Ander hade flyttat fram sina positioner genom företagsköp och i det förra fallet även en nyetablering (Dagens Industri). Flera familjer, däribland Wahlgrens med Sydsvenska Dagbladet-koncernen, hade sålt sina tidningar. De helt nya aktörerna var få, den viktigaste var Wallenbergsfären som visserligen tidigare haft stort inflytande över Svenska Dagbladet men som 1994 definitivt tog över tidningen. Inom arbetarrörelsen hade den interna ägarstrukturen förändrats till följd av de ekonomiska problem som gruppens tidningar brottats med.

2.1 Tidningsägare

De ägarförändringar som ägt rum sedan 1994 (se ovan kap 1) har endast marginellt påverkat strukturen i stort (tabell 2.1). Endast en ny ägare, Schibsted, har tillkommit inom den traditionella dagspressen. Två nya aktörer, Kinnevik och Søndagsavisen, har dock genom sin utgivning av gratistidningar kommit att påverka dagspressmarknaden. Schibsted, Kinnevik och Søndagsavisen är alla exempel på medieföretag som ser Norden som sin hemmamarknad. Den svenska dagspressen har sedan länge kontrollerats av aktörer som primärt varit intresserat av medier. Kinneviks och Wallenbergsfärens inträde på dagstidningsmarknaden visar hur stora företag utan publicistiska traditioner under 1990-talet etablerat sig som viktiga medieägare.

Tabell 2.1. De 20 största ägarna inom flerdagarspress (3/v) 1996

Ägare	Antal tidningar	Upplaga helår 96 vardagar	Andel av totalupplagan
Släkten Bonnier	6[3]	1 083 000[3]	26,6[3]
Familjen Hjörne	1[4]	265 500[4]	6,5[4]
Familjen Ander	10	195 900	4,8
LO[1]	0,5	190 600	4,7
Schibsted[1]	0,5	190 600	4,7
Wallenbergsfären	1	187 600	4,6
Familjen Hamrin[2]	8	161 300	4,0
Centertidningar	6	131 200	3,2
Stiftelsen Barometern	3	124 500	3,1
Släkten Pers	7	120 000	2,9
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	4	104 900	2,6
LT Liberala Tidningar AB	3,5	96 200	2,4
Arbetarrörelsen i Skåne	1	79 400	2,0
Släkten Ridderstad	1	65 300	1,6
Stiftelsen Tore G Wärenstam	2	62 700	1,5
Axel Johanssons stiftelser	1	62 100	1,5
Familjen Bengtsson	4,5	61 400	1,5
Erik och Asta Sundins Stiftelse	2	61 600	1,5
Familjen Sommelius	1	49 500	1,2
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	2	46 600	1,1
Övriga	40	728 000	17,9
TOTALT	105	4 067 900	100,0

Källa: Bearbetning efter TS upplageuppgifter för 1996

Anm: [1]Ägande av Aftonbladet uppdelat på LO Media och Schibsted. [2]För koncernens fyra tidningar i Västergötland avser upplageuppgifterna 1995. [3]Inkl GT:s upplaga på 67 500 exemplar. För upplageandel exkl GT se tab 2.2. [4]Exkl GT:s upplaga på 67 500 exemplar. För upplageandel inkl. GT se tabell 2.2.

Trots vissa försäljningar svarar gruppen familjeägda tidningar fortfarande för något över hälften av den samlade upplagan. Genom förändringar i ägarstrukturen återfinns endast ett par ägare med anknytning till arbetarrörelsen bland de tjugo största ägarna. Om arbetar-

rörelsen och centerrörelsen ses som en ägargrupp återfinns de på andra respektive femte plats bland de upplagemässigt största ägargrupperna (tabell 2.2).

Tabell 2.2. De 12 största ägargrupperna inom flerdagarspress (3/v) Upplaga, intäkter och resultat

Ägargrupp	Antal	Upplaga	Andel %	Intäkter Mkr	Nettoresultat Mkr	Resultat exkl. pressstöd
	1996	1996	1996	1995	1995	1995
Släkten Bonnier[1]	5	1 015 500	25,0	4 657	571	561
Arbetarrörelsen[2]	16,5	544 100	13,4	2 459	38	-180
varav Aftonbladet[3]	*0,5*	*190 600*	4,7	*1 207*	*52*	*52*
varav övriga	*16*	*353 500*	8,7	*1 250*	*-14*	*-232*
Familjen Hjörne[1]	2	333 000	8,2	1 660	14	9
Familjen Ander	10	195 900	4,8	617	64	60
Centerrörelsen[2]	9,5	194 500	4,8	776	45	-9
Schibsted	0,5	190 600	4,7			
Wallenbergsfären	1	187 600	4,6	869	17	-35
Familjen Hamrin[4]	8	161 300	4,0	543	74	70
Liberala konsortier[2]	4,5	128 400	3,2	558	34	31
Stiftelsen Barometern	3	124 500	3,1	455	19	16
Släkten Pers	7	120 000	2,9	476	39	36
Nys Stiftelsen Gefle Dagblad	4	104 900	2,6	420	5	2
Övriga	34	767 700	18,9	2 189	103	60
SUMMA	105	4 067 900	100,0	15 718	1024	623

Källa: Bearbetning efter upplageuppgifter i Pressens Tidning 5/1997 och *Dagspressens ekonomi 1995*s

Anm: [1] GT/Kvällspostens ekonomiska resultat har delats upp på hälftenägarna Bonniers och Hjörne 1995. Fr.o.m. 1996 är de två tidningarna helt separerade. För upplagerelationer efter Bonniers köp av GT se tabell 2.1. [2]Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen och centerrörelsen samt av två liberala konsortier har sammanförts till var sin grupp oberoende av juridiskt ägande. [3]Fr.o.m. maj 1996 ägs Aftonbladet till 50,1 procent av LO och 49,9 procent av den norska mediekoncernen Schibsted. [4]För koncernens fyra tidningar i Västergötland avser upplageuppgifterna 1995.

Bonniersfären svarade 1995 för över hälften av dagspressbranschens samlade resultat, för 1996 kommer dock andelen sannolikt bli betydligt lägre sedan Dagens Nyheter och Expressen redovisat kraftigt försämrade resultat. Familjen Hamrin med Herenco-koncernen har en mycket stark ekonomisk ställning, där inte bara tidningarna utan även den övriga rörelsen är mycket lönsam. Koncernen redovisade 1995 ett resultat på 196 miljoner kronor vilket motsvarar en nettomarginal på 13 procent. Även familjen Ander är mycket stark och har självfinansierat ett nybyggt tidningshus. Svenska Dagbladet har som målsättning att klara sig utan presstöd, något som man inte nått. Tidningens ägare, ett antal storföretag framför allt inom Wallenbergsfären, har utomordentligt stora resurser att gå in med ekonomiskt stöd om det skulle behövas.

Centerrörelsens press visar upp en splittrad ekonomisk bild. Huvuddelen av flerdagarstidningarna är samlade i koncernen Centertidningar som 1995 hade en nettomarginal på nio procent. Det totala resultatet för centerrörelsen dras dock ner av Skånska Dagbladet, som före presstödet på 47 miljoner kronor redovisade en förlust på 43 miljoner kronor. Endagstidningarna (ej medräknade i tabell 2.2) gick alla, förutom en, med förlust före presstöd och är starkt beroende av bidrag för sin existens. Arbetarrörelsens press brottas fortfarande med svåra problem. Endast två av flerdagarstidningarna hade 1995 en nettomarginal (inkl presstöd) på över fem procent. Fyra av företagen redovisade förluster före presstödet. Sammantaget är gruppen mycket beroende av presstödet. Flera av tidningarna har lokala konkurrenter som är ekonomiskt mycket starka. Folkbadet Östgötens rörelseintäkter uppgick exempelvis endast till hälften av konkurrenternas vinst.

Den största procentuella upplageökningen (tabell 2.3) för tiden 1978–1996 redovisade Pers, Hamrin, Ystads Allehanda och Bonniers, samtliga inblandade i fusioner. Av de företag som växte av egen kraft var det en rad entidningsbolag som ökade mest, nämligen Nya Lidköpings-Tidningen, Helsingborgs Dagblad, Upsala Nya Tidning och Norra Västerbotten. Några ägare, Kristianstadsbladet, Högerns Förlagsstiftelse och familjen Bengtsson har avyttrat tidningar och bland annat därför minskat sin upplaga. Ungefär lika många tidningsföretag ökade som minskade upplagan under perioden 1978–1996. Under de senaste tre åren har dock samtliga större ägare (beträffande arbetarrörelsen se nedan), med undantag för familjen Hörling i Lidköping, fått vidkännas upplageförluster. Största problemen har pingströrelsens Dagen haft, men även flera av de största ägarna som Bonniers, Hjörne och Ander har fått vidkännas betydande minskningar.

Tabell 2.3 Ägares upplageutveckling 1978–1996

Ägare	Upplageförändring %		Förändring av antal tidningar	
	1978–1996	1993–1996	1978–1996	1993–1996
Familjen Pers	63	-6	5	
Familjen Hamrin	48	-2	3	0,5
Familjerna Björnberg m fl	35	-3	1	
Familjen Hörling[1]	24	2		
Familjen Sommelius	19	-3		
Centerpartiet	17	11	1	1
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	16	-1		
Skånska Dagbladet	10	13	2	1
Släkten Bonnier	10[2]	-13[2]	3	
Axel Johanssons stiftelser	9	-5		
Stiftelsen Skelleftepress	9	-5		
Familjen Svender	8	-5		
Wallenbergsfären	4	-8		
Stiftelsen VK-Press	2	-9		
Tore G Wärenstams stiftelse	0	-6		
Bengt Michelsén	-1	-4		
Familjen Ander	-2	-8	2	
Liberala tidningar AB	-2	-4		
Stiftelsen Barometern	-3	-2		
Erik och Asta Sundins Stiftelse	-6	-3		
Släkten Ridderstad	-11	-2		
Norra Skåne	-11	-8		
Familjen Walin	-13	-9		
Familjen Hjörne	-16[3]	-6[3]		
Kristianstadsbladet	-19	-6	-1	
Pingströrelsen	-31	-15		
Familjen Bengtsson	-38	-8	-2	
Högerns Förlagsstiftelse	-63	-56	-2	-1

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997.

Anm: [1]Hälftenägarskapet i Skövde Nyheter 1986–1994 har ej medräknats. [2] Om GT:s upplaga 1996 inkluderas var förändringarna 17 respektive -7 procent. [3] Om GT:s upplaga 1996 exkluderas var förändringarna -33 respektive -25 procent.

De socialdemokratiska tidningarna går inte att jämföra på ägarnivå på grund av omstruktureringarna. Bland de enskilda tidningarna finns det en stor spännvidd mellan Länstidningen Östersund som åren 1978–1996 ökade upplagan med 36 procent och Folket som mer än halverade sin upplaga (tabell 2.4). Totalt förlorade gruppen nära en fjärdedel av sin upplaga. Under de senaste tre åren har förlusten uppgått till över 60 000 exemplar eller 14 procent. Enda ökningen redovisar den lilla Karlskoga-Kuriren, som drogs in i Örebro-Kurirens konkurs, men fortsätter utgivningen i egen regi. Fem tidningar, däribland Arbetet Nyheterna, har minskat med mer än 15 procent.

Tabell 2.4 De socialdemokratiska morgontidningarnas upplageutveckling 1978–1996.

Tidning	Upplaga			Förändring %	
	1978	1993	1996	1978–96	1993–96
Länstidningen Östersund	19 000	29 300	25 800	36	-12
Karlskoga-Kuriren	4 800	4 700	6 500	35	38
Piteå-Tidningen	15 500	19 000	17 600	14	-7
Dala-Demokraten	22 900	27 700	26 000	14	-6
Dagbladet	10 500	12 200	11 400	9	-7
Östra Småland	16 900	19 400	18 300	8	-6
Nya Norrland	19 700	19 900	19 400	-2	-3
Värmlands Folkblad	26 900	27 700	25 300	-6	-9
Gotlands Tidningar	14 100	13 200	12 900	-9	-2
Sydöstra Sveriges Dagblad	22 100	23 900	20 000	-10	-16
Norrländska Socialdemokraten	44 200	43 400	39 600	-10	-9
Arbetarbladet	32 700	29 600	29 100	-11	-2
Västerbottens Folkblad	23 600	20 100	19 400	-18	-3
Arbetet Nyheterna	103 900	105 300	79 400	-24	-25
Folkbladet Östgöten	21 800	17 700	13 500	-38	-24
Hälsinge-Kuriren	17 400	12 200	10 400	-40	-15
Folket	25 600	12 900	10 300	-60	-20
Örebro-Kuriren	12 700	8 500			
Kronobergaren	12 000				
Smålands Folkblad	12 400				
Västgöta-Demokraten	11 900				
	490 600	446 700	384 900	-22	-14

Källa. TS-Boken 1979, 1994 Pressens Tidning 5/1997.

2.2 Ägarformer

En jämförelse mellan olika ägarformer visar vissa förskjutningar sedan 1978[86] (tabell 2.5). De privatägda liksom de stiftelseägda tidningarna har ökat sin andel något på bekostnad av de organisationsägda. En stor del av förändringarna är en följd av omstruktureringen av arbetarrörelsens press, framför allt försäljningen av halva Aftonbladet till Schibsteds och överlåtelser av vissa tidningar till stiftelser med anknytning till arbetarrörelsen. Svenska Dagbladets övergång från stiftelseägd till privatägd tidning är en annan viktig förändring.

Tabell 2.5 Ägarformer inom flerdagarspress (3/v) 1978 och 1996.

Ägarform	Upplaga 1978	Andel %	Upplaga 1996	Andel %
Privata ägare	2 660 600	59	2 690 700	66
Stiftelser	680 300	15	769 000	19
varav				
Moderata stiftelser	*445 500*	*10*	*305 600*	*7*
Liberala stiftelser	*234 800*	*5*	*302 900*	*7*
Arbetarrörelsens stiftelser			*147 700*	*4*
Privata stiftelser			*12 900*	*0*
Organisationer	1 150 100	26	608 100	15
varav				
Arbetarrörelsen	*912 500*	*20*	*396 500*	*10*
Centerrörelsen	*206 800*	*5*	*194 450*	*5*
Pingströrelsen	*30 800*	*1*	*17 200*	*0*

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och TS upplageuppgifter för 1996.

2.3 Ägarkoncentration

Ägarkoncentrationen mätt i andel av totalupplagan var 1978 relativt hög med fyra ägare som svarade för nära hälften av den totala upplagan (tabell 2.6). Den störste ägaren, Bonniers, hade 1993 ökat sin andel från 20,6 procent till 26,6 procent för att därefter minska till 25,0 procent 1996. Nedgången i de fyra största ägarnas andel beror på Aftonbladets upplaga delats på två ägare. Om denna räknas som en helhet har andelen varit oförändrad. Mätt i de åtta respektive sexton största ägarna har koncentrationen minskat något, beroende på att den tidigare A-pressens tidningar spritts ut på ett femtontal ägare.

Tabell 2.6 Ägarkoncentration inom flerdagarspress (3/v) Andel av totala upplagan. Ägare.

	1978	1993	1996
Den störste ägaren	20,6	26,7	25,0*
De två största ägarna	30,2	34,8	33,2
De fyra största ägarna	47,0	47,5	42,3
De åtta största ägarna	63,4	61,8	59,1
De sexton största ägarna	79,9	79,0	76,7

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997

Anm: *Om GT:s upplaga räknas in i Bonniersfären uppgår den störste ägarens andel till 26,6 procent. I övrigt inga ändringar

Om arbetarrörelsens, centerrörelsens och de liberala konsortiernas tidningar sammanföres till var sin grupp blir bilden av ägarkoncentrationen något annorlunda (tabell 2.7). De fyra största ägargrupperna svarade 1978 för drygt hälften av totalupplagan. Mellan 1978 och 1993 ökade ägarkoncentrationen något på varje nivå, därefter har koncentrationsgraden minskat, framför allt beroende på upplageförluster för de största ägargrupperna.

Tabell 2.7 Ägarkoncentration inom flerdagarspress (3/v). Andel av total upplagan. Ägargrupper.

	1978	1993	1996
Den störste ägaren	20,6	26,7	25,0*
De två största ägarna	40,9	43,9	38,3*
De fyra största ägarna	54,7	56,9	51,3
De åtta största ägarna	70,6	73,2	69,4
De sexton största ägarna	85,2	88,4	87,3

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997.

Anm: Arbetarrörelsens, centerrörelsens samt liberala konsortiernas tidningar sammanförda till var sin grupp. *Om GT:s upplaga räknas in i Bonniersfären uppgår den störste och de två största ägarnas andelar till 26,6 respektive 40,0 procent. I övrigt inga ändringar.

3 Dagspressägarnas position på marknaden

Dagspressmarknaden i Sverige utgör inte en enhetlig nationell marknad i samma utsträckning som TV-, bok-, skiv-, tidskrifts- och filmmarknaderna. Det utmärkande draget för dagspressen är i stället de lokala marknadernas centrala ställning. Marknader där de nationella aktörerna får underordna sig de lokala.

Avgränsningarna av de lokala marknaderna faller sig i regel naturliga men kan i vissa falla vara problematiska. TS-Boken använder A-regionerna som grund för sin uppdelning i olika delmarknader. En ytterligare uppdelning på kommunnivå görs också. Samtliga tidningars upplaga och täckningstal redovisas på båda nivåerna.

I föreliggande undersökning har A-regionnivån använts. I regel ger den en god bild av marknaderna. Några A-regioner består dock av två distinkta dagstidningsmarknader. Det gäller t.ex. Skara/Lidköping och Hudiksvall/Ljusdal, där två lokaltidningar har en dominerande ställning i var sin del av regionen.

Täckningstal har länge varit ett centralt begrepp vid analys av tidningarnas styrka på marknaden. Här kommer täckningstalen att användas dels för att studera ägargruppernas totala täckning av delmarknaderna, dels för att undersöka ägargruppernas marknadsandelar på tre typer av marknader, nämligen för lokala morgontidningar, för kvällstidningar samt för nationellt spridda morgontidningar.

3.1 Ägarnas totala marknadstäckning

Vid marknadsanalyser av dagspress utgår man i regel från de enskilda tidningarnas täckningstal. Här skall i stället ägarnivå användas för att försöka skapa en bild av i vilken utsträckning en ägargrupp lyckas täcka en delmarknad. Ett problem med denna typ av mätning är de hushåll som läser två eller flera av en ägargrupps tidningar. Den vanligaste formen av dubbeltäckning är kombinationerna morgontidning/kvällstidning och sexdagarstidning/tredagarstidning. I det förra fallet före-

kommer dubbelläsning framför allt på utgivningsorterna. Den andra typen existerar inom Andergruppen på ett par marknader.

Två ägargrupper, Bonniers och arbetarrörelsen, har tidningar som är spridda över hela landet (tabell 3.1). Bonniers nådde 1995 dock inte över 40 procent i hushållstäckning i fler än två områden, Stockholm och Malmö. Svårast hade gruppen att nå ut i Göteborg med endast sju procent tillsammans för Dagens Nyheter, Expressen och Dagens Industri. Arbetarrörelsen dominerade i några områden, Piteå, Sollefteå, Kiruna, Haparanda och Luleå, men i över hälften av regionerna låg täckningen under 20 procent. De övriga tidningsägarna hade i stor utsträckning koncentrerat sig till en landsdel, där de i regel hade en hög täckning. Familjerna Ander, Hamrin och Pers svarade för nästan hälften av de regioner där en ägargrupp nådde över 70 procent i täckning.

Tabell 3.1 Ägargrupper med täckningstal 10 procent i tre eller flera A-regioner 1995. Antal A-regioner. Totalt 70 A-regioner.

Ägargrupp	>80	70-79	60-69	50-59	40-49	30-39	20-29	10-19	Summa
Släkten Bonnier			2			3	13	47	65
Arbetarrörelsen	2	1	1	2	5	8	10	21	50
Familjen Ander	2	2	1	3	1		1	1	11
Familjen Hamrin	1	3	2			1	1		8
Centerrörelsen		1	2	2	2			1	8
Familjen Hjörne		1					2	5	8
Familjen Pers	1	1	2	1	1				6
Stiftelsen Barometern			3	1		1		1	6
Liberala konsortier		2	1			1		1	5
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	1		1		1	1			4
Familjen Bengtsson		1		1			1		3
Högerns Förlagsstiftelse				1	1			1	3
Övriga		3	7	4	5	1	3	3	26
SUMMA	7	15	22	15	16	16	31	81	203

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1996

3.2 Dagspressens delmarknader

I regel behandlas dagspressen som en marknad. Den kan dock delas in i tre typer av marknader, nämligen den lokala morgontidningsmarknaden, kvällstidningsmarknaden samt marknaden för nationellt spridda morgontidningar.

3.2.1 Morgontidningsmarknaden

De lokala morgontidningarna sprids på ett stort antal, i regel väl avgränsade marknader. Det kan dock vara problematiskt att avgöra inom vilka områden storstadstidningarna bör betraktas som lokaltidningar. I regionerna närmast utgivningsorten kan de nationella morgontidningarna nämligen även fylla funktionen som lokaltidning. I undersökningen har dessa tidningar räknats in i lokaltidningsmarknaden om de nått ett täckningstal över åtta procent. Ett undantag har gjorts för Arbetet som genomgående behandlats som lokaltidning, eftersom den är den enda socialdemokratiska tidningen i sitt spridningsområde och därför kan antas fungera i första hand som lokaltidning.

Den typiska svenska lokala tidningsmarknaden domineras av en ägargrupp. I 42 av 70 A-regioner hade den störste ägaren 1995 en marknadsandel över 70 procent (tabell 3.2). I endast nio regioner[87] fanns en någorlunda jämn konkurrens, varav endast i en av de femton största kommunerna, nämligen Gävle. En viss konkurrenssituation fanns i ytterligare ett tjugotal områden, där den mindre tidningen hade en marknadsandel på mellan 20 och 30 procent. Av de större regionerna återfanns endast Stockholm och Malmö/Lund i den sistnämnda kategorin. I fyra av landets största kommuner, Göteborg, Västerås, Örebro och Jönköping, behärskade den största tidningen mer än 90 procent av marknaden, i ytterligare fem mer mellan 75 och 89 procent.

Tabell 3.2 Marknadsandelar på lokaltidningsmarknaden för de större ägargrupperna i svensk dagspress 1995. Antal A-regioner.

Ägargrupp	90–100	80–89	70–79	60–69	50–59	40–49	30–39	20–29	Summa
Arbetarrörelsen		3		1		5	5	8	22
Familjen Ander	1	2	2	3	1			1	10
Familjen Hamrin	4	1	1				2		8
Centerrörelsen	1	2	1	1	2				7
Familjen Pers	4			1	1				6
Stiftelsen Barometern	1		1	2	1				5
Liberala konsortier	2	1				1			4
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	1		1		1	1			4
Familjen Bengtsson		1		1				1	3
Släkten Bonnier				1	1			1	3
Erik och Asta Sundins Stiftelse	1	1							2
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse		1	1						2
Släkten Ridderstad		1			1				2
Stiftelsen VK-Press			1		1				2
Högerns Förlagsstiftelse					1	1			2
Övriga	2	2	2	4	3	2	1	4	20
SUMMA	17	15	10	14	13	10	8	15	102

Källa: Bearbetning efter TS-boken 1996.

Många regioner domineras helt av var sin ägargrupp. Hamrin och Pers är ensamma utgivare av flerdagarstidningar i Jönköpings respektive Västmanlands län. Båda grupperna har dessutom en stark ställning i var sin del av Västergötland. I Värmland och angränsande områden dominerar Andergruppen. I tre län i sydöstra Sverige är Stiftelsen Barometern ledande tidningsutgivare genom Sydostpress. Nya Stiftelsen Gefle Dagblad äger ledande tidningar efter Norrlandskusten. I Dalarna dominerar Bengtsson-gruppen.

Några grupper har ett geografiskt spritt ägande. Centerrörelsen är starka i några områden i södra Sverige och runt Stockholm. De liberala konsortierna dominerar i Halmstad och Närke. Släkten Bonnier når en marknadsandel över 60 procent i Stockholm och Malmö. Högerns Förlagsstiftelses tre tidningar (inkl delägda Norrbottens-Kuriren) verkar

alla i en konkurrenssituation. Arbetarrörelsen nådde över 20 procents marknadsandel på 22 delmarknader, men över 70 procent endast i tre områden, Sollefteå, Piteå och Kiruna. I 31 regioner ligger den socialdemokratiska pressens andel under 5 procent.

Sedan 1978 har antalet marknader där den dominerande ägaren har en marknadsandel över 80 procent mer än fördubblats. Flera möjliga orsaker till den ökade ägarkoncentrationen på de enskilda delmarknaderna kan urskiljas. I några fall beror förändringen på att konkurrerande tidningar lagts ner, som i Jönköping, Tranås, Växjö och Borås.

Det finns en klar tendens mot att tidningarna koncentrerar sig alltmer på sina kärnområden och medvetet drar tillbaka sin olönsamma bevakning av orter i spridningsområdets periferi. Arbetarrörelsens press byggdes en gång upp med ambitionen att bevaka ett län, som i regel innefattade flera delmarknader. Många socialdemokratiska tidningarna har alltmer börjat att koncentrera sina resurser till utgivningsregionen. Exempel på områden som övergivits är Västervik, Nyköping och Mjölby/Motala. I Skåne har Arbetet under de senaste åren lagt ner flera lokalredaktioner för att i stället satsa mer på Malmöregionen. Även flera större landsortstidningar som Nerikes Allehanda, Östgöta Correspondenten och Upsala Nya Tidning har lämnat vissa perifera områden.

Under de senaste åren har dock ett par förstatidningar satsat på att öka sin täckning utanför sitt egna utgivningsområde. I Motala hade Motala Tidning 1994 en täckning på 58 procent mot Östgöta Correspondentens 24 procent. Östgöta Correspondenten inledde då en offensiv i Motala-området med målsättningen att fördubbla antalet prenumeranter under en treårsperiod.[88] Motala Tidning, som ingår i Nerikes Allehanda-koncernen, har gått till motoffensiv och genomfört flera redaktionella satsningar.[89]

I Hälsingland har Ljusnan en stark ställning i Bollnäsområdet med en täckning på 71 procent, Hälsinge-Kuriren har motsvarande position i Söderhamnsområdet med 66 procent. När Hälsinge-Kuriren vid årsskiftet 1996/97 övergick till femdagarsutgivning inledde Ljusnan en satsning att komma in i Söderhamn. Lokalredaktionen fördubblade sin personal samtidigt som Söderhamnsborna erbjöds ett lägre prenumerationspris på Ljusnan än Hälsinge-Kuriren trots högre periodicitet.[90]

Konkurrenstidningsorter

Våren 1997 utkommer fler än en tidning på arton orter i Sverige (tabell 3.3). I en stad, Malmö, utges tre tidningar, där dock Skånska Dagbladet har huvuddelen av sin spridning utanför utgivningsområdet. I de

sjutton tvåtidningarsstäderna finns socialdemokratiska tidningar i femton. På endast en plats förutom Stockholm, konkurrerar två borgerliga tidningar med varandra, nämligen i Skövde där Anders Skaraborgs Läns Allehanda och Hamrins Skövde Nyheter är inbegripna i en hård strid.

Tabell 3.3 Utgivningsort och upplaga 1996 för dagstidningar på konkurrensorter.

Ort	Tidning	Upplaga	Förändring av upplaga %		Relativ storlek[1]	Förändring relation %
		1996	1978-96	1993-96	1996	1978-96
Luleå	Norrländska Socialdemokraten	39 600	-10	-9	1,3	-9
	Norrbottens-Kuriren	30 700	-2	-4		
Umeå	Västerbottens-Kuriren	42 300	2	-9	2,2	24
	Västerbottens Folkblad	19 400	-18	-3		
Östersund	Östersunds-Posten	27 100	-13	-10	1,1	-36
	Länstidningen Östersund	25 800	36	-12		
Sundsvall	Sundsvalls Tidning	38 500	3	-5	3,4	-5
	Dagbladet	11 400	9	-7		
Gävle	Gefle Dagblad	30 800	-8	-3	1,1	4
	Arbetarbladet	29 100	-11	-2		
Falun	Falu-Kuriren	29 400	-15	-7	1,1	-25
	Dala-Demokraten	26 000	14	-6		
Stockholm	Dagens Nyheter	361 300	-11	-6	1,9	-14
	Svenska Dagbladet	187 600	4	-8		
Örebro	Nerikes Allehanda	68 000	5	-4	9,4	85
	Örebro-Kuriren	7 200[2]	-43[3]	-15[4]		
Karlskoga	Karlskoga Tidning	9 000	-28	-19	1,4	-47
	Karlskoga-Kuriren	6 500	35	38		
Karlstad	Nya Wermlands-Tidningen	66 100	-12	-10	2,6	-7

Ort	Tidning	Upplaga	Förändring av upplaga %		Relativ storlek[1]	Förändring relation %
		1996	1978-96	1993-96	1996	1978-96
	Värmlands Folkblad	25 300	-6	-9		
Eskilstuna	Eskilstuna-Kuriren	33 300	17	-2	3,2	191
	Folket	10 300	-60	-20		
Norrköping	Norrköpings Tidningar	48 900	-7	-3	4,4	10
	Folkbladet	11 000[2]	-16[3]	-10[4]		
Linköping	Östgöta Correspondenten	65 300	-3	-2	14,2	72
	Östgöten	4 600[2]	-44[3]	-16[4]		
Visby	Gotlands Tidningar	12 900	-9	-2	1,1	-15
	Gotlands Allehanda	12 100	7	-2		
Kalmar	Barometern med Oskarshamns-Tidningen	48 500	-11	-4	2,7	-18
	Östra Småland	18 300	8	-6		
Göteborg	Göteborgs-Posten	265 600	-11	-1	16,4	32
	Arbetet Väst	16 200	-33	-25		
Skövde	Skaraborgs Läns Allehanda	22 300	-10	-4	2,3	-23
	Skövde Nyheter	9 600[2]	16[3]	-8[3]		
Karlskrona	Blekinge Läns Tidning	34 500	5	7	1,7	16
	Sydöstran	20 000	-10	-16		
Malmö	Sydsvenska Dagbladet	119 400	4	0	1,9	31
	Arbetet Skåne	63 200	-21	-25		
	Skånska Dagbladet	29 400	-4	-2		

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997
Anm: [1] Relativ storlek = Kvoten förstatidning/andratidning [2] 1995 [3] 1978–95 [4] 1993-95

I tre utgivningsområden, Östersund, Gävle och Visby, är konkurrensläget jämnt. I Falun har visserligen Falu-Kuriren och Dala-Demokraten relativt likvärdiga upplagor, men den senare har ett större spridningsområde där den möter konkurrens från andra tidningar i Bengtsson-gruppen som har en mer än dubbelt så stor upplaga. I några orter, Luleå, Karlskoga, Karlskrona, Malmö, där relationen mellan

tidningarna är mindre än två föreligger en reell konkurrenssituation, medan i Norrköping, Linköping och Göteborg är styrkeförhållandena så ojämlika att det är svårt att tala om verklig konkurrens. I Skövde är de två konkurrenterna jämnstora på utgivningsorten, medan Skaraborgs Läns Allehanda dominerar i omlandet.

I Eskilstuna har upplagegapet vuxit från 2 800 exemplar 1978 till 23 000 1996, till en viss del beroende på att Folket begränsat sitt spridningsområde. Örebro-Kuriren minskade under många år sin upplaga innan konkursen var ett faktum, medan Nerikes Allehanda ökade något. I Göteborg och Malmö har Arbetet Nyheterna förlorat marknadsandelar.

Det finns ingen entydig tendens att de stora tidningarna ökar på de mindres bekostnad. Det mest kända exemplet på en andratidnings uppgång är Länstidningen Östersund som under ett tiotal år kring 1980 ökade sin marknadsandel från 25 till något över 50 procent, men nu är något mindre än Östersunds-Posten. I Karlskoga har Karlskoga-Kuriren sedan 1993 kraftigt ökat sin upplaga på sin lokala konkurrents bekostnad. I Dalarna har Dala-Demokraten ökat sin marknadsandel både i förhållande till Falu-Kuriren och hela Bengtsson-gruppen. Andratidningarna har noterat mindre andelsökningar även i Kalmar och Gotland.

I de tre städer, Borås, Jönköping och Växjö, som förlorat en tidning sedan 1978 har den kvarvarande tidningen endast marginellt ökat eller i ett fall minskat sin upplaga. Lokaltidningarnas sammanlagda täckning i de tre regionerna har mellan 1988 och 1995 minskat med 18, 15 respektive 24 procentenheter.

Under de senaste tre åren har samtliga tidningar på konkurrensorter minskat sin upplaga med undantag för Karlskoga-Kuriren, Blekinge Läns Tidning och Sydsvenska Dagbladet. I tre orter, Luleå, Umeå och Karlskoga har förstatidningarna drabbats av de största relativa förlusterna, medan de ökat sin marknadsandel markant i Eskilstuna, Norrköping, Linköping, Göteborg, Karlskrona och Malmö. I övriga områden har den relativa tillbakagången varit ungefär lika stor.

3.2.2 Kvällstidningsmarknaden

Under 1990-talet har styrkeförhållandena mellan kvällstidningsägarna förändrats väsentligt (tabell 3.4). Bonniers har stärkt sin position på marknaden genom förvärven av Kvällsposten och GT. Räknat på 1996 års upplaga skulle Bonniers marknadsandel 1997 uppgå till 57 procent. Genom främst Expressens men även Kvällspostens och GT:s tillbakagång och Aftonbladets uppgång har Schibsted och LO stärkt sin

position och förefaller av upplageuppgifterna våren 1997 att döma behärska närmare halva kvällstidningsmarknaden.

Tabell 3.4 Ägargrupper på kvällstidningsmarknaden 1978, 1993 och 1996. Upplaga och marknadsandel.

	1978		1993		1996	
Ägargrupp	Upplaga	%	Upplaga	%	Upplaga	%
Släkten Bonnier[1]	519 600	45	578 000	57	437 100	49
LO[2]	429 400	37	342 500	34	381 200	43
Familjen Hjörne[1]	94 200	8	86 400	9	67 500	8
Familjen Wahlgren	112 700	10				
SUMMA	1 155 900	100	1 006 900	100	885 800	100

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997.
Anm: [1]1993 inkl 50 procent av Idags upplaga. [2]1996 tillsammans med Schibsted.

Kvällstidningsmarknaden har haft en nedgående trend under flera decennier och har sedan 1970 förlorat 31 procent av sin upplaga (tabell 3.5). Under de tre senaste åren har samtliga kvällstidningar förutom Aftonbladet minskat med cirka 25 procent.

Tabell 3.5 Kvällstidningarnas upplageutveckling 1978–1996. Procent.

Tidning	Förändring av upplagan	
	1978–1996	1993–1996
Aftonbladet	-11	11
Expressen	-28	-24
GT	-28	-22
Kvällsposten	-44	-27
iDag		
SUMMA	-23	-12

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997

3.2.3 Nationellt spridda morgontidningar

De nationellt spridda morgontidningarna, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet samt de regionalt spridda Göteborgs-Posten, Sydsvenska Dagbladet och Arbetet Nyheterna förlorade tillsammans cirka 100 000 exemplar mellan 1978 och 1996 (tabell 3.6). Förlusten motsvarade den nystartade Dagens Industris upplaga. Under de senaste tre åren har samtliga tidningar, med undantag för Dagens Industri och Sydsvenska Dagbladet, minskat sin upplaga. Ägargruppernas styrkeförhållanden har förändrats sedan 1978. Bonniersfären har stärkt sin position genom köpet av Sydsvenska Dagbladet och starten av Dagens Industri, medan Wallenbergsfärens Svenska Dagbladet har vuxit genom egen kraft. Familjen Hjörnes Göteborgs-Posten har minskat i upplaga, liksom Arbetet Nyheterna.

Tabell 3.6 De nationellt spridda morgontidningarnas totala upplaga 1978 och 1996.

Ägargrupp	Upplaga		Förändring %	
	1978	1996	1978–96	1993–96
Släkten Bonnier	402 500	578 400	44	-1
Wallenbergsfären	179 800	187 600	4	-13
Familjen Hjörne	300 000	265 600	-11	-1
Familjen Wahlgren	114 500		-100	
Arbetarrörelsen	103 900	79 400	-24	-25
SUMMA	1 100 700	1 111 000	1	-6
Dagens Nyheter	*402 500*	*361 600*	*-10*	*-6*
Sydsvenska Dagbladet	*114 500*	*119 400*	*4*	*0*
Dagens Industri		*97 400*		*17*

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994 samt Pressens Tidning 5/1997.

I sina utgivningsområden har storstadstidningarna med undantag för Göteborgs-Posten ökat något (tabell 3.7). Den överspridda delen av upplagan minskar däremot (tabell 3.8), med undantag för Svenska Dagbladet som behållit sin upplaga och gått förbi Dagens Nyheter i landsorten. En växande andel av upplagan sprids således i utgivningsområdena. För Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Sydsvenska Dagbladet och Arbetet Nyheterna uppgår den lokal spridda upplagan till mellan 77 och 87 procent. Svenska Dagbladet har en något mer riks-

betonad spridning med 40 procent utanför Stockholm. Den enda verkliga riksmorgontidningen är dock Dagens Industri med bara en tredjedel av upplagan i Stockholm och en låg men jämn täckning över hela landet.

Tabell 3.7 De nationellt spridda morgontidningarnas upplaga i utgivningsområdet 1978 och 1995.

	1978		1995		Förändring 1978–95	
Ägargrupp	Upplaga	% total upplaga	Upplaga	% total upplaga	Upplaga	%
Släkten Bonnier	285 200	71	440 100	74	154 900	54
Wallenbergsfären	100 700	56	116 800	60	16 100	16
Familjen Hjörne	232 000	77	231 000	86	-1 000	0
Familjen Wahlgren	91 000	79			-91 000	
Arbetarrörelsen	69 300	67	72 500	77	3 200	5
SUMMA	708 900			77	113 600	15
Dagens Nyheter	*285 200*	*71*	*300 600*	*80*	*15 400*	*5*
Sydsvenska Dagbladet	*91 000*	*79*	*108 100*	*87*	*17 100*	*19*
Dagens Industri			*31 400*	*33*	*31 400*	

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1996.

Tabell 3.8 De nationellt spridda morgontidningarnas upplaga utanför utgivningsområdet 1978 och 1995.

	1978		1995		Förändring 1978–95	
Ägargrupp	Upplaga	% total upplaga	Upplaga	% total upplaga	Upplaga	%
Släkten Bonnier	117 300	29	153 700	26	36 400	31
Wallenbergsfären	79 100	44	78 100	40	-1 000	-1
Familjen Hjörne	68 000	23	38 700	14	-29 300	-43
Familjen Wahlgren	23 500	21			-23 500	
Arbetarrörelsen	34 600	33	21 900	23	-12 700	-37
SUMMA	287 900		278 400		-9 500	-3
Dagens Nyheter	*117 300*	*29*	*73 600*	*20*	*-43 700*	*-37*
Sydsvenska Dagbladet	*23 500*	*21*	*16 300*	*13*	*-7 200*	*-31*
Dagens Industri			*63 800*	*67*	*63 800*	

Källa: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1996.

Bonniersfären har ökat sin täckning i landsorten i 25 regioner, framför allt i Skåne, och minskat i lika många, främst i Mälardalen. Dagens Nyheter har minskat över hela landet. Svenska Dagbladets täckning har varit relativt oförändrad. Göteborgs-Posten hade 1978 drag av en regiontidning med en täckning på 13–31 procent i åtta regioner i Västsverige. I genomsnitt har täckningstalen halverats fram till 1995 och i endast två regioner utanför Göteborg når tidningen en täckning över 10 procent.

Bakom storstadspressens tillbakagång i landsorten ligger åtminstone för ett par tidningar en medveten strategi att skära ner den olönsamma landsortsupplagan och i stället satsa sina resurser i och kring utgivningsområdet. I vissa områden har troligen de lokala tidningarnas förbättrade bevakning av in- och utrikesnyheter, kultur, ekonomi etc. tillsammans med det ökade totala medieutbudet minskat behovet av en storstadstidning.

4 Samverkansformer inom dagspressen

4.1 Redaktionell samverkan

Inom den svenska pressen har det sedan länge funnits olika former av samarbete kring redaktionellt material. På det opinionsbildande fältet har byråer med anknytning till de politiska partierna erbjudit tidningarna inom sin sfär material i form av cirkulärledare, krönikor, debattartiklar etc. Det av tidningarna kooperativt ägda Tidningarnas Telegrambyrå, TT, har sedan 1921 levererat både in- och utländska nyheter. FLT, ägt av borgerliga landsortstidningar, och A-pressen (numera Avisa Centralredaktion) har producerat specialartiklar och i viss utsträckning även nyhetsmaterial. De in- och utländska bilderna har pressen hämtat från några bildbyråer. Ett visst redaktionellt samarbete har även funnits mellan tidningar som ingått i samma koncern. Under det senaste åren har de olika formerna av redaktionellt samarbete genomgått stora förändringar. Nya samarbetsformer har prövats, nya aktörer har försökt att slå sig in på marknaden, nya allianser har skapats etc.

4.1.1 Redaktionell samverkan på nationell nivå

TT har alltsedan verksamheten startade 1922 intagit en central position i den svenska pressen. Det utländska nyhetsmaterialet levereras i huvudsak av några stora nyhetsbyråer som TT samverkar med, men även av TT:s egna korrespondenter. Skeendet i Sverige bevakas av TT genom huvudredaktionen i Stockholm och lokalredaktioner i Luleå, Sundsvall, Göteborg och Malmö. För nyheter med riksintresse från landsorten är TT även beroende av leveranser från de lokala tidningarna. Landsortspressen har således tre olika relationer till TT som ägare, kund och leverantör.

Under de senaste åren har TT varit utsatt för kritik från företrädare för landsortstidningar. Nyhetsbyrån har anklagats för att vara långsam och dyr. Flera tidningar har övervägt andra alternativ för nyhetstjänsten och i ett fall har abonnemanget sagts upp. Satellitsändningarna som startades 1994 har kritiserats för att inte vara interaktiva.[91] Ett problem för TT är att deras kunder, landsortspress, storstadspress, privat lokalradio och TV har olika krav som kan vara svåra att tillfredsställa samtidigt. Landsortstidningarna är exempelvis irriterade över att de måste lämna sina bästa nyheter till TT, som sänds i etermedierna innan de publiceras i tidningen.[92]

TT har försökt anpassa sig till förändringarna i mediesamhället. Kunderna erbjuds olika former av tilläggstjänster. Samarbetsavtal har slutits med Pressens Bild och Globus Nyhetsgrafik om leverans av bilder och nyhetsgrafik.[93] TT:s nyhetssändningar i Sveriges Radio upphörde 1996 efter 71 år. Till en viss del har bortfallet kompenserats av fler kun-der inom den privata lokalradion.

Förenade Landsortstidningar AB (FLT) ägs av 71 tidningar, vilka enligt ett konsortialavtal skall vara "ledande borgerlig landsortstidning". FLT förmedlar förutom redaktionellt material även annonser (se 4.2). Av ägarna hade 55 tidningar 1995 redaktionellt abonnemang och 65 tidningar deltog i annonssamarbetet.[94] Metro har försökt att få abonnemang men kunder utanför ägarkretsen tas inte in.[95]

Under de senaste åren har FLT utvecklat sina redaktionella service. Målsättningen är att erbjuda kunderna skräddarsydda tjänster som bättre än TT svarar mot landsortstidningarnas speciella behov. FLT producerar exempelvis färdigredigerade TV- och ekonomisidor. Ett antal av tidningarna levererar nyheter med riksintresse till en databas som är tillgänglig för FLT:s abonnenter. Ett samarbete har byggts upp med den bonnierägda nyhetsbyrån Direkt, som är specialinriktad på affärsnyheter.[96] Hösten 1997 kommer den stora tyska mediekoncernen Bertelsmann börja ge ut en TV-bilaga, som produceras av FLT. Tidningen kommer att erbjudas FLT:s kunder.

Hösten 1996 slogs FLT:s bildverksamhet samman med Svenska Dagbladets dotterbolag Pica Pressfoto. FLT köpte 25 procent av aktierna i det nybildade FLT Pica Bild AB med option att inom två år köpa ytterligare 15 procent av bolaget. Pica tog samtidigt över Reutersagenturen från Pressens Bild.[97]

Mot bakgrund av landsortspressens missnöje med TT och FLT:s utveckling av sina tjänster började det 1995 att föras diskussioner om att bygga ut FLT till en fullskalig nyhetsbyrå med utrikesnyheter, riksdagsbevakning, nöjen, ekonomi, sport etc. FLT:s kunder skulle således få ett alternativ till TT.[98] Om TT, som till 42 procent ägs av FLT-tidningarna, förlorade många landsortstidningar skulle företagets ekono-

miska ställning undergrävas.[99] FLT beslöt dock vintern 1996 att lägga nyhetsbyråplanerna planerna på is, i första hand under ett år.[100]

Mariebergs dotterbolag Pressens Bild har en bildbyrå som säljer bilder både från koncernens fotografer och från bildbyråer som man representerar. Företaget har som ovan nämnts ett samarbetsavtal med TT om dagliga bildleveranser. Pressens Bild förvärvade hösten 1996 konkurrenten Reportagebild, då ägt av två privatpersoner men dessförinnan ett dotterbolag till Aftonbladet. Pressens Bild förlorade vid samma tid agenturen till Reuters men fick genom köpet av Reportagebild ta över kontraktet med AP.[101]

Genom dessa rockader har de fyra av största bildbyråerna i Stockholm reducerats till två som bildar var sitt block. Pica Bild säljer till Svenska Dagbladet och FLT, medan Pressens Bild har Mariebergs tidningar och TT som kunder. Aftonbladet kommer i fortsättningen sälja sina bilder på egen hand.

Avisa Centralredaktion som ägs av åtta tidningar i den socialdemokratiska sfären producerar bland annat färdiga in- och utrikessidor liksom börs- spel- och radio-TV-sidor samt featuresidor. Företaget erbjuder även en TV-bilaga varje vecka. Kunderna återfinns både bland dags- och veckopressen. Sammanlagt kan en tidning ta in ett 60-tal färdigredigerade sidor från Avisa per vecka.

Flera mindre byråer har partipolitisk anknytning. Den största är Liberala Nyhetsbyrån, som ägs av sju liberala tidningar samt folkpartiet (19 procent).[102] Byrån som i första hand producerar ledare hade 1994 27 tidningar (24 liberala, två centerpartistiska och en moderat) som abonnenter.[103] Svenska Nyhetsbyrån kommer 1997 att omstruktureras till ett nätverk med ett antal skribenter som skall skriva samhällsreportage, aktiekrönikor, utrikes-, debatt- och kulturmaterial. Byrån ägs av tio borgerliga tidningar, främst moderata, och säljer redaktionellt material till mellan 30 och 40 dagstidningar.[104] Centerpartiet äger en byrå PreCent, som förser ett trettiotal centertidningar med material.

Under de senaste åren har flera specialinriktade nyhetsbyråer startats. Nyhetsbyrån Direkt, ägd av Bonniers Affärsinformation, levererar affärsnyheter elektroniskt direkt till sina företagsabonnenter men också till FLT, Svenska Dagbladet och Sydsvenska Dagbladet.[105] Delphi Economic är huvudleverantör av börs- och ekonomisidor till 25 dagstidningar i Sverige.[106] Globus Nyhetsgrafik, Svenska Grafikbyrån och Bulls Presstjänst är tre byråer som erbjuder sina kunder nyhets- och featuregrafik. De två förstnämnda samarbetar med TT respektive FLT.[107]

De två stora medieägarna, Bonniers och Stenbeck, har gjort försök att komma in på marknaden för redaktionellt material. Bonniers äger som nämnts Pressens Bild och Direkt. Marieberg startade 1994 en re-

portagebyrå, Riksreportage, som erbjöd sitt material både till koncernens tidningar och till externa kunder. Byrån hade bland annat ett omfattande samarbete med FLT. Vid årsskiftet 1996/97 lade Marieberg ner företaget, sedan Dagens Nyheter, Expressen och Sydsvenska Dagbladet dragit sig ur projektet. En del av verksamheten kommer att fortsätta i Nya Riksreportage ägt av Jan Olof Lindgren.[108]

Kinneviks magasin På TV konkurrerade en period med TT som leverantör av TV-tablåer, men verksamheten lades ner.[109] Koncernen äg-de också en kortare tid artikeldatabasen World Report som såldes till International News Service.[110]

4.1.2 Redaktionell och teknisk samverkan på koncernnivå

Inom den svenska landsortspressen finns ett antal företag som byggt upp tidningskedjor genom företagsförvärv (se 1.1 och 1.2) De uppköpta tidningarna drevs i regel vidare som självständiga företag med egna redaktioner, annonsavdelningar och tryckerier. Under de senaste åren har dock tidningskoncernerna i allt större utsträckning börjat samordna verksamheten på det redaktionella och tekniska planet.

Nya Wermlands-Tidningen-koncernen startade 1988 en nyhetsbyrå, Nyhetsgruppen. Byrån syndikerar ett hundratal[111] artiklar i veckan ut till koncernens tolv tidningar. Det rör sig om sport, ledare, kultur, nöje, debattinlägg, recept, TV-artiklar, naturkrönika etc. Tidningarna är sammanknutna via en databas som gör det möjligt att byta material med varandra. Nyhetsgruppen gör även färdiga sidor som är tillgängliga inom hela koncernen.[112]

Tryckningen av Andergruppens samtliga sju tidningar i Värmland flyttades till Karlstad 1996 i samband med att Nya Wermlands-Tidningens nya tidningshus togs i drift 1996.[113] Tryckeriet har även kapacitet att trycka koncernens tidningar i Västergötland, även om detta inte är aktuellt för närvarande. Tidningsverksamheten i Värmland omorganiserades 1996/97. Två nystartade dotterbolag tog över tidningsutgivningen i östra respektive västra delen av länet, medan huvudtidningen, Nya Wermlands-Tidningen, även i fortsättningen ges ut av moderbolaget.[114] I Östra Wermlands Lokaltidningar med Filipstads Tidning, Nya Kristinehamns-Posten och Karlskoga Tidning räknar ledningen med att kunna göra betydande rationaliseringsvinster genom samordning av bland annat det redaktionella arbetet.[115]

Herenco-koncernen flyttade vid årsskiftet 1994/95 fram sin positioner genom att helt överta Skövde Nyheter, som företaget tidigare ägt tillsammans med Nya Lidköpings Tidning.[116] Koncernens verksamhet i

Västergötland har därefter samordnats. De fyra tidningarna i Västergötland, Falköpings Tidning, Skara Tidning-Skövde Nyheter och Västgöta-Bladet överfördes 1996 till ett nybildat bolag, Västgöta Tidningar AB. Tidningarna samordnar sin redigering med gemensamma länsbörs- radio- och TV-sidor, men med egna förstasidor och eget lokalt material. De gemensamma sidorna och annonserna kommer att nå cirka 46 000 prenumeranter, mer än dubbelt så många som främste konkurrenten Andergruppens Skaraborgs Läns Tidning. Tryckningen av de fyra tidningarna flyttades till Herencos tryckeri i Jönköping samtidigt som de övergick från tabloid till fullformat.[117] Falköpings Tidning och Västgöta-Bladet ökade 1996 periodiciteten från fyra nummer till sex nummer i veckan.

Inom VLT har koncernens två tidningar i Västergötland, Elfsborgs Läns Allehanda och Trollhättans Tidning en gemensam redaktionsledning och ett omfattande redaktionellt samarbete med utbyte av artiklar.[118] I Västmanland har samtliga tidningar förutom Vestmanlands Läns Tidning sammanförts till ett nybildat bolag, Ingress Media. De fyra tidningarna Bärgslagsbladet, Arboga Tidning, Sala Allehanda, Fagersta-Posten samt Avesta Tidning har gemensam ledning och samarbetar redaktionellt med vissa gemensamma sidor. Tidningarna delar även på en ledaravdelning med två anställda.[119]

Ledningarna för Vestmanlands Läns Tidning och Ingress Media vill att redaktionerna skall få tillgång till varandras material före publicering, något som journalisterna har motsatt sig. Tidningsledningarna anser att ett utbyte är det enda sätt höja kvaliteten på respektive tidnings länsmaterial. Journalisterna menar att lokaltidningarnas långsiktiga utveckling hotas. I praktiken skulle lokaltidningarna komma att fungera som lokalredaktioner till länstidningen.[120]

Inom Sydostpress har det sedan tidigare funnits ett dotterbolag, Textbolaget Sydostpress AB, som producerar och köper gemensamt featurematerial för koncernens tidningar.[121] Våren 1997 beslöt ledningen att i grunden omorganisera koncernen. Verksamheten som tidigare drivits i tre dotterbolag för vardera Barometern, Blekinge Läns Tidning och Smålandsposten förs över i fyra nya dotterbolag för tidningsrörelsen, tryckerierna, distributionen och nya medier. Ansvaret för de tre tidningarna övertas av en publisher. Tidningsstyrelserna försvinner och ersätts av lokala råd utan juridisk makt. Smålandspostens chefredaktör Kjell Svensson lämnade tidningen hösten 1996 på grund av att han motsatte sig samarbetsplanerna. Liksom tidningens journalister menade han att förändringarna kommer försämra den lokala förankringen. och att "det är bra med gemensamma sidor och annat, men den redaktionella integriteten måste bibehållas."[122]

Dalarnas Tidningar byggde vintern 1997 upp en länsredaktion som skall bevaka landstinget, länsrätten och andra institutioner och organisationer i länet på uppdrag av de fyra tidningarna i koncernen.[123]

Redaktionell samverkan kan som synes ta sig många olika former från artikel- och bildleveranser, över färdigredigerade specialsidor till gemensamt material för hela tidningen utom det rent lokala stoffet.

Den ökade användningen av syndikerat material har gett upphov till debatt inom tidningskretsar. Färdiga TV- eller spelsidor har inte föranlett några större invändningar. Däremot har meningarna gått isär beträffande gemensamma in- och utrikessidor. Kritikerna har pekat på att nyhetsvärderingen kan variera mellan olika landsändar. Exempelvis kan trafikfrågor som Höga Kustenbron, Dennisleder och Öresundsbron vara intressenta för respektive region men tämligen oväsentliga för övriga delar av landet. Centralt producerade nyhetssidor koncentrerar dessutom ytterligare nyhetsbedömningen till några få redaktioner i Stockholm. Försvararna av de färdiga sidorna framhåller att inköpen frigör resurser för en lokal och regional nyhetsbevakning. Om man vill modifiera en färdig sida går det lätt att göra med modern teknik.

4.2 Annonssamverkan

Tidningsföretagen har sedan länge erbjudit sina annonsörer möjlighet till samannonsering i flera tidningar. Inom landsortspressen bildades på riksnivå A-pressens Samannons 1967, bestående av 19 tidningar, och FLT-Riks 1976 med 66 deltagande tidningar.[124] Regionala annonskombinationer fanns redan sedan tidigare. I dag finns ett fyrtiotal samannonseringspaket på dagstidningsmarknaden.[125] Vilken betydelse kan ägarsamband ha för uppbyggandet av samannonseringskombinationer?

4.2.1 Tidningstyp/tidningsstorlek

Tidningens storlek och typ förefaller vara avgörande för vilket riksannonspaket den tillhör (tabell 4.1). De tre stora morgontidningarna i storstäderna, Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten och Sydsvenska Dagbladet, samverkar i ett riksannonspaket, City samt i en gemensam databas för rubrikannonser D@gs på Internet. De fyra kvällstidningarna erbjuder sina annonsörer kombinationen Impact. Numera finns ett ägarsamband mellan Dagens Nyheter och Sydsvenska Dagbladet och mellan Expressen och Kvällsposten, men samarbetet mellan storstadstidningarna byggdes upp före Mariebergs köp.

Sex av de största landsortstidningarna, Nerikes Allehanda, Norrköpings Tidningar, Nya Wermlands-Tidningen, Upsala Nya Tidning, Vestmanlands Läns Tidning och Östgöta Correspondenten, har ett gemensamt annonspaket för riksannonsörer, nämligen Stormarknadspress. De ingående tidningarna är disparata både beträffande ägare och politisk inriktning. Den gemensamma nämnaren är deras ställning på marknaden som stor landsortstidning.

Tabell 4.1 De större samannonseringspaketens försäljning 1996. Mkr.

Samannonseringspaket	1996	Förändring 1995-96 %
Impact	307	36
FLT Riks	250	-12
City	<200	u s
Stormarknadspress	158	-11
Riksmedia	55	-20
Heta Skåne	49,5	-9

Källa: Mediatrender 1/1997 och 2/1997.

De flesta borgerliga landsortstidningar utanför Stormarknadspress samverkar i FLT Riks, som 1995 omfattade 65 tidningar. Ett undantag utgör Helsingborgs Dagblad, som valt att lämna FLT till förmån för samverkan med Arbetet i annonspaketet Heta Skåne. Alla socialdemokratiska morgontidningar, förutom Arbetet, samt några mindre tidningar utanför den socialdemokratiska sfären samarbetar i Riksmedia.

4.2.2 Regional samverkan

Med ägarsamband

Flera av de större tidningskoncernerna som Nya Wermlands-Tidningen, Herenco, VLT och Dalarnas Tidningar har byggts upp genom att ägarna införlivat tidningar belägna runt den ursprungliga tidningen. De tidningar i respektive koncern som verkar i samma region samverkar i annonspaket. Däremot erbjuder varken Nya Wermlands-Tidningen, Herenco eller VLT samannonsering för hela koncernen, dvs. även för de tidningar som utkommer utanför den ursprungliga regionen.

Geografiskt sammanhållna tidningsgrupper som Sydostpress, Nerikes Allehanda-koncernen, Eskilstuna-Kuriren, Borås Tidning och Norrköpings Tidningar erbjuder annonsörerna samannonseringsmöj-

ligheter. De fyra tidningarna i Gefle Dagblad-koncernen samarbetar med Västernorrlands Allehanda i Media Industrikusten, de två största dessutom med Västerbottens-Kuriren i Stora Norrland. De socialdemokratiska tidningarna har åtta olika regionala kombinationer för sina annonsörer.

Ej ägarsamband

Det finns en lång rad regionalt förankrade samannonseringspaket där det inte förekommer något ägarsamband och/eller politisk samhörighet mellan de samverkande tidningarna. De största utgörs av FLT:s tidningar som samverkar i sex olika regionala annonspaket. Norrgruppen med två liberala stiftelseägda, en moderat stiftelseägd samt en centerpartiägd tidning kan tas som exempel på samverkan över de politiska sfärgränserna. Sydsvenska Dagbladets samarbete med Skånska Dagbladet är ett annat.

4.2.3 Politiska grupperingar

De olika annonspaketen kan i stort delas in i två grupper med borgerliga respektive socialdemokratiska tidningar. En viss uppluckring kan dock skönjas. Riksmedia omfattar som ovan nämnts även tidningar utanför den socialdemokratiska sfären. Arbetet Nyheterna Väst och Värmlands Folkblad ingår i den av borgerliga tidningar dominerade Storvästen. Arbetet Nyheterna och Helsingborgs Dagblad samarbetar i Heta Skåne.

Bland de borgerliga tidningarna finns inga partipolitiskt bundna annonspaket. Varken Centertidningar eller Högerns Förlagsstiftelse, båda koncerner med tidningar över hela landet, har något samannonseringsalternativ. Inte heller bland de många tidningarna i den s.k. "liberala sfären" förekommer någon annonssamverkan över ägargränserna utan sfärens tidningar samarbetar med andra borgerliga tidningar i en rad olika kombinationer.

5 Radioägare

5.1 Public serviceradio

Sveriges Radio AB (tidigare AB Radiotjänst) ägdes från starten 1925 av olika intressentgrupper i det svenska samhället, från 1966 av folkrörelserna (60 procent), näringslivet (20) och pressen (20). Aktieägarna utsåg fem styrelseledamöter, staten lika många samt styrelseordföranden. Sveriges Radio AB omorganiserades 1978 till en koncern med fyra programbolag/dotterbolag för television, riksradio, lokalradio och utbildningsradio/TV. Radioverksamheten delades upp på två bolag, Sveriges Riksradio AB och Sverige Lokalradio AB.

Riksdagen beslöt 1992 att Sveriges Radiokoncernen skulle ombildas till tre självständiga aktiebolag, varvid de två radiobolagen sammanfördes till ett nybildat bolag Sveriges Radio AB. Ägandet av den tidigare koncernen övertogs 1994 av tre nybildade stiftelser, en för vardera bolaget. Stiftelserna styrelser hade identisk sammansättning och utsågs av regeringen på förslag av de politiska partierna i riksdagen.

De tre stiftelserna sammanfördes 1997 till en stiftelse, Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB, med en styrelse som liksom tidigare utses av regeringen. Därmed har i princip den gamla modellen med ett ägarsamband mellan programbolagen återinförts. Programbolagen skall vara självständiga gentemot moderstiftelsen och medelstilldelningen sker som tidigare direkt till programbolagen. Sveriges Radios och de andra programbolagens styrelseordförande utses av regeringen, medan de övriga ledamöterna utses av ägaren, dvs. stiftelsen.

De tre kanalerna i Riksradion hade var sin bestämda karaktär, P1 var talkanal, P2 blandade konstmusik med utbildnings- och minoritetsprgram, P3 lätt musik. Lokalradion sände till en början i s.k. "fönster" i P3, men byggde 1987–89 ut verksamheten med sändningar i 25 egna lokala kanaler. Vid sammanslagningen av bolagen 1993 behöll P1 och P2 sin inriktning, medan P3:s och P4:s utbud av lätt musik åldersdifferentierades. P3 inriktade sig på ungdomen. P4 sände i huvudsak lokala program med ett musikval som skulle attrahera äldre lyssnare. När den

kommersiella lokalradion startade (se nedan) kom den med sitt musikutbud att framför allt att konkurrera med P3 om lyssnarna.

5.2 Privat lokalradio

När den privata lokalradion introducerades 1993 var regeringens principiella utgångspunkt "att så långt det är tekniskt möjligt skapa förutsättningar för en fri radio." Liksom på andra delar av massmedieområdet skulle det vara "de olika aktörernas sak att, utan en långtgående myndighetsreglering, bestämma hur verksamheten skall läggas upp."[126]

De regler som sattes upp uppgavs vara helt betingade av den begränsade tillgången på sändningsfrekvenser. 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 får inneha mer än ett tillstånd. Ytterligare en begränsning är att tillstånd inte får 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 är att tillståndsinnehavaren under minst en tredjedel av sändningstiden per dygn sänder "program som har framställts särskilt för den egna verksamheten."[127]

Lagens utformning ledde till att aktörer som ville etablera sig på flera delar av den privata radiomarknaden valde att uppträda under olika juridiska personer. Likaså bildade de tidningsföretag som ville gå in på marknaden bolag, där de ingick som minoritetsägare. Bulvaner har i flera fall använts för att ropa in de koncessioner, som senare överförts till nybildade bolag.

De manövrer de större aktörerna vidtog för att uppfylla lagens krav har medfört att ägarstrukturen på den privata lokalradiomarknaden kommit att bli komplicerad. Bakom de officiella innehavarna av koncessioner döljer sig en rad bolag med i många fall samma ägare. Dessutom är inte tillståndshavarna ensamma aktörer på marknaden utan där finns även nätverksbolag för produktion av allmänna program, producenter av riksnyheter, försäljningsbolag för riksannonser, lokala produktionsbolag, producenter av lokala nyheter, försäljningsbolag för lokalannonser samt produktionsbolag för radioreklam. En koncessionsinnehavare kan i princip lägga ut hela produktionen på upp till sex–sju skilda underentreprenörer.

5.2.1 Nätverksbildningar 1993–1994

Under den privata lokalradions första verksamhetsår 1993/94 utkristalliserades fem grupper, SRU/Rix, SRAB/City, SDR/Z, Annonsbolaget Radio/Megapol samt NRJ/Energy-gruppen, som byggde upp olika typer av nätverk med annons- och/eller programsamverkan.[128]

I SRU/Rix-gruppen samarbetade en rad borgerliga dagstidningar som skaffade sig ägarintressen i stationer på sina utgivningsorter. SRU var ett utvecklingsbolag ägt av några av tidningarna, medan Rix utgjorde namnet på stationerna i nätverket. Stampen startade ett programbolag, Produktions AB Göteborg, med en egen nyhetsredaktion, som försåg nätverket med program. Annonsförsäljning på riksnivå ombesörjdes av ett bolag, som ägdes av SRU-gruppen. På den lokala marknaden svarade i regel respektive tidning för annonsverksamheten.

SRAB, ägt av Svenska Dagbladet och Scandinavian Broadcasting System, byggde upp ett annonsnätverk för en rad stationer. Svenska Dagbladet, Scandinavian Broadcasting System, Fria Media och lokala entreprenörer ingick i olika konstellationer som ägare för de flesta stationerna i nätet. Kanalerna samarbetade inte på programsidan.

Kinnevik med sitt medieföretag Modern Times Group (MTG) skapade ett sammanhållet nätverk, Z Radio. Programmen producerades centralt, reklamen såldes av Kinneviks annonsbolag Airtime och samarbetspartnern SDR. Lokala franchiseföretagare svarade för den lokala annonsförsäljningen.

Bonniersfären byggde upp ett annonsnätverk kring Annonsbolaget Radio, som bestod dels av Bonniers egna Megapol-stationer dels av fristående stationer. Huvuddelen av Megapols program proucerades av ett bonnierägt bolag.

Det franska radiobolaget NRJ nådde snabbt framgångar med sin Energy-station i Stockholm och förvärvade därefter ett tjugotal tillstånd över hela landet. Programmen producerades centralt i Stockholm, medan annonser såldes av Riksmedia (se 4.2).

Så gott som alla stationer ingick i något av de fem annonsnätverken. Rix, Z Radio, Megapol och Energy bildade var sitt programnätverk med i stor utsträckning centralt producerade program. Kravet på "program som har framställts särskilt för den egna verksamheten" tillgodosågs i huvudsak genom att CD-växlare laddades lokalt för sändning under nätterna. Lokalt framställda program förekom främst hos SRAB:s stationer, hos ett par stationer i Östergötland och Södermanland samt hos några nischkanaler i Stockholm.

5.2.2 Förändringar mellan nätverk 1995–1996

Trots att nätverken genom att samordna stationernas programverksamhet och reklamförsäljning försökte minska kostnaderna gick de flesta kanaler med stora förluster. Det var därför naturligt att de stora aktörerna på radiomarknaden började undersöka möjligheter till samverkan eller sammanslagning mellan olika nätverk.

Samarbete mellan NRJ och Rix

Hösten 1994 gick NRJ med Energy-stationerna och ägarna till SRU/Rix-nätet in i ett omfattande samarbete. Parterna bildade ett nytt försäljningsbolag för den nationella annonseringen för båda näten, medan Rix samarbetspartners skulle ta hand om den lokala försäljningen. NRJ avvecklade samtidigt sina förbindelser med Riksmedia. Nyheterna skulle levereras av Rix nyhetsredaktion i Göteborg. Parterna skulle även gå in som delägare i varandras huvudbolag. På programsidan planderades ingen samverkan utan de två näten skulle inrikta sig på var sin målgrupp.[129]

Samarbetet på annonsområdet, som var den centrala delen i överenskommelsen, kom dock att fungera dåligt.[130] Hösten 1995 övertog NRJ helt ägandet i säljbolaget som samtidigt bytte namn till NRJ Media.[131] När SRU/Rix inledde sitt samarbete med Z Radio (se nedan) anklagades gruppen av NRJ för avtalsbrott.[132] Försäljningssamarbetet mellan NRJ Media och SRU/Rix sades upp med omedelbar verkan i november 1995.[133]

Bonniers förvärv av stationer i Rix-nätet

Bonnierägda Megapol köpte i december 1994 Radio National och blev därigenom delägare i fem stationer i Rix-nätet, nämligen Radio Rix i Luleå, Skellefteå, Eskilstuna och Malmö samt Vinyl i Stockholm.[134] Den sistnämnda stationen var till hälften ägt av Expressen och endast löst knuten till Rix-nätet, varför den utan större problem kunde föras in helt i Bonniersfären.

SRU hävdade att de fyra Rix-stationerna var knutna till deras nät och inte kunde gå över till Annonsbolaget Radio. Efter en längre tids strid lyckade parterna komma överens om en lösning. Z Radio tog över frekvensen i Malmö. Megapol fick i gengäld Classic Radios frekvens i Göteborg, behöll frekvensen i Eskilstuna och sålde frekvenserna i Skellefteå och Luleå till Z Radio.[135]

Sammanslagning av P6/Z Radio och Rix

Hösten 1996 bröt SRU/Rix som ovan nämnts sitt samarbete med NRJ/Energy och slog i stället samman sitt nät med Kinneviks P6 (tidigare Z Radio). Det nya nätet började sända under samma stationsnamn Rix från 25 lokalradiostationer som når 62 procent av Sveriges befolkning. Annonsförsäljningen på riks- och regionalplanet ombesörjs av Kinneviks bolag Airtime Radio, på lokalplan av SDR eller lokaltidningar. MTG:s radioprogrambolag i Stockholm ansvarar för hela produktionen och TV 3 Direkt levererar nyheter. Produktionsbolaget i Göteborg lades ner inklusive nyhetsredaktionen.[136]

Sammanslagning av Bonniers och Fria Medias annonsnätverk

Sommaren 1996 bildade Bonniers och Fria Media ett nytt till lika delar ägt annonsbolag, Radiobokningen, som övertog försäljningen för Annonsbolaget Radios samtliga stationer samt SRAB:s stationer, förutom de i storstäderna. Radiobokningen täcker med sina trettio kanaler alla större orter förutom Sundsvall och Umeå.[137]

5.2.3 Nätverk 1997

NRJ

Det franska radioföretaget NRJ S.A. har byggt upp ett nät som omfattar 21 stationer. Företaget är börsnoterat, men styrelseordföranden Jean-Paul Baudecroix innehar aktiemajoriteten. Förutom i Sverige driver NRJ radioverksamhet i Frankrike, Tyskland, Belgien, Schweiz och Finland. Målsättningen är att hålla samma format i alla länder, så att lyssnaren skall hitta sin Energy-station var hon än befinner sig i Europa. Omsättningen uppgick 1995 till cirka 950 miljoner kronor.[138]

NRJ äger tillsammans med sina partners, ett par franska bolag och ett par personer i den svenska företagsledningen, arton av stationerna. I Malmö förvärvade minoritetsägaren Skånska Dagbladet en tredje parts aktiepost och kom därigenom i majoritetsställning. NRJ hävdade att säljaren inte tagit hänsyn till att hembudsskyldighet förelåg.[139] Konsum Väst har aktiemajoriteten i stationen i Göteborg. I Umeå hyr NRJ ett tillstånd av Västerbottens-Kuriren, som via ett dotterbolag sköter den lokala annonsförsäljningen för både Energy och Rix.

Den svenska verksamheten samordnas i NRJ:s dotterbolag RBS Broadcasting AB, som leds i nära kontakt med koncernledningen i Frankrike. Stationerna förses med program som produceras av RF

Franchise Sverige AB. Fyra timmar per dag sänds regionala program från de tre storstäderna. Det helägda NRJ Media svarar för den nationella annonsförsäljningen. NRJ kritiserades de första åren för att deras stationer hade en mycket svag lokal anknytning. Under 1996 inleddes därför ett samarbete med ett tiotal företag på den lokala marknaden, som Skånska Dagbladet, Sydöstran, Östra Småland, TV4 Halland, TV Fyrstad, Dala-Demokraten och Gotlands Allehanda. Dessa säljer annonser på den lokala marknaden och levererar lokala nyheter till stationernas två dagliga nyhetssändningar, där TT svarar för det övriga materialet.[140]

Rix

Det nya Rix-nätets ursprung i två äldre nätverk återspeglas i de tjugofem stationernas ägarstruktur. Tolv av bolagen kontrolleras av lokala dagstidningsföretag, elva av Stenbecksfären, medan båda ägargrupperna är representerade i två bolag. I praktiken spelar dock Kinnevik en nyckelroll i nätverket genom att även äga de bolag som producerar program och nyheter samt det bolag som svarar för den nationella annonsförsäljningen. Några stationer har lokala programblock, men de flesta sänder enbart det centralt producerade programmet.

Gefle Dagblad-koncernen har i samarbete med två andra tidningar byggt upp en kedja med fyra stationer längs södra Norrlandskusten. På västkusten kontrollerar Stampen, Hallandsposten och Borås Tidning i olika ägarkonstellationer fyra stationer. Västerbottens-Kuriren och Vestmanlands Läns Tidning är två andra tidningar som har engagemang i flera olika radioverksamheter. Kravet i lagen att en dagstidning inte får ha ett bestämmande inflytande har uppfyllts genom att man i det tillståndsägande bolaget tagit in köpmanna- eller idrottsföreningar eller andra företag som delägare, medan driften av stationerna i flera fall överlåtits till av tidningarna helägda bolag.

Kinnevik drev vid sidan av Z Radio-nätet två kanaler med inriktning på klassisk musik, Classic Radio i Stockholm och Göteborg. Stationen i Stockholm konverterades våren 1996 till en ungdomsinriktad kanal, Power 106, med formatet Dance/Urban.[141] Frekvensen i Göteborg, som hyrts av Stampen, övertogs som ovan nämnts av Megapol.

Vid bildande av det nya Rix-nätet kom intressenterna att få tillgång till två frekvenser i Göteborg, varav Stampens station fortsatte att sända Rix, medan Kinneviks station började återutsända den norska rikstäckande radiokanalen P4 Radio Hele Norge, i vilken Kinnevik är

delägare. I Sundsvall övertog SRU det andra tillståndet och kommer att starta sändningar fristående från Rix-nätet.

Bonniersfären

Bonnierföretagen kontrollerar de tretton stationer som ingår i Megapols nätverk samt ytterligare en station, Radio Vinyl, i Stockholm. I de flesta radiobolagen delas ägandet lika mellan Bonnierföretagen och tre ledande chefer i koncernen. Den gotländska stationen Radio Four intar en särställning genom att lokala intressenter, bland annat Gotlands Tidningar, innehar aktiemajoriteten.

Megapol-stationerna sänder ett tre timmar långt lokalt producerat morgonblock, Radio Four sänder ytterligare fem timmar lokalt. Under resten av dygnet sänds i huvudsak program från Stockholm producerade av Radioprogramföretaget Megapol. Nyheter levereras av TT. Hösten 1996 nästan halverade Megapol antalet nyhetssändningar för att kunna skapa ett bättre musikflöde genom färre avbrott.[142] Radio Vinyl står helt utanför programsamarbetet i Megapolnätet. Samtliga kanaler ingår i Radiobokningens annonsnätverk.

Fria Media

Fria Media-gruppen har sitt ursprung i Stiftelsen Högerpressen i Jönköpings län, som bildades 1943 och då övertog tidningen Smålands Allehanda. När tidningen förvärvades av Jönköpings-Posten 1962 erhöll stiftelsen likvid i form av aktier i Herenco, som 1993 såldes till familjen Hamrin för 72 miljoner kronor. Namnet ändrades till Stiftelsen Fria Media och det frigjorda kapitalet satsades bland annat på privat lokalradio.[143]

Fria Media-gruppen är majoritetsägare i Radio Match i Jönköping och har ägarintressen i ytterligare nio stationer, varav störste delägare i åtta. Sedan Scandinavian Broadcasting System och Svenska Dagbladet sålt sina andelar (se nedan) är Fria Media ende ägaren med andelar i fler än två stationer. I Växjö, Kalmar, Blekinge och Helsingborg är de lokala tidningarna Smålandsposten, Barometern, Blekinge Läns Tidning respektive Helsingborgs Dagblad delägare. Andra lokala intressenter, i några fall stationsledningen, finns i ägarkretsen i Nyköping, Linköping, Växjö, Kalmar, Blekinge, Borås och Karlstad. I Uppsala driver Upsala Nya Tidning Radio 1, som tillhör Radiobokningen.

I samband med att Svenska Dagbladet 1996/97 avvecklade alla sina intressen inom radiobranschen övertog intressenter i Fria Media-sfären tidningens minoritetsandelar i åtta landsortsstationer i det tidigare SRAB-nätet[144] Fria Media och dess partners sålde 1996 Radio City i Gävle till Bonniers, som konverterade stationen till en Megapolkanal[145]

Samtliga stationer i Fria Media-sfären ingår i Radiobokningens nätverk för nationell reklamförsäljning. I några fall erbjuder stationerna lokala annonspaket tillsammans med de tidningar som är delägare.[146] Stationer i närliggande regioner (sydöstra Sverige respektive Jönköping, Borås och Värnamo) har regionala annonspaket och en samordnad marknadsföring.[147] Något programsamarbete för hela gruppen förekommer inte, däremot samverkar närbelägna stationer. Samtliga stationer hämtar sina riksnyheter från TT. I flera fall har stationerna egen lokal nyhetsbevakning.

Scandinavian Broadcasting System

Scandinavian Broadcasting System (SBS) koncentrerade hösten 1995 sin radioverksamhet till City-stationerna i Stockholm, Göteborg och Malmö. Andelarna i Helsingborg, Linköping, Borås, Karlstad och Jönköping såldes till de övriga delägarna.[148] Svenska Dagbladets andelar i City-stationerna i Stockholm och Malmö såldes 1996 till SBS respektive G-E Cityradio i Göteborg. SBS är därmed ensamägare till Radio City i Stockholm och äger tillsammans med Gert Eklunds G-E:s Programutveckling Citystationerna i Göteborg och Malmö.

Våren 1996 såldes den irlandsägda stationen Klassiska Hits till The Daily Mail Group (75 procent) och Scandinavian Broadcasting System (25 procent). The Daily Mail Group Ltd är ett av Englands största medieföretag. Gruppen har hittills satsat ca 700 miljoner kronor i kommersiell radio i England.[149] Stationen drivs i samarbete med Radio City i Stockholm, som svarar för ledningen.[150]

De tre City-stationerna har tillsammans med Klassiska Hits bildat ett eget annonsnätverk City 3.

CLT

Det multinationella medieföretaget Compagnie Luxemburgoise de Télédiffusion S.A, (CLT)[151], ägt av belgiska och franska intressenter, etablerade sig 1995 på den svenska radiomarknaden. CLT äger radiofrekvenser runt om i Europa, kontrollerar, i samarbete med

Bertelsmann, TV-kanaler i Luxemburg, Belgien, Nederländerna, Tyskland och Frankrike och har även intressen i TV- och filmproduktion.[152] CLT övertog sommaren 1995 två stationer i Stockholm, Radio Q och Radio Bandit.

Radio Q ägdes av en stiftelse och profilerade sig som en kvinnokanal med journalistiska ambitioner. Lyssnarsiffrorna räckte dock inte till för att locka annonsörer, varför man tvingade sälja koncessionen till CLT. De nya ägarna lanserade ett helt ny musikkanal, Lugna Favoriter, som riktade sig till stockholmare i åldern 30–50 år.[153]

Även den andra kanalen som CLT köpte, Radio Bandit, hade en egen profil i Stockholms radiovärld, genom att sända enbart rockmusik och vara helt engelskspråkig. CLT ändrade efter en tid formatet till mer "mainstream mass-appeal rock" och införde samtidigt svenskspråkiga programledare.[154] De båda CLT-kanalerna har gemensam ledning.[155]

Classic FM

Classic FM, en kanal i Stockholm för klassisk musik, såldes sommaren 1996 till det amerikanska radiobolaget Great Western Radio.[156] Våren 1997 har kanalen åter bjudits ut till försäljning. Kinneviks Airtime Radio svarar för reklamförsäljningen.

Norrköping Radio & Co

Några kanaler kontrolleras inte av stora svenska eller utländska medieföretag. I Norrköping drivs de två stationerna East FM och Gold av Norrköping Radio & Co som ägs av Östgöta Correspondenten, Carl Bernström och David Olsson. Lokala nyheter produceras i samarbete med Östgöta Correspondenten, medan riksnyheter hämtas från TT. Annons-försäljningen på riksnivå sköts av Radiobokningen, på lokal nivå av stationerna själva i samarbete med Östgöta Correspondenten.[157]

Sammanfattning

Sammanfattningsvis har förändringar i näten resulterat i att annonsnätverken minskat från fem till tre nationella (tabell 5.1) samtidigt som de nationellt producerade programmen reducerats från fyra till tre (tabell 5.2). Sedan Rix lade ner sin produktion i Göteborg sänder närmare sjuttio av totalt åttiofyra stationer i huvudsak program producerade i Stockholm.

Tabell 5.1 Annonsnätverk 1997. Antal stationer.

Annonsbolag Ägare	Radiobokningen	Airtime Radio	NRJ Media	City 3	CLT	Övrigt	Totalt
NRJ			21				21
Kinnevik		14				1	15
Bonnier	14						14
Fria Media	10						10
SBS				3			3
CLT					2		2
Övriga	4	14		1			19
Totalt	28	28	21	4	2	1	84

Tabell 5.2 Programnätverk 1997. Antal stationer.

Programnät	Megapol	Rix	Energy	Egenproducerade program			
Ägare				Stockholm	Övriga Sverige	Utlandet	Totalt
NRJ			21				21
Kinnevik		13		1		1	15
Bonnier	13			1			14
Fria Media					10		10
SBS				1	2		3
CLT				2			2
Övriga		12		3	4		19
Totalt	13	25	21	8	16	1	84

En jämförelse kan göras mellan tidningskedjor och lokalradionätverk. Inom tidningskoncerner förekommer i regel ett visst redaktionellt samarbete mellan självständiga tidningar i form av utbyte av material eller i några fall centralt producerat material. Basen utgörs dock alltid av lokalt producerat material. Radionätverken utgår däremot från ett centralt producerat riksprogram som kan blandas upp med lokala inslag.

5.3 Marknaden

Räknat i omsättning dominerar Sveriges Radio fortfarande den svenska radiomarknaden (tabell 5.3). Företagets omsättning 1995 på nära 2 miljarder kronor var nära fyra gånger så stor som de kommersiella radiobolagens totala omsättning.[158]

Under uppbyggnadsskedet har den privata lokalradioverksamheten gått med betydande förluster. De sammanlagda reklamintäkterna uppgick till 234 miljoner kronor 1995. Branschens förluster beräknas ha uppgått till cirka 300 miljoner kronor.[159] Försäljningen 1996 uppgick till 319 miljoner kronor och förlusterna beräknas till ungefär lika mycket.[160] De årliga avgifterna till staten för tillstånden uppgår till cirka 120 miljoner kronor. I rena aktieägartillskott beräknas moderbolagen/delägarna 1995 ha tillskjutit 190 miljoner kronor. De tre moderbolagen för den svenska radioverksamheten i Bonnier-, Stenbeck- och NRJ-sfärerna redovisade samtliga stora förluster för 1995. Speciellt

för Z Radio med en nettomarginal på -332 procent var utfallet mycket dåligt.

Tabell 5.3 Intäkter och resultat för några centrala radioföretag 1995. Mkr.

Sfär	Företag	Intäkter	Resultat efter finansnetto	Nettomarginal %
Staten	Sveriges Radio	1966,8	24,7	1
Bonnier	RPF Megapol	45,4	-45,6	-101
Stenbeck	Z Radio Sverige	19,5	-64,7	-332
NRJ	RBS Broadcasting	43,2	-35,4	-82
Svenska Dagbladet	SRAB	22,1	-1,3	-6
Bonnier	Annonsbolaget Radio	20,3	-3,0	-15

Källa: Mediatrender 15/1996. Årsredovisningar.

Enligt RUAB:s undersökning lyssnade 82,5 procent av den svenska befolkningen på radio en genomsnittlig dag hösten 1996 (tabell 5.4). Sveriges Radio nådde 60 procent och den privata lokalradion 31 procent. Bland programnätverk var NRJ framgångsrikast med en räckvidd på 11,6 procent. Variationerna var emellertid mycket stora både beträffande åldersgrupper och regioner. Rix nådde exempelvis endast 2 procent i Stockholm mot 27 procent i Östersund. I den yngsta gruppen, 9–19 år lyssnade mer än hälften på NRJ/Energy i många områden. Av pensionärerna lyssnade bara en procent på den privata lokalradion.

Tabell 5.4 Daglig räckvidd på radiomarknaden 1995–1996 enligt RUAB:s mätningar

	Hösten 1996	Hösten 1995
Radio totalt	82,5	80,4
Sveriges Radio totalt	60,3	58,6
Privat lokalradio totalt	31,0	29,6
Närradio totalt	1,5	1,6
Sveriges Radios kanaler		
P 1	13,4	12,5
P 2	2,0	2,0
P 3	16,4	17,1
P 4	39,8	38,0
Nätverk		
NRJ	11,6	11,3
Rix	7,4	6,9
Megapol	5,2	6,1
Fria Media	4,2	
City 3	3,8	
Radiobokningen	12,9	
Airtime Radio	9,1	

Källa: Mediatrender 2/1997

Anm: Räckvidd i % under ett dygn i Sverige. Målgrupp 7–79 år. Lyssnande = lyssnat minst 5 min på en station

Under lokalradions första år fanns fyra olika nyhetsleverantörer, TT, Kinneviks nyhetsbolag ScanNews, TV4 Nyheternas radioredaktion samt Rix Nyhetsredaktion i Göteborg. Sedan Rix-redaktionen avvecklats i samband med sammanslagningen av Kinneviks och Rix' nät och TV4:s radioredaktion lagts ner 1997 återstår endast TT och TV3 Direkt som förmedlare av in- och utrikesnyheter i lokalradion.

5.4 Utvecklingstendenser i privat lokalradio

Den svenska privata lokalradions historia är kort, knappt fyra år. Ännu har inte marknaden stabiliserats, utan den turbulens som funnits i form av ägarskiften, formatförändringar, nätverksombildningar etc. kommer sannolikt att finnas kvar ännu några år. Även om det är för tidigt att dra några definitiva slutsatser om den privata lokalradions framtid, så går det att visa på några klara tendenser i utvecklingen vad gäller ägarstruktur och formatinriktning

När de första tillstånden auktionerades ut hösten 1993 fanns det förväntningar om att många av de entusiaster som arbetat med närradion skulle bli drivande i de nya stationerna. De flesta av de potentiella radioentreprenörerna konkurrerades dock ut redan vid auktionerna av penningstarka medtävlare. Några kom dock att engagera sig i lokalradion, där de blev ledare för lokala stationer samtidigt som de var delägare eller i några fall huvudägare. Ett tiotal av dessa entreprenörer har lämnat verksamheten, antingen på grund av att stationen sålts eller att programmen har inlemmats i något nätverks bestämda format. Lokala entreprenörer finns bara kvar på ett par platser, i Norrköping, Växjö/Karlskrona och Karlstad.

De svenska aktörerna på radiomarknaden utgörs i övrigt nästan uteslutande av etablerade medieföretag. Ett undantag utgör Fria Media som visserligen har ett ursprung som tidningsutgivare, men som i trettio år var passiv minoritetsägare i en tidningskoncern innan stiftelsen snabbt blev en av de ledande radioägarna.

Både Bonniersfären och Stenbecksfären har bedömt det som viktigt att vara med och utveckla den nya branschen. Även om båda koncernerna hade erfarenhet av underhållning från populärpress respektive TV visade det sig svårt för dem att möta konkurrensen från utländska företag med erfarenheter från andra kommersiella radiomarknader. Varken Bonniers eller Stenbeck har dock sökt allianser med de utländska aktörerna utan de har valt att samarbeta med svenska medieföretag.

Tidningsföretagen hade ursprungligen två motiv för att gå in på den nyöppnade radiomarknaden, dels få tillgång till ytterligare ett lokalt reklamforum, dels kunna använda sin publicistiska erfarenhet till att utveckla ett nytt massmedium. Eftersom den kommersiella lokalradion snabbt utvecklade sig till en renodlad musikradio fick dock tidningarna inte användning för sin journalistiska kompetens. I några kanaler används dock lokaltidningens material till korta lokala nyhetssändningar. På annonssidan förekommer på en del platser samverkan i form av gemensamma erbjudanden till annonsörerna.

Tidningarnas engagemang i lokalradion har hittills kostat dem stora pengar. Flera av de förstatidningar som visat dåliga resultat de senaste åren, har hört till dem som gjort de största satsningarna på lokal radio och TV. Å andra sidan har de tidningskoncerner som valt att stå utanför etermedierna fortsatt att redovisa mycket goda resultat. Till den förra kategorin hör Norrbottens-Kuriren och Västerbottens-Kuriren, till den senare Herenco och Norrköpings Tidningar. Det är möjligt att Svenska Dagbladets sorti från radiomarknaden kommer att följas av fler tidningar.

Det kanske mest frapperande är de utländska medieföretagens expansion på radiomarknaden, framför allt i storstäderna. Ett par av dem, NRJ och Great Western Radio, är specialiserade på radioverksamhet och har sannolikt inga planer på att gå in på andra svenska mediemarknader. Scandinavian Broadcasting System med Disney som störste ägare ser sin satsning på Radio City i de tre storstäderna som en del av sin strategi att etablera sig på etermediemarknaderna i de mindre europeiska länderna. Både CLT och Daily Mail tillhör de större medieföretagen i Europa och det är inte osannolikt att investeringarna i ett par stationer i Stockholm kan komma att följas av flera satsningar på den svenska mediemarknaden.

De utländska företagen har kunnat använda sina erfarenheter från marknadsföring och formatbestämning av radiokanaler på andra marknader. NRJ bygger exempelvis sitt väl utprövade koncept på sofistikerade lyssnarundersökningar och vetenskapligt musikval. Även övriga nätverk har valt att alltmer arbeta med mycket väl definierade format.[161] Från skivbranschen har det hörts klagomål mot den kommersiella lokalradion för att den inte spelar ny och oetablerad musik. Skivproducenterna tvingas därför att alltmer förlita sig på P3 i Sveriges Radio när de vill lansera nya artister.[162]

Tabell 5.5 Intressenter i radioverksamhet exkl tillståndshavare för privat lokalradio

Sfär	Företag	Ägare
Bonnier	AB Bonnierföretagen	Familjen Bonnier 100
Bonnier	Svensk Filmindustri AB	AB Bonnierföretagen 100
Bonnier	Radioprogramföretaget Megapol AB	Svensk Filmindustri AB 100
Bonnier	SRF Radio National AB	Radioprogramföretaget Megapol AB 100
Bonnier	Radio Exakt AB	Torsten Larsson, 33.3, Jonas von Hedenberg, 33.3, Lennart Wiklund 33.3
Centerrörelsen	HT Radio AB	Hudiksvalls-Tidningen Tryckeri AB
CLT	Compagnie Luxemburgoise de Télédiffusion S.A.	Bruxelles Lambert Group S.A., Havas, Paribas Group
CLT	CLT Sweden AB	Compagnie Luxemburgoise de Télédiffusion S.A. 100
Daily Mail	DMG Radio (Sweden) Ltd	The Daily Mail and General Trust plc
Daily Mail	Swedish Radio Investments Ltd	DMG Radio (Sweden) Ltd 75, Scandinavian Broadcasting Systems S.A. 25
Eklund	Eklundgruppen AB	Gert Eklund
Eklund	GE Programutveckling AB	Gert Eklund 70 Scandinavian Broadcasting Systems 30
Fria Media	Fria Medias Moder AB	Stiftelsen Fria Media
Gefle Dagblad	Radio i X-län AB	Gefle Dagblad AB 100
Gefle Dagblad	Radio Övik AB	AB Allehanda Örnsköldsvik 100
Gefle Dagblad	Mittinfo i Sundsvall AB	Sundsvalls Tidning AB 100
Hjörne	Tidnings AB Stampen	Familjen Peter Hjörne 67, Karin Nordgrén 20, familjen Marika Cobbold 11, övriga aktieägare 2 (3)
Hjörne	Produktions AB Göteborg Ett	Tidnings AB Stampen 100
NRJ	NRJ S.A.	Jean-Paul Baudecroux > 50
NRJ	RBS Broadcasting AB	NRJ S.A. 100
NRJ	NRJ Media AB	RBS Broadcasting AB 100
NRJ	RF Franchise Sverige AB	NRJ S.A. 49, Cedeste S.A 51
Pers	VLT Media AB	VLT AB 100
Pers	Västerås Reklamradio AB	VLT Media AB 33,6
Pers	Bra Radio AB	VLT Media AB 100

Sfär	Företag	Ägare
Disney	Capital Cities/ABC Inc	Disney Enterprises Inc
Disney	Nordic Investments Inc	Capital Cities/ABC Inc 100
SBS Disney	Scandinavian Broadcasting Systems SA (SBS)	Nordic Investments Inc 22,8, Harry E Sloan 10,4, Företagsledningen tillsammans 2,6
SR	Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB	Staten
SR	Sveriges Radio AB	Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB 100
SR	Sveriges Radio Förvaltnings AB	Sveriges Television AB 61, Sveriges Radio AB 34,4,
SR	Radiotjänst i Kiruna AB	Sveriges Television AB 61, Sveriges Radio AB 34,
Stenbeck	Industriförvaltnings AB Kinnevik	Stenbecksfären 59
Stenbeck	Modern Times Group MTG AB	Industriförvaltnings AB Kinnevik 100
Stenbeck	Airtime AB	Industriförvaltnings AB Kinnevik 55, TV4 AB 45
Stenbeck	Z Radio Sverige AB	Modern Times Group MTG AB 100
Stenbeck	Ulf Elfving & Co.	Modern Times Group MTG AB via dotterbolag 100
Stiftelsen VK-Press	VK Radio AB	Västerbottens-Kuriren AB 100
Wärenstams stiftelse	NET Programproduktion AB	AB Borås Tidning
	RUAB Radioundersökningar AB	Sveriges Radio AB 50, Annonsbolaget Radio AB, Svensk Radiobokning AB, Svensk Radioutveckling AB
	Norrköpings Radio & Co	Carl P Bernström, David Olsson, Östgöta Correspondenten AB 25
	David Olsson i Norrköping AB	David Olsson 100
	Carl P Bernström AB	Carl P Bernström 100
	Right Arm Productions AB	Thomas McAlevey 100

Sfär	Företag	Ägare
	Golden Hit Radio AB	Back Stage I Göteborg AB 9,1
		European Self-Storage AB 9,Jan Friedman AB 9,1 Marknadsutveckling Springfeldt AB 9,1 Morneon Fastighets Invest AB 9,1 Proedel AB, 9,1 Quadrofolium AB 9,1 Swedia Corporate Finance 9,1Backbeat Enterprise AB 9,1
	Tälje radio & TV-kanal AB	Södertälje Kabel-TV AB 40 Björn Olsson Annonsbyrå 20 Buckhöj Media 20 Föreningen Södertälje Kabel-TV 20.

Källa: NORDICOM:s och Rådet för mångfald inom massmediernas databas över svenska medieföretag.

Tabell 5.6 Tillståndshavare , nätverk och ägare i privat lokalradio 1997

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Axel Johanssons stiftelser	Uppsala Musikradio AB 93,5	Radio 1 [Uppsala]	Radiobokningen		Upsala Nya Tidning AB 100
Bonnier	Radio Gyllenkamme AB	104,3 Megapol - Stockholm	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25, Torsten Larsson, 16,6; Jonas von Hedenberg, 16,6; Lennart Wiklund 16,8
Bonnier	SRF Radio AB	Radio Vinyl 107,1 i Stockholm	Radiobokningen		RPF Megapol AB 50, Radio Exakt 50
Bonnier	Radio National DO 22 AB	107,3 Megapol - Sörmland	Radiobokningen	Megapol	Radio Exakt AB, 48,8, SRF Radio National AB 45, Eskilstuna-Kuriren AB 6,2
Bonnier	Bondec AB	106,9 Megapol - Östergötland	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25, Torsten Larsson, 16,6; Jonas von Hedenberg16,8 , Lennart Wiklund16,6;
Bonnier	Östersjöns Reklamradio AB	106,1 (Gotland) [Radio Four, Megapol]	Radiobokningen	Megapol	Radioprogramföretaget Megapol AB 40, Gotlands Tidningar AB 20, ABF Gotland/LO-distriktet 20, Hans Bergwall 15, Jan Sahlberg 5
Bonnier	Big Radio AB	106,1 Megapol - Skåne	Radiobokningen	Megapol	Radioprogramföretaget Megapol AB 50, Radio Exakt AB 30, Radio Drum AB 20
Bonnier	Radio National Malmö AB	107,8 Megapol - Göteborg	Radiobokningen	Megapol	SRF Radio National AB 50, Radio Exakt AB 50
Bonnier	Bohus Radio AB	104,2 Megapol - Bohuslän	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25, Torsten Larsson, 17 Jonas von Hedenberg, 16 Lennart Wiklund, 17
Bonnier	Radio Drift AB	106,4 Megapol - Skaraborg	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25,Torsten Larsson, 16,6, Jonas von Hedenberg, 16,8, Lennart Wiklund16,6
Bonnier	Leijbomal AB	104,7 Megapol - Örebro län	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25, Torsten Larsson, 16,6, Jonas von Hedenberg, 16,8, Lennart Wiklund16,6

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Bonnier	Radio Katapuls AB	106,9 Megapol - Västmanland	Radiobokningen	Megapol	Svensk Filmindustri AB 25, Semic International AB 25, Torsten Larsson, 16,6, Jonas von Hedenberg, 16,8, Lennart Wiklund16,6
Bonnier	Radio Drum AB	105,5 Megapol - Dalarna	Radiobokningen	Megapol	Torsten Larsson, 34,Jonas von Hedenberg, 33,Lennart Wiklund 33,
Bonnier	Siljan Radio AB	106,8 Megapol - Dalarna	Radiobokningen	Megapol	Lars Gustavsson 51, VLT Media AB 49
Bonnier	City FM AB	106,7 Megapol [Gävle]	Radiobokningen	Megapol	Megapol 50
CLT	Bandit Communications AB	Bandit 105,5 [Stockholm]			CLT Sweden AB 90, Ett antal mindre aktieägare 10
CLT	RTL Radio AB	Lugna Favoriter [Stockholm]			Société GéneraleBank & Trust (Luxemburg) 51, CLT Sweden AB 49
Daily Mail SBS Disney	Radio Hibernia AB	Klassiska Hits 106,7	City 3		Swedish Radio Investments Ltd 100
Fria Media	Radio Nova AB	Nya Radio Nova	Radiobokningen		Fria Medias Moder AB 47,5, 9 övriga ägare 20, [Svenska Dagbladet AB 32,5 (avyttrat till Fria Media-sfären]
Fria Media	Fria Media i Östergötland AB	Radio FM [Linköping]	Radiobokningen		Fria Medias Moder AB 50, Kliman Fastighets AB 22,2, Gunnar Sandell 16,7 [Svenska Dagbladet AB 11,1 (avyttrat till Fria Media-sfären) Svenska Mediaintressenter AB 11,1 (avyttrat till övriga delägare)]
Fria Media	Radio Match AB	Radio Match [Jönköping]	Radiobokningen		Fria Medias Moder AB 77,0[Svenska Dagbladet AB 11,5 (avyttrat till Fria Media-sfären) Svenska Mediaintressenter AB 11,5 (avyttrat till övriga delägare)]
Fria Media		Radio Match [Västra Småland]	Radiobokningen		Fria Media-sfären. Tillståndshavare: Staffan Lindblad
Fria media	Reklamradio FMK AB, Kalmar	Radio FM City i Kalmar	Radiobokningen		Fria Media Moder AB 40, Barometern 25, De Geerinvest 12,5, P 6 E Förvaltning 12,5, [Svenska Dagbladet AB 10 (avyttrat till Fria Media-sfären)]

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Fria Media	Fria radiobolaget i Borås AB	Radio City 105,5 [Borås]	Radiobokningen		Fria Medias Moder AB 40 Diagonal Eter AB 30 [Svenska Dagbladet AB 15 (avyttrat till Fria Media-sfären) Scandinavian Broadcasting System 15 (avyttrat till övriga delägare)]
Fria Media	Svensk Radiopartner Radio City AB	Radio City 105,4 [Karlstad]	Radiobokningen		Fria Media Moder AB 50,0,Bernth Harnesk 34 [Svenska Dagbladet AB 15 (avyttrat till Fria Media-sfären)
Fria Media Sommelius	Radio Stella AB	Radio Stella [Helsingborg]	Radiobokningen		Helsingborgs Dagblad AB 36,5, Fria Media i Jönköping AB 36,5 [Svenska Dagbladet AB 11 (avyttrat till Fria Media-sfären) Scandinavian Broadcasting System 11 (avyttrat till övriga delägare)]
Gefle Dagblad	Rix Gävle/Sandviken KB	Rix 105 [Gävle]	Airtime Radio	Rix	Gefle Dagblads AB {komplementär} 45, Dalarnas Tidningar AB {kommanditdelägare} 45 Paliset Development AB {kommanditdelägare}10
Gefle Dagblad	Media Intressenterna Sundsvall/Härnösand KB	Rix 105,5 [Sundsvall]	Airtime Radio	Rix	Sundsvalls Tidning AB 40, Härnösands Boktryckeri-Västernorrlands Allehanda 40, Föreningen Sundsvalls köpmän 5, Sundsvalls Cityförening 5, Iakano Fastighets AB 5, Cityföreningen i Härnösand 5
Gefle Dagblad	Radio Ö-vik KB	Rix 104,8 [Örnsköldsvik]	Airtime Radio	Rix	AB Allehanda 40 (komplementär), MoDo Hockeyklubb 40, Örnsköldsviks Köpmannaförening 10, Västernorrlands & Jämtlands Läns Handelskammares Serviceinstitut AB 5, Örnsköldsviks Industrigrupp AB 5
Gefle Dagblad Centerrörelsen	Radio Hudiksvall KB	Rix 105 Hudiksvall	Airtime Radio	Rix	HT Radio AB 45 (komplementär) Sundsvalls Tidning AB 45, Gävleborgs Köpmannaförbund 10
Great Western Radio	Svenska CFM	Classic FM 107, 5 Stockholm	Airtime Radio		Great Western Radio [GWR Group plc]100
Hjörne	Rix Göteborg KB	Rix 105,9 [Göteborg]	Airtime Radio	Rix	Produktions AB Göteborg Ett (komplementär ägd av Tidnings AB Stampen) 45, NET-Videoproduktion & TV I Borås AB (kommanditdelägare ägd av Borås Tidning) 45, Göteborgs Köpmannakonsult AB (kommanditdelägare, ägd av Lars Eric Eriksson/Göteborgs köpmannaförbund) 10 (komplementär)

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Hjörne	SRU Svensk radioutveckling AB	[Radio Rix 106,6/107,8 Sundsvall	Airtime Radio	Rix	Tidnings AB Stampen 36,25, LT liberala Tidningar AB 25, Företagsannons A & F AB 20, AB Borås Tidning 6,25, Västerbottens.Kuriren AB 6,25, Mediabolaget i halland AB 6,25
Liberala	Radio Rix i Halland AB	Rix 104,2 [halmstad]	Airtime Radio	Rix	Mediabolaget I Halland AB [Hallandsposten] 50, Hallands Köpmannaförbunds Service AB 50
Liberala	Rix 106,5 i Varberg KB	Rix 106,5 [Varberg]	Airtime Radio	Rix	Mediabolaget i Halland AB[Hallandsposten] 40 (komplementär), NET Programproduktion AB 30, Tidnings AB Stampen 30
Liberala	Radio Rix Örebro KB.	Rix 106,3 Örebro	Airtime Radio	Rix	Nerikes Allehanda 50 (komplementär),Svensk Radio-utveckling KB (kommanditdelägare) 30, Örebro Läns Köpmannaförbund (kommanditdelägare) 10, Sänt & Sånt i Örebro AB (kommanditdelägare) 10
NRJ	RBS Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,1 Stockholm	NRJ Media	Energy	NRJ S.A.100
NRJ	RBDS Broadcasting AB	NRJ/Energy 103,9 [Södertälje]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Luc Marot 40, Jerome Segond 20
NRJ	RBSK Broadcasting AB	NRJ/Energy 106,7 [Skellefteå]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ		NRJ/Energy 106, 2 [Umeå]	NRJ Media	Energy	Tillståndshavare: Rony Nyman Tillståndet uthyrt till RBS Broadcasting AB
NRJ	RBBD Broadcasting AB	NRJ/Energy 106,3 [Luleå]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBU Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,3 [Uppsala]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBF Broadcasting AB	NRJ/Energy 103,9 [Västra Småland]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Luc Marot 40, Jerome Segond 20

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
NRJ	RBKM Broadcasting AB	NRJ/Energy 104,0 [Kalmar/Öland]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBI Broadcasting AB	NRJ/Energy 104,4 [Gotland]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBKR Broadcasting AB	NRJ/Energy 106,4 [Blekinge]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBK Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,9 [Kristianstad]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBH Broadcasting AB	NRJ/Energy 107,2 [Halmstad]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBG Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,3 [Göteborg]	NRJ Media	Energy	Konsum Väst 55, RBS Broadcasting AB 45
NRJ	RBO Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,7 [Norra Bohuslän]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBP Broadcasting AB	NRJ/Energy 106,9 [Trestadsområdet]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBR Broadcasting AB	NRJ/Energy 107,6 [Skövde]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBB Broadcasting AB	NRJ/Energy 106,3 [Falun/Borlänge]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
NRJ	RBDL Broadcasting AB	NRJ/Energy 104,6/89,7 [Mora/Sälen)]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBX Broadcasting AB	NRJ/Energy 107,0 [Hudiksvall)]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ	RBY Broadcasting AB	NRJ/Energy 107,1 [Örnsköldsvik)]	NRJ Media	Energy	RBS Broadcasting AB 40, Société Luxembourgeoise de Participiations dans les Media (SLPM) 40, SEP Radio Diffusion 20
NRJ Centerrörelsen	RBM Broadcasting AB	NRJ/Energy 105,2 [Malmö]	NRJ Media	Energy	Skånska Dagbladet 51, RBS Broadcasting AB 49
Pers	Radio 106,1 KB	Radio 106,1	Airtime Radio	Energy	VLT Media 49,SRU AB 30, Mail Vision 20 Västerås Reklamradio AB 1 (Komplementär)
SBS Disney	Radio City Stockholm AB	Nya Radio City 105,9 i Stockholm	City 3		Scandinavian Broadcasting Systems 100
SBS Eklund Disney	G-E Cityradio i Malmö AB	City 107 i Malmö (Lund)	City 3		Scandinavian Broadcsting Systems 49, GE Programutveckling AB 30, G-E Cityradio i Göteborg AB 10, Malmö Idrottsföreningars amarbetsorganisation 8, Malmö Mediaintressenter 3
SBS Eklund Disney	G-E Cityradio i Göteborg AB	City 107 i Göteborg	City 3		GE Programutveckling AB 55, Scandinavian Broadcasting Systems 45
Stenbeck	Media & Reklamförsäljning AB	Power 106	Airtime Radio		SDR Gruppen AB 100
Stenbeck	Z Radio 101,9 AB	Radio Rix 101,9	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 100
Stenbeck	Radio National Skellefteå AB	Rix 92,4 [Skellefteå]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Norra Västerbotten 40, Henrik Dam 10
Stenbeck	Radio National Luleå AB	Rix 92,4 [Luleå]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Norrbottens-Kuriren AB 40, Henrik Dam 10

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Stenbeck	Radio Air I Hällby AB	Radio Rix 104,5 Eskilstuna	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Forum & Marknad 107,7 i Nyköping AB 50	Radio Rix 107,7	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Björkstadens Reklamradio AB	Radio Rix 106,0 [Jönköping]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Guldstadens Reklamradio AB	Radio Rix 106,0 [Växjö]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Reklammedia i Kristianstad AB	Radio Rix 107,3 [Kristianstad]	Airtime Radio	Rix	Anders Nilsson 100
Stenbeck	Radio 2001 AB	Radio Rix 107,6 [Helsingborg]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Giga Herz KB	Rix 106,7 Malmö	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Henrik Dam 50
Stenbeck	Radio Storpannan AB	P4 Radio Hele Norge 104,8 [Göteborg]			Eva Egeland 55, Kiloherz AB 45
Stenbeck	Trestad Air AB	Radio Rix 105.0 [Trestadsområdet]	Airtime Radio	Rix	Patrik Gunolf 100
Stenbeck	Reklammedia i Kil AB	Radio Rix 104,4 [Karlstad]	Airtime Radio	Rix	Z Radio Sverige AB 50, Steve Nylundh 50
Stenbeck	Östersund Air AB	Radio Rix [Östersund]	Airtime Radio	Rix	Leif Lindh100
Sydost	Radio Hit FM Melodicum AB	Radio Hit FM 105,8 [Växjö]	Radiobokningen		Smålandsposten AB 22,2, Fria Medias Moder AB 22,0, Johan Milton 11, Göran Milton 11 Daniel Kristiansson 11,Berny Karlsson 5,6, Stefan Bengtsson 5,6, Magnus Hall 5,6 , Göthberg Produktion AB 5,6

Sfär	Företag	Station	Annonsnätverk	Program nätverk	Ägare
Sydost Fria Media	Fria Media i Blekinge AB	Radio Hit FM 104,7 [Blekinge]	Radiobokningen		AB Blekinge Läns Tidning 34,7, Fria Medias Moder AB 20,0, Daniel Kristiansson 6,6 Johan Milton 5,4 Göran Milton 4,4, Radiopalatset AB 4,4, Nicklas Gustafsson 2,6, Henrik Smeid 2,6, Carl Magnus Ingemar Carlheim 2,6, Stefan Bengtsson 2,2, Magnus Hall 2,2 , Göthberg Produktion AB 2,2[Svenska Dagbladet AB 10 (avyttrat till Fria Media-sfären)]
Stiftelsen VK-Press	Umeå Radiointressenter KB	Rix 104,2 [Umeå]	Airtime Radio	Rix	VK Radio AB 45 (komplementär), Umeå köpmanna-förening 45, Studentföreningen IKSU 10
Stiftelsen VK-Press		Rix 107,3 [Lycksele]	Airtime Radio	Rix	Tillståndshavare Anna Larsson
Värenstams stiftelse	Rix Borås KB.	Rix 107,1 i Borås	Airtime Radio	Rix	NET Programproduktion AB (komplementär ägd av Borås Tidning) 50 , Produktions AB Göteborg Ett (kommanditdelägare ägd av Tidnings AB Stampen) 50
	FM 100,8 Södertälje HB	Golden Hits [Södertälje]	Radiobokningen		Golden Hits Radio AB 50, Tälje Radio & TV-kanal AB 50
	Gold 105 AB	Gold 105 i Norrköping	Radiobokningen		Carl P Bernström AB 100
	David Olsson Radioproduktion AB	East FM 106,5 i Norrköping	Radiobokningen		David Olsson i Norrköping AB 100

Källa: NORDICOM:s och Rådet för mångfald inom massmediernas databas över svenska medieföretag

6 TV-ägare[163]

Den privatägda televisionens historia är kort i Sverige. Nordisk Television AB (nuvarande TV4 AB) bildades 1984. Tre år senare startade Kinneviks TV3 sina sändningar. Sedan dess har TV-branschen gått igenom stora förändringar, inte bara genom att flera nya TV-kanaler startats utan också genom att en rad nya TV-anknutna marknader utvecklats. Tidigare bedrevs så gott som all TV-verksamhet inom två företag. Sveriges Television producerade i egna lokaler de svenskspråkiga programmen, köpte in och översatte utländska program, förvärvade via den europeiska radio- och TV-unionen EBU sändningsrättigheter för större evenemang, programidéer från utlandet överfördes till svenska förhållanden. Sveriges Television svarade för utsändningarna, som distribuerades av Televerket.

Under 1990-talet har en rad företag startats som specialiserat sig på olika typer av tjänster, som program- och reklamproduktion, översättning, dubbning, teknik- och studiouthyrning, text-TV, rättighets- och formatförsäljning, annonsförsäljning, distribution via kabel eller satellit. På företagsnivå har de större aktörerna valt olika sätt att organisera verksamheten. Några har en vertikal integration med kontroll över flera produktionsled, antingen genom att samla allt i ett bolag eller genom att skapa en rad dotterbolag. Andra aktörer har koncentrerat sig på ett led.

6.1 Produktionsbolag

Fram till början av 1990-talet producerades så gott som alla svenska TV-program inom Sveriges Television eller på beställning av Sverige Television. 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 en ny marknad.

En rad producenter var intresserade av att komma in på den nya marknaden. Där fanns bolag som producerat reklamfilm eller företags- och utbildningsfilm liksom producenter som lämnade SVT för att bilda egna bolag. En rad bolag i landsorten inledde samarbete med TV4 och

producerade lokala "TV4-fönster" (se 6.3.2). Andra bolag specialiserade sig på olika områden som drama, frågeprogram, underhållning, feature etc. Efter en tid utkristalliserades en handfull expansiva och framgångsrika företag ledda av entreprenörer. Under de senaste åren har nästan alla av dessa bolag köpts av de stora aktörerna på TV-marknaden (tabell 6.1).

Sveriges Television är fortfarande den överlägset största svenska TV-producenten med en total programbudget 1996 på 1 600 miljoner kronor, varav cirka 30 miljoner kronor lades ut på fristående produktionsbolag. Den totala marknaden (exkl TV4-fönstren) för s.k. fri TV-produktion i Sverige beräknades ha omsatt 600 miljoner kronor 1996. TV4:s och TV3:s programköp uppgick till 300 respektive 180 miljoner kronor.[164]

Kinnevik med tre reklamfinansierade kanaler i Sverige och ytterligare ett antal i Skandinavien och Baltikum har givetvis varit stor programköpare. Företaget har också engagerat sig i en rad produktionsbolag som sedan 1995 är organiserade i två koncerner Strix och MTV .

Strix startades av Kinnevik i samarbete med några entreprenörer som senare köptes ut. Verksamheten drivs bland annat genom moderbolaget Strix Television samt reklamfilmföretaget Rally TV och TV-filmproducenten Strix Drama.

MTV har sedan 1981 bedrivit TV-produktionsverksamhet. Företaget förvärvades 1985 av fyra personer som sedan dess varit verksamma i koncernen. MTV producerade ursprungligen sportevenemang, men när TV3 startades övergick bolaget till att göra i huvudsak underhållningsprogram. Kinnevik gick in som delägare 1990 och övertog aktiemajoriteten 1995. I samband med att företaget börsintroduceras våren 1997 kommer Kinneviks röstandel att minska till 43 procent. De fyra ursprungliga ägarna kommer sammanlagt få knappt 40 procent av rösterna. MTV har vuxit snabbt både genom egen utveckling och genom företagsförvärv, främst Kanon TV från systerföretaget Strix 1995. Omsättningen ökade 1996 med 65 procent till 302 miljoner kronor, varav knappt hälften hänförde sig till den svenska marknaden. Av försäljningen gick 54 procent till huvudägaren Kinneviks tre TV3-kanaler.[165]

Tabell 6.1 TV-produktionsbolag i Sverige 1995 Omsättning och resultat. Mkr.

Sfär	Företag	Omsättning	Res e finans-netto
Stenbeck	Strix Television AB	185,8	12,2
Stenbeck	MTV Produktion AB	175,0	8,3
Bonnier	Wegelius Holding AB	103,7	7,4
Bonnier	*SF:s TV-produktion*	80,0[1]	u s
Schibsted	Mutter Film & Television AB	123,6	17,9
	AB Jarowskij	49,8	2,0
Endemol	Endemol Entertainment Productions AB[2]		
Grundy[2]			
Egmont[3]	Nordisk Film & TV	5,4	0,1

Källa: Respektive företags årsredovisning 1995.

Anm.:[1]Uppgift i Månadens Affärer 2/1996. [2]Verksamheten startade 1996. [3]Företaget Think Big Television övertogs och namnändrades av Egmont hösten 1996

Bonniers har som ägare av Svensk Filmindustri länge varit involverade i samproduktioner med SVT av långfilmer, exempelvis barnfilmer som även sänts som TV-serier. SF startade 1993 en avdelning för direkt produktion för TV, bland annat en dramaserie för TV4. Verksamheten över fördes 1996 till det häftenägda TV Spartacus, med manusförfattarna Christian Wikander och Peter E Falck som övriga delägare.[166]

Wegelius TV startades 1991 av Annie Wegelius och växte snabbt upp till ett av de största produktionsbolagen. Svensk Filmindustri köpte vid årsskiftet 1994/95 91 procent av bolaget, medan grundaren behöll resterande del. Företaget bedriver verksamhet även i Danmark och Norge.[167]

Entreprenörer stod även bakom Mutter Media, som var moderbolag för bland annat TV-produktionsbolaget Meter och reklamfilmbolaget Mekano. Det norska medieföretaget Schibsted köpte 1995 95 procent av aktiekapitalet i Mutter Media. I samband med att Schibsted och Tele Danmark hösten 1996 förvärvade det danska TV- och produktionsbolaget Metronome ändrades namnet till Metronome Film & Television, medan ägarstrukturen behölls.[168] Företaget bedriver verksamhet i hela Skandinavien.

Det danska medieföretaget Egmont gick 1996 in på den svenska TV-marknaden genom att via dotterbolag Nordisk Film köpa dels Adam Alsings och Nicola Söderlunds produktionsbolag Think Big Television[169], dels 41 procent av aktiekapitalet i TV-Linköping Länkomedia, som driver TV Linköping. Hösten 1996 startade TV Linköping tillsammans med Teracom en försöksverksamhet med att kombinera kabel-TV och marksändningar med digital teknik.[170]

Det holländska Endemol Entertainment, med Joop van der Ende som huvudägare, är Europas största fristående TV-produktionsbolag med en omsättning 1995 på över fyra miljarder kronor. Sedan 1996 har Endemol ett svenskt produktionsbolag som driver företagets produktioner i Skandinavien.[171]

Det australiska bolaget Grundy, en av världens ledande producenter av såpoperor, började 1996 att producera en daglig dramaserie för TV4.[172]

Av de större produktionsbolagen stod våren 1997 endast ett utanför de stora medieföretagen, nämligen AB Jarowskij, ägt av sju personer med Rolf Sohlman och Jan Zachrisson som största ägare. Företaget har främst producerat underhållningsprogram.[173]

Tendensen på produktionsbolagsområdet är mycket tydlig. Entreprenörsägda företag säljs till stora medieföretag, i första hand för att skapa finansiella möjligheter för en vidare expansion. Entreprenörerna har i samtliga större köp fortsatt att verka i respektive företag. Branschens tillväxt är helt beroende på hur TV-bolagen väljer att använda sin programbudget.

6.2 Försäljning av rättigheter

Handel med formaträttigheter är en snabbt växande företeelse inom internationell TV-produktion. Med format avses en originalidé för program med dess samtliga komponenter. Formaträttigheten tillkommer det produktionsbolag som offentliggör en originalidé genom produktion av originalprogrammet. Enligt svensk lag har ett format inte ett heltäckande immaterialrättsligt skydd på det sätt som ett verk som skyddas av upphovsrättslagstiftningen. Inom den internationella TV-industrin har emellertid praxis för skydd av format skapats genom en betydande handel med formaträttigheter mellan produktionsbolag och TV-kanaler.[174]

De flesta av underhållningsprogrammen i de svenska kanalerna bygger på inköpta format. I regel produceras programmen av den sändande kanalen eller av svenska produktionsbolag under överinseende av formaträttsinnehavaren. Under de senaste åren har som nämnts ett

par av de stora formatleverantörerna, Endemol och Grundy, börjat producera svenska program i egen regi. Andra ledande aktörer på marknaden är Action Time, All American Freemantle, BBC och DL Taffner.

I takt med att antalet TV-kanaler, både abonnemangs- och reklamfinansierade, vuxit har de nationella public service-bolagen mött en allt hårdare konkurrens om sändningsrättigheter till större sportarrangemang. Den tyska Kirchgruppe har de senaste åren köpt rättigheterna till stora internationella evenemang som fotbolls-VM. Den av Kirch hälftenägda ISPR har genom ett par avtal med de svenska fotbolls- och ishockeyförbunden förvärvat rättigheterna till Allsvenskan och VM-kvalmatcherna i fotboll samt Elitserien i ishockey under fyra år. Kirch har även satsat mycket stora belopp, uppskattningsvis över 50 miljarder kronor under de senaste två åren, på att bygga upp ett bibliotek av biofilm och TV-program.[175]

Om visionerna om en digital TV med mängder av kanaler förverkligas kommer de företag som äger rättigheter till format, sportsändningar, långfilmer eller TV-program att spela en viktig roll på den framtida TV-marknaden. De svenska TV-kanalerna och produktionsbolagen försöker visserligen att utveckla egna program, men har sannolikt inte de resurser som krävs för att på allvar ta upp konkurrensen med de stora utländska mediekoncernerna.

6.3 TV-kanaler

6.3.1 Sveriges Television

Sveriges Radio AB omorganiserades 1978 till en koncern med fyra programbolag/dotterbolag, varav Sveriges Television AB fick i uppdrag att driva koncernens TV-verksamhet (se 5.1) När Sveriges Radio-koncernen bildades 1992 blev Sveriges Television AB ett självständigt bolag. Ägandet av den tidigare koncernen övertogs 1994 av tre nybildade stiftelser, en för vardera bolaget. Stiftelserna styrelser hade identisk sammansättning och utsågs av regeringen på förslag av de politiska partierna i riksdagen.

De tre stiftelserna sammanfördes 1997 till en stiftelse, Förvaltningstiftelsen för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB, med en styrelse som liksom tidigare utses av regeringen. Programbolagen skall vara sjävständiga gentemot moderstiftelsen och medelstilldelningen sker som tidigare direkt till programbolagen. Sveriges Televisions styrelseordförande, liksom

ordförande i övriga stiftelser, utses av regeringen, medan de övriga ledmöterna utses av ägaren.

När en andra TV-kanal startades 1969 organiserade Sveriges Radio TV-verksamheten i två självständiga enheter med ansvar för var sin kanal, som skulle tävla med varandra. Ledningen för TV2 överfördes 1987 till de 10 distrikten ute i landet, medan Kanal 1 förblev stockholmsbaserad. En ny omorganisation genomfördes 1996. De två med varandra konkurrerande kanalerna försvann som självständiga enheter. Programverksamheten organiserades i ett antal programenheter och programsättningen koordinerades helt för de två sändningskanalerna. Sveriges Television hoppades genom samordningen få bättre möjligheter att möta konkurrensen från de kommersiella kanalerna.

6.3.2 TV4

En grupp intressenter, Investor AB (genom ett dotterbolag), Försäkringsbolaget SPP Ömsesidigt, Bokförlaget Natur och Kultur, Föreningsbanken, LRF och Slakteriförbundet, förvärvade 1987 samtliga aktier i Nordisk Television (nuvarande TV4). Sedan riksdagen år 1991 hade fattat ett beslut om en rikstäckande reklamfinansierad marksänd TV-kanal, sökte bland annat TV3 och Nordisk Television AB sändningstillstånd (koncession). Under den politiska beredningen av tillståndsärendet initierades TV3 och Nordisk Television att söka samverkan om koncessionen, vilket ledde till en överenskommelse mellan ägarna i Nordisk Television och TV3:s ägare Kinnevik, som via en riktad nyemission erhöll 30 procent av aktierna i bolaget (och drygt 36 procent av rösterna) samt förband sig verka för att Nordisk Television erhöll koncessionen. Detta meddelades Nordisk Television den 7 november 1991.

Våren 1994 introducerades TV4 AB (namnändrat från Nordisk Television) på börsen samtidigt som de anställda, vissa affärskontakter och allmänheten, fick möjlighet att via en nyemission teckna sig för aktier i bolaget (se tabell 6.2).[176]

Tabell 6.2 Ägargrupper inom TV4 AB våren 1994 och våren 1997. Procent av aktiekapitalet.

Ägargrupp	Våren 1994	Våren 1997
Industriförvaltnings AB Kinnevik	23,0	22,4
Investor AB	20,6	21,3
Tidnings AB Marieberg		16,7
Fidelity Funds		7,9
Lantbrukarnas Ekonomi AB	5,2	5,5
Bokförlaget Natur och Kultur	5,3	4,1
Chase Manhattan Bank		2,6
Föreningsbanken (fonder)	5,2	2,1
Försäkringsbolaget SPP	15,5	
Slakteriförbundet	5,2	
Övriga	20,0	17,4
SUMMA	100,0	100,0

Källa: Inbjudan till förvärv av aktier i TV4 AB. Aktiebok för TV4 AB 1996-08-28. Dagens Nyheter 1997-02-05.

I samband med koncessionen förband sig de dåvarande ägarna att inte i någon avgörande grad ändra sina inbördes ägarförhållanden. Under de tre första åren efter börsintroduktionen var ägarstrukturen i stort stabil. Enda större förändringen var att Slakteriförbundet sålde sitt innehav motsvarande 5 procent av aktiekapitalet. Endast två av de nya ägarna har nått en ägarandel över 2 procent, nämligen Fidelity Funds och Chase Manhattan Bank, båda sannolikt förvaltare av flera ägares innehav.

I februari 1997 inträffade dock en väsentlig förskjutning av maktbalansen i ägarkretsen då Marieberg förvärvade SPP:s hela post och en del av Föreningsbankens aktiefonders innehav, inalles 16,7 procent av aktiekapitalet. De totala köpeskillingen uppgick till 555 miljoner kronor.

Bonniers har tidigare inte varit engagerade i utsändning av TV, annat än en kortare period som delägare i en betal-TV-kanal, däremot i programproduktion (se 6.1). Mariebergs VD Bengt Braun motiverade insteget i TV med att det är det snabbast växande mediet med många nya kanaler och med kombinationen av multimedia och TV i hemmen. Han menade att det kommer att skapas nya möjligheter att arbeta med dagstidningarnas bas: journalistik och annonsförsäljning. Om Marie-

berg startar en egen TV-kanal kommer det att göras i samråd med TV4.[177]

Mariebergs köp gav upphov till en debatt om mediekoncentration. Många var kritiska mot att Bonniers med sin starka ställning på en rad mediemarknader nu gick in på ytterligare en. Kulturminister Marita Ulvskog menade att förvärvet stred mot en punkt i TV4:s sändningstillstånd som lyder; "Ägarförhållandena och inflytandet i TV4 får inte i sin helhet påtagligt förändras så ägarkoncentrationen inom medierna ökar." Hon ansåg att ägarförändringar inom TV4 som påverkar ägarkoncentration med hänsyn härtill borde neutraliseras av andra förändringar i ägandet. I det aktuella fallet borde Bonniersfären minska någon del av sin verksamhet, i annat fall riskerade TV4 att inte få förlängt tillstånd 2001.[178]

I framtiden kommer tre av de främsta ägargrupperna på den svenska mediemarknaden, Stenbecksfären, Wallenbergsfären och Bonniersfären, att mötas i TV4:s styrelse. Hittills har Wallenbergsfären bedömts vara den starkaste ägaren, både styrelseordföranden och verkställande direktören har hämtats därifrån. Kinnevik har visserligen den största ägarandelen, men dess ställning som ägare till TV4:s huvudkonkurrent på reklam-TV-marknaden har sannolikt försvårat Kinneviks representanters position i styrelsen. TV4:s förre VD Björn Nordstrand kom exempelvis vid flera tillfällen i direkt konflikt med Jan Stenbeck.

I det ursprungliga avtalet med staten åtog sig TV4 att för den regionala nyhetsbevakningen teckna löpande kontrakt med minst 20 produktionsbolag utanför storstadsregionerna, det stadgades vidare att "händelser och skeenden i olika delar av landet skall speglas i programmen." För att uppfylla sina åtaganden startade TV4 regionala program, s k "TV4-fönster", som producerades av lokala bolag. Dessa bolag hade i regel lokalt förankrade ägare i olika konstellationer där till exempel fristående TV-producenter, dagspress, lokala näringslivet och kommunala stiftelser ingick.[179] TV4 har successiv köpt in sig i samtliga de bolag som producerar TV-fönstren (tabell 6.3). I de lokala kanalerna i Stockholm, Göteborg, Malmö, Sundsvall, Umeå och Växjö är TV4 majoritetsägare, i de övriga tio kanalerna uppgår andelarna till mellan 10 och 48 procent.

Tabell 6.3 Ägare i lokala TV-stationer med "fönster" i TV 4 1997.

Företag	Kanal	Ägare
CBA Lokal TV i Stockholm AB	TV4 Stockholm	TV4 AB 52,32, Svenska Dagbladet 20, Mediabolaget Gary Engman/Gunnar Wesslén AB 17, Estees Communications 10
TV Uppland AB	TV4 Uppland	Upsala Nya Tidning 26, VLT Media AB 26, TV4 20, Alma Industri & handel AB 14, Länsförsäkringar Uppland 14
	TV4 Öst	TV4 25, Tore Pansell, Magnus Briggert, två övriga ägare
TVF Lokal TV AB	TV4 Jönköping/Borås	Blomqvist Produktion AB 37, TV4 AB 33,67, Elmia AB 20, Manus Briggert AB 10
TV Sydost AB	TV4 Sydost	TV4 AB 100
TV Skåne AB	TV4 Skåne	TV4 AB 50,5, Film & TV Mediaintressenter AB 28, Sydsvenska Dagbladet AB 11,1, HQ Stefan Nilsson AB 11
TV Halland AB	TV4 Halland	TV4 AB 42,78, Hallands Nyheter AB 26,1, Nissamedia AB 26, Halmstads Handelsförening 5,
TV4 i Göteborg AB	TV4 Göteborg	TV4 AB 91, Tidnings AB Stampen 5, MTV Produktion AB 4
TV Fyrstad AB	TV Fyrstad	Ringside Production AB 60, Promedia 30, TV4 AB 10,
TVF Skaraborg AB	TV4 Skaraborg	TV4 AB 25 [20], LRF 31,5, E Johansson AB 13, Dahlock 6,5, LF 5, Övriga 24
TV Värmland i Sverige AB	TV4 Värmland	TV4 AB 48,56, Studieförbundet Vuxenskolan 10, Delta Media i Karlstad AB 8, Scandinature Films Miljöreportage 8, Färjestads BK 8, Initia AB 8 Värmlands Folkblad 4,63, Värmlands Idrottsförbund 2, Edsgatans Gård HB 2

Företag	Kanal	Ägare
TV Bergslagen AB	TV4 Bergslagen	VLT Media AB 49, Lantmännens Tryckeriförening 26, TV4 AB 25
Lokal TV i Sundsvall/Timrå AB	Lokalfyran TV TV4 Botnia	TV4 AB 95, Övriga 5
Optimal TV i Åre AB	TV4 Jämtland	Östersunds-Postens Tryckeri AB 51, TV4 AB 25, VLT Media AB 24
TV Norrbotten AB	TV4 Norrbotten	Luleå Energi AB 20, TV4 AB 18, Norrbottens-Kuriren AB 16, OK Norrbotten 12, Luleå kommun, Hermelinen Information AB 6, Herseus Fastigheter 6, SH-Vision AB 6, Back Up Mediaprodukter 6

Källa: Television i Sverige. Ägande och Struktur. Arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna 1996:5. Nordicoms och Rådet för mångfald inom massmediernas databas över svenska medieföretag.

De lokala TV-bolagen finansierar sin verksamhet genom lokal TV-reklam och i viss utsträckning sponsring. Genomgående har bolagens resultat varit dåliga (tabell 6.4). I flera fall har aktieägarna, i första hand TV4 fått gå in med tillskott. Stationerna i Västerbotten och Östergötland gick i konkurs och deras verksamhet överfördes till LokalTV i Sundsvall respektive ett nybildat bolag med bland annat TV4 som delägare. De lokala bolagen belastade TV4:s resultat med 63 (41 år 1994) miljoner kronor 1995 varav koncessionsavgifterna utgjorde 27 miljoner kronor.[180]

Tabell 6.4 Omsättning och resultat för lokala TV-stationer med "fönster i TV 4 1995 Mkr.

Företag	Station	Omsättning	Res e finans-netto	Netto-margi-nal
CBA Lokal TV i Stockholm AB	TV4 Stockholm	18,7	-4,7	-25
TV Uppland AB	TV4 Uppland	1,4	-3,1	-221
TVF Lokal TV AB	TV4 Jönköping/Borås	7,4	0,1	1
TV Sydost AB	TV4 Sydost	5,5	-2,2	-40
TV Skåne AB	TV4 Skåne	21,8	-0,6	-2
TV Halland AB	TV4 Halland	6,1	-4,7	-77
TV4 i Göteborg AB	TV4 Göteborg	7,3	-10,3	-141
TV Fyrstad AB	TV Fyrstad	11,5	0,0	0
TVF Skaraborg AB	TV4 Skaraborg	7,7	-3,2	-42
TV Värmland i Sverige AB	TV4 Värmland	10,1	-2,9	-28
TV Bergslagen AB	TV4 Bergslagen	7,1	-8,8	-123
Lokal TV i Sundsvall/Timrå AB	Lokalfyran TV4 Botnia	6,5	-5,6	-86
Optimal TV i Åre AB	TV4 Jämtland	10,8	-0,7	-6
TV Norrbotten AB	TV4 Norrbotten	12,3	-0,8	-6

Källa: Mediatrender 14/1996. NORDICOM:s och Rådet för mångfald inom massmediernas databas över svenska medieföretag.

Åke Söderlind, tidigare VD och delägare i det konkursdrabbade TV Botnia, hävdade i ett debattinlägg hösten 1996 att TV4 givit de lokala kanalerna dåliga sändningstider med små möjligheter att få reklamintäkter. TV4 anklagades för att ha utnyttjat de lokala bolagen för att komma undan koncessionsvillkoren om etablering ute i landet och vältrat över kostnader på lokala entreprenörer.[181]

Efter det att TV4 hösten 1996 meddelats sändningstillstånd fram till 2001 förklarade ledningen att kanalen inte kunde fortsätta samarbetet med de lokala TV-bolagen, om inte regeringen ingrep och förbättrade de ekonomiska förutsättningarna. Efter diskussioner mellan parterna löstes problemet genom att regeringen erbjöd TV4 ytterligare två

minuters reklamtid mellan kl 19 och 24 på villkor att kanalen fortsätter att sända i minst lika många områden och i samma omfattning som under 1996. De högsta tillåtna annonstiden påverkades inte; den får fortfarande vara högst tio procent av den dagliga sändningstiden. En proposition i ämnet (prop 1996/97:101) överlämnades i mars 1997 till riksdagen som godkände förslagen i maj 1997.

TV4 och Nethold, dåvarande ägare till FilmNet och MultiChoice, slöt hösten 1995 ett omfattande samarbetsavtal. Parterna samarbetar om produktion av långfilm samt köp av rättigheter för spelfilm, miniserier och sport. TV4 skall vidare få ta del av Netholds teknikutveckling i synnerhet på det digitala området.[182]

Den övervägande delen av TV4:s svenska program, förutom nyheterna och sporten, produceras av fristående produktionsbolag. Med undantag för de ovan nämnda lokala produktionsbolagen har TV4 inga ägarintressen i programproducenterna. Text-TV-verksamheten i kanalen drivs av ett helägt bolag TV4, Text-TV AB.

I samband med Kinneviks inträde som ägare i TV4 1991 träffades ett avtal mellan TV4 och Kinnevik om att TV4 skulle överta 45 procent av aktierna i det av Kinnevik helägda reklamförsäljningsbolaget AirTime och att detta bolag skulle sälja reklamtid för både TV3 och TV4. Sedan Konkurrensverket ingripit och väckt talan vid Marknadsdomstolen, avbröt TV4 samarbetet med AirTime och övergick till att sälja annonstid i egen regi, varvid TV4 hänvisade till en överenskommelse som Kinnevik och TV4 hade träffat med Konkurrensverket. Kinnevik bestred att denna överenskommelse gav TV4 rätt att avbryta annonssamarbetet och AirTime gjorde gällande att överenskommelsen i vart fall inte band AirTime. Tvisten ledde till flera skiljeförfaranden, som slutade med att TV4 av en skiljenämnd förpliktades att betala 92 miljoner kronor (inkl upplupen ränta) till AirTime som skadestånd för kontraktsbrott. Skadeståndet belastade TV4:s resultat 1996 och drog i motsvarande grad upp Kinneviks resultat.

6.3.3 Kinneviks TV-kanaler

Skogs- och stålföretaget Industriförvaltnings AB Kinnevik[183] tog mitten av 1980-talet sitt första steg in på TV-marknaden då det deltog i finansieringen av Astrasatelliten. För att utnyttja satellitens kapacitet startades 1987 den nordiska satellitkanalen TV3. Kinnevik har sedan dess startat flera TV-kanaler och med dessa som bas byggt upp en omfattande verksamhet på en rad TV-anknutna marknader. Våren 1997 driver Kinnevik tre reklamfinansierade TV-kanaler, TV3, TV6 och

ZTV[184] samt två betal-TV-kanaler, TV1000 och TV1000 Cinema. Dessutom är företaget största delägare i TV4 (se tabell 6.2).

Kinneviks målsättning har alltsedan starten av TV3 varit att driva sina TV-kanaler på skandinavisk basis. TV3, som till en början sände samma program över Sverige, Norge och Danmark, delades efter en tid upp i separata kanaler för respektive land. Företaget har alltjämt säte i Storbritannien, vilket innebär att det inte är underkastat den svenska radio- och TV-lagstiftningen. Genom gemensamma uppköp av rättigheter kan de tre kanalerna utnyttja stordriftsfördelar. TV3 hör till de fåtal av Kinneviks medieföretag som gått med vinst. Rörelsemarginalen för de tre kanalerna försämrades dock mellan 1995 och 1996 från 10 till en procent.[185]

ZTV och TV6 startades 1992 och 1994 som reklamfinansierade nischkanaler inriktade på ungdomar respektive kvinnor. De två kanalerna etablerades även i de skandinaviska länderna, men under 1996 upphörde verksamheten i Norge, medan kanalerna i Danmark slogs samman till 3+. Kanalerna har redovisat växande förluster. De sammanlagda intäkterna 1996 uppgick till 121 miljoner kronor och resultatet efter avskrivningar till -434 miljoner kronor. Det fanns tidigare planer på att lansera ZTV i Finland, Polen, Baltikum och eventuellt Ryssland.[186] De ekonomiska problemen för kanalen har dock tvingat ledningen att lägga expansionsplanerna på is.

En ny nischad reklamfinansierad kanal, Sportkanalen, startades 1996 men fick läggas ner efter ett knappt år. Kinnevik har våren 1997 minoritetsintressen i TV-kanaler i de baltiska staterna och Polen. Reklamförsäljningen sköts av det majoritetsägda AirTime. Tyngdpunkten för företagets reklamfinansierade kanaler har det senaste året förskjutits mot Sverige.

Betal-TV-kanalerna TV1000 och TV1000 Cinema verkar i Sverige, Norge, Danmark och sedan hösten 1996 även i Finland. Kinnevik ökade 1995 sin ägarandel från 62 till 93 procent. Verksamheten har alltsedan starten 1989 gått med stora förluster. Omsättningen uppgick 1996 till 392 miljoner kronor och resultat efter avskrivningar till -194 miljoner kronor. Våren 1996 fördes förhandlingar mellan Kinnevik och konkurrenten FilmNets ägare Nethold om någon form av sanering av marknaden. När parterna uppgavs vara nära ett avtal[187] bytte dock Nethold ägare (se 6.3.5), varefter kontakterna avbröts.

6.3.4 Kanal 5

Scandinavian Broadcasting System SA (SBS) inträdde 1991 som den tredje större aktören på den svenska reklam-TV-marknaden då företaget förvärvade aktiemajoriteten i Nordic Channel av finansmannen Mats Carlgren. Scandinavian Broadcasting System är ett luxemburgbaserat bolag noterat på börsen i New York. Störste aktieägare med 23 procent är Capital Cities/ABC, som sedan 1995 är helägt dotterbolag till Disney & Co. Den andra större ägaren är grundaren Harry E Sloan med 10 procent.[188] Viacoms dotterbolag Paramount Communications, förvärvade 1995 en option att inom fem år köpa 10 procent i SBS.[189]

Scandinavian Broadcasting System är majoritetsägare i TV-kanaler i Sverige (Kanal 5), Norge (TV Norge), Danmark (Kanal 2) samt Belgien (VT4) och Nederländerna. Bolaget driver även radioverksamhet, bland annat i Sverige (se 5.2.3). TV Norge ägs av Scandinavian Broadcasting System (67 procent), Schibsted (29 procent) och A-Pressen (4 procent samt option på 16 procentenheter av SBS-posten).[190]

Den svenska kanalen som efter flera namnbyten (TV5 Nordic, Femman) går under namnet Kanal 5 är sedan 1995 helägt av SBS. Företaget har säte i London, vilket innebär att den svenska radio- och TV-lagstiftningen inte är tillämplig.

Under de senaste åren har Kanal 5 profilerat sig som en renodlad underhållningskanal utan nyheter och sport. Kanalen har en något lägre räckvidd än TV3 (50 respektive 54 procent)[191]. I första hand konkurrerar Kanal 5 med TV3, varifrån bolaget hämtat större delen av sin ledningsgrupp. Under 1996 ökade Kanal 5 kraftigt sin andel av satellit-TV-tittarna till cirka 10 procent.

Kanalen sålde tidigare sändningstid till produktionsbolaget ISB som sände program riktade till iranska invandrare i Sverige med enligt uppgift mycket penetration i målgruppen. Pingströrelsens produktionsbolag TV Inter köpte på motsvarande sätt sändningstid för gudstjänster. Denna typ av försäljning upphörde 1996.[192]

Kanal 5 har mycket starka ägare som besitter stort mediekunnande och som har möjligheter att stödja kanalen både med kapital och programleveranser. Det är därför inte osannolikt att kanalen de närmaste åren kommer att stärka sin ställning på den svenska TV-marknaden.

6.3.5 Canal Plus' kanaler

Den första betal-TV-kanalen med sändningar över Sverige startades 1986. Kanalen FilmNet var helt inriktad på långfilmer och täckte efter ett par år Sverige, Norge, Danmark, Finland och Benelux. Ett konsortium med det schweiziska investmentbolaget Richemont S.A. och det sydafrikanska företaget M-Net International Holdings (MIH) övertog 1991 FilmNet från den tidigare ägargruppen, där bland annat Esselte ingick.

Hösten 1996 gick FilmNets moderbolag Nethold samman med det franska betal-TV-bolaget Canal Plus. Affären uppges vara värd nära 11 miljarder kronor. Efter fusionen äger Netholds tidigare ägare Richemont och MIH 15 resp 5 procent av Canal Plus. Det nya bolaget får 8,5 miljoner abonnenter i Frankrike, Beneluxländerna, Skandinavien, Tyskland, Italien och Spanien och kommer att vara en av världens största betal-TV-bolag. Största delägare i Canal Plus är Havas och Compagnie Generale des Eaux med 24 respektive 20 procent av aktiekapitalet före sammanslagningen. [193]

Verksamheten i Sverige har drivits i koncernen FilmNet Television AB. Våren 1997 håller hela organisationen att omstruktureras och en ny ledning för den skandinaviska verksamhet har installerats av de nya huvudägarna.

FilmNet Television har våren 1997 tre betal-TV-kanaler som är riktade mot i första hand mot den svenska marknaden, filmkanalerna FilmNet 1 och FilmNet 2 samt sportkanalen SuperSport, som dock kommer att läggas ner sommaren 1997. FilmNet distribuerar vidare betal-TV-kanalen Hallmark, vars program textas på svenska.

6.3.6 TV8

En ny svensk TV-kanal, TV8 beräknas börja sina sändningar i september 1997. Bakom kanalen står Hans Linder och Åke Ortmark, både med erfarenhet från Svenska Dagbladets hotell-TV-kanal Executive. Finansiär är det börsnoterade investmentbolaget Ratos, som inte tidigare varit engagerat inom mediesektorn. Sändningarna kommer att sändas via Telenor och finansieras genom abonnemang. Tyngdpunkten kommer att läggas på näringslivsfrågor men även samhällsdebatt, kultur, vetenskap och medicin kommer att behandlas.[194]

6.3.7 Övriga svenskspråkiga kanaler

Några utländska satellit-TV-kanaler sänder program med svensk text. Barn-TV-kanalen Nickelodeon, ägd av Viacom International, började första februari 1997 sända på svenska.[195] Eurosport sänder en version, Eurosport Nordic, med skandinaviska kommentatorer.

6.3.8 Marknaden

Trots de kommersiella TV-kanalernas intåg på marknaden är Sveriges Television fortfarande det överlägset största TV-företaget med en omsättning 1995 på 3,3 miljarder kronor, jämfört med TV4:s 1,6 miljarder kronor (tabell 6.5).

Tabell 6.5 Företag med rikstäckande TV-sändningar i Sverige 1995. Omsättning och resultat. Mkr.

Sfär	Företag	Kanal[1]	Omsättning	Resultat finansnetto
Staten	Sveriges Television AB	SVT1 SVT2	3 309	-51
Wallenberg Stenbeck	TV4 AB	TV4	1 628	155
Stenbeck	TV3 Broadcasting Group Ltd	TV3	1 372[2]	143[2 3]
Stenbeck	TV1000 Sverige AB	TV1000	432	-198
Stenbeck	ZTV AB	ZTV	34	-33
Stenbeck	TV6 Broadcasting AB	TV6	18	-34
SBS Disney	Kanal 5 AB[4]	Kanal 5	146	-9
Canal Plus	FilmNet Television AB	FilmNet 1 FilmNet 2 SuperSport	620	-181

Källa: Respektive företags årsredovisning 1995 samt Årsredovisning för industriförvaltnings AB Kinnevik 1995.

Anm: [1]Kanalbeteckning våren 1997, [2]Inklusive TV3 i Danmark och Norge, [3]avser resultat efter avskrivningar. [4]Namnändrat 1996 från Broadcast Sverige Femman AB.

Sveriges Television har sedan 1992 minskat sin andel av tittarnas tid från 70 procent till 49 procent. TV4 har under samma tid fördubblat sin andel till 28 procent. Även Kanal 5 har fördubblat sin andel och har närmat sig TV3 som legat stilla på 9 procent. TV6 och ZTV svarade för inte mer än någon procent vardera av den totala tittartiden. Trots att närmare hälften av de svenska hushållen har tillgång till utländska kanaler dominerar de svenska kanalerna fortfarande helt bland TV-konsumenterna (Tabell 6.6).

Tabell 6.6 Tittartid i befolkningen mellan 3 och 99 år en genomsnittlig dag 1992–1996. Andel av total tittartid. Procent.

Kanal	1992	1994	1996
SVT1	35	27	24
SVT2	35	28	25
TV3	10	9	9
TV4	13	26	28
Kanal 5	3	3	6
Övriga	5	8	9

Källa: MedieSverige 1997.

Valet av TV-kanaler varierar kraftigt mellan olika åldersgrupper. Sveriges Television har sina trognaste tittare bland de äldsta åldersgrupperna, medan företaget har svårt att attrahera yngre tittare, som föredrar de reklamfinansierade kanalerna (tabell 6.7). Filmkanalerna utgör ett alternativ framför allt bland ungdomen.

Tabell 6.7 Tittare 9–79 år en genomsnittlig dag 1996. Procent.

	Totalt	Ålder				
		9-14	15-24	25-44	45-64	65-79
SVT	53	39	30	46	63	80
TV3	16	30	26	16	11	8
TV4	50	63	56	46	47	54
Kanal 5	10	17	16	9	6	8
TV6	1	2	2	1	1	2
ZTV	1	0	5	1	0	0
Reklamfinansierad svensk TV	60	81	70	57	54	58
Någon filmkanal	4	3	8	4	2	0
Någon sportkanal	4	3	6	3	3	5
Någon musikkanal	2	4	7	1	0	0

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1996.

Bland de reklamfinansierade kanalerna har TV4 ett betydande försteg framför sina konkurrenter genom att kanalen når hela befolkningen (tabell 6.8). De övriga kanalernas penetration har ökat endast långsamt de senaste åren. Någon nämnvärd utbyggnad av kabelnäten äger inte längre rum, utan satellit-TV-kanalerna är hänvisad till parabolkunderna för sin tillväxt. Bland de enskilda kanalerna når TV3 och kanal 5 ungefär hälften av hushållen.

Tabell 6.8 Tillgång till TV-kanaler och satellit-TV i TV-hushåll 1996. Procent.

	Andel
SVT	100
TV3	54
TV4	99
Kanal 5	50
TV6	38
ZTV	37
Satellit-TV	58
varav kabel	*35*
varav parabol	*23*

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1996.

6.4 Distribution

6.4.1 Marknätet

Det statliga bolaget Teracom Svensk Rundradio AB äger det svenska marknätet, som består av 54 storstationer och drygt 630 mindre stationer. Tre rikstäckande kanaler sänds via marknätet: SVT1, SVT2 och TV4. SVT2 sänder dessutom regionala program över nio områden. TV4 hyr ut en del av sitt sändningsnät till de lokala produktionsbolag som sänder i "TV4-fönstren".

6.4.2 Satellitdistribution

Flera operatörer konkurrerar på den nordiska satellitmarknaden. Det av Teracom och likaledes statliga Svenska Rymdbolaget gemensamt ägda Nordiska Satellitaktiebolaget (NSAB) äger satelliterna Sirius 1 och Tele-X. Den sistnämnda ersätts sommaren 1997 av Sirius 2, vars kapacitet delas lika mellan NSAB och amerikanska GE Americom. Det norska statliga Telenor Satellite Services (TSS) driver flera satelliter, bland annat Thor I och Thor II. Genom att NSAB och TSS inlett ett samarbete bildar bolagens satelliter ett nordiskt system som gör det

möjligt att på samma parabol ta emot samtliga satellitkanaler som riktar sig till nordiska tittare.[196]

Det luxemburgska bolaget Société Européenne des Satellites (SES) hade tidigare en stark ställning i Norden. Sedan Kinnevik 1996 flyttade över sina kanaler från SES' Astrasatelliter till NSAB:s Sirius kan bolaget endast erbjuda icke-nordiska kanaler och har därmed blivit mindre intressant för nordiska konsumenter. Eutelsat är en internationell organisation med 45 medlemsländer, varav Telia AB är svensk delägare. Eutel sänder bland annat Eurosport och BBC World.[197]

På marknaden för dekodrar och parabolkort intar det Kinnevikägda bolaget ViaSat en dominerande ställning. Drygt 90 procent av de som köper parabol uppges teckna avtal med ViaSat. Kortstocken uppgick vid årsskiftet 1996/97 till 830 000 sålda kort i Norden. Bolaget erbjuder sina kunder 21 kanaler, förutom Kinneviks egna även de flesta av de övriga nordiska kanalerna samt några utländska.[198]

MultiChoice Sverige AB, ett dotterbolag till FilmNet Television, sköter försäljning, distribution och abonnenthantering för FilmNet 1&2, SuperSport, TCC, CNN, Eurosport, Hallmark, MTV och Discovery.[199]

Både Nethold och Canal Plus har varit starkt engagerade i utvecklingen av digital teknik. Genom samgåendet mellan de två bolagen skapas resurser för investeringar i för konsumenterna skräddarsydda kanaler. Satellitsystemet Astra började i december 1996 att sända 20 TV-kanaler och 40 radiokanaler. MultiChoice står för programmen. Till en början kommer bland annat Kanal 5, SuperSport, FilmNet, Discovery, CNN, TNT och Carlton Network samt Hallmark att erbjudas. Utbudet kan utökas till hundratals kanaler. I systemet ingår även videofilmer på beställning.[200]

6.4.3 Kabel-TV

På kabel-TV-marknaden är Telia den dominerande aktören (tabell 6.9). Under de senaste åren har Telia förutom TV-distribution även börjat erbjuda olika programtjänster. Bio hemma är en beställ-TV-tjänst där Telias kabelkunder kan beställa film till sin TV. Företaget har en egen TV-kanal, TV9, med programpresentation och egen text-TV. Telia har även fört diskussioner med Sveriges Television om att tillsammans starta en betal-TV-kanal med program från SVT:s arkiv.

Tabell 6.9 Kabelnätföretagens marknadsandelar 1996. Procent.

Företag	Andel
Telia Kabel-TV	57
Kabelvision	22
Stjärn-TV	9
Sweden On Line	8
Complus	4
	100

Källa: Resumé 9/1996.

Kabelvision ägs av NetCom Systems som ingår i Stenbecksfären. Kinnevik har därigenom tillgång till en egen distributionskanal som når knappt en fjärdedel av kabel-TV-konsumenterna. Stjärn-TV är det största nätet i Stockholm. Företaget såldes 1995 av Stockholm stad till Singapore Television. Våren 1997 är nätet åter till salu. Riksbyggen var tidigare huvudägare i Sweden On Line men sålde 1997 sin andel till den andre delägaren Atle, som därmed blev ensam ägare.

6.5 Vertikal integration

Ovanstående genomgång visar att det finns ett dussintal större aktörer på den svenska TV-marknaden. Några har valt att koncentrera sig på ett produktionsled, men påfallande många har intressen i flera led (tabell 6.10).

Tabell 6.10 Vertikal integration på den svenska TV-marknaden 1997

Ägargrupp	Produktion	Rättigheter	Kanaler	Distribution	Övrigt
Staten	Sveriges Television		SVT1, SVT2	Teracom Telia Kabel TV	SVT (översättning, teknik)
Stenbecksfären	Strix, *MTV*		TV3, TV6, ZTV, TV1000 *TV4*	ViaSat, Kabelvision	Svensk Text, TV-Shop, TVT, *Primetec*
TV4 (Stenbecksfären, Wallenbergsfären, Bonniersfären)	TV4 (Nyheter, samhälle) Lokala produktionsbolag		TV4		TV4 (teknik, reklamförsäljning)
SBS			Kanal 5		Reklamförsäljning
Canal Plus			FilmNet 1 o 2, SuperSport, Hallmark	MultiChoice	
Bonniersfären	Wegelius TV, TV Spartacus		[*TV4*]		
Schibsted	Metronome				
Egmont	Think Big				
Endemol	Endemol Entertainment	Endemol			
Grundy	Grundy				
Kirch		ISPR			
Singapore Television				Stjärn TV	
Atle				Sweden On Line	

Anm: Kursiv stil= minoritetsägare

6.5.1 Stenbecksfären

Den ägargrupp som mätt i antal företag har den mest omfattande vertikala integrationen är Stenbecksfären, med Kinnevik som huvudbolag. Skogs- och stålföretaget Industriförvaltnings AB Kinnevik gick som tidigare nämnts in på TV-marknaden i mitten av 1980-talet. Under de följande tio åren har företaget omstrukturerades till stora delar. Intressena i stål- och kraftindustrin har avvecklats och i stället har Kinnevik byggt upp en omfattande verksamhet inom medier och telekommunikation. Kvar från den tidigare verksamheten finns skogsföretaget Kors-näs.

Jan Stenbeck kontrollerar via direkt och indirekt ägande röstmajoriteten i Kinnevik. Övriga större ägare utgörs av familjerna Klingspor och von Horn, samt ett antal utländska och svenska institutionella placerare (tabell 6.11). Jan Stenbeck verkar aktivt i företaget i egenskap av arbetande styrelseordförande.

Tabell 6.11 Ägare i Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996.

Ägare	Andel av röster %	Andel av kapital %
Stenbecksfären	55,9	21,5
varav		
Invik & Co AB[1]	*28,2*	*12,1*
Stenbeck, Jan H	*14,7*	*4,9*
Afti AB	*11,8*	*3,9*
Hugo Stenbecks stiftelse	*1,0*	*0,3*
Stenbeck, Anna	*0,2*	*0,3*
Klingspor, Familjen	6,0	2,6
Chase Manhattan Bank	4,0	5,4
State Street Bank	3,1	2,6
von Horn, Familjen	2,6	0,9
Korsnäs stiftelser	2,5	0,9
Svenska Handelsbankens fonder	1,6	4,2
Janus Fonder	1,5	4,8
SPP	1,4	5,6
Folksam inkl AMF	1,2	3,8
Övriga	20,2	47,7
Summa	100,0	100,0

Källa: Aktiebok för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996-12-31. Årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996.

Anm: [1]Invik & Co ägs av AB Ementa (ingår i Stenbecksfären) 20,1 % av rösterna, Jan Stenbeck 17,2, Märta Stenbecks dödsbo 5,8 Kinnevik 4,6, Banco Allemansfond 3,9, övriga aktieägare 48,4.

Kinnevik omstrukturerades 1995 och delades in i fyra underkoncerner: Korsnäs Holding för skogsindustrirörelsen, Modern Times Group (MTG) för medier, NetCom Systems för telekommunikation i Skandinavien och dess närområde samt Investment AB Kinnevik för övriga verksamheter, bland annat minoritetsposter och utvecklingsprojekt. Avsikten var att börsnotera underkoncernerna inom tre år.[201] NetCom delades ut till Kinneviks aktieägare 1996. Modern Times Group kommer våren 1997 att på motsvarande sätt börsintroduceras och delas ut till aktieägarna.

Större delen av Kinneviks medieaktiviteter ligger under Modern Times Group. Några delar sorterar dock under andra enheter i Stenbecksfären. Kabel-TV-företaget Kabelvision ägs av NetCom medan betal-TV-kanalen TV1000 och reklamförsäljningsbolaget AirTime ligger direkt under moderbolaget. Produktionsbolaget MTV fördes vid dess börsintroduktionen från MTG till ett systerföretag,

Stenbecksfären har under en tioårsperiod byggt upp en stor mängd företag som täcker så gott som alla områden inom TV-branschen (tabell 6.12). Förutom de TV-kanaler, produktions- och distributionsbolag som behandlats ovan finns inom MTG ytterligare några TV-anknutna bolag. Svensk Text-gruppen är Europas största företag när det gäller översättning och redigering av undertexter för film, video och TV med verksamhet i fem länder. Även på home shopping-marknaden är Kinnevik störst i Europa med ett nätverk av företag som säljer i 16 länder.[202] Kanalernas tekniska produktion är samlat i ett speciellt bolag, TVT. Våren 1997 startade MTG ett nytt bolag som skall svara för inköp av rättigheter för koncernens samtliga kanaler.

Tabell 6.12 Stenbecksfärens intressen inom TV-branschen i Sverige 1995. Omsättning och resultat. Mkr.

Företag	Verksamhet	Ägar-andel %	Omsätt-ning	Rese e finans-netto	Netto-marginal
Industriförvaltnings AB Kinnevik	Holding	56[1]	11 804	1240	4
• Modern Times Group MTG AB	Holding	100	2 949	75	-4
•• Riksrutan Television AB	Holding	100	1 420	78	-2
••• TV3 Broadcasting Group Ltd[2]	TV-kanal	100	1 372	143[3]	10[4]
••• TV6 Broadcasting AB	TV-kanal	100	18	-27	-195
••• ZTV AB	TV-kanal	100	34	-27	-98
•• TV Produktion Halv 8 AB	Holding	100	347	10	3
••• Strix Television AB	Produktion	100	186	11	7
•••• Rally Television AB	Produktion	100	42	5	11
•••• Strix Drama AB	Produktion	100	2	2	110
•••• Sampsa television AB	Produktion	100	2	0	0
•••• Pomada Television AB	Produktion	100			
••• MTV Produktion AB	Produktion	51	175	8	5
•••• Kanon Television AB	Produktion	100	57	5	9
•••• Primetec AB[5]	TV-teknik	100			
••• Trash Television AB[6]	Produktion	90	13	0,5	4
•• Bäckegruve AB	Holding	100	379	18	5
••• Subtitling International Sweden Svensk Text AB	Översättning	91	195	27	14
•••• Media Dubb International AB	Översättning	100			
•• Skybus AB	Holding	100	191	-31	-16
••• ViaSat AB	Distribution	100	44	7	17
••• Interaccess AB	Distribution	100			
••• Scandinavian TV Traffic AB (TVT)	TV-teknik	91	24	3	11
•• AB Damus	Holding	100	722	2	0
••• TV-Gallerian AB (TVG)	TV-Shop	100	8	10	113
••• TV-Shop Europe AB	TV-Shop	92	315	-16	-5
•••• TV-Shop i Sverige AB	TV-Shop	100	171	-11	-6
•• Media Services AB	Holding	100	78	-17	-21
••• Interaktiv Television AB (INTV)	Text-TV	100	16	-1	-5

Företag	Verksamhet	Ägar-andel %	Omsätt-ning	Rese e finans-netto	Netto-marginal
Kinnevik Media International AB	Holding	100	23	10	43
• TV1000 Sverige AB	TV-kanal	93	432	-186	-46
•AirTime AB	Reklamförs äljning	55	116	-11[2]	-9[3]
• NetCom Systems AB	Kommunik ation	100[7]	1 995	-532	-27
•• Kabelvision KB	Kabel-TV	100[1]		-173	
• *TV4 AB*	TV-kanal	22[1]			

Källa: Respektive företags årsredovisningar 1995.

Anm: [1]Avser Stenbecksfärens ägarandel 1996-12-30. [2]Bolaget bedriver verksamhet i Sverige, Norge och Danmark. [3]Avser resultat efter avskrivningar. [4]Avser rörelsemarginal. [5]Förvärvat 1996. [6]Namnet ändrat till Modern Cartoons 1996, amerikanska mjukvaruföretaget Mr Cartoon är minoritetsägare. [7]Företaget delades 1996 ut till Kinneviks aktieägare. Stenbecksfärens röstandel uppgick 1996-12-31 till 43,5 procent.

Kinneviks TV-kanaler bedriver en mycket begränsad verksamhet i egen regi, utan köper produkter och tjänster i första hand från andra företag i koncernen. De flesta av dessa bolag säljer dock också till andra TV-företag, även till konkurrenter till koncernens egna kanaler. På motsvarande sätt kan kanalerna exempelvis köpa in program från fristående produktionsbolag.

På flera områden har Stenbecksfärens företag en stark marknadsställning, exempelvis parabolkorthantering, TV-produktion, TV-shop och översättning. Däremot har koncernens TV-kanaler de senaste åren inte nämnvärt kunnat förstärka sina positioner på marknaden. Sfärens stora problem är dock att TV-verksamheten har visat snabbt växande förlustsiffror. TV-kanalernas omsättning uppgick 1996 till 1 956 miljoner kronor och resultat efter avskrivningar till -612 miljoner kronor. De enda vinstgivande verksamheterna var översättning och TV-shop.

Sammanfattningsvis har Kinnevik under några få år byggt upp en företagsgrupp med en omfattande vertikal och horisontell integration, som täcker så gott som samtliga fält på TV-området. Parallellt har Kinnevik blivit en av de stora aktörerna på telekommunikationsmarknaden. Kinnevik räknar med att TV-operatörer kommer att konkurrera med telebolag om samma kunder och tjänster. Underhållningsvärlden kommer att växa samman med mer informationsinriktade medier. Kinneviks strategi har varit att täcka så många kunder

som möjligt oavsett vilka tjänster som efterfrågas. Fångas kunderna in kommer intäkterna så småningom, därför har Kinneviks medie- och kommunikationsföretag hittills tillåtits att gå med förlust så länge de ökat i volym.[203] MTG:s förlust mer än fördubblades 1996 till nära 700 miljoner kronor. Frågan är om Kinnevik de närmaste åren tvingas att ompröva sin strategi på mediemarknaden och kanske avveckla vissa engagemang.

6.5.2 Övriga aktörer

Av de större aktörerna har staten fortfarande en väl utbyggd vertikal integration, dock med betydligt färre företag än Stenbecksfären. Sveriges Television producerar i stor utsträckning själva sina svenska program. Företaget har också en stor teknisk produktionsapparat, som även hyrs ut till konkurrerande kanaler. Genom Teracom äger staten det marksända nätet. Den tredje statliga aktören, Telia, har visat tydliga ambitioner att komplettera sin distributionsverksamhet med någon form av TV-produktion.

TV4 har till skillnad från sina huvudkonkurrenter valt en relativt låg grad av vertikal integration. Merparten av programmen köps in från fristående produktionsbolag. Kanalen svarar själv för produktion av nyheter och vissa samhällsprogram samt för reklamförsäljning. Även Scandinavian Broadcasting Systems Kanal 5 sänder nästan enbart inköpta program. Canal Plus har byggt upp en försäljningsorganisation kring sina TV-kanaler.

De aktörer som saknar egna kanaler har i regel hittills koncentrerat sin verksamhet till ett område. Flera av aktörerna har dock resurser att etablera sig på bred front på den svenska TV-marknaden. Bonniersfärens inträde i TV4 kan följas av fler framstötar. Flera av de utländska företagen har visat intresse att starta TV-kanaler eller gå in i befintliga.

6.6 Tendenser

Under hela 1990-talet har ett funnits en tydlig tendens att stora aktörer ökat sitt ägande på TV-marknaden på små entreprenörers bekostnad. En rad stora svenska företag som Kinnevik, Marieberg, Investor, Bonnierföretagen, Telia och nu senast Ratos har etablerat sig som ägare till olika TV-aktiviteter. Men även flera utländska multinationella medieföretag har kommit in på den svenska TV-marknaden. De två nordiska mediekoncernerna Schibsted och Egmont ser liksom Kinnevik

och Bonniersfären Norden som sin hemmamarknad, varför det har varit naturligt för dem att förvärva svenska TV-företag. De stora europeiska TV-koncernerna Endemols och Canal Plus' etablering i Sverige utgör en del av deras strategi att verka över hela Europa. Scandinavian Broadcasting System med en av världens största mediekonglomerat, Disney, som störste ägare har sedan starten målmedvetet försökt att slå sig in på etermediemarknaderna i små europeiska länder.

I dagsläget har de fyra stora aktörerna på den svenska mediemarknaden TV4, Kinnevik, Scandinavian Broadcasting System och Canal Plus en stark ställning. Flera andra kapitalstarka aktörer som Telia, Bonniers, Schibsted, Egmont och Endemol har visat intresse att expandera, varför det inte är osannolikt att nya förvärv och omfördelningar av ägande på TV-området kommer att äga rum.

Det är svårt att urskilja några fasta blockbildningar mellan de stora aktörerna, utan företag som på en sektor är hårda konkurrenter kan på ett annat fält liera sig med varandra. TV4:s nya stora ägare Marieberg konkurrerar exempelvis med sina ägarkolleger Investor och Kinnevik på morgontidningsmarknaden i Stockholm. Den norska TV-marknaden är fylld av allianser mellan på andra områden konkurrerande medieföretag.

Sannolikt kommer allianser av olika typer att spela en stor roll i framtiden. I februari 1997 offentliggjorde Telia, Sveriges Television, Kinnevik och TV4 att de tillsammans kommer att utveckla en teknik för mottagning av digital TV. Tidigare hade norska Telenor och Canal Plus/Nethold beslutat om ett liknande samarbetsavtal.

Koncentrationen mätt i antal företag på TV-marknaden har under de senaste åren knappast ökat. Däremot är de enskilda aktörerna starkare som företag betraktade. Kinneviks konkurrenter på TV-produktionsmarknaden är inte längre Annie Wegelius, Ingemar Olsson eller Adam Alsing utan Bonnierföretagen, Schibsted och Egmont. På den kommersiella TV-marknaden konkurrerar inte Kinnevik längre med Matts Carlgren och Esselte utan med Disney och Canal Plus. Konkurrensen har således kunnat upprätthållas men till priset av att de stora mediekoncernerna blivit än starkare.

7 Lägesbedömning

7.1 Dagspress-, televisions- och radiobranscherna

7.1.1 Dagspress

Den ur upplagesynpunkt viktigaste typen av dagspress är de lokalt spridda morgontidningarna. Sedan 1960-talet har det på denna marknaden pågått en process där tidningsföretag köper in andra tidningsföretag. Tidningskedjor har bildats både på lokal och nationell nivå. I det förra fallet har ägaren i regel varit en familj, i det senare en organisation. Under 1990-talet har de största morgontidningsutgivarna förändrat sina styrkeförhållanden. Marieberg och Stampen har stärkt sina positioner genom förvärv i Malmö respektive Bohuslän. Inom centerrörelsen har partiets tidningskoncern tagit över en tidigare lokalt ägd tidning. I Stockholm har en ny gratisutdelad tidning startats, medan i Örebro och Linköping har arbetarrörelsens tidningar lagts ner. Genom att A-presskoncernens tidningar överförts till den lokala arbetarrörelsen har det totala antalet tidningsägare ökat under 1990-talet.

Den svenska morgontidningsmarknaden består av ett stort antal delmarknader med av hävd distinkta gränser. Marknadsledarna befäste i regel sin position redan i början av seklet. 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 jämn konkurrenssituation. På de kvarvarande konkurrensorterna har förstatidningarna sedan 1978 i ungefär lika många fall ökat sin marknadsandel som de har minskat. Det finns således ingen entydig tendens i utvecklingen av tidningarnas relativa styrka. Nästan samtliga morgontidningar har de senaste åren förlorat både i upplaga och hushållstäckning.

Tidningarnas ställning på sina respektive marknader återspeglas även i deras ekonomiska läge. Förstatidningarna som får merparten av annonsintäkterna uppvisar i regel goda ekonomiska resultat och hög

soliditet, medan många andratidningar har ett svårt, i några fall kritiskt, ekonomiskt läge trots presstöd. Under senare år har även flera förstatidningar uppvisat otillfredsställande resultat, i flera fall främst på grund av kostsamma satsningar på lokala etermedier.

Det har sedan länge funnits ett väl utvecklat nät av annonssamarbete inom dagspress, i första hand mellan geografiskt närliggande tidningar. Denna struktur har endast marginellt förändrats under 1990-talet. Däremot har det redaktionella samarbetet både ökat i omfattning och förändrat karaktär. På nationell nivå har FLT och Avisa Centralredaktion byggt ut sin verksamhet och erbjuder sina tidningar bland annat färdigredigerade sidor. Arbetarrörelsens tidningar har därför mer av gemensamt material i dag än någonsin under den tid de ingick i samma koncern. På regional nivå har flera tidningskedjor börjat samordna delar av det redaktionella materialet. Teknisk samproduktion förekommer i några fall, främst mellan tidningar i samma koncern.

Kvällstidningsmarknaden har sedan 1950-talet varit nationell eller regional där Aftonbladet och Expressen har haft en relativt jämn spridning över hela landet med undantag för Skåne och Göteborg, där Kvällsposten respektive GT dominerat. Bonniersfären har stärkt sin ägarposition på marknaden genom att förvärva Kvällsposten och GT. Schibsted har genom sitt köpeavtal med LO övertagit ledningen över hela Aftonbladet med undantag för de opinionsbildande avdelningarna. Genom förändringarna har både Aftonbladet, Kvällsposten och GT fått kapitalstarkare och mer mediekunniga ägare.

Kvällspressen har alltsedan i början av 1970-talet haft en negativ upplageutveckling, en tendens som förstärkts under de senaste åren. Endast Aftonbladet har ökat sin upplaga och därigenom kraftigt stärkt sin marknadsposition. Trots förvärvet av Kvällsposten och GT har Bonniersfären sedan 1990 endast marginellt ökat sin andel av kvällstidningsmarknaden. Som en följd av upplagenedgången har kvällstidningarna med undantag för Aftonbladet redovisat förlustsiffror 1995–1996. På annonsmarknaden har dock kvällspressen dock nått icke obetydliga framgångar. En förklaring är att kvällstidningarna är ett av de få nationella medierna vid sidan av TV.

Samtliga kvällstidningar har sedan slutet av 1980-talet ett gemensamt annonspaket. GT och Kvällsposten har ett redaktionellt samarbete framför allt på featureområdet. Någon redaktionell samverkan förekommer inte mellan Expressen och Kvällsposten trots att de ingår i samma koncern.

De storstadsmorgontidningar som sprids utanför spridningsområdet och där fungerar som fördjupande komplement till de lokala tidningarna utgör en upplagemässigt liten men ur opinionsbildar-

synpunkt viktig marknad. Bonniersfären äger sedan man startat Dagens Industri och köpt Sydsvenska Dagbladet, hälften av de sex tidningar som utgör denna marknad. Efter det att Wallenbergsfären omstrukturerat ägandet i Svenska Dagbladet har tidningen fått en tydligare och starkare huvudägare.

Fyra av tidningarna har sedan 1970-talet kraftigt minskat sin överspridda upplaga, medan Svenska Dagbladet behållit sin. Upplageförlusterna har i stort kunnat uppvägas av tillkomsten av Dagens Industri. Bonniersfären har ökat sin spridning.

Dagens Industri har under en rad år redovisat mycket goda ekonomiska resultat, medan de övriga tidningarna i gruppen tvingats till att vidta olika omstruktureringsåtgärder för att klara ekonomin. Både Svenska Dagbladet och Arbetet Nyheterna har trots presstöd haft betydande ekonomiska problem.

På den totala dagspressmarknaden har Bonniersfären sedan 1978 ökat sin marknadsandel från 21 till 27 procent (inkl. GT), en ökning som dämpats genom Expressens upplagenedgång. Arbetarrörelsen har minskat sin andel främst genom försäljningen av Aftonbladet men också på grund av nedläggningar. Flera av de regionala tidningskedjorna med en marknadsandel på mellan tre och fem procent har ökat sin andel något genom förvärv. Några familjer har sålt sina företag. Schibsted är den ende helt nye aktören på dagspressmarknaden. Ägarstrukturen har således sedan lång tid tillbaka präglats av en relativt stor stabilitet. De flesta större ägargrupper har kontrollerat sina huvudtidningar i många decennier. Det är inte osannolikt att ägarkoncentrationen kommer att öka genom ytterligare fusioner, men det är också möjligt att stora nordiska medieföretag kommer att följa Schibsted in på den svenska dagspressmarknaden. Däremot förefaller det inte troligt att företag utanför tidningsbranschen etablerar sig i någon större utsträckning.

Även positionerna på marknaden är sedan mycket lång tid tillbaka fixerade. På de allra flesta lokala morgontidningsmarknaderna dominerar en tidning. I många fall har en ägare en mycket stark position på flera geografiskt angränsande marknader, exempelvis ägs samtliga flerdagarstidningar i Jönköpings och Västmanlands län av var sin familj. En reell konkurrenssituation föreligger endast på marknaderna för kvällspress och nationellt spridda morgontidningar samt på ett tiotal lokala morgontidningsmarknader. Bonniers är den ende flertidningsägaren som möter konkurrens på samtliga sina marknader, i tre fall av tidningar som är beroende av presstöd.

Även om det kommer att ske förskjutningar i konkurrensläget finns inga tecken som tyder på att de dominerande tidningarnas position på de enskilda tidningsmarknaderna kommer att hotas. Däremot kan delar

av de traditionella tidningarnas funktioner som nyhetsförmedlare och reklambärare övertas av andra medier som radio, television, Internet, gratistidning, annonsblad etc. Många tidningsföretag håller på att förbereda sig för den nya situationen genom att etablera sig på dessa nya mediemarknader.

7.1.2 Television

Den svenska televisionsbranschen har genomgått en mycket genomgripande förändring de senaste tio åren. Det tidigare monolitiska systemet med *ett* producerande och sändande företag samt *en* distributör, båda med statlig anknytning, har ersatts med en ny struktur med många kanaler som köper program från fristående producenter och som distribueras på flera olika sätt av konkurrerande företag.

Sveriges Television producerar själv fortfarande den absolut största delen av sina svenska program, medan de övriga kanalerna i stor utsträckning köper sina program av fristående bolag. Samtliga större entreprenörsägda produktionsbolag har, med ett undan-tag, sedan 1995 förvärvats av några få stora nordiska medieföretag, Kinnevik, Bonnierföretagen, Schibsted och Egmont. TV4 har successivt köpt in sig i de lokala bolag som producerar "TV4-fönstren". Dessutom har ett par mycket stora utländska produktionsbolag, Endemol och Grundy, etablerat sig i Sverige. Konkurrensen på marknaden har således hårdnat samtidigt som de enskilda aktörerna på kort tid fått starkare ägare.

Sveriges Television ägs av en statlig stiftelse. Den största kommersiella kanalen, TV4, kontrolleras av tre stora ägarsfärer, Stenbecks, Wallenbergs och Bonniers. De övriga sverigeinriktade kanalerna ägs av Kinnevik, franska Canal Plus och amerikanska Scandinavian Brodcasting System. Även på detta område har konkurrensen skärpts genom att kapitalstarka aktörer trätt in på marknaden. De kommersiella kanalerna har, med undantag för Kinneviks kanaler, de senaste åren ökat sin andel av tittartiden på Sveriges Televisions bekostnad. Sveriges Television är dock det största företaget, med nästan hälften av TV-tittandet.

På distributionssidan har vid sidan av de statliga Teracom och Telia flera företag etablerat sig på satellit- och kabelmarknaden, i första hand bolag i Stenbecksfären.

De avgiftsfinansierade TV-kanalerna (Sveriges Television) har sedan gammalt haft en vertikal integration. Bland de nya aktörerna har Stenbecksfären en bred verksamhet inom alla produktionsled, medan TV4 och SBS i stor utsträckning koncentrerat sina resurser till utsändning av reklamfinansierade program.

TV4 och SBS i stor utsträckning koncentrerat sina resurser till utsändning av reklamfinansierade program.

Sammanfattningsvis har antalet aktörer på TV-området ökat kraftigt. De flesta nya är dock antingen svenska företag verksamma inom andra medier eller utländska TV-bolag. Det totala programutbudet har blivit mångfalt större, antalet fristående programproducenter har ökat och ytterligare en nyhetsredaktion har startats.

Televisionen står de närmaste åren inför stora tekniska förändringar. Digitala sändningar i marknätet och per satellit, Internet, beställ-TV och interaktiva tjänster är några nya former som redan prövas eller inom en snar framtid kommer att prövas. Hur denna utveckling kommer att påverka ägarstrukturen inom branschen är mycket svårt att förutspå. Det är möjligt att nya kapitalstarka och kunniga aktörer från närliggande branscher som data, underhållning och kommunikation kommer att etablera sig på den svenska marknaden och ytterligare skärpa konkurrensen. Det är sannolikt att fler utländska medieföretag kommer in, men kanske också inhemska eller utländska aktörer utan medieanknytning. Företagen kan satsa på att bygga upp en egen vertikal integration, men det är mer troligt att allianser bildas mellan företag på olika steg i produktionskedjan. Program kan bli en bristvara, vilket kan förstärka produktionsbolagens roll i det framtida TV-samhället. Kontrollen av olika distributionsformer är ett annat område som kan bli mycket betydelsefullt.

7.1.3 Radio

Situationen på den svenska radiomarknaden förändrades i grunden 1993/94 då Sveriges Radio på alla större orter fick konkurrens av kommersiella radiostationer. De stora aktörerna på den nya marknaden bildade en mängd bolag för att tillgodose lagstiftningens krav på "självständiga, lokalt förankrade radiostationer", varför ägarstrukturen är något komplicerat. Det står dock klart att utvecklingen har gått mot skapandet av tre programnät, kontrollerade av Kinnevik/landsortspress, Bonniers respektive NRJ samt ett nät med begränsat programsamarbete och med en ledande ägare, Fria Media. I storstäderna har dessutom några utländska bolag, främst Scandinavian Broadcasting System och CLT etablerat sig. De lokala entreprenörerna har i stor utsträckning trängts bort av de stora bolagen. Riksannons-marknaden behärskas av tre annonsnätverk med Bonniers/Fria Media, Kinnevik och NRJ som huvudägare. Hittills har verksamheten gått med stora eknomiska förluster.

Marknaden har ännu inte stabiliserat sig, men Sveriges Radio når ungefär dubbelt så många lyssnare per dag som den privata lokalradion. Bland nätverken är NRJ starkast med en mycket ung lyssnarprofil. Hittills har den kommersiella lokalradion gått med stora ekonomiska förluster. Till sitt innehåll har den privata radion alltmer koncentrerat sig på en mycket fast "formaterad" musikradio inriktad på bestämda målgrupper.

Genom tillkomsten av den kommersiella lokalradion har utbudet för de flesta konsumenterna ökat med två, i några områden med fyra–fem och i ett med tio kanaler. Ägarna har inte blivit så många och så lokalt förankrade som regeringen förväntade sig vid reformen. Sveriges Radio har dock fått konkurrens av några stora medieföretag. På många platser har de lokala tidningsföretagen gått in som ägare i den privata radion.

Utvecklingen inom den privata lokalradion kommer att vara beroende av eventuella beslut om förändringar i lokalradion. Om inga ändringar genomförs kommer sannolikt processen mot färre ägare och ökat programsamarbete att fortgå. Det är möjligt att det om några år finns ett par rikstäckande kanaler riktade till skilda åldersgrupper, i storstäderna kompletterade med några nischkanaler.

7.2 Flermedieägande

Medieägarna i Sverige har i regel koncentrerat sin verksamhet till en mediebransch. Redan vid sekelskiftet började dock två sinsemellan mycket olika aktörer att engagera sig i flera olika typer av medier. Bonniers kompletterade sin bokutgivning med tidskrifter och dagspress och nådde en stark ställning på alla tre marknaderna, en position som familjen sedan dess i stora drag behållit. Även arbetarrörelsen hade ambitioner att bygga upp egen bred medieverksamhet och startade både dagspress, bokutgivning, filmproduktion och tidskrifter.

Först under 1990-talet började fler företag att på allvar engagera sig i flera medier. Många svenska dagspressföretag har gått in på de nya etermediemarknaderna, men även några utländska medieföretag har kommit in.

Det överlägset största företaget på den svenska mediemarknaden är Bonniersfären med en omsättning på över 8 miljarder kronor (tabell 7.1). Höga omstruktureringskostnader i Marieberg tillsammans med en förlust för Expressen mer än halverade sfärens resultat 1996. De numer av en statlig stiftelse ägda public servicekanalerna har den näst största omsättningen. Stenbecksfärens medieverksamhet har vuxit snabbt, men redovisar mycket stora förluster, för 1996 700 miljoner kronor på en omsättning på 3 600 miljoner kronor. Arbetarrörelsen har successivt

avvecklat sin medieverksamhet och efter försäljningen av Aftonbladet har man ägarinflytande endast i ett femtontal landsortstidningar och i fackförbundspressen.

Tab 7.1 De tio största ägargrupperna på mediemarknaden i Sverige. Omsättning och resultat 1995. Mkr

Ägargrupp	Omsättning	Resultat e finansnetto[1]	Större företag
Släkten Bonnier[2]	12 958	758	Bonnierföretagen med Bonniers Affärsinformation, Bonnierförlagen, Bonnier Publications, Svensk Filmindustri samt Marieberg med Dagens Nyheter, Expressen och Sydsvenska Dagbladet
Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR	5 276	-26	Sveriges Television och Sveriges Radio
Jan Stenbeck[3]	3 188	-298	Kinnevik med bl a TV 3, TV1000, Strix, Z Radio
Wallenbergsfären	2 546	118	TV 4 och Svenska Dagbladet
Staten	2 544	314[4]	TeleMedia och Svenska Kabel-TV
Arbetarrörelsen	2 459	-180	Aftonbladet och sjutton landsortstidningar
Familjen Hjörne	1 660	9	Stampen med Göteborgs-Posten
Wolters Kluwer [5]	1 191	110	Liber med bl a Almqvist & Wiksell, Norstedts samt Ekonomi + Teknik Förlag
Egmont H Petersens Fond	1 042	73	Egmont Sverige med bl a Hemmets Journal och Serieförlaget samt Egmont Film
Familjen Aller	985	10	Svenska Aller, Baltic
Centerrörelsen	815	-7	Elva landsortstidningar

Källa: Årsredovisningar för berörda företag samt *Dagspressens ekonomi 1995.*

Anm: [1] För tidningsföretag anges resultatet exklusive presstöd och efter Presstödsnämndens beräkningsgrunder.

[2] Avser Bonniersfärens totala omsättning och resultat i mediebranscher. Preciseringar för verksamheten i Sverige saknas. Omsättningen kan uppskattas till 8,5– 8,7 miljarder kronor.

[3] Avser Kinneviks totala omsättning och resultat i mediebranscher. Preciseringar för verksamheten i Sverige saknas. Omsättningen kan uppskattas till 1,4–1,6 miljarder kronor.

[4] Resultat efter avskrivningar.

[5] Företaget kontrolleras av en holländsk stiftelse.

Bland de största medieägarna i Sverige återfinns några utländska företag, det holländska Wolters Kluwer samt de danska Egmont och Aller. De två sistnämnda har en mycket lång tradition som tidskriftutgivare i Sverige, medan Wolters Kluwer etablerade sig i Sverige 1993 då Liber-koncernen förvärvades. Under de senaste åren har en rad stora utländska medieföretag gått in på den svenska marknaden (tabell 7.2). För flera av de största bolagen är investeringarna i Sverige mycket marginella, men visar på att den svenska marknaden börjat bli intressant även för de ledande medieföretagen. Ytterligare exempel utöver de i tabell 7.2 är den tyska Kirchgruppen som sedan hösten 1996 har förvärvat TV-rättigheterna för fotboll och ishockey på den svenska marknaden samt det australienska TV-produktionsbolaget Grundy.

För de nordiska Aller, Schibsted och Egmont utgör Sverige en viktig och växande marknad. Det är inte osannolikt att andra större nor-diska medieföretag som norska A-Pressen samt finska Erkkogruppen med Sanoma och Helsinki Media kommer att göra större satsningar i Sverige.

Av de svenska medieföretagen är det endast Bonniersfären och Stenbecksfären som lyckats etablera sig i större skala utomlands, men för båda utgör den svenska marknaden fortfarande den viktigaste. I ett internationellt perspektiv är de nordiska medieföretagen små. Bland de europeiska företagen ligger Bonniersfären på cirka femtonde plats.

Tabell 7.2 Mediegrupper verksamma både i Sverige och utlandet. Mrd kronor.

Företag	Omsättning 1995	Omsättning i Sverige 1995	Andel i Sverige %
Disney	117,0	0,4	0,3
Bertelsmann	94,0	[1]	0,0
Hachette	26,6	0,1	0,2
CLT	22,0	0,0	0,1
Canal Plus	13,5	0,6	4,6
Bonniersfären	13,0	8,6	66,2
IDG	12,9	0,2	1,8
Wolters Kluwer	11,8	1,2	10,1
Egmont	7,4	1,0	13,8
Schibsted	4,2[2]	0,7[3]	17,0

Företag	Omsättning	Omsättning i Sverige	Andel i Sverige %
Erkkogruppen	4,2	0,0	0,5
Endemol	4,0	4	0,0
Stenbecksfären	3,2	1,5	46,9
Aller	3,0	1,0	32,8
NRJ	1,0	0,1	5,3
SBS	0,6	0,2	33,8

Anm: [1]Bertelsmann planerar att starta ett TV-magasin i augusti 1997. [2]Till Schibsteds omsättning 1995 har lagts hälften av Aftonbladets omsättning samma år. [3]Inkl hälften av Aftonbladets omsättning. [4]Verksamheten i Sverige startade 1996.

Av flermedieägarna kan ingen mäta sig med Bonniers i fråga om bredd (se tabell 7.3). Tyngdpunkten ligger på tryckta medier med en relativt jämn fördelning mellan dagspress, böcker och tidskrifter (diagram 7.1). På den svenska marknaden väger dagspress tyngre med ungefär hälften av omsättningen. Den snabbaste expansionen har skett på affärsinformationsområdet. Sedan 1996 görs omfattande satsningar på olika former av multimedia, Internet etc. både inom Bonnierföretagen och Marieberg.

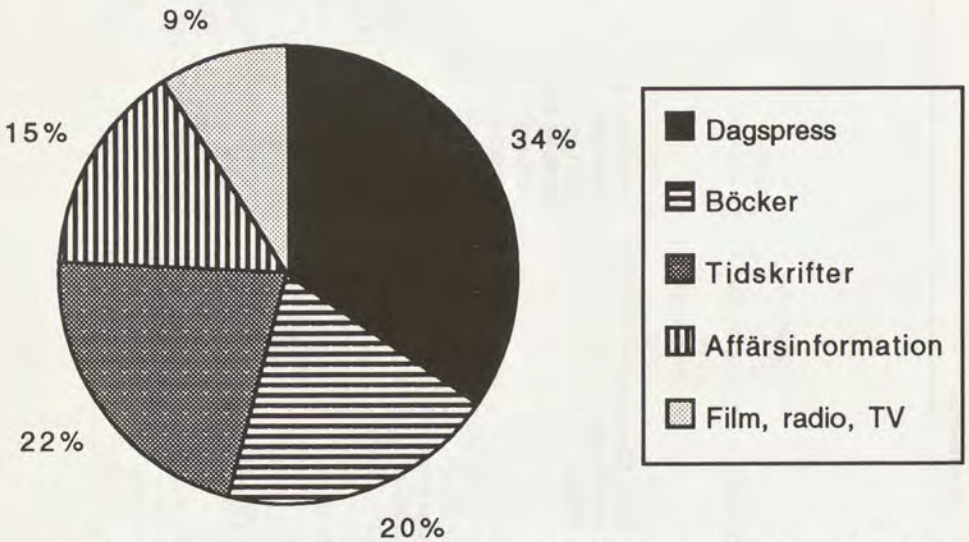
Tabell 7.3 Flermedieägare i Sverige 1997

Ägargrupp	Dagspress	TV	Radio	Tidskrifter	Affärs-information	Film	Böcker	Multimedia, Internet
Släkten Bonnier[2]	Marieberg (75) med Dagens Nyheter, Expressen , Sydsvenska Dagbladet, Kvällsposten, GT, Avisen (50), Pressens Bild Dagens Industri,	TV4 (17) Wegelius TV(91) TV Spartacus (50)	Radio Megapol (12 stationer), Radio Vinyl, Radiobokningen (50)	Bonniers Veckotidningar, Bonniers Specialtidningsförlag, Bonniers Specialmagasiner, Semic International	Affärsförlaget, SIX, Nyhetsbyrån Direkt, Kompass, AffärsData, Branschförlaget, Kreditfakta, PAR Adressregistret, HM Informationsgruppen, SverigeBarometern	SF Filmproduktion, SF Film, SF Video, SF Media, Svenska Bio (50)	Albert Bonniers Förlag, Bonnier Alba, Bonnier Lexikon, Bonnier Carlsen, Forum, Wahlström & Widstrand, Bonnier Utbildning, Bonnier DataMedia, Månpocket (56), Nio bokklubbar	Marieberg Interactive, Bonnier Multimedia, Bonnier Online, Bonnier Digital Illusions, Ahead Multimedia,Bonnier Media Lab
Förvaltningsstiftelsen för SVT och SR		Sveriges Television	Sveriges Radio			Skandinaviska Filmlaboratorier (33)	Sveriges Radio Förlag	
Jan Stenbeck[3]	Metro	TV3, TV6, ZTV, TV1000, TV4 (22), TVG, Strix, MTV Produktion (46), Airtime (55), Svensk Text, TV Shop, ViaSat, Kabelvision	Radio Rix (13 stationer), Power 106, Pelora (sänder till 24 Rixstationer), Ulf Elving & Co	Moderna Tider, Top 40	Imedia	Sonet Film, Spice Produktion	Brombergs Förlag	InTV, Everyday Webguide,

Ägargrupp	Dagspress	TV	Radio	Tidskrifter	Affärs-information	Film	Böcker	Multimedia, Internet
Wallenberg-sfären	Svenska Dagbladet (59)	TV4 (21)						*
Arbetar-rörelsen	Sjutton landsortstidn., Aftonbladet (50),			Fackförbunds-tidningar				*
Familjen Hjörne	Stampen (78) med Göteborgs-Posten		Radio Rix (3 stationer) SRU (36)	Västra Sveriges Affärer & Företag				*
Wolters Kluwer[4 5] (kontrollerad av holländsk stiftelse)					E+T, Ekonomi och Teknik Förlag		Almqvist & Wiksell Förlag, C E Fritzes, Liber Kartor, Norstedts Förlag Delägare i två bokklubbar	*
Schibsted	Aftonbladet (50),	Metronome Film & Tele-vision		GL Media Development		Skandinaviska Film-laboratorier (33), Metro-nome Film & Television	Svenska Dagbladets Förlag	Scandinavian Online
Telia		Svenska Kabel-TV			TeleMedia			TeleMediaIn-teractive
Egmont H Petersens Fond (DK)[4]		Nordisk Film & TV		Egmont AB med Hemmets Journal och Serieförlaget		Egmont Film Skandinaviska Film-laboratorier (33)	Richters Förlag	
Scandinavian Broadcasting System		Kanal 5	City Radio (3 stationer), Klassiska Hits					

Anm: *= Internet- och multimediaverksamhet bedrivs i koncernens företag.

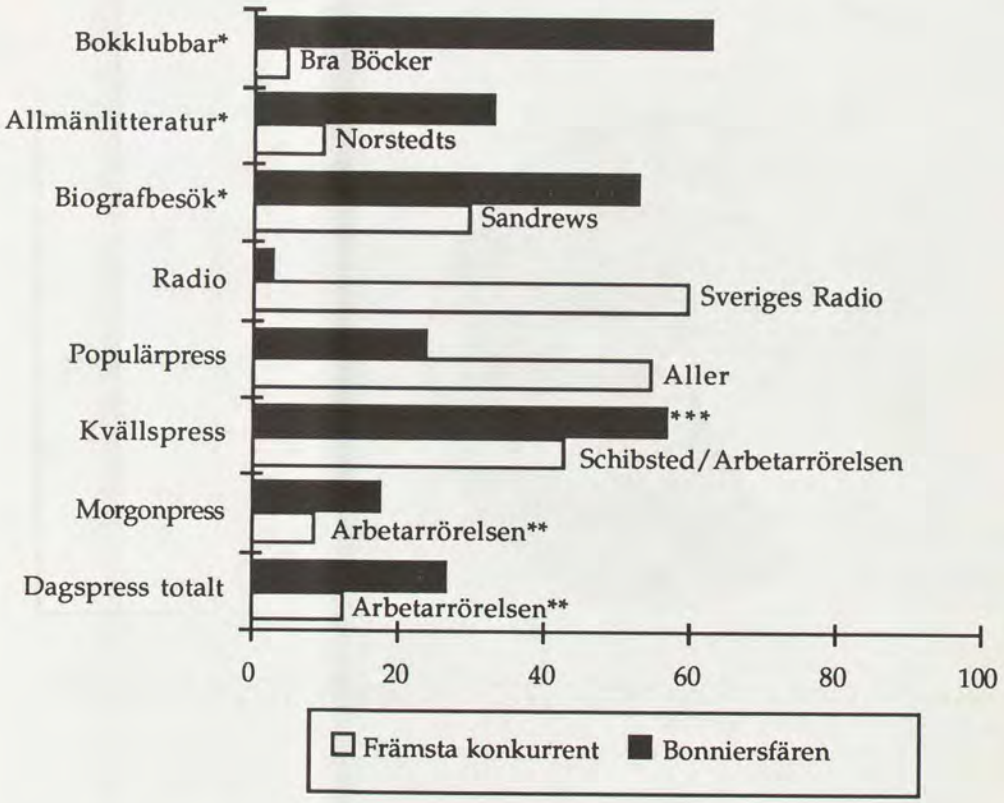
Diagram 7.1 Bonniersfärens omsättning i olika mediebranscher 1996. Procent.



Källa: Bearbetning av årsredovisningarna för Tidnings AB Marieberg och AB Bonnierföretagen 1996.

Bonniersfären är största aktören på en rad delmarknader (diagram 7.2). I några fall, bokklubbar, allmänlitteratur, biografbesök är sfären dominerande, medan den på andra fält möter hård konkurrens. På några områden som specialtidningar, serietidningar, hyrvideo, köpvideo och multimedia är underlaget för marknadsbedömningar ofullständigt men Bonniers hör på alla dessa fält till de ledande aktörerna. Inom populärpress har sfären förlorat sin tidigare dominerande position till Allers.

Diagram 7.2 Marknadsandelar för Bonniersfären 1995/96.

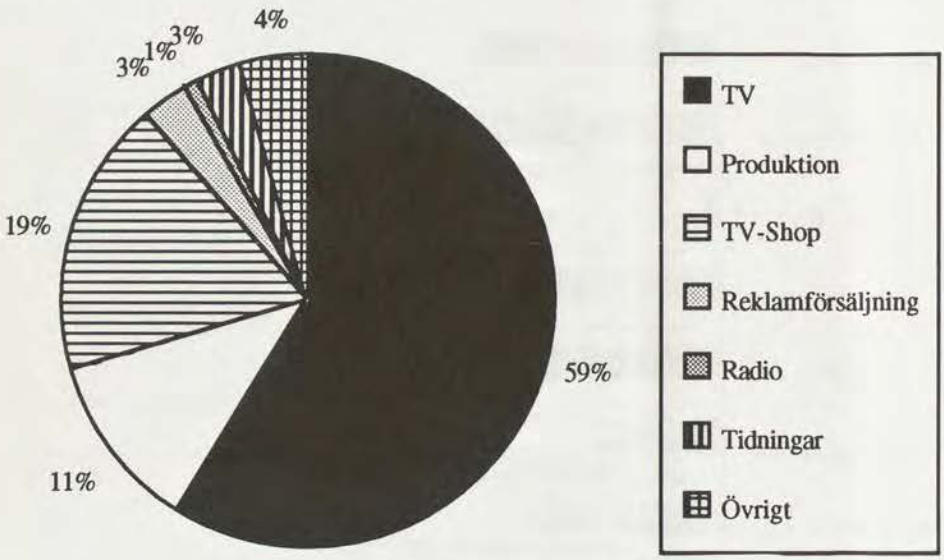


Källa: Årsredovisning för AB Bonnierföretagen 1995. Pressens Tidning 5/1997.

Anm: * Beräknad andel. ** Arbetarrörelsens press ägs av ett femtontal självständiga bolag. *** Inkl. GT:s upplaga 1996.

Den andre aktören med ambitioner att täcka hela mediefältet är Stenbecksfären med Kinnevik. Även om försök gjorts att komma in på tryckta medier och radio är den TV-relaterade verksamheten helt dominerande (diagram 7.3). Koncernens bokutgivning genom Brombergs Förlag svarar exempelvis för inte mer än 2 promille av omsättningen.

Diagram 7.3 Stenbecksfärens omsättning i olika mediebranscher 1996. Procent.



Källa: Bearbetning av årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996.
Anm: Uppgifter om Kabel-TV saknas.

Av de övriga flermedieägarna förefaller Schibsteds ha ambitioner att täcka många fält, även om koncernen än så länge endast är starka på kvällspress och TV-produktion. De flesta av ägargrupperna har en tydlig tyngdpunkt i en delbransch, som kompletterats med mindre engagemang på andra fält.

Tillkomsten av kommersiell radio och television har skapat möjligheter för en horisontell integration på de lokala medie-marknaderna. En rad tidningsföretag har de senaste åren engagerat sig i

de nya lokala radio- och TV-kanalerna (tabell 7.4). I de flesta län har numera den dominerande tidningen i den största staden även intressen i de lokala etermedierna. Speciellt stark ställning har VLT-koncernen, som i Västmanland dels äger samtliga flerdagarstidningar, dels är störste delägare i både en radiokanal och en TV-kanal. Några av de mest lönsamma tidningskoncernerna, Nya Wermlands-Tidningen, Herenco och Norrköpings Tidningar, har dock valt att inte investera i de nya medierna.

På grund av lagstiftningen är tidningsföretagen formellt inte majoritetsägare i radiokanalerna, men i regel är de den störste ägaren och i flera fall den drivande parten. I de lokala produktionsbolag som driver "TV-fönstren" intar TV 4 i egenskap av delägare och uppdragsgivare en central ställning och tidningarna förefaller vara relativt passiva ägare.

Flera motiv kan ligga bakom tidningsföretagens inträde på etermediemarknaden. Många tidningar såg inledningsvis den privata lokalradion som en möjlighet att utnyttja sitt journalistiska kunnande i en ny form. Utvecklingen mot renodlade musikkanaler har dock i regel inskränkt de lokala tidningarnas medverkan till leverans av lokala nyheter. Tidningsföretagen har också haft intresse att få del av och kontroll över två nya kanaler för reklam. I många fall har tidningarna utnyttjat sitt ägarintresse till att bygga upp nya samannonseringspaket för den lokala marknaden i press, radio och TV. Kontrollen över medierna används även till ömsesidig marknadsföring. Inflytande på reklammarknaden förefaller i dag vara viktigare för tidningsföretagen än möjligheten att påverka det redaktionella innehållet.

Tab 7.4 Horisontell integration på lokal nivå. innehav >10 procent.

Län	Ägargrupp	Huvudbolag	Press	TV	Radio
Norrbotten	Stiftelsen Norrbottenspress	Norrbottens-Kuriren	Norrbottens-Kuriren	*TV 4 Norrbotten*	*Rix 105,6 Luleå*
Västerbotten	Stiftelsen Skellefteåpress	Norra Västerbotten	Norra Västerbotten		*Rix ,92,4 Skellefteå*
Västerbotten	Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	Västerbottens-Kuriren		*Rix 104,2 Umeå*
Jämtland	Centerpartiet	Östersunds-Posten	Östersunds-Posten	TV 4 Jämtland	
Västernorrland	Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Örnsköldsviks Allehanda	Örnsköldsviks Allehanda		*Rix 104,8 Örnsköldswik*
Västernorrland	Högerpressens förlagsstiftelse	Västernorrlands Allehanda	Västernorr-lands Alle-handa		*Rix 106,6 Sundsvall*
Västernorrland	Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Sundsvalls Tidning	Sundsvalls Tidning		*Rix 106,6 Sundsvall*
Gävleborg	Centerpartiet	Hudiksvalls-Tidningen	Hudiksvalls-Tidningen		*Rix 105,5 Hudiksvall!*
Gävleborg	Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	Gefle Dagblad	Gefle Dagblad		*Rix 104,9 Gävle*
Västmanland	Släkten Pers	VLT	Vestmanlands Läns Tidning, Bärgslags-bladet/Arboga Tidning, Sala Allehanda, FagerstaPosten Avesta Tidning	*TV4 Bergs-lagen*	*Radio 106,,1 Västerås*
Uppsala	Axel Johanssons stiftelser	Upsala Nya Tidning	Upsala Nya Tidning	*TV Uppland*	Radio 1 Uppsala
Örebro	Liberala Tidningar AB	Nerikes Allehanda	Nerikes Allehanda Bergslagsposten		*Rix 106,3 Örebro*

Län	Ägargrupp	Huvudbolag	Press	TV	Radio
Stockholm	Jan Stenbeck	Kinnevik	Metro		Radio Rix 101,9 Stockholm, Power 106
Stockholm	Släkten Bonnier	Marieberg Bonnierföretagen	Dagens Nyheter Expressen		104,3 Megapol, Radio Vinyl
Stockholm	Wallenberg-sfären	Svenska Dagbladet TV 4	Svenska Dagbladet	TV Stockholm	
Gotland	Arbetarrörelsen och center-rörelsen på Gotland	Gotlands Tidningar	Gotlands Tidningar		*Radio Four, Gotland*
Östergötland	Släkten Ridderstad	Östgöta Correspon-denten	Östgöta Correspon-denten		*Gold 105, Norrköping East FM 106 1/2 Norrköping* [1]
Göteborg	Familjen Hjörne	Stampen	Göteborgs-Posten	*TV 4 Göteborg*[2]	*Rix 105,9 Göteborg* [3]
Göteborg	Släkten Bonnier	Marieberg	GT		107,8 Megapol
Älvsborg	Stiftelsen Tore G Wärenstam	Borås Tidning	Borås Tidning Ulricehamns Tidning		*Rix 107,1 Borås*
Halland	Centerpartiet	Hallands Nyheter	Hallands Nyheter	*TV4 Halland*	
Halland	Liberal Dagspress Invest	Hallandsposten	Hallandsposten		*Rix 104,2 Halmstad* *Rix 106,5 Varberg*
Kronoberg	Stiftelsen Barometern	Smålandsposten	Smålandsposten		*Radio Hit FM 105,8 Växjö*
Kalmar	Stiftelsen Barometern	Barometern	Barometern		*FM City Kalmar 105,4*
Blekinge	Stiftelsen Barometern	Blekinge Läns Tidning	Blekinge Läns Tidning		*Radio Hit FM 104,7 Karlskrona*

Län	Ägargrupp	Huvudbolag	Press	TV	Radio
Skåne	Familjen Sommelius	Helsingborgs Dagblad	Helsingborgs Dagblad		*Radio Stella Helsingborg*
Skåne	Släkten Bonnier	Sydsvenska Dagbladet	Sydsvenska Dagbladet	*TV4 Skåne*	
Skåne	Centerrörelsen i Skåne	Skånska Dagbladet	Skånska Dagbladet		*Energy 105,2*

Källa: Bearbetning av företagens årsredovisningar.

Anm: *Kursiv stil* = ägarandel 10–49 procent. [1]Östgöta Correspondenten är delägare i Norrköpings Radio & Co, som producerar programmen i de två kanalerna. [2]Ägarandel 5 procent. [3]Även delägare i Rix-stationerna i Borås och Varberg.

Förutsättningarna för de rikstäckande mediernas bevakning av andra delar än huvudstaden har genomgått stora förändringar. Kvällspressen som på 1960-talet byggde upp ett finmaskigt nät av riksredaktioner över hela landet har endast kvar kraftigt reducerade redaktioner i storstäderna. Även de stora morgontidningarna har dragit in sin kontinuerliga bevakning utanför utgivningsorten. Av Sveriges Radios och Sveriges Televisions personal är 42 procent respektive 35 procent verksamma utanför Stockholm. Även om många av dem arbetar med de lokala programmen svarar de för en inte obetydlig del av den nationella produktionen. Sveriges Televisions distrikt har dock inte som tidigare ansvar för en hel kanal utan deras verksamhet planeras av företagsledningen. TV4 har sin rikstäckande produktion koncentrerad till Stockholm medan kanalens lokala partners nästan enbart producerar lokala program. Även den privata lokalradions produktion är i hög utsträckning baserad i Stockholm.

Något automatiskt samband mellan ägarkoncentration och en minskad mångfald i mediernas innehåll finns inte. En koncentration på ägarsidan kan visserligen leda till att det redaktionella materialet samordnas, något som dock även kan ske utan ägarsamband. Å andra sidan kan en ägare låta sina tidningar, förlag och kanaler verka helt självständigt.

Den redaktionella samordningen inom vissa tidningskedjor kan tas som ett exempel på hur ett koncentrerat ägande påverkar innehållet. I regel berörs dock inte det lokala materialet och eftersom dubbelläsningen är ringa påverkas inte mångfalden för de enskilda läsarna. Redaktioner kan samverka utan ägarsamband. Exempel på detta är Avisa Centralredaktions och FLT:s levereranser av färdigredigerade sidor. Programnätverken inom den kommersiella lokal-

radion är andra exempel på syndikering, ofta men inte alltid med ägarsamband

Bonniers har haft som policy att driva sina dagstidningar oberoende av varandra. De av ägarna utsedda redaktionsledningarna har haft till uppgift att leda sina respektive tidningar utan samordning med eller hänsyn till övriga tidningar i gruppen. På liknande sätt konkurrerar sfärens affärstidningar, specialtidningar, bokförlag och bokklubbar med varandra på det redaktionella planet. På andra områden som administration, marknadsföring och distribution kan företagen samarbeta med varandra och därigenom uppnå stordriftsfördelar med bibehållen redaktionell integritet. Även i Stenbecksfären förekommer konkurrens mellan koncernens TV- och produktionsbolag. I dessa fall påverkar ägarna mångfalden indirekt genom sin rätt att utse den exekutiva ledningen och fördela koncernens resurser.

Utvecklingen mot fler och starkare flermedieägare kommer sannolikt att fortsätta. På det nationella planet kan det ligga nära till hands för utländska medieföretag att vidga sin verksamhet i Sverige till ytterligare något fält där man har en bred erfarenhet. CLT skulle kunna gå in på den digitala TV-marknaden, Bertelsmann och Hachette på bokmarknaden, Disney på TV-produktionsområdet etc.

På det lokala planet har redan att par tidningsföretag dragit sig ur etermedieprojekt, medan andra minskat sina andelar. Om inte de lokala radio- och TV-bolagen kan visa positiva resultat kommer troligen fler tidningsföretag att lämna branschen. De kvarvarande, TV4 på TV-sidan, Kinnevik, Bonniers och NRJ på radiosidan kommer i så fall att ytterligare förstärka sina positioner.

Som nämnts tidigare har det ökade flermedieägandet i många fall ökat konkurrensen på de enskilda delmarknaderna. Bonniers har fått motstånd av Wolters Kluwer på marknaderna för allmänlitteratur och affärspress, samtidigt som man själva utmanat det holländska bolaget på läromedelsmarknaden. Schibsted har genom offensiva förvärv på kort tid skärpt konkurrensen på flera områden. Det finns dock även en risk för att starka mediekoncerners inträde på nya marknader på sikt kan leda till att etablerade men ekonomiskt svaga företag slås ut. Sådana farhågor har väckts efter Mariebergs insteg på den sydvästskånska morgontidningsmarknaden.

En omfattande debatt har förts om, och i så fall hur, förändringar i ägarstrukturen påverkat mediernas innehåll. Rådet kommer i annat sammanhang diskutera dessa frågor.

7.3 IT-utvecklingen och medieägandet

Den snabba utvecklingen inom IT-området ställer medieföretagen inför stora utmaningar. Så gott som alla medieföretag försöker anpassa sin verksamhet till de nya teknikformerna. De största har startat utvecklingsbolag och i några fall även börjat exploatera tekniken kommersiellt. De flesta av dagstidningarna har hemsidor med skiftande ambitionsnivåer på Internet.

De etablerade medieföretagen möter alltmer konkurrens från andra typer av företag. Entreprenörer startar i snabb takt mjukvaruföretag, som är rika på kunskaper och idéer men fattiga på kapital. Dessa företag kommer troligen att följa utvecklingsmönstret för nya marknader, som till exempel fristående TV-produktion. Vissa företag kommer att växa och bli betydande aktörer, andra kommer inrikta sig på vissa nischer, medan åter andra kommer att köpas upp av storföretag. De traditionella medieföretagen kan troligen möta denna konkurrens genom att bilda allianser med eller köpa upp de farligaste uppstickarna.

Ett större hot mot medieföretagen än entreprenörerna kommer sannolikt storföretag från andra marknader att bli. I första hand har företag från närliggande branscher som kommunikation, datorer, underhållning etc. markerat sitt intresse att på allvar gå in på medieföretagens traditionella områden. I Sverige utgör Telia och Posten exempel på denna nya typ av medieaktörer, på internationell nivå har Microsoft mycket omfattande planer på att vidga sina verksamhetsfält. Frågan har väckts om det kan vara riktigt att staten via två distributionsföretag blir en aktiv aktör/medieproducent utan någon särskild public service-reglering. En annan ny grupp av medieintressenter utgörs av kapitalstarka företag som söker investeringsobjekt i framtidsbranscher. Investor har exempelvis deklarerat att bolaget kommer att koncentrera sina investeringar till ett par branscher, däribland kommunikationer och medier.

Medieföretagen sitter med ett par trumfkort i den nya konkurrenssituationen, dels sina kunskaper att presentera information och underhållning, dels sin tillgång till arkiv och rättigheter. Ett flermedieföretag som Bonniers kan exempelvis producera multimedieprodukter för barn med hjälp av sina filmbolag, barnboksförlag och serietidningar och marknadsföra dem genom en rad olika kanaler, både sina egna bok- film- och skivklubbar och genom bokhandel, kiosker, leksakshandel etc. På motsvarande sätt kan informationsföretag som Liber och Bonniers Affärsinformation använda sina resurser till att skapa attraktiva produkter på de nya marknaderna.

Ett möjligt scenario är att de icke-medieanknutna aktörerna bildar allianser med medieföretag, där de förra bidrar med kapital och hårdvaror och de senare med kunskaper om den centrala mjukvaran.

I debatten framförs ibland farhågor för att de traditionella medierna kommer att nästan helt konkurreras ut av de nya medieformerna. Dagens snabba omvandlingsprocess är dock inte på något sätt unik i mediehistorien. Den kan jämföras med situationen på 1920-talet då det svenska medielandskapet genomgick en omfattande förvandling med tillkomsten av radion och ljudfilmen, den snabba tillväxten av veckopressen, de första tabloidliknande tidningarna etc. Även då målades det upp hotbilder om hur boken och dagstidningen skulle dö ut, framtiden tillhörde de nya medierna. Både de traditionella medierna och de etablerade medieföretagen överlevde dock. Dagspressen och bokutgivningen klarade sig genom att framhäva sina speciella kvaliteter, de större medieföretagen genom att engagera sig i nya medier och samtidigt utveckla sina gamla verksamheter.

7.4 Sammanfattning

Medieägarstrukturen i Sverige har under 1990-talet genomgått stora förändringar. Både på den nationella och lokala nivån har antalet flermedieägare ökat. Ett antal stora icke-nordiska bolag har successivt etablerat sig på några delmarknader. De stora nordiska medieföretagen har deklarerat att de ser Norden som sin hemmamarknad och börjat expandera i grannländerna. Det finns tecken på att företag från andra branscher försöker slå sig in på framför allt de nya typerna av mediemarknader. Sammanfattningsvis har antalet medieaktörer på den nationella nivån inte förändrats markant, men däremot har de stora företagen ökat i antal.

På de lokala mediemarknaderna dominerar sedan länge ett antal ofta regionalt förankrade tidningsägare, numera med intressen även i kommersiella lokalradiostationer och i några fall även i lokala TV-bolag. Det totala antalet ägare på de lokala marknaderna har dock ökat. Arbetarrörelsens press har övertagits av lokalt förankrade ägare. TV4 är aktiv ägare i de lokala produktionsbolagen. NRJ, Kinnevik, Bonniers och Fria Media är huvudägare i ett stort antal radiostationer.

De lokala morgontidningsföretagen har genomgående behållit sina ledande positioner, däremot har det skett vissa förskjutningar inom kvällspressen. Public serviceföretagen inom radio och TV har fått vidkännas en allt intensivare konkurrens men behåller sin dominans på marknaden. På flera andra delmarknader har konkurrensen skärpts genom att nya starka aktörer kommit in.

De största svenska medieägarna, Bonniers och Jan Stenbeck, har de senaste åren utsatts för en allt hårdare konkurrens på sina respektive huvudmarknader. Bonniers möter Schibsted och Kinnevik på kvällspress- respektive den lokala morgontidningsmarknaden, Wolters Kluwer på bok- och tidskriftsmarknaderna, Allers och Egmont på populärpressfältet, Schibsted även på TV-produktions- och biografmarknaden etc. På TV-området utmanas Stenbeck av en rad starka aktörer som Wallenberg, Disney, Canal Plus, Bonniers, Schibsted, Endemol etc.

Några utvecklingstendenser kan sammanfattningsvis skönjas. De enskilda aktörerna kommer troligen att bli större. I första hand kommer de nordiska flermedieägarna att fortsätta sin expansion. De icke-nordiska medieföretagen har en stor potential att snabbt bli ledande aktörer på flera svenska delmarknader. Antalet aktörer kan komma att minska genom fusioner. Å andra sidan kan nya aktörer etablera sig främst på IT-området.

De svenska medieägarna brukar framhålla att deras styrka är att de känner till marknaden och publikens intressen. På flera medieområden finns det dock en strävan att avskaffa de nationella särdragen, vilket skulle gynna de stora utländska bolagen. Många av svenskspråkiga underhållningsprogrammen formateras helt i utlandet. Radio Energy skall låta på samma sätt i Berlin som i Kåge.

Fotnoter

[1] Dagens Nyheter 1995-11-07. Delårsrapport för Tidnings AB Marieberg januari–september 1995. Göteborgs-Posten 1995-11-07.
[2] Journalisten ca 1996-02-01.
[3] Expressen 1997-06-06.
[4] Carl-Johan Bonnier i Dagens Industri 1997-06-07.
[5] Årsredovisning för Bohusläningens Tidnings AB 1992–1995.
[6] Svenska Dagbladet 1995-10-01.
[7] Dagens Nyheter 1994-08-19 och 1995-08-19. Svenska Dagbladet 1994-09-19 och 1994-09-22. Pressens Tidning 12/1995.
[8] Mediatrender 3/1997. Dagens Nyheter 1997-02-12.
[9] Dagens Nyheter 1996-10-23. Pressens Tidning 17/1996. Mediatrender 20/1996.
[10] Deni AB ägs av det av familjen Bonnier ägda Nya Deni HB (73 % av rösterna, 23 % av aktiekapitalet) och familjen Bonnier privat (27 resp. 77).
[11] Senare har HB Denis aktier i Marieberg övertagits av Deni AB.
[12] Dagens Nyheter 1996-07-02. Svenska Dagbladet 1996-07-02. Dagens Industri 1996-07-02.
[13] Årsredovisning för Vestmanlands Läns Tidning AB 1994 s 6. Svenska Dagbladet 1994-12-06. Mediatrender 20/1994 och 6/1995.
[14] Aktiebok för VLT AB 1996-12-30.
[15] Mediatrender 13/1994.
[16] Årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1995 s 41.
[17] Dagens Nyheter 1996-03-15.
[18] Mediatrender 5/1997.
[19] Dagens Nyheter 1996-03-15. Mediatrender 10/1996.
[20] Dagens Nyheter 1996-09-20 och 1996-12-11. Metro 1996-12-11.
[21] Metro 1996-12-11.
[22] Dagens Nyheter 1996-08-26.
[23] Annons i Dagens Nyheter 1996-10.
[24] Dagens Nyheter 1994-11-29. Svenska Dagbladet 1994-11-29. Annons i Svenska Dagbladet 1995-09-10.
[25] Dagens Nyheter 1996-10-12. Svenska Dagbladet 1996-10-12.
[26] Dagens Nyheter 1996-10-25.
[27] Dagens Nyheter 1997-02-07.
[28] Pressens Tidning 1/1997.

[29] Pressens Tidning 7/1995. Journalisten 19/1995.
[30] Svenska Dagbladet 1995-10-11.
[31] Svenska Dagbladet 1997-02-27 och 1997-02-28. Pressens Tidning 5/1997.
[32] Andersson, I, *Svenska Dagbladets historia del I,* s 385 ff.
[33] Mediatrender 1/1995. Rapporten – GP-koncernens verksamhetsberättelse 1994. Årsredovisning för Nerikes Allehanda AB 1994. Årsredovisningför Eskilstuna-Kuriren AB 1994.
[34] Folkrörelsernas Medieforum Informationsbrev 4/1995.
[35] Dagens Nyheter 1996-05-26.
[36] Aftonbladet 1995-11-21.
[37] Aftonbladet 1995-11-21.
[38] Aftonbladet 1995-11-22.
[39] Resumé 50-52/1995.
[40] Resumé 45/1995.
[41] Resumé 45/1995. Svenska Dagbladet 1995-12-23.
[42] Aftonbladet 1995-11-26.
[43] Aftonbladet 1995-11-25.
[44] Dagens Nyheter 1995-12-10.
[45] Expressen 1995-11-23.
[46] Dagens Nyheter 1995-11-27.
[47] Aftonbladet 1996-04-24 och 1996-04-25. Dagens Politik 1996-04-25.
[48] Svenska Dagbladet 1996-12-09. Mangfold i media. NOU 1995:3.
[49] Svenska Dagbladet 1996-11-11. Dagens Nyheter 1996-11-09. Mediatrender 20/1996.
[50] Svenska Dagbladet 1996-12-09.
[51] Svenska Dagbladet 1994-06-16. Dagens Næringsliv 1994-11-30.
[52] Dagens Nyheter 1994-06-16.
[53] DagensNyheter 1996-04-25.
[54] Aftonbladet 1996-04-25. Resumé 15/1996. Svenska Dagbladet 1994-05-11.
[55] Svenska Dagbladet 1996-04-25. Helsingborgs Dagblad 1996-04-25. Karl Erik Gustafsson i Dagens Politik 1996-04-25.
[56] Svenska Dagbladet 1996-04-25. Sydsvenska Dagbladet 1996-04-25.
[57] Expressen 1996-04-25.
[58] Aftonbladet 1996-04-25.
[59] Dagens Nyheter 1996-04-25.
[60] Värmlands Folkblad 1996-04-25.
[61] Dagens Nyheter 1996-05-11.
[62] Folket 1996-04-25.
[63] Svenska Dagbladet 1996-04-25.
[64] Expressen 1996-04-25.
[65] Mediatrender 13/1996. Pressens Tidning 13/1996.

[66] Mediatrender 15/1996.
[67] Mediatrender 12/1996 och 17/1996.
[68] Svenska Dagbladet 1996-11-19.
[69] Dagens Nyheter 1992-03-11 och 1992-03-15. Svenska Dagbladet 1992-02-19 och 1992-03-11.
[70] Svenska Dagbladet 1995-05-10. Mediatrender 9/1995. Dagens Nyheter 1995-10-17. Pressens Tidning 13/1996.
[71] Dagens Nyheter 1997-01-25. Pressens Tidning 2/1997. Mediatrender 2/1997.
[72] Svenska Dagbladet 1995-02-28. Jönköpings-Posten 1995-02-28.
[73] Mediatrender 4/1995.
[74] Mediatrender 1/1997.
[75] Mediatrender 17/1995 och 8/1996.
[76] Mediatrender 3/1996. Pressens Tidning 15/1996.
[77] Svenska Dagbladet 1994-10-24.
[78] Svenska Dagbladet 1996-04-29 och 1996-05-05.
[79] Pressens Tidning 15/1994.
[80] Mediatrender 18/1995.
[81] Pressens Tidning 1/1996.
[82] Svenska Dagbladet 1996-05-03. Dagens Nyheter 1996-05-03. Pressens Tidning 18/1996.
[83] Dagens Nyheter 1995-06-22. Svenska Dagbladet 1995-06-23. Citat i Dagens Nyheter 1995-06-25 från Anders Ferms artikel i Arbetet.
[84] Pressens Tidning 4/1995.
[85] Sundin, Staffan "Ägande i dagspress, privat lokalradio samt ickelicensfinansierad TV" i *SOU 1994:145 Ägarkoncentration i dagspress och radio/TV.* Stockholm 1994 s. 11–20.
[86] TS upplageuppgifter har använts som underlag för att studera utvecklingen. Under undersökningsperioden 1978–96 har TS ändrat sina rutiner för att fastställa upplagorna. Fram till 1994 mättes upplagorna första halvåret, därefter snittet för hela året. Reglerna för friexemplar har ändrats. En viss reservation måste därför göras för jämförelser mellan olika år. Förändringarna bör mer ses som trender än som exakta tal.
[87] Luleå, Lycksele, Östersund, Härnösand, Gävle, Karlskoga, Karlshamn, Visby och Motala. I Bollnäs/Söderhamn, Avesta/Hedemora och Skara/Lidköping är konkurrensen jämn på A-regionnivå, men områdena består av två marknader med var sin dominerade tidning.
[88] Årsredovisning för Östgöta Correspondenten 1994 och 1995.
[89] Mediatrender 20/1994.
[90] Dagens Nyheter 1996-12-28. SvenskaDagbladet 1996-12-23.
[91] Pressens Tidning 16/1995.
[92] Svenska Dagbladet 1996-01-19. Dagens Nyheter 1996-01-20.

[93] Pressens Tidning 16/1994. Mediatrender 9/1995. Pressens Tidning 9/1995. Resumé 19/1995.
[94] Svenska Dagbladet 1996-01-19.
[95] Resumé 4 Torsdag 1996.
[96] Pressens Tidning 1/1995. Resumé 7/1995 och 4 Torsdag 1996.
[97] Svenska Dagbladet 1996-10-04. Pressens Tidning 17/1996. Mediatrender 16/1996.
[98] Mediatrender 13/1995. Pressens Tidning 13/1995.
[99] Resumé 38/ 1995. Pressens Tidning 15/1995.
[100] Svenska Dagbladet 1996-01-19. Dagens Nyheter 1996-01-20.
[101] Pressens Tidning 19/1996.
[102] Stig Hadenius och Gustaf Anderberg, Vem äger vad i svenska massmedier? s. 169.
[103] Pressens Tidning 1/1994.
[104] Pressens Tidning 10/1994 och 16/1994. Mediatrender 20/1996.
[105] Mediatrender 3/1993. Pressens Tidning 1/1995.
[106] Mediatrender 1/1997.
[107] Mediatrender 2/1997.
[108] Pressens Tidning 1/1997.
[109] Pressens Tidning 7/1994. Resumé 1996-02-15.
[110] Pressens Tidning 14/1995. Svenska Dagbladet 1995-10-25. Pressens Tidning 20/1995.
[111] Det framgårinte om det enbart rör sig om artiklar från koncernens tidningar eller om även externt material är inräknat.
[112] Årsredovisning för Nya Wermlands-Tidningen 1994.
[113] Pressens Tidning 13/1995.
[114] Mediatrender 3/1996. Tidningarnas Tidning 1/1996. Årsredovisning för Nya Wermlands-Tidningen 1996.
[115] Pressens Tidning 20/1996.
[116] Dagens Nyheter 1994-12-09.
[117] Dagens Nyheter 1996-03-26.
[118] Journalisten 11/1995.
[119] Mediatrender 12/1995.
[120] Pressens Tidning 2/1997.
[121] Årsredovisning för Sydostpress i Kalmar AB 1994 s. 18.
[122] Svenska Dagbladet 1996-09-08. Pressens Tidning 13/1996 och 3/1997.
[123] Mediatrender 2/1997.
[124] Jonsson, S, *Pressen, reklamen och konkurrensen 1935–1978,* s. 227 not 5.
[125] TS-Boken 1994. Pressens Tidning 16/1993.
[126] Prop. 1992/93:70, s. 7.
[127] Prop. 1992/93:70, s. 5, 8, 15 och 26.

[128] För en utförligare beskrivnng av ägande på den privata lokalradiomarknaden 1993–94 se Sundin, S "Ägande i dagspress, privat lokalradio samt icke-licensfinansierad TV" i *SOU 1994:145 Ägarkoncentration i dagspress och radio/TV.* Stockholm 1994 s. 40–53.

[129] Pressens Tidning 17/1994. Journalisten 6/1995. Mediatrender 2/1995 och 5/1995. Resumé 6/1995.

[130] EterMedia 17/1995.

[131] Annons i Resumé 37/1995.

[132] Resumé 46/1995. Mediatrender 18/1995. Dagens Nyheter 1995-11-17. EterMedia 37/1995.

[133] Resumé 48 (tisdag)/1995.

[134] EterMedia 40/1994. Mediatrender 20/1994.

[135] EterMedia 41/1994, 2/1995, 3/1995. Mediatrender 1/1995 och 2/1996. Resumé 4/1995.

[136] Resumé 46/1995. Svenska Dagbladet 1995-11-11. Dagens Nyheter 1995-11-15. Journalisten 34/1995.

[137] Svenska Dagbladet 1996-08-26.

[138] Resumé 19/1995 och 10/1996. Annonser i Dagens Nyheter 1996-02-25 och 1996-09-15.

[139] Resumé 36/1996. Mediatrender 12/1996. EterMedia 27/1996.

[140] Mediatrender 4/1997.

[141] Mediatrender 5/1996 och 8/1996. Dagens Nyheter 1996-03-21.

[142] Dagens Nyheter 1996-10-19.

[143] Pressens Tidning 10/1993. Journalisten 27/1995.

[144] Mediatrender 6/1996. EterMedia 2/1997.

[145] Mediatrender 11/1996.

[146] Årsredovisning för Sydostpress i Kalmar 1994 s. 12 f och 20.

[147] Mediatrender 6/1996.

[148] EterMedia 20/1995. Mediatrender 11/1995 och 18/1995.

[149] Klassiska Hits' hemsida på Internet [1996-10-08].

[150] Dagens Nyheter 1996-04-21. EterMedia 21/1996.

[151] CLT:s televisionsverksamhet har fusionerats med Bertelsmanns.

[152] EterMedia 23/1995.

[153] Svenska Dagbladet 1995-06-30. EterMedia 23/1995. Dagens Nyheter 1996-04-20.

[154] Dagens Nyheter 1996-03-19 och 1996-03-22. Resumé 16/1996.

[155] Resumé 49/1995.

[156] Dagens Nyheter 1996-09-07.

[157] Årsredovisning för AB Östgöta Correspondenten 1995. Mediatrender 7/1996, 14/1996 och 16/1996. EterMedia 36/1996.

[158] En fullständig redovisning för varje radiobolags omsättning och resultat är mycket svår att göra på grund av att bolagen i stor utsträckning mottagit eller gett aktieägartillskott eller koncernbidrag.

[159] Årsredovisning för Tidnings AB Stampen 1995 s.4 och 20.
[160] Vision 2/1996.
[161] För en översikt över stationernas format se Malm, Krister: *Musik, Massmedier och Mångfald.* Arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna 1997:1 s. 186–197.
[162] Dagens Nyheter 1997-03-25.
[163] För en utförligare genomgång av TV-marknaden hänvisas till *Television i Sverige. ägande och struktur.* Arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna 1996:5.
[164] Inbjudan till teckning av aktier i MTV Produktion AB (publ).
[165] Inbjudan till teckning av aktier i MTV Produktion AB (publ).
[166] Årsredovisning för AB Bonnierföretagen 1996 s. 25.
[167] Bonnier Information 1/1995 och 1/1996. EterMedia 1/1995. Resumé 7/1995.
[168] EterMedia 22/94 och 7/1995. Mediatrender 8/1995. Svenska Dagbladet 1996-11-11.
[169] Vision 2/1996.
[170] Vision 2/1996.
[171] Expressen 1995-10-14. Resumé 7 II/1996. Dagens Nyheter 1996-05-04.
[172] Dagens Nyheter 1996-02-29.
[173] EterMedia 15/1996.
[174] Inbjudan till teckning av aktier i MTV Produktion AB (publ).
[175] Svenska Dagbladet 1997-02-15.
[176] Inbjudan till förvärv av aktier i TV4 AB.
[177] Dagens Nyheter 1997-02-05. Svenska Dagbladet 1997-02-05.
[178] Dagens Industri 1997-04-10.
[179] Mediatrender 2/93, 16/93, 4/94, 5/94 och 9/94. Pressens Tidning 15/93.
[180] Årsredovisningför TV4 AB 1995.
[181] Dagens Nyheter 1996-09-07. Även Västerbotten-Kuriren 1996-05-08.
[182] Mediatrender 20/1995. Dagens Nyheter 1995-12-09.
[183] För uppgifter om Kinneviks organisation och ägarstruktur se 6.5.1.
[184] TV6 och ZTV ingår i betal-TV-paketet ViaSat+.
[185] Årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996.
[186] EterMedia 26/1995.
[187] EterMedia 21/1996.
[188] Prospectus Scandinavian Broadcasting System SA 1995-07-27. I Dagens Nyheter 1995-08-22 och Resumé 35/1995 uppges Capital Cities ägarandel till cirka 40 procent.
[189] EterMedia 11/1995. Mediatrender 5/1995.
[190] Mediatrender 3/1996.
[191] Svenska Dagbladet 1996-12-04.
[192] Dagens Nyheter 1996-01-25.

[193] Svenska Dagbladet 1996-09-08. Dagens Nyheter 1996-09-10.
[194] Mediatrender 13/1996 och 2/1997. Svenska Dagbladet 1996-10-29 och 1996-11-29. Dagens Nyheter 1996-11-30 och 1997-01-31.
[195] Mediatrender 2/1997.
[196] EterMedia 21/1996. Annons för Teracom i Dagens Nyheter 1996-11-13.
[197] Annons i Dagens Nyheter 1997-01-04.
[198] Delårsrapport 1 januari – 30 juni 1996 för Industriförvaltnings AB Kinnevik. Årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1996.
[199] Annons i Dagens Nyheter 1996-06-16.
[200] Svenska Dagabladet 1996-11-25.
[201] Svenska Dagbladet 1995-03-22. Månadens Affärer 4/1995. Veckans Affärer 13/1995.
[202] Årsredovisning för Industriförvaltnings AB Kinnevik 1995.
[203] Göteborgs-Posten 1995-09-18.

Förkortningar

AP	Associated Press
CLT	Compagnie Luxemburgoise de Télédiffusion S.A.
FLT	Förenade Landsortstidningar AB
GD	Gefle Dagblad
G-P	Göteborgs-Posten
GT	Göteborgs-Tidningen
LO	Landsorganisationen
LRF	Lantbrukarnas Riksförbund
LT	Liberala Tidningar
MIH	M-Net International Holdings
MTG	Modern Times Group
NLT	Nya Lidköpings-Tidningen
NRJ	Energy
NSAB	Nordiska Satellitaktiebolaget
RUAB	Radioundersökningar AB
SAP	Socialdemokratiska Arbetarepartiet
SBS	Scandianvian Broadcasting System
SDR	Svensk Direktreklam AB
SES	Société Européenne des Satellites
SF	Svensk Filmindustri
SR	Sveriges Radio AB
SRAB	Svensk Radiobokning AB
SRU	Svensk Radioutveckling KB
SVT	Sveriges Television AB
TS	Tidningsstatistik AB
TSS	Telenor Satellite Services
TT	Tidningarnas Telegrambyrå
UR	Utbildningsradion AB
VK	Västerbottens Kuriren
VLT	Västmanlands Läns Tidning

Kommittédirektiv

Bilaga 1

Råd för mångfald inom massmedierna

Dir. 1995:13

Beslut vid regeringssammanträde den 2 februari 1995

Sammanfattning av uppdraget

För att skydda yttrandefriheten tillkallas ett råd med uppgift att överväga och föreslå åtgärder för att stärka mångfalden och motverka skadlig ägar- och maktkoncentration inom massmedierna. Rådet skall följa utvecklingen av förhållanden som har betydelse för mångfalden och utreda behovet av lagstiftning och/eller andra åtgärder som kan begränsa skadlig koncentration av ägandet av massmedierna.

Bakgrund

Demokrati, marknad och mångfald

Demokratin bygger på mångfald i nyhetsförmedling och opinionsbildning. Massmedierna är i den nutida demokratin avgörande för att denna mångfald skall bli verklighet. Om massmediernas mångfald hotas eller tillintetgörs förlamas också demokratin, vilket den europeiska historien gett åtskilliga exempel på under vårt sekel.

Mångfald i massmedier i modern mening uppstod i Europa och Nordamerika på 1800- och 1900-talen. Inskränkningarna i rätten att starta enskilda medieföretag, t.ex. förlag, tryckerier och tidningsföretag, togs bort och därigenom skapades på producentsidan förutsättningen för mångfald. Individer, intressegrupper och organisationer fick därmed också frihet att yttra sig i medierna och driva medieverksamhet som en del av det ideella eller politiska arbetet – även om man inte hade vinstintresset som främsta drivkraft.

Radion och senare televisionen, kom att betraktas på ett annorlunda sätt än pressen i flertalet stater som etablerat demokratiska styrelseskick. I Europa tillämpades i allmänhet strikt etableringskontroll, oftast i form av monopol under offentligt överinseende, för de nya massmedierna. Radiofrekvenserna sågs som en gemensam samhällstillgång och knappheten på frekvenser gjorde det naturligt att fördela dessa i det allmännas – oftast statens – regi. Till detta anfördes också motiv förknippade med de nya mediernas genomslagskraft.

Den tekniska utvecklingen framstår som den viktigaste enskilda faktorn bakom de senaste årtiondenas förändringar inom massmedieområdet.

Tekniska landvinningar, framför allt inom elektronikens område, har gjort att geografiska begränsningar har mist mycket av sin tidigare betydelse. Med satelliternas hjälp kan ett stort antal TV-program spridas utan hänsyn till territoriella gränser. Tidningar kan ges ut samtidigt i olika delar av världen. Förbättrad teknologi gör att nyheter, information och underhållning kan erbjudas allmänheten i nya former, också sådana som kanske inte räknas till de traditionella massmedierna, t.ex. databaser.

Den nya tekniken har betytt mycket för att öka valmöjligheterna och ge människor tillgång till nya informationskanaler. Den tekniska utvecklingen har gjort att marknadskrafterna fått ökat spelrum också inom de delar av massmedieområdet som tidigare har varit skyddade från konkurrens.

De senaste decenniernas utveckling kännetecknas av en allt starkare *internationalisering* av medieföretagandet i press, radio och TV. Denna faktor har förstärkts av en ökande integration av olika sorters medieföretag i stora *multimediekonglomerat*, engagerade i flera medier, t.ex. film, TV, radio, press och förlag, men också under senare år, efter vissa avregleringar, i telekommunikationer. Stora internationellt verksamma företag har kommit att spela en allt viktigare roll, både när det gäller uppköp av befintliga företag och etableringar på nya medieområden.

Handeln med *rättigheter* har under senare tid ökat i betydelse, framför allt inom musik-, film- och TV-programområdena.

Kontrollen över *distributionskanalerna* inom televisionen: kabelnät och satelliter, men även system för kryptering och abonnenthantering, har blivit en annan ny betydelsefull faktor för inflytandet över medierna. Under senare tid har distributionsmöjligheterna för satellit- och kabel-TV tenderat att koncentreras till ett allt mindre antal allt större företag.

Oron för mediekoncentration

Företagsnedläggelser och sammanslagningar av företag är naturliga inslag i en marknadsekonomi. Oron för vad marknadsprocesserna medför på mediernas område har dock varit stor i många länder och i olika politiska läger. Koncentrationen av ägandet inom medierna till ett allt mindre antal företag hotar möjligheterna för skilda grupper och intressen att komma till tals genom medierna. Att starta nya företag kan ha blivit svårare genom de redan verksamma ägarintressenas kontroll över marknaden. En helt fritt verkande marknad kan därmed komma att ses som ett hot mot yttrandefriheten.

Den nya tekniken, med alla sina möjligheter till ökad medverkan och delaktighet för den som kan utnyttja den, kan också inrymma risker. Klyftorna i samhället kan vidgas genom att redan resursstarka grupper bättre kan utnyttja nya möjligheter till information och kommunikation än flertalet konsumenter.

Ägandet av massmedier kan påtagligt förändra de politiska maktförhållandena. Det finns i Europa aktuella exempel på hur en dominerande ägarposition inom medierna har spelat en avgörande roll för politiska framgångar.

I många länder har internationaliseringen av ägandet av massmedier stått i fokus för debatten. Det utländska inflytandet har setts som ett hot mot inhemska gruppers möjlighet till deltagande i politisk debatt och därmed som ett särskilt allvarligt hot mot yttrandefriheten.

Europarådet, EU, Nordiska ministerrådet och internationella forskningsinstitut har under senare år utfört studier och utredningar om mediekoncentration. Europarådet har nyligen fastlagt riktlinjer om insyn i medieägandet, något som är en förutsättning för andra åtgärder för att stärka mångfalden inom medierna. EU överväger åtgärder för att samordna lagstiftning mot mediekoncentration i medlemsländerna.

De flesta länder i Västeuropa och Nordamerika har i lagstiftningen infört någon form av begränsning av rätten till företagsförvärv eller marknadsdominans på massmedieområdet.

I många fall har affärstransaktionerna på området emellertid haft ett så snabbt förlopp att myndigheterna inte kunnat hindra en oönskad utveckling i riktning mot minskad konkurrens och dominans av ett fåtal grupper. Efter hand har också på vissa områden en ökad koncentration av ägandet godtagits av regeringar för att ge de nationella eller europeiska företagsgrupperna ökad konkurrenskraft gentemot utländsk dominans, speciellt av amerikanska företag inom filmområdet och TV-underhållningsbranschen.

I Sverige har i flera sammanhang oron för koncentrationsprocessen lett till åtgärder från statens sida. Det främsta uttrycket för detta är

presstödet, vilket under det tjugotal år som det funnits har medverkat till att mångfalden inom tidningsområdet kunnat bibehållas i högre grad i Sverige än i andra länder i västvärlden.

Statsmakterna har vidare genom avtal med programföretagen inom radio och TV strävat efter att öka mångfalden på lokal nivå, t.ex. genom införande av regionala radio- och TV-sändningar.

Farhågor för uppbyggnad av stora medieföretag med starkt inflytande i flera branscher var bakgrund till att en utredning tillsattes år 1974 med uppdrag att pröva frågan om särskilda regler för kontroll av företagskoncentrationen inom massmediebranschen. Utredningens förslag lades fram år 1980 i betänkandet Massmediekoncentration (SOU 1980:28). Remissopinionen var splittrad för att inte säga negativ, och förslagen ledde inte till lagstiftning.

Den tidigare regeringen gav genom tilläggsdirektiv den 28 april 1994 i uppdrag åt Pressutredningen –94 att överväga behovet av ytterligare åtgärder från statens sida för att motverka en sådan ägarkoncentration inom massmedierna som är skadlig från yttrandefrihets- eller åsiktsbildningssynpunkt. Den nuvarande regeringen uppdrog den 10 november 1994 åt utredningen att till regeringen överlämna en rapport med det underlag kommittén har tagit fram med anledning av det nämnda tilläggsdirektivet. Uppdraget skulle därmed anses vara fullgjort. Kommittén har därefter avgett rapporten (SOU 1994:145) Ägarkoncentration i dagspress och radio/TV – fem promemorior och diskussionsinlägg.

Utgångspunkter för uppdraget

Mångfalden inom massmedierna är en förutsättning för yttrandefriheten. En koncentration av makten över massmedierna kan vara ett hot mot denna frihet, och därmed mot demokratin, om den leder till att möjligheterna till opinionsbildning och debatt minskar eller t.o.m. helt monopoliseras i hela eller delar av samhället.

Sett ur ett konsumentperspektiv kan maktkoncentration inom medierna, exempelvis integration mellan programproduktion och olika led i distributionskedjan inom televisionen, begränsa den enskilde medborgarens möjligheter att fritt välja mellan olika informationskällor.

Svårigheten att ingripa mot maktkoncentrationen i medierna har uppmärksammats under lång tid både nationellt och internationellt. Konkurrenslagstiftningen i enskilda länder eller internationell reglering inom EU har inte visat sig tillräckligt användbar för att komma tillrätta med problemen inom massmediesektorn. Konkurrens mellan olika

företag garanterar inte heller alltid mångfald i innehållet. Hänsynen till grundlagsfästa rättigheter sätter vidare bestämda gränser för vilka statliga åtgärder rörande ägande och inflytande inom massmedierna som kan genomföras.

Tendenser i förändringarna av ägande och inflytande inom medieområdet har emellertid under senare tid visat att frågan måste tas på allvar också i en stabil demokrati som den svenska. Det finns en risk för att de ekonomiska aktörernas handlande kommer att ställa de politiskt ansvariga inför fullbordat faktum. Nya maktstrukturer inom massmedieområdet kan hota mångfalden och demokratin.

I regeringsförklaringen aviserades en utredning för att belysa tendenser till ägarkoncentration på massmedieområdet.

Uppdraget

Rådets uppgift är att skydda yttrandefriheten genom att främja mångfald inom massmedierna. Det skall överväga och föreslå åtgärder för att stärka mångfald och konkurrens samt motverka skadlig ägar- och maktkoncentration. Däremot har rådet ingen myndighetsfunktion rörande ägarförändringar eller etableringar inom massmedierna.

Rådet skall följa utvecklingen och kartlägga och analysera problem när det gäller konkurrens och mångfald inom massmedierna, särskilt tendenser till koncentration av ägande och andra former av inflytande över medierna. Uppmärksamhet bör riktas mot tendenser till koncentration på det internationella, nationella, regionala och lokala planet inom olika mediesektorer och branscher och mot tendenser till ägande inom flera mediesektorer samtidigt. Konsekvenser av ägarförändringar för innehållet i massmedierna bör beskrivas och analyseras. Den tekniska utvecklingens konsekvenser och möjligheter för massmedieutvecklingen skall särskilt uppmärksammas. Rådet bör delta i den offentliga debatten om mångfald och maktkoncentration inom massmedierna.

Rådet skall överväga och föreslå åtgärder för att stärka mångfald och konkurrens och motverka skadlig ägar- och maktkoncentration inom massmedierna. Rådet skall bl.a. undersöka behov av och möjligheter till frivilliga överenskommelser på mediemarknaden i detta syfte. Vidare skall rådet utreda behovet av lagstiftning och/eller andra åtgärder som kan begränsa skadlig koncentration av ägandet av massmedierna. I detta arbete skall rådet särskilt samråda med utredningen om nya medier och grundlagarna (Ju 1994:13).

Rådet skall följa den internationella utvecklingen, särskilt inom EU och Europarådet samt de nordiska länderna. Rådet skall vara svenskt kontaktorgan till den expertkommitté rörande mediekoncentration och mångfald, vilket Europarådet upprättat och som skall ha korrespondenter i alla medlemsstaterna.

Redovisning av uppdraget

För utredningsarbetet gäller regeringens direktiv till samtliga kommittéer och särskilda utredare angående redovisning av regionalpolitiska konsekvenser (dir. 1992:50), om att pröva offentliga åtaganden (dir. 1994:23) och om att beakta jämställdheten mellan könen (dir. 1994:124). Förslag som lämnas av rådet skall belysas även ur ett samhällsekonomiskt och statsfinansiellt perspektiv. Förslag som leder till ökade utgifter eller minskade inkomster för staten skall åtföljas av förslag till omprioriteringar eller andra finansieringsvägar.

Rådets arbete skall redovisas så att ställning till dess fortsatta verksamhet kan tas senast i samband med 1998 års budgetproposition.

Rådet skall lägga fram förslag till åtgärder när rådet anser det befogat. Rådet skall vidare återkommande redovisa sitt arbete genom rapportering till regeringen om medieägande och mångfald inom medierna.

Regeringen avser att vid behov begära in underlag eller förslag rörande olika delar av rådets ansvarsområde.

(Kulturdepartementet)

Bilaga 2

Förteckning över arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna

1. Vad är mediekoncentration? 1995:1
2. Mediekoncentration – Bibliografi, 1995:2 (1:a upplagan slut)
3. Svenska medieägare. Ägarförändingar och samarbetsprojekt. Staffan Sundin 1995:3
4. Privat lokalradio, 1996:1 (slut)
5. Yttrandefriheten, grundlagarna och mediekoncentrationen. Rapport från seminarium 14 februari 1996, 1996:2
6. Svenska journalister om mångfald och medier, 1996:3
7. DN Debatt, 1996:4
8. Television i Sverige. Ägande och struktur, 1996:5
9. Musik, Massmedier och Mångfald. Krister Malm. 1997:1
10. Mediekoncentration i utlandet. Mediestruktur och regler om mediekoncentration i 19 länder. 1997:2

Statens offentliga utredningar 1997

Kronologisk förteckning

1. Den nya gymnasieskolan – steg för steg. U.
2. Inkomstskattelag, del I-III. Fi.
3. Fastighetsdataregister. Ju.
4. Förbättrad miljöinformation. M.
5. Aktivt lönebidrag. Ett effektivare stöd för arbetshandikappade. A.
6. Länsstyrelsernas roll i trafik- och fordonsfrågor. K.
7. Byråkratin i backspegeln. Femtio år av förändring på sex förvaltningsområden. Fi.
8. Röster om barns och ungdomars psykiska hälsa. S.
9. Flexibel förvaltning. Förändring och verksamhetsanpassning av statsförvaltningens struktur. Fi.
10. Ansvaret för valutapolitiken. Fi.
11. Skatter, miljö och sysselsättning. Fi.
12. IT-problem inför 2000-skiftet. Referat och slutsatser från en hearing anordnad av IT-kommissionen den 18 december. IT-kommissionens rapport 1/97. K.
13. Regionpolitik för hela Sverige. N.
14. IT i kulturens tjänst. Ku.
15. Det svåra samspelet. Resultatstyrningens framväxt och problematik. Fi.
16. Att utveckla industriforskningsinstituten. N.
17. Skatter, tjänster och sysselsättning. + Bilagor. Fi.
18. Granskning av granskning. Den statliga revisionen i Sverige och Danmark. Fi.
19. Bättre information om konsumentpriser. In.
20. Konkurrenslagen 1993-1996. N.
21. Växa i lärande. Förslag till läroplan för barn och unga 6-16 år. U.
22. Aktiebolagets kapital. Ju.
23. Digital demokr@ti. Ett seminarium om Teknik, demokrati och delaktighet den 8 november 1996 anordnat av Folkomröstningsutredningen, IT-kommissionen och Kommunikationsforskningsberedningen. IT-kommissionens rapport 2/97. K.
24. Välfärd i verkligheten – Pengar räcker inte. S.
25. Svensk mat – på EU-fat. Jo.
26. EU:s jordbrukspolitik och den globala livsmedelsförsörjningen. Jo.
27. Kontroll Reavinst Värdepapper. Fi.
28. I demokratins tjänst. Statstjänstemannens roll och vårt offentliga etos. Fi.
29. Barnpornografifrågan. Innehavskriminalisering m.m. Ju.
30. Europa och staten. Europeiseringens betydelse för svensk statsförvaltning. Fi.
31. Kristallkulan – tretton röster om framtiden. IT-kommissionens rapport 3/97. K.
32. Följdlagstiftning till miljöbalken. M.
33. Att lära över gränser. En studie av OECD:s förvaltningspolitiska samarbete. Fi.
34. Övervakning av miljön. M.
35. Ny kurs i trafikpolitiken + bilagor. K.
36. Bekämpande av penningtvätt. Fi.
37. Ett tekniskt forskningsinstitut i Göteborg. U.
38. Myndighet eller marknad. Statsförvaltningens olika verksamhetsformer. Fi.
39. Integritet Offentlighet Informationsteknik. Ju.
40. Unga och arbete. In.
41. Staten och trossamfunden
    Rättslig reglering
    – Grundlag
    – Lag om trossamfund
    – Lag om Svenska kyrkan. Ku.
42. Staten och trossamfunden
    Begravningsverksamheten. Ku.
43. Staten och trossamfunden
    Den kulturhistoriskt värdefulla kyrkliga egendomen och de kyrkliga arkiven. Ku.
44. Staten och trossamfunden
    Svenska kyrkans personal. Ku.
45. Staten och trossamfunden
    Stöd, skatter och finansiering. Ku.
46. Staten och trossamfunden
    Statlig medverkan vid avgiftsbetalning. Ku.
47. Staten och trossamfunden
    Den kyrkliga egendomen. Ku.
48. Arbetsgivarpolitik i staten.
    För kompetens och resultat. Fi.
49. Grundlagsskydd för nya medier. Ju.
50. Alternativa utvecklingsvägar för EU:s gemensamma jordbrukspolitik. Jo.
51. Brister i omsorg
    – en fråga om bemötande av äldre. S.
52. Omsorg med kunskap och inlevelse
    – en fråga om bemötande av äldre. S.
53. Avskaffa reklamskatten! Fi.
54. Ministern och makten.
    Hur fungerar ministerstyre i praktiken? Fi.
55. Staten och trossamfunden. Sammanfattningarna av förslagen från de statliga utredningarna. Ku.
56. Folket som rådgivare och beslutsfattare.
    + Bilaga 1 och 2. Ju.
57. I medborgarnas tjänst.
    En samlad förvaltningspolitik för staten. Fi.
58. Personaluthyrning. A.
59. Svenskhemmet Voksenåsens förvaltningsform. Ku.
60. Betal-TV inom Sveriges Television. Ku.

Statens offentliga utredningar 1997

Kronologisk förteckning

61. Att växa bland betong och kojor.
Ett delbetänkande om barns och ungdomars uppväxtvillkor i storstädernas utsatta områden från Storstadskommittén. S.
62. Rosor av betong.
En antologi till delbetänkandet Att växa bland betong och kojor från Storstadskommittén. S.
63. Sverige inför epokskiftet.
IT-kommissionens rapport 5/97. K.
64. Samhall. En arbetsmarknadspolitisk åtgärd
+ Bilagedel. A
65. Polisens register. Ju.
66. Statsskuldspolitiken. Fi.
67. Återkallelse av uppehållstillstånd. UD.
68. Grannlands-TV i kabelnät. Ku.
69. Besparingar i stort och smått. U.
70. Totalförsvaret och frivilligorganisationerna – uppdrag, stöd och ersättning. Fö.
71. Politik för unga.
+ 2 st bilagor. In.
72. En lag om socialförsäkringar. S.
73. Inför en svensk policy om säker elektronisk kommunikation. Referat från ett seminarium anordnat av IT-kommissionen, Närings- och handelsdepartementet och SEIS den 11 december 1996. IT-kommissionens rapport 6/97. K.
74. EU:s jordbrukspolitik, miljön och regional utveckling. Jo.
75. Bosättningsbegreppet. Skatterättsliga regler för fysiska personer. Fi.
76. Invandrare i vård och omsorg – en fråga om bemötande av äldre. S.
77. Uppföljning av inkomstskattelagen. Fi.
78. Medelsförvaltning i kommuner och landsting. In.
79. Försäkringsmäklare. En lagöversyn av Försäkringsmäklarutredningen. Fi.
80. Reformerad stabsorganisation. Fi.
81. Allmännyttiga bostadsföretag.
+ Bilaga. In.
82. Lika möjligheter. In.
83. Om makt och kön – i spåren av offentliga organisationers omvandling. A.
84. En hållbar kemikaliepolitik. M.
85. Förmån efter inkomst – Samordnat inkomstbegrepp för bostadsstöden och nya kvalifikationsregler för rätt till sjukpenninggrundande inkomst. S.
86. Punktskattekontroll av alkohol, tobak och mineralolja, m.m. Fi.
87. Kvinnor, män och inkomster.
Jämställdhet och oberoende. A.
88. Upphandling för utveckling. N.
89. Handeln med skrot och begagnade varor. N.
90. Ändrad organisation för det statliga plan-, bygg- och bostadsväsendet. In.
91. Jaktens villkor – en utredning om vissa jaktfrågor. Jo.
92. Medieföretag i Sverige – Ägande och strukturförändringar i press, radio och TV. Ku.

Statens offentliga utredningar 1997

Systematisk förteckning

Justitiedepartementet

Fastighetsdataregister. [3]
Aktiebolagets kapital. [22]
Barnpornografifrågan.
Innehavskriminalisering m.m. [29]
Integritet Offentlighet Informationsteknik. [39]
Grundlagsskydd för nya medier. [49]
Folket som rådgivare och beslutsfattare.
+ Bilaga 1 och 2. [56]
Polisens register. [65]

Utrikesdepartementet

Återkallelse av uppehållstillstånd. [67]

Försvarsdepartementet

Totalförsvaret och frivilligorganisationerna
– uppdrag, stöd och ersättning. [70]

Socialdepartementet

Röster om barns och ungdomars psykiska hälsa. [8]
Välfärd i verkligheten – Pengar räcker inte. [24]
Brister i omsorg
– en fråga om bemötande av äldre. [51]
Omsorg med kunskap och inlevelse
– en fråga om bemötande av äldre. [52]
Att växa bland betong och kojor.
Ett delbetänkande om barns och ungdomars uppväxtvillkor i storstädernas utsatta områden från Storstadskommittén. [61]
Rosor av betong.
En antologi till delbetänkandet Att växa bland betong och kojor från Storstadskommittén. [62]
En lag om socialförsäkringar. [72]
Invandrare i vård och omsorg
– en fråga om bemötande av äldre. [76]
Förmån efter inkomst – Samordnat inkomstbegrepp för bostadsstöden och nya kvalifikationsregler för rätt till sjukpenninggrundande inkomst. [85]

Kommunikationsdepartementet

Länsstyrelsernas roll i trafik- och fordonsfrågor. [6]
IT-problem inför 2000-skiftet. Referat och slutsatser från en hearing anordnad av IT-kommissionen den 18 december. IT-kommissionens rapport 1/97. [12]
Digital demokr@ti. Ett seminarium om Teknik, demokrati och delaktighet den 8 november 1996 anordnat av Folkomröstningsutredningen, IT-kommissionen och Kommunikationsforskningsberedningen. IT-kommissionens rapport 2/97. [23]
Kristallkulan – tretton röster om framtiden.
IT-kommissionens rapport 3/97. [31]
Ny kurs i trafikpolitiken + bilagor. [35]
Sverige inför epokskiftet.
IT-kommissionens rapport 5/97. [63]
Inför en svensk policy om säker elektronisk kommunikation. Referat från ett seminarium anordnat av IT-kommissionen, Närings- och handelsdepartementet och SEIS den 11 december 1996.
IT-kommissionens rapport 6/97. [73]

Finansdepartementet

Inkomstskattelag, del I-III. [2]
Byråkratin i backspegeln. Femtio år av förändring på sex förvaltningsområden. [7]
Flexibel förvaltning. Förändring och verksamhetsanpassning av statsförvaltningens struktur. [9]
Ansvaret för valutapolitiken. [10]
Skatter, miljö och sysselsättning. [11]
Det svåra samspelet. Resultatstyrningens framväxt och problematik. [15]
Skatter, tjänster och sysselsättning.
+ Bilagor. [17]
Granskning av granskning.
Den statliga revisionen i Sverige och Danmark. [18]
Kontroll Reavinst Värdepapper. [27]
I demokratins tjänst. Statstjänstemannens roll och vårt offentliga etos. [28]
Europa och staten. Europeiseringens betydelse för svensk statsförvaltning. [30]
Att lära över gränser. En studie av OECD:s förvaltningspolitiska samarbete. [33]
Bekämpande av penningtvätt. [36]
Myndighet eller marknad.
Statsförvaltningens olika verksamhetsformer. [38]
Arbetsgivarpolitik i staten.
För kompetens och resultat. [48]
Avskaffa reklamskatten! [53]
Ministern och makten.
Hur fungerar ministerstyre i praktiken? [54]
I medborgarnas tjänst.
En samlad förvaltningspolitik för staten. [57]
Statsskuldspolitiken. [66]
Bosättningsbegreppet. Skatterättsliga regler för fysiska personer. [75]
Uppföljning av inkomstskattelagen. [77]
Försäkringsmäklare. En lagöversyn av Försäkringsmäklarutredningen. [79]
Reformerad stabsorganisation. [80]
Punktskattekontroll av alkohol, tobak och mineralolja, m.m. [86]

Statens offentliga utredningar 1997

Systematisk förteckning

Utbildningsdepartementet

Den nya gymnasieskolan – steg för steg. [1]
Växa i lärande. Förslag till läroplan för barn och unga 6-16 år. [21]
Ett tekniskt forskningsinstitut i Göteborg. [37]
Besparingar i stort och smått. [69]

Jordbruksdepartementet

Svensk mat – på EU-fat. [25]
EU:s jordbrukspolitik och den globala livsmedelsförsörjningen. [26]
Alternativa utvecklingsvägar för EU:s gemensamma jordbrukspolitik. [50]
EU:s jordbrukspolitik, miljön och regional utveckling. [74]
Jaktens villkor – en utredning om vissa jaktfrågor. [91]

Arbetsmarknadsdepartementet

Aktivt lönebidrag. Ett effektivare stöd för arbetshandikappade. [5]
Personaluthyrning. [58]
Samhall. En arbetsmarknadspolitisk åtgärd
+ Bilagedel. [64]
Om makt och kön – i spåren av offentliga organisationers omvandling. [83]
Kvinnor, män och inkomster.
Jämställdhet och oberoende. [87]

Kulturdepartementet

IT i kulturens tjänst. [14]
Staten och trossamfunden
Rättslig reglering
– Grundlag
– Lag om trossamfund
– Lag om Svenska kyrkan. [41]
Staten och trossamfunden
Begravningsverksamheten. [42]
Staten och trossamfunden
Den kulturhistoriskt värdefulla kyrkliga egendomen och de kyrkliga arkiven. [43]
Staten och trossamfunden
Svenska kyrkans personal. [44]
Staten och trossamfunden
Stöd, skatter och finansiering. [45]
Staten och trossamfunden
Statlig medverkan vid avgiftsbetalning. [46]
Staten och trossamfunden
Den kyrkliga egendomen. [47]
Staten och trossamfunden. Sammanfattningarna av förslagen från de statliga utredningarna. [55]
Svenskhemmet Voksenåsens förvaltningsform. [59]
Betal-TV inom Sveriges Television. [60]
Grannlands-TV i kabelnät. [68]
Medieföretag i Sverige – Ägande och strukturförändringar i press, radio och TV. [92]

Närings- och handelsdepartementet

Regionpolitik för hela Sverige. [13]
Att utveckla industriforskningsinstituten. [16]
Konkurrenslagen 1993-1996. [20]
Upphandling för utveckling. [88]
Handeln med skrot och begagnade varor. [89]

Inrikesdepartementet

Bättre information om konsumentpriser. [19]
Unga och arbete. [40]
Politik för unga.
+ 2 st bilagor. [71]
Medelsförvaltning i kommuner och landsting. [78]
Allmännyttiga bostadsföretag.
+ Bilaga. [81]
Lika möjligheter. [82]
Ändrad organisation för det statliga plan-, bygg- och bostadsväsendet. [90]

Miljödepartementet

Förbättrad miljöinformation. [4]
Följdlagstiftning till miljöbalken. [32]
Övervakning av miljön. [34]
En hållbar kemikaliepolitik. [84]