



Mediemyndigheten



Ägande- och branschstruktur på den svenska mediemarknaden

Innehåll

Inledning	3
Branschstruktur – de största svenska mediebolagen	4
Public service	6
Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom tv- och streaming	7
Distribution av tv	8
Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom radio	9
Bauer Media	9
Viaplay Group	10
Sveriges Radio	10
Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom dagspress	11
De stora techbolagens utveckling på den svenska mediemarknaden	12

Inledning

Mediemyndigheten har i uppdrag att publicera statistik och annan information om ägande- och branschstruktur. Som ett led i det arbetet publicerar myndigheten flera rapporter som beskriver medieutvecklingen i Sverige. Den här rapporten är en sammanställning av flera av Mediemyndighetens tidigare publicerade rapporter och ger en övergripande beskrivning av ägande- och branschstrukturen på den svenska mediemarknaden. Det är särskilt rapporten Medieekonomi 2023 som tas fram i samarbete med Nordicom som ligger till grund för den här rapporten.

Den svenska mediemarknaden är förhållandevis liten, ägarstrukturen är varierad, det finns börsnoterade företag med verksamhet i flera länder, koncerner som ägs av familjer eller ideella stiftelser samt en förvaltningsstiftelse som äger de tre public service-företagen. För att ge en överblick över de största medieföretagen som är verksamma på den svenska mediemarknaden har en Mediekarta tagits fram av Mediemyndigheten. Den innehåller ägarstrukturen över de största svenska medieföretagen inom tv, streaming, radio och dagspress. Kartan visar dock inte storleksförhållandet mellan de olika aktörerna men nedan finns en kortfattad genomgång av de största medieföretagen i Sverige sett till omsättning under 2022. Dessutom finns det korta beskrivningar av branschstrukturen för tv och streaming, radio samt dagstidningar. Utöver den svenska mediemarknaden finns även de största tech-bolagen med på kartan. Det är bolag som har utländska ägare och har stor påverkan på både svenskarnas mediekonsumtion och de svenska mediebolagens ekonomi.

Branschstruktur – de största svenska mediebolagen

Det största svenskägda eller svenskkontrollerade bolaget på den svenska mediemarknaden är musik- och ljudtjänsten Spotify, vars ägarbolag finns i Luxemburg. Koncernens moderbolag Spotify Technology SA är noterat på börsen i New York, USA. Omsättningen 2022 i det svenskregistrerade bolaget Spotify AB var cirka 77 miljarder kronor. Drygt 94 procent av Spotify AB:s omsättning under 2022 var kopplad till premiumkunderna. Resterande intäkter kom från bolagets annonsfinansierade tjänst, royalties och servicetjänster.

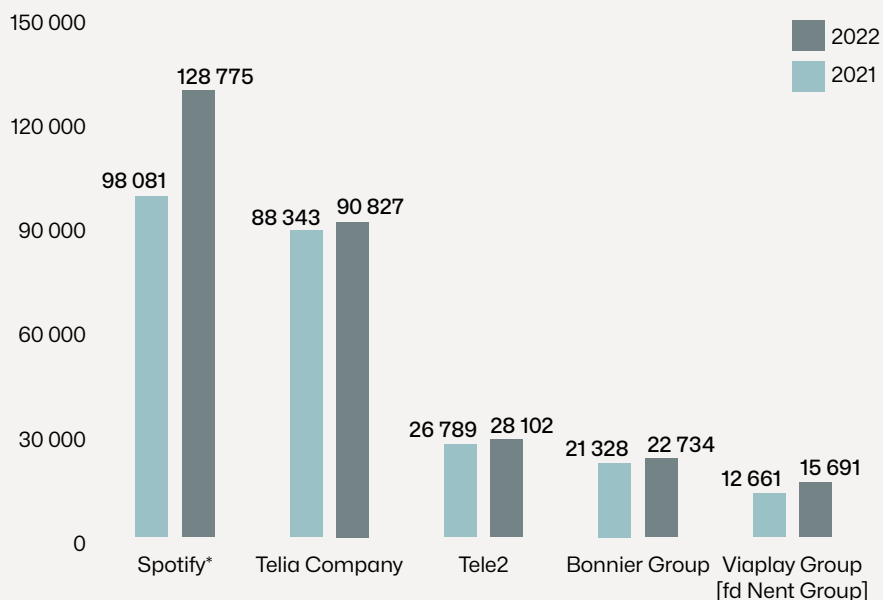
Fram till och med 2020 var telekombolaget Telia Company Sveriges största medieföretag. Men sedan ett par år är det näst störst efter Spotify Technology. Telia Company som har svenska staten som största ägare omsatte 2022 totalt 90,8 miljarder kronor och gjorde ett negativt rörelseresultat på -9,4 miljarder.

Vid sidan om Telia finns ett annat telekombolag, Tele2, bland de fem största svenska medieföretagen. Tele2 är ett börsnoterat bolag i Stockholm med Kinnevik AB som störste ägare. Tele2:s omsättning steg under 2022 till 28,1 miljarder, från 26,8 miljarder 2021. Enligt bolagets årsredovisning drevs tillväxten främst på av utvecklingen på privatmarknaden i Baltikum och företagsmarknaden i Sverige. Huvuddelen av deras omsättning, 22,1 miljarder (21,5 miljarder 2021), skedde i Sverige. Bolaget stärkte även sitt rörelseresultat jämfört med föregående år. Det ökade från 4,8 miljarder kronor 2021 till 6,6 miljarder 2022.

Familjen Bonniers mediekoncern som är verksam inom dagspress, film och tidskrifter i ett flertal länder, var under många år Sveriges största mediebolag. Det förhållandet förändrades när medievärlden digitaliserades och aktörer från närliggande branscher klev in på marknaden. År 2022 var Bonnier Group det fjärde största mediebolaget i Sverige med en omsättning på cirka 22,7 miljarder kronor. Av omsättningens nästan 23 miljarder kronor kom 7,2 miljarder från svenska Bonnier News och 9,3 miljarder från Bonnier News samlade verksamhet. Hela nyhetsverksamheten inkluderar intäkter från i första hand övriga Norden, i andra hand Europa och en mindre andel från resten av världen. Den enskilt viktigaste intäktskällan för nyhetsgrenen var de svenska prenumerationsintäkterna.

Minst av de fem största aktörerna var radio- och tv-koncernen Viaplay Group. Hela koncernen hade en total omsättning på knappt 15,7 miljarder kronor 2022 (12,7 miljarder 2021). Något mindre än en tredjedel, 32 procent eller 5 miljarder, av nettoomsättningen ägde rum i Sverige. Det var en mindre andel jämfört med både 2020 och 2021, då motsvarande andel var 39 respektive 36 procent. Trots att koncernens samlade nettoomsättning stärktes jämfört med 2021 så försämrades rörelseresultatet till 413 miljoner kronor. För ett par år sedan, 2020, var motsvarande rörelseresultat 3,2 miljarder kronor. Det krympande rörelseresultatet får sin förklaring i kraftigt ökade kostnader under 2022. Bland dessa märks inte minst bolagets tilltagande kostnader för försäljning, det vill säga kostnader för inköpt och producerat innehåll, sporträttigheter, distributionskostnader inklusive strömningsdistribution och alla kostnader som är direkt förknippade till försäljningen av en produkt eller tjänst, liksom kundservice och försäljningsprovisioner. Viaplay Group var under 2022 ett publikt aktiebolag med flera stora institutionella investerare som ägare.¹

Sveriges fem största medieföretag efter omsättning, 2021 och 2022 (mnkr)



Kommentar: *Avser koncernredovisning lämnad av Spotifys ägarbolag Spotify Technology S.A. med säte i Luxemburg. Värden omräknade från euro, årsgenomsnitt (1 EUR/10,9811 SEK 2022 och 10,1449 SEK 2021).

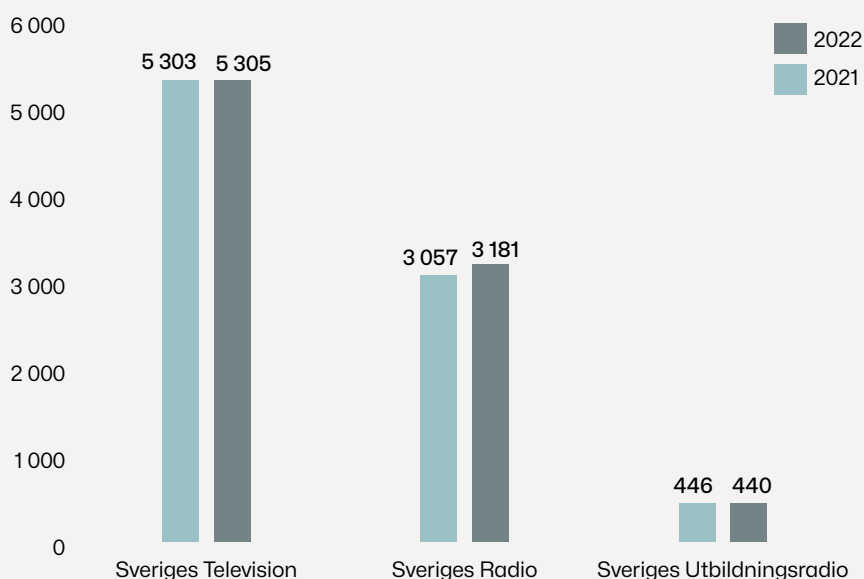
Källa: Företagens årsredovisningar.

Public service

Public service finansieras sedan den 1 januari 2019 av en individuell public service-avgift, vilken betalas av alla personer som fyllt 18 år och har en beskattningsbar förvärvsinkomst. Public service-avgiften uppgick 2022 till 1 procent av inkomsten, men med ett avgiftstak på 1 327 kronor per person (maximalt 1 300 kronor 2023). Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB äger och förvaltar samtliga aktier i programföretagen SR, SVT och UR. Stiftelsen erhöll 2022 i avgiftsmedel 8 773 miljoner kronor. Tillsammans med 343 miljoner i övriga rörelseintäkter, som visningsrätter och konsertverksamhet, uppgick rörelsens intäkter till 9 116 miljoner kronor.

År 2022 tilldelades UR 5 procent, SR 36 procent och SVT 59 procent av de avgiftsmedel som ställdes till programföretagens förfogande. Den största mottagaren, SVT, redovisade en samlad omsättning på 5 305 miljoner kronor 2022. Kostnader för egen personal utgör SVT:s enskilt största kostnadspost. Den följs av kostnaderna för utlagd produktion och inköp av visningsrätter. För SR uppgick de samlade intäkterna till 3 181 miljoner och även i detta fall var personalkostnaderna den största utgiftsposten. Därefter kom kostnader för administration, utomstående medverkande samt sport-, nyhets- och musikavtal. UR:s totala intäkter uppgick till 440 miljoner kronor. De stora kostnaderna är för personal och programinköp.

Intäkter för SVT, SR och UR, 2021 och 2022 (mnkr)



Källa: Företagens årsredovisningar.

Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom tv- och streaming

Teknikskiftet från det linjära till streaming pågår och drivs framåt både av aktörerna på tv-marknaden och tittarna. En av de viktigaste komponenterna i den utvecklingen är att affärsmodellerna i stor utsträckning kontrolleras av telekombolagen, Telia, Tele2 och Telenor, som även äger infrastrukturen för tv-distribution och bredband i Sverige.

Ägarkoncentrationen på den kommersiella tv-marknaden i Sverige är att beteckna som hög. En mycket stor andel av marknätets kanaler var 2022 kopplade till endast tre dominerande aktörer. Dessa tre stora är Telia Company, Viaplay Group och Warner Bros Discovery. Under 2022 ägde de tre bolagen välkända kanaler som TV4 och C More samt TV3 och TV6 liksom Kanal 5 och Discovery.²

Det är fortfarande tv-kanalerna TV4, TV3 och Kanal 5 som tillsammans med public service som utgör huvuddelen av det svenska tv-landskapet för linjär tv. Tillsammans har de fyra kanalgrupperna ungefär 95 procent av allt tittande på linjär tv. Det i kombination med en allmänt stark utveckling för tv-mediet har inneburit att de flesta företagen på tv-marknaden har kunnat räkna hem stora vinster under 2000-talet. Vinstmarginaler mellan 15 och 20 procent har inte varit ovanliga.

På marknaden för streaming har dock de svenska streaming-tjänsterna fått hård konkurrens av globala aktörer. Netflix är långt större än både Viaplay och SVT Play. Dessutom har flera andra amerikanska streamingtjänster tagit tittarandelar på den svenska marknaden. De traditionella tv-husen paketerar sitt innehåll i streamingtjänster, eller play-tjänster. De största är SVT Play, TV4 Play och Viaplay. Förutom de traditionella tv-husens playtjänster så finns det globala tjänster med ett utbud som är anpassat till en svensk marknad, till exempel Netflix, Disney+ och HBO Max (blivande Max). Netflix är, förutom Youtube, den största tjänsten för rörlig bild på den svenska marknaden. I det här segmentet kan också Amazon Prime, Apple TV+ och Paramount+ nämnas men de är avsevärt mindre på den svenska marknaden. Dessutom har operatörerna och de som tillverkar smart-tv-apparater egna tjänster.

² Medieekonomi 2023

Tv-kanaler har sedan en tid haft mycket kapitalstarka ägare som traditionellt sett inte varit mediehus, till exempel Telia AB som köpte TV4 av Bonnier. Den svaga konjunkturen har påverkat deras ekonomi negativt vilket har medfört vissa förändringar. En sådan är att de har slagit ihop C More Play med TV4 Play till en och samma playtjänst.

Kanal 5 har haft olika ägare genom åren och ägs sedan några år tillbaka av det amerikanska mediebolaget Discovery Communications som också har köpt Eurosport. Den kanalgruppen är registrerad i Tyskland. Discovery Communications har dessutom gått samman med Warner Media och bildat det gemensamma bolaget Warner Bros Discovery. Det gör att Kanal 5 numera ingår i samma koncern som tv-kanalerna CNN, Cartoon Networks och HBO. I samband med sammanslagningen upphörde tjänsten HBO Nordic och ersattes av HBO Max som nu byter namn till Max.

Viaplay har gjort stora investeringar i sporträttigheter under flera år men har inte lyckats generera tillräckligt med intäkter för att gå med vinst. Det har lett till att Viaplay behöver skala ned och planerar att fokusera på den nordiska kärnverksamheten framöver. Viaplay har fått nya ägare, förutom franska Canal Plus, har det tjeckiska mediebolaget PPF gått in som de största aktieägarna.

Distribution av tv

Det är telekombolagen Telia Company AB, Tele2 AB och norska Telenor ASA som äger distributionskanalerna för tv. Viaplay Group och Telenor har bildat ett gemensamt bolag för sina satellitsändningar, Allente. Bolaget Allente bildades 2020 och distribuerar tv via satellit och bredband. Det skapades genom ett samgående mellan Viaplay Groups verksamhet inom betald satellit- och bredbands-tv, Viasat Consumer, och telekombolaget Telenor Groups verksamhet inom betald satellit-tv, Canal Digital. Det nya bolaget Allente ägs till lika stora delar av Viaplay Group och Telenor.

Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom radio

Den kommersiella radiomarknaden är liten både vad gäller aktörer och omsättning. Att marknaden är liten har fått till följd att antalet tillståndshavare av kommersiella radiokanaler är få och att de bedriver omfattande samarbeten genom något av de två stora nätverken som beskrivs nedan. Samarbetena rör annonsförsäljning, tekniska tjänster och redaktionellt innehåll.

Ända fram till 2018 var det endast Sveriges Radio som hade möjlighet att sända nationell radio över FM-nätet. Från augusti 2018 har Bauer Media Audio Filial, NRJ Sweden AB och Kilohertz AB (Viaplay Group) var sitt nationellt tillstånd, där de sänder formaten Mix Megapol, NRJ respektive RIX FM. Dessförinnan hade den kommersiella radion enbart lokala/regionala tillstånd, men genom sina omfattande nätverkssamarbeten kunde de sända vissa format i en större del av Sverige.

Bauer Media

Bauer Media är en del av den tyska mediekoncernen Bauer Media Group som bland annat ger ut tidskrifter och sänder radio och tv. Bauer Media bedriver radioverksamhet i bland annat Sverige, Norge, Danmark, Finland, Irland och Storbritannien. I Sverige har Bauer Media genom tillståndshavaren Bauer Media Audio Filial ett nationellt tillstånd där formatet Mix Megapol sänds. Formatet Rockklassiker sänds på de nio regionala/lokala tillstånden. Bauer Media samarbetar med NRJ Sweden AB som också har ett nationellt tillstånd där det egna formatet NRJ sänds. Formaten Mix Megapol och NRJ har funnits sedan lokalradions början. NRJ Sweden AB sänder också formaten Svensk Pop och Radio Nostalgi Digital. Bauer Media är delägare i Nya Radio City AB som förutom att sända formatet Rockklassiker i två områden även sänder det egna formatet Retro FM i Skåne. Genom samarbete med Svenska Medietjänster AB sänds formatet Vinyl FM i två sändningsområden. Samarbetena rör tekniska tjänster, annonsförsäljning och programformat. Kanalerna sänds även via internet på plattformen Radioplay som också innehåller poddar.

Viaplay Group

Kilohertz AB ingår i koncernen Viaplay Group. Koncernen har även en omfattande tv-verksamhet inom och utom Sverige. Viaplay sänder kommersiell radio i Sverige och Norge. I Sverige innehas tillstånden av Kilohertz AB, som bland annat har ett nationellt analogt tillstånd och sänder formatet RIX FM. Formatet har sänts sedan lokalradion startade 1993. Vidare har Kilohertz AB 18 regionala/lokala analoga tillstånd. I tretton av dessa områden är bolaget ensam tillståndshavare. Genom att sända formatet Star FM i 18 sändningsområden har bolaget kunnat skapa ett seminationalt nät. Kilohertz AB samarbetar med DB Media AB kring formatet Lugna Favoriter och med Radio Nova AB kring formatet Bandit Rock. Inom nätverket samarbetar man kring annonsförsäljning, produktion, distribution och marknadsföring. Kilohertz samarbetar även med Skärgårdsradion AB kring annonsförsäljning och teknisk utsändning i DAB-nätet. Formaterna sänds även digitalt/online via streamingtjänsten I like radio, som sammanlagt innehåller ett tjugotal kanaler.

Sveriges Radio

Sveriges Radio sänder idag fyra nationella radiokanaler i FM-nätet, varav P4 är indelad i 25 lokala kanaler. Utöver det sänder Sverige Radio digitalt via DAB och internet samt har ett stort antal poddar samt en egen playkanal SR Play. Sveriges Radios verksamhet finansieras av en public service-avgift. Sveriges Radio har tagit en betydande plats på den växande poddmarknaden i Sverige och deras innehåll finns tillgängligt på externa tjänster, som exempelvis Spotify och Apples Podcaster.

Utvecklingen av ägande- och branschstruktur inom dagspress

I likhet med många andra länder i Europa präglas den svenska tidningsmarknaden av en påtaglig ägarkoncentration. Genom förvärv och samgåenden kontrolleras landets dagstidningar av allt färre ägare. Det är en strategi för att hantera konkurrensen på mediemarknaden att skapa färre men större tidningsgrupper. Under 2022 genomfördes ett antal affärer och omorganiseringar som förstärkte ägandekoncentrationen på tidningsmarknaden. En affär, som godkändes av Konkurrensmyndigheten under 2022, var korsägandet mellan Bonnier News Local och Gota Media. En affär som stärkte Bonniers position som den största aktören på den svenska tidningsmarknaden. Med storstadstidningarna (Di, DN, Expressen och HD-Sydsvenskan) och lokaltidningsföretagen Bonnier News Local samt Hall Media svarar Bonniers svenska tidningsrörelse för en omsättning på 6,8 miljarder kronor.

Under 2021 offentliggjorde Bonnier News Local och Gota Media, och deras ägare Stiftelsen Barometern och Tore G. Wärenstams stiftelse, sina planer på ett djupgående samarbete via korsägande. Även den affären godkändes av Konkurrensverket under 2022 och därmed blev Gota Media ägare till 20 procent av Bonnier News Local och Bonnier News Local till 30 procent i Gota Media. Den nya konstellationen kontrollerade 2022 totalt 55 betalda dagstidningar, varav 13 utgivna av Gota Media och 42 av Bonnier News Local. Dessutom ingår flera gratistidningar i samägandet. Gota Media och Bonnier News Local är tillsammans den svenska tidningsmarknadens största aktör. Dessutom genomfördes även en verksamhetsöverlåtelse av Skånska Dagbladet från kommanditbolaget Tidningsbärarna till Bonnier News Local under 2022.

Stampen Media AB ägs sedan 2019 ägs av ett konsortium PNV Media bestående av den norska koncernen Polaris Media AS samt NWT Gruppen AB och VK Media AB. Under 2021 utökade PNV Media AB sitt ägande i Stampen Media AB genom att förvärva närmare 100 % av aktierna från övriga ägare, inklusive familjen Hjärne. Efter förändringen äger Polaris Media 70 %, NWT Gruppen 20 %, VK Media 10 % medan resterande 0,009 % ägs av Journalistklubben och Unionenklubben på Stampen Media.

Den norska koncernen Schibsted äger bland annat Aftonbladet och Svenska Dagbladet. Schibsteds nuvarande affärsområde News Media samt innehav i Polaris Media ASA och andra medietillgångar planeras bli ett eget bolag (tills vidare benämnt "Schibsted Media) och därefter bli privatägt av den norska stiftelsen Tinius.

De stora techbolagens utveckling på den svenska mediemarknaden

EU-kommissionen har offentliggjort en lista över företag som klassas som "grindvakter" och kommer att omfattas av Lagen om digitala marknader (DMA).³ Det är Alphabet, Amazon, Apple, Bytedance, Meta och Microsoft. För att omfattas av DMA ska företaget ha ett börsvärde på minst 75 miljarder euro eller en försäljning i Europa på över 7,5 miljarder euro, samt minst 45 miljoner månatliga användare i EU.⁴ De stora techbolagen har en stor påverkan på den svenska mediemarknaden och ägs av globala bolag antingen från Kina eller USA. Deras påverkan omfattar både mediekonsumtionen och annonsmarknaden.

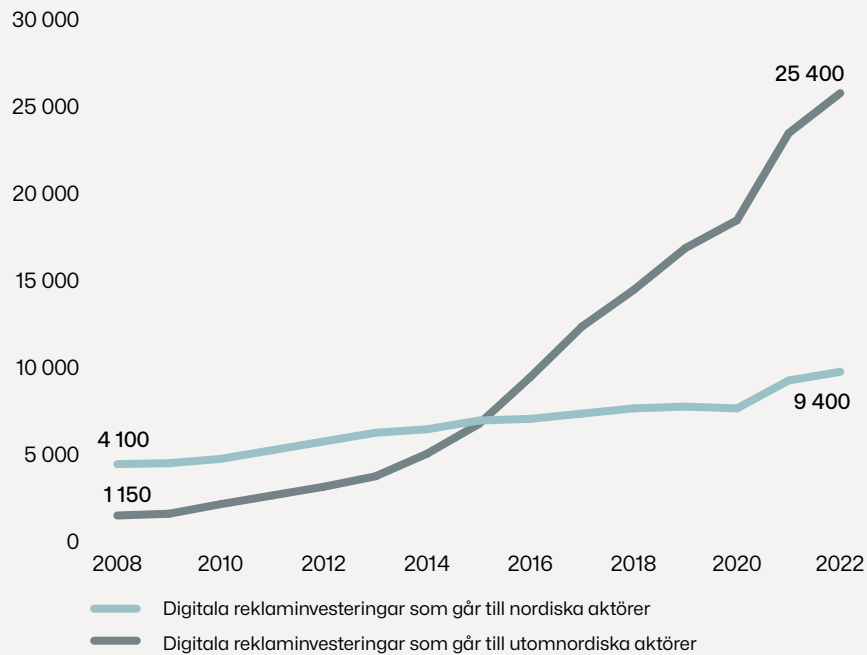
Drygt 40 procent av 2022 års reklaminvesteringar placeras i sökordsannonsering vilket är reklammarknadens största segment. Under 2022 steg dessutom investeringarna i sökordsannonseringen med 11,0 procent till 19,9 miljarder kronor och huvuddelen av dessa investeringar kan med stor sannolikhet sägas gå till Google. Internets andra stora underkategori, displayannonseringen, består av de sociala nätverkens och videoplattformarnas tjänster som Metas Facebook och Instagram samt Googles Youtube. Under 2022 ökade investeringarna i displayannonsering med 6,4 procent och uppgick därmed till 12,6 miljarder kronor. Enligt estimat från Nordicom uppskattas de utomnordiska aktörernas andel av de digitala investeringarna ha ökat från 34 procent för tio år sedan till cirka 73 procent 2022 vilket är lite mer än hälften av de totala reklaminvesteringarna.⁵ Det betyder att uppskattningsvis 25,4 investerade miljarder gick till utomnordiska bolag, som Alphabet och Meta, och ungefär 9,4 miljarder till nordiska.

³ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en

⁴ <https://www.tn.se/article/35321/sa-blir-ditt-digitala-liv-nar-jattarna-tuktas/>

⁵ Detta är en uppskattning andelen kan vara både större och mindre än estimatet.

Digitala reklaminvesteringar i Sverige som går till nordiska respektive utomnordiska aktörer, 2008–2022 (löpande priser, mnkr)



Kommentar: Uppgifterna om reklaminvesteringar i utomnordiska digitala reklamplattformer bygger på estimat utifrån IRM:s offentliggjorda statistik.

Källor: Nordicom (2021–2023) och Tobias Hedström, Smartplanner (2008–2020). Ursprungskällan är IRM.

Figuren ovan visar att gapet mellan reklaminvesteringarna i nordiska och utomnordiska aktörer fortsatte under 2022. Trots att de nordiska bolagens intäkter beräknas ha växt med uppskattningsvis 6 procent, vilket är i linje med hur displayannonseringen utvecklats i övrigt. Utvecklingen är densamma i flera andra länder. I Danmark uppskattades de utländska techbolagens andel av de digitala reklaminvesteringarna uppgå till cirka 65 procent under 2022. Marknadsanalysbolaget Warc uppskattar att drygt hälften av världens samlade reklaminvesteringar numera sker i ett fåtal globala bolag. Störst andel, cirka en fjärdedel, av reklaminvesteringarna uppskattas gå till Alphabet, medan näst störst andel, mer än en tiondel, sannolikt placeras i Metas produkter. Bland de fem giganterna ingår också de kinesiska bolagen Alibaba och Bytedance (Tiktok) samt amerikanska Amazon. Dessa bolag är även utsedda av kommissionen till Very Large Online Platforms (VLOPs) och omfattas av Lagen om digitala tjänster (DSA)⁶ tillsammans med ett flertal andra tjänster.

⁶ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>



Ansvarig utgivare: Mediemyndigheten.
Redaktör: Tove De Vries.
Foto: Shutterstock 2136489279, Gorodenkoff
Layout: Lisbeth Byman.
År: 2024.
Tel: 08-580 070 00.
E-post: registrator@mediemyndigheten.se