



Svensk marknad för radio och podd

Ägande, utbud och ekonomi 2025



Mediemyndigheten

I samarbete med

NORDICOM

Svensk marknad för radio och podd

Ägande, utbud och ekonomi

Författare: Tobias Lindberg, Nordicom

Utgivare: Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00

E-post: registrator@mediemyndigheten.se

Layout: Typoform

Foto: Johnér bildbyrå

År: 2025

ISBN: 978-91-531-6704-4

Innehåll

Sammanfattning och trender	5
1. Om rapporten	7
2. Radio- och poddbolagens utbud och ägande.....	9
2.1 Översikt utbud	9
2.2 Översikt ägande.....	10
2.3 Public service.....	10
2.4 Kommersiell radio.....	13
2.5 Lyssnartidens fördelning	16
2.6 Närradion – föreningslivets radio	17
2.7 Webb- och poddradio.....	18
3. Radio- och poddbolagens ekonomi	23
Källor.....	28
Bilagor.....	30

Sammanfattning och trender

Den svenska marknaden för radio och poddar präglas både av tradition och förnyelse. På ljudmarknaden finns både traditionell FM-radio, DAB-radio samt webb- och poddradio. Inom den analoga radion är i stort sett samma bolag verksamma i dag som i slutet av 2010-talet. På den digitala sidan har däremot en smärre explosion ägt rum i fråga om poddar och webbradio. Public service-bolaget SR är ohotat störst både i omsättning och konsumtion. Den kommersiellt finansierade radion domineras av musikorienterad formatradio samtidigt som en lång rad redaktionella och journalistiskt baserade verksamheter lanserats på poddmarknaden. Under senare år har även musik- och ljudbokstjänster närmat sig denna del av mediemarknaden.

Ägandet på radiomarknaden har sett ganska likartat ut under en följd av år. Vid sidan av SR och svenska Viaplay Group Radio finns framför allt tyska Bauer Media och franska NRJ. Till skillnad från hur det ser ut inom andra delar av mediemarknaden saknas ett nordiskt ägande bland radiobolagen. På podd- och webbsidan av marknaden har vi under de senaste åren sett ett inflöde av etablerade medieägare, som svenska Bonnier och norska Schibsted. Annars är poddmarknaden en av de få kvarvarande mediemarknader där enskilda entreprenörer kan nå betydande framgångar på riksplanet.

Ekonomiskt var 2024 ett år av tillväxt både för den kommersiella radion och poddarna. För public service var förändringen måttlig. De kommersiella radiobolagen var generellt sett mer lönsamma än poddmarknadens bolag. Både annonsörer och konsumenter tenderar att öka sina investeringar respektive kostnader inom marknaden för ljudmedier.



Om rapporten

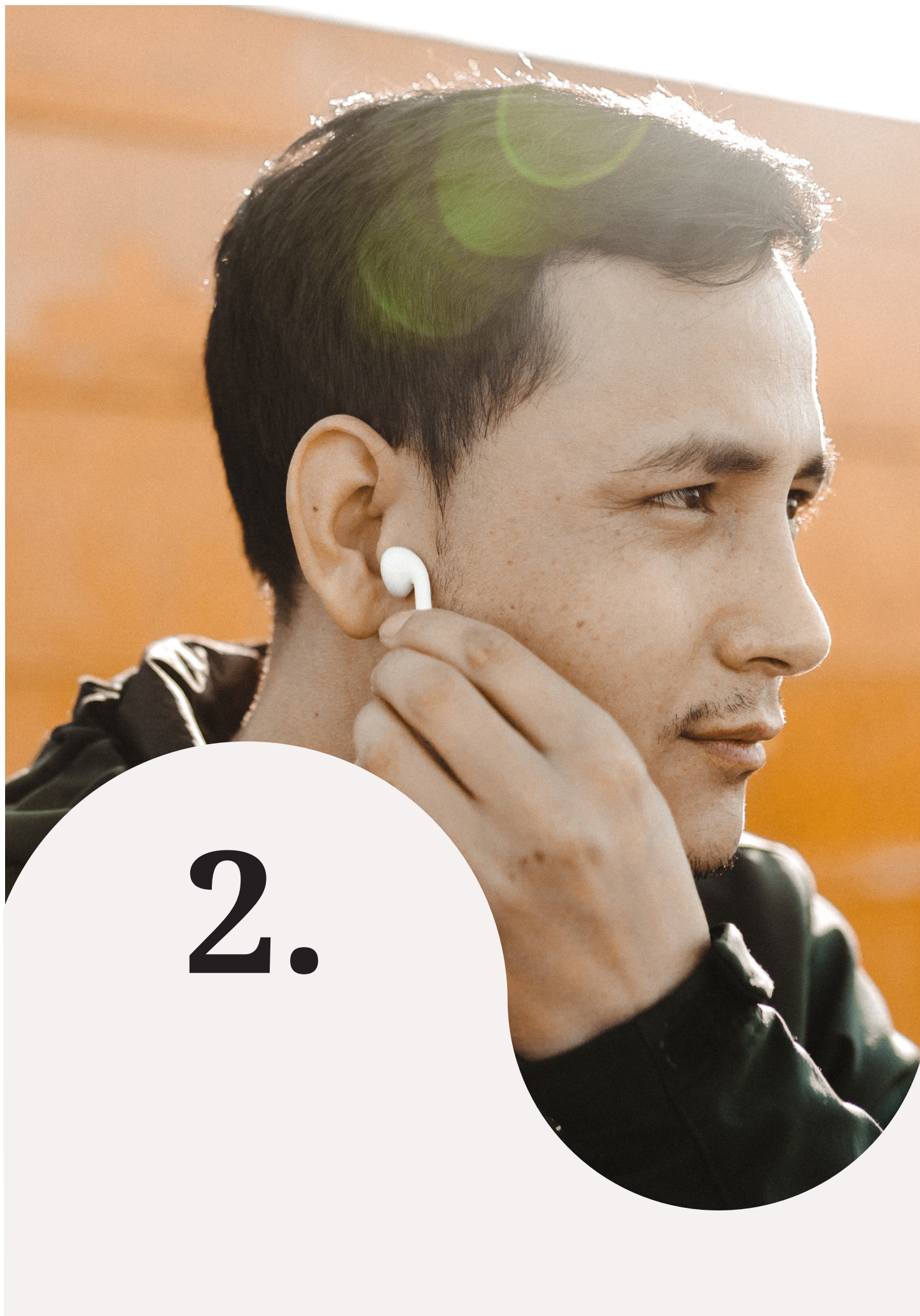
Mediemyndigheten har i uppdrag att verka för yttrandefrihet, medie- och informationskunnighet samt möjligheterna till mediemångfald och tillgänglighet. Myndigheten ska även följa och analysera utvecklingen inom medieområdet inklusive ägande- och branschstruktur, teknik, tillgång och konsumtion samt ekonomiska förhållanden. Som ett led i detta arbete publicerar myndigheten, i samverkan med Nordicom vid Göteborgs universitet, rapporten *Svensk marknad för radio och podd* med fokus på *ägande, utbud och ekonomi*.

Målet med den här rapporten är att teckna en översiktlig bild av marknaden för redaktionellt material och journalistik i ljud, som radio och poddar, under 2024 och första halvåret 2025. Rapporten inleds med en beskrivning av det redaktionella utbudet på nationell, regional och lokal nivå. I detta kapitel behandlas även ägandet av dessa medier. Mediebolagens ekonomiska situation tas upp i det avslutande kapitlet.

Med redaktionell radio avses här medier som via eter, internet eller andra digitala kanaler bedriver redaktionell verksamhet, vilken är riktad till en huvudsakligen i Sverige boende publik. Mer konkret handlar det alltså om olika former av redaktionellt producerande medier i analog eller digital form, det vill säga radio och poddar. Det betyder att musikbranschen och förlagsbranschens ljudböcker i all väsentlighet lämnas utanför denna rapport. Rapporten riktar alltså till stor del sitt intresse mot den del av marknaden som regleras av radio- och tv-lagen (2010:696).

Det ska redan här nämnas att rapporten bygger på ett stort antal källor. Den vanligaste typen av källa är de berörda bolagens verksamhetsberättelser och årsredovisningar. För att göra texten mer läsbar redovisas inte dessa källor i den kommande framställningen. Andra sorters källor, som akademiska studier, branschpress, marknadsstatistik, offentliga utredningar och liknande, redovisas däremot löpande. Rapportens analys har gjorts av Tobias Lindberg, medieforskare vid Nordicom.

Förutom denna rapport publicerar myndigheten också rapporterna *Svensk marknad för nyheter* och *Svensk marknad för tv och strömmad tv*.



2.

Radio- och poddbolagens utbud och ägande

I det här kapitlet behandlas de utbuds- och ägarförändringar som skett på marknaden för radio och poddar under 2024 och första halvåret 2025. Dessutom uppmärksammas relevanta trender och historiska förändringar. Ambitionen är att ge en bred bild av det redaktionella utbudet.

2.1 Översikt utbud

Utbudet på den svenska radiomarknaden kan delas upp i olika, delvis överlappande, delar. Den ekonomiskt och konsumtionsmässigt mest betydande delen av marknaden är den som regleras enligt radio- och tv-lagen, det vill säga sändningar som kräver olika former av tillstånd. Här hittar vi radio inom public service, kommersiell radio och ideell närradio.

Börjar vi med den analoga delen så är det radiokanaler som sänds via det markbundna och analoga FM-nätet, vilket varit i bruk sedan 1950-talet. För till skillnad från marknätet för tv, som digitaliserades i början av 2000-talet, sänds marksänd radio fortsatt med analog teknik i första hand. Det innebär att utrymmet för mängden kanaler är mindre i radion än vad det är för televisionen. Den största aktören i de analoga näten är public service-bolaget Sveriges Radio (SR) med sina fyra kanaler. I SR:s fall är det regeringen som utfärdar ett sändningstillstånd.

Vid sidan av public services icke-kommersiella kanaler används marknätets FM-band även av kommersiellt finansierade kanaler, så kallad reklamradio. De kommersiella radiokanalerna kan ansöka om tillstånd för nationell eller regional täckning. Det är Mediemyndigheten som utfärdar dessa tillstånd.

Precis som för den analoga radion är det regeringen som utfärdar tillstånd för public service att sända i det digitala marknätet, medan det är Mediemyndigheten som hanterar de kommersiella kanalerna. Digital radio är en sändningsform där radiosignalen överförs digitalt i marknätet med hjälp av DAB-teknik (Facht & Falk 2025).

En annan form av tillståndskrävande radio är närradion. Det är en analog sändningsform som riktar sig till ett lokalt område, ofta en enskild kommun (Hadenius 1998).

Vid sidan av den traditionella och tillståndspliktiga radion finns också webb- och poddradio. Dessa radioformer kräver inget tillstånd, förutom för public service-bolagen. Däremot ska webbsändningar av traditionella massmedieföretag och de som har utgivningsbevis för databaser registrera sådana sändningar hos Mediemyndigheten. Med webbradio avses här en radiosändning som sker över internet, till exempel via en sajt eller app. Begreppet poddradio står här för en tjänst som gör det möjligt att ladda ner ljudfiler till datorer och mobiler.

2.2 Översikt ägande

Under de senaste åren har den svenska mediemarknaden genomgått omfattande förändringar. Stora mediekoncerner har förvärvat mindre aktörer, korsägandet har ökat och andelen utländskt ägande har blivit mer påtaglig. Den traditionella radiomarknaden har dock utvecklats på ett annat sätt. Till skillnad från de flesta andra delar av medielandskapet har denna sektor präglats av en påfallande stabilitet.

Den svenska radiomarknaden domineras av två huvudsakliga aktörstyper: SR:s public service-kanaler och de privatägda kommersiella radiostationerna. Inom den kommersiella sektorn har strukturen varit i stort sett oförändrad sedan 2010-talet, med två dominerande nationella nätverk: det tyska Bauer Media och det svenska Viaplay Group Radio.

Däremot har den digitala delen av radiomarknaden, med podd- och webbradio, genomgått mer dynamiska förändringar. Nya aktörer har etablerat sig, lanserat egna plattformar samt skapat nya utgivar- och publiceringsstrukturer. Förändringarna har bidragit till en ökad konkurrens och differentiering inom ljudmedielandskapet.

I det nedanstående används den nyligen presenterade uppdelning av marknaden. Avsnittet börjar med att belysa SR:s analoga och digitala utbud på nationell och lokal nivå. Därefter avhandlas först de kommersiella radiobolagens utbud och ägande och senare närradions. Kapitlet avslutas med en genomgång av utbudet och ägandet på webb- och poddmarknaden.

2.3 Public service

Public service-bolaget SR är sedan slutet av 1990-talet ägt av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB (Förvaltningsstiftelsen). Stiftelsekonstruktionen infördes 1997 för att skapa en tydligare buffert, det som brukar kallas armlängds avstånd, mellan staten och de tre programbolagen. Formellt går det till så att stiftelsen äger och förvaltar aktierna i SR, SVT och UR, liksom utser bolagens styrelser. Däremot är det riksdagens partier som nominerar ledamöter till stiftelsens styrelse. Ägandet ser likadant ut genom hela strukturen, det vill säga att riks- och lokalradion har samma ägare (Förvaltningsstiftelsen 2024).

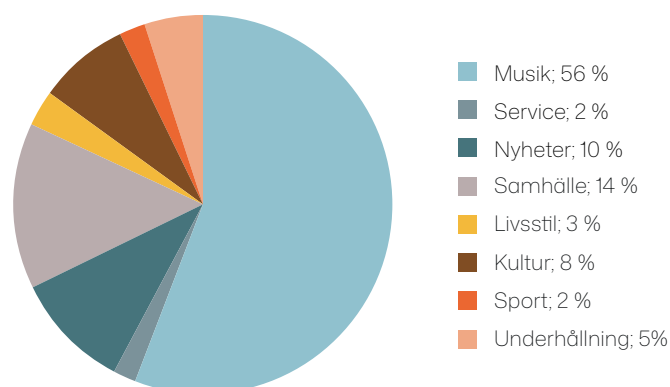
SR:s sändningstillstånd utfärdas av regeringen. Detta tillstånd innehåller övergripande riktlinjer för vilken typ av innehåll bolaget ska sända. Enligt gällande bestämmelser ska SR, liksom dess systerbolag inom public service, tillhandahålla ett mångsidigt programutbud som sträcker sig från breda, allmänorienterade program till mer nischade och särpräglade programtyper (prop. 2018/19:136). Dessa krav är inte knutna till enskilda kanaler, utan respektive bolag ges möjlighet att själva komponera sitt programutbud på det sätt som bäst uppfyller målsättningarna i sändningstillståndet.

Den nuvarande sändningsperioden löper från 2020 till och med 2025 (den kommande perioden avser åren 2026–33). I det nuvarande tillståndet betonas särskilt att SR ska stärka sin närvaro i geografiskt underbevakade områden samt säkerställa en ämnesmässig mångfald i sin rapportering. Nyhetsverksamheten utgör en viktig del av detta uppdrag.

Det ställs även krav på att nyhetsverksamheten ska präglas av mångfald i såväl nyhetsurval som i analyser och kommentarer. För att säkerställa transparens redovisar SR årligen hur man uppfyllt villkoren i sändningstillståndet genom en så kallad public service-redovisning.

Enligt redovisningen för år 2024 fördelades den totala marksända programtiden enligt följande: cirka 14 procent ägnades åt samhällsprogram, 10 procent åt nyheter, 8 procent åt kulturprogram och 2 procent åt sport. Den största andelen – 56 procent – utgjordes av musikinslag (figur 2.1).

Figur 2.1 SR, total marksänd tid fördelad på programkategorier 2024, avrundade procenttal



Källa: SR Public service-redovisning 2024 (2025).

Sveriges Radio – rikstäckande program

SR sänder rikstäckande program via sina fyra kanaler: P1, P2, P3 och P4. Nyhetsinslag återfinns i samtliga analoga kanaler samt på SR:s webbplats och i SR Play. Bolaget har omkring trettio nyhetsredaktioner med olika inriktningar. En betydande del av dessa redaktioner är lokaliserade till Stockholm, där även ungefär hälften av SR:s anställda har sin arbetsplats.

Som några exempel bland de redaktioner som sänder dagliga nyhetsinslag kan Ekot, Radiosporten, Sveriges Radio Finska och Sameradion nämnas. Ytterligare exempel inkluderar P3 Nyheter, Vetenskapsredaktionen och Kulturredaktionen, vilka också producerar och publicerar nyhetsinnehåll.

Programmet Klartext sänder nyheter på ett förenklat språk, särskilt anpassat för personer med intellektuell funktionsnedsättning. Det sänds i P1, P4 och via digitala plattformar. Juniornyheterna riktar sig till barn i åldern 9 till 13 år och förmedlar nyheter i en form anpassad för målgruppen.

Nyheter på engelska samt på de nationella minoritetsspråken finska, samiska, meänkieli och romani chib sänds via det analoga marknätet. Ekot Radio Sweden publicerar dessutom nyheter på ett flertal andra språk. Radio Sweden är en podd som innehåller nyheter på lätt svenska (SR 2025). Cirka 911 000 personer besökte SR:s digitala kanaler under en vanlig dag 2024 (Kantar 2025).¹

Sveriges Radio – lokalt utbud

I SR:s sändningstillstånd finns 2024 och 2025 ett uppdrag om att spegla förhållanden och befolkningen i hela landet. Som ett led i det uppdraget har SR fasta redaktioner på 52 orter i 50 av landets 290 kommuner. Huvuddelen av dessa utgjordes 2024 av redaktionerna inom P4, till exempel P4 Dalarna, Gotland och Östergötland. Till dessa kommer satsningar på tillfälliga och mobila redaktioner, som slås upp på mindre orter eller i stadsdelar i större kommuner. SR sänder även den lokala kanalen Din Gata i Malmö.

Det ska också nämnas att flera av de redaktioner som sänder i riksprogrammen även har lokal närvaro, till exempel den rörande kultur. Mest framträdande är dock Radiosporten, som även bedriver omfattande lokala sändningar.

Under årets första sex månader var SR i genomsnitt närvarande i 163 kommuner per vecka och 259 kommuner per månad. Det var något mindre jämfört med 2023 (SR 2025).

¹ Kantars räckviddsundersökning Orvesto Konsument studerar ett mediehus totala räckvidd. Måttet avser hur många människor som varumärket når i de egna kanalerna. De digitala räckvidderna utgår i en passiv mätning av 20 000 individers surfbeteende på mobil, appar och desktop. Mätningen avser genomsnittlig dag.

Sveriges Utbildningsradio

UR är det minsta av de tre public service-bolagen när det handlar om utbud. UR har ett i detta sammanhang både smalare och särskiljande kunskapsuppdrag, vilket vilar på utbildning och folkbildning. Under 2024 sände UR 354 timmar radio. Det var en liten minskning jämfört med de två föregående åren.

UR kategoriserar sitt innehåll efter utbildningsområde. År 2024 var kategorin folkbildning den klart största. Nästan hälften, 48 procent, av det radiosända innehållet hamnade i den gruppen (tabell 2.1).

Tabell 2.1 UR, sändningsvolym i radio per utbildningsområde, procent

Utbildningsområde	Radio
Barn och unga	26
Högskola	8
Folkhögskola/studieförbund	18
Folkbildning	48
Totalt	100

Källa: UR:s public service-redovisning 2024 (2025).

I princip tillgängliggjordes hela UR:s radioutbud via SR Play. Radioprogram gick även att ta del av via Spotify samt Apples och Googles poddtjänster (UR 2025).

2.4 Kommersiell radio

År 2024 fanns det tre radiokanaler med nationella tillstånd och 35 kanaler med regionala tillstånd för analoga sändningar. Innehavarna av de nationella tillstånden var Bauer Media, Viaplay Group Radio och NRJ Sweden. Viaplay Group Radio hade även 18 av de regionala tillstånden samtidigt som Bauer Media hade åtta och NRJ Sweden ett. Kvarvarande åtta tillstånd fördelades på fyra andra aktörer.

Samtliga nuvarande tillstånd för analog kommersiell radio upphör att gälla den 31 juli 2026 (Facht & Falk 2025). Under 2024 genomförde Mediemyndigheten inga nya tillståndsutlysningar.

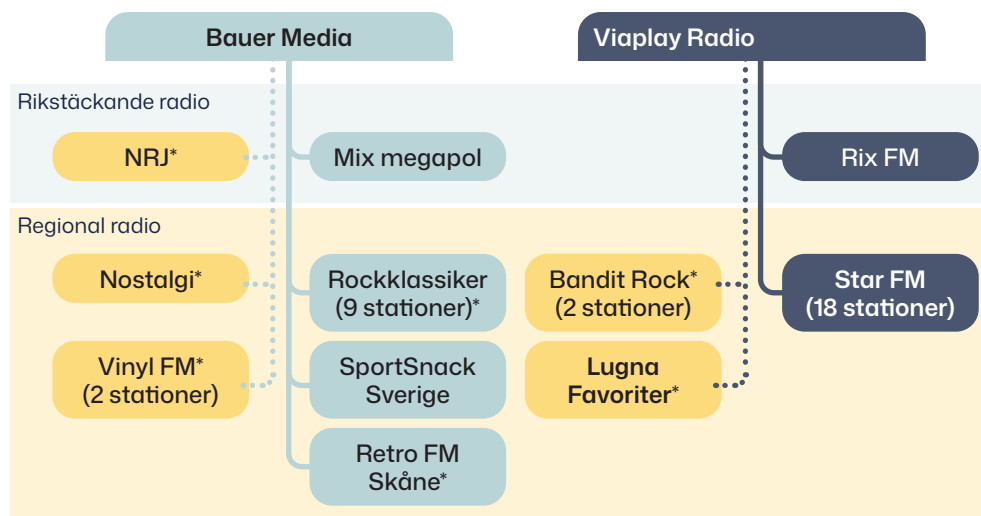
Flera av de kommersiella kanalerna sände också i det digitala marknätet med tekniken DAB+. Av de 31 kanalerna i det digitala marknätet var 28 rikstäckande och tre regionala eller lokala. Det digitala nätets tekniska räckvidd är begränsad till de tre storstäderna och delar av Norrbotten (SR 2025a). Lyssnartalen är blygsamma. Tillstånden för att sända i det digitala marknätet löper, precis som tillstånden för analog kommersiell radio, ut den sista juli 2026.

Bauer Media Audio

Den kommersiella radiomarknadens dominerande aktörer har alla olika former av utländskt ägande, helt eller delvis. Det privata bolaget Bauer Media Group ägs av den tyska Bauer-familjen och är sedan ungefär ett decennium tillbaka den största ägaren av kommersiella radiokanaler i Norden. Vidare är Bauer-gruppen en av Europas stora mediekoncerner med verksamheter som omfattar ett mycket stort antal tidskrifter, radiostationer och tv-kanaler. Bolagets radio-kanaler uppskattas nå ungefär 55 miljoner européer under en genomsnittlig vecka (Bonet et al 2021). I Sverige drivs verksamheten via Bauer Media Audio filial och dess dotterbolag Bauer Publishing. Filialen är en förgrening av aktiebolaget Bauer Media Audio Holding i Hamburg.

Bauers utbud har, liksom andra kommersiella aktörer, ett tydligt fokus på musik och redaktionell underhållning i sitt kanalutbud. En av Bauer Medias mest kända kanaler är den rikstäckande Mix Megapol. Kanalen har en bred målgrupp, men med fokus på dem mellan 35 och 54 år. Formatet beskrivs som *hot adult contemporary*. I utbudet finns aktualitetsprogram och insprängda nyhetsuppdateringar (Bauer Media 2025).

Figur 2.2 Ägande av radiobolag och nätverkssamarbete



Kommentar: Heldragen linje = Hel-/majoritetsägande. Streckad linje = samarbete/samverkan*
 Det nationella tillståndet för NRJ och tillståndet för Nostalgi ägs av NRJ Sweden AB. Två tillstånd för Rockklassiker samt Retro FM Skåne ägs av Bauer Media via Nya Radio City. Tillstånden för Vinyl ägs av Svenska Medietjänster AB, tillstånden för Bandit Rocks ägs av Radio Nova (Norrköpings Tidnings Media) och tillståndet för Lugna Favoriter ägs av DB Media.

Bauer Media är sedan 2018 också störste ägare av Nya Radio City. Genom dotterbolaget distribueras Radio FM och Rockklassiker i Skåne, Stockholms och Västra Götalands län, det vill säga via dotterbolagets tre regionala tillstånd. Bauer Media lade under våren 2025 ned FM-kanalen Feel Good Hits i Stockholm och lanserade i stället den sportinriktade stationen Sportsnack Sverige. Kanalen sänds över FM-bandet i Stockholm och via DAB+ i Stockholm, Göteborg och Malmö (Radionytt 2025).

NRJ Sweden och Svenska Medietjänster

Radiobolaget NRJ Sweden ingår som ett helägt dotterbolag i den franska företagsgruppen NRJ Group. Mediegruppen är verksam på 14 marknader antingen via fysisk närvaro eller licensiering. Vid sidan av radio ägnar sig gruppen även åt tv i Frankrike. NRJ Group är ett börsnoterat bolag, vilket till huvuddelen ägs av familjen Baudecroux (Bonet et al 2021). I Sverige samarbetar NRJ Sweden med Bauer Media. Kanalen sänder i formatet contemporary hit radio och har en ung målgrupp. Företaget har dessutom ett regionalt sändningstillstånd för kanalen Nostalgi Sverige över Stockholmsområdet. Både NRJ och Nostalgi Sverige drivs i samarbete med Bauer Media.

Svenska Medietjänster, med två kommersiella radiotillstånd för kanalen Vinyl i Linköping och Stockholm, samarbetar även de med Bauer Media.

Viaplay Group Radio

Den andra stora kommersiella spelaren är Viaplay Group Radio, vilken bland annat bedriver kommersiell radio samt strömningstjänster i Norge och Sverige. Bolagets föregångare bildades 2018 genom en avknoppning från det Kinneviks-ägda medieföretaget Modern Times Group (MTG) och börsnoterades i Stockholm under 2019. Bolaget tog sig namnet Viaplay Group 2022.

Viaplay Group Radios nationella kanal heter Rix FM. Kanalen vänder sig i första hand till personer mellan 20 och 54 år med formatet *adult contemporary*. Korta nyhetsuppdateringar sänds flera gånger per dag. På regional nivå sände företaget Star FM i alla de 18 län där man hade sändningstillstånd, liksom Bandit Rock och Lugna Favoriter i ett par av dessa. Det betyder att man sände i alla Sveriges län utom Gotlands, Skånes och Värmlands.

Viaplay Group förde under några år en expansiv tv-strategi med lanseringar på en mängd olika marknader, både i och utanför Norden. Men sommaren 2023 genomgick företaget en ekonomisk kris. Under denna fattade Viaplay Groups styrelse flera strategiförändrande beslut. Den tydligaste omprioriteringen var den strategiska förflyttningen från en vision om expansion i stora delar av världen till en ambition om lönsamhet i framför allt Norden. Den svenska radioverksamheten påverkades mindre av denna strategiförändring än andra delar av bolaget.

Krisen innebar emellertid att Viaplay Groups ägarstruktur förändrades. Flera svenska och nordiska storägare försvann och ersattes snart av den franska mediekoncernen Groupe Canal Plus och det tjeckiska investeringsbolaget PPF Group. Canal Plus kontrolleras av den franske affärsmannen Vincent Bolloré och dennes familj. Köpet har uppmärksammats för den kritik avseende otillbörlig ägarpåverkan som förts fram i Frankrike (Gelin 2024, Melesko 2024 och Scherman 2024).

Det av familjen Kellner kontrollerade aktiebolaget PPF är i sin tur verksamt i 25 länder med investeringar inom exempelvis e-handel, medier och telekom (Lindberg & Facht 2024). Bolagets mediesida, Central European Media Enterprises (CME), är främst engagerat på ett halvduzin central- och östeuropeiska marknader (PPF 2024).

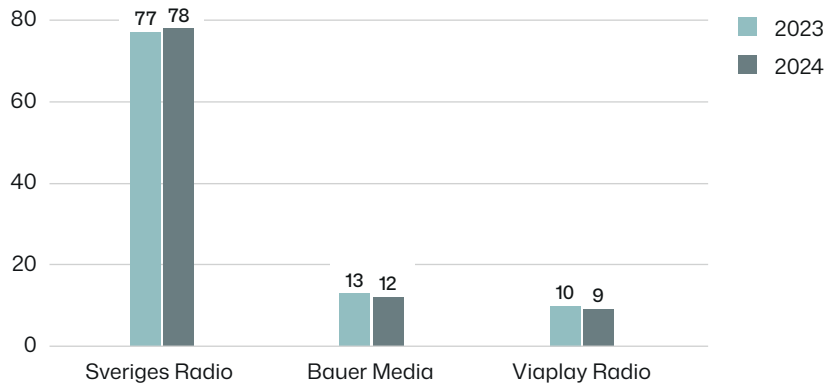
Dessa två bolag, Canal Plus och PPF, var i slutet av 2024 Viaplay Groups största aktieägare med 29 procent vardera av kapital och röster. Även Nordea Fonder var en betydande ägare med 11 procent. Under 2024 lanserades namnet Viaplay Radio som ett utåtriktat varumärke. Huvudkontoret för Viaplay ligger, trots att det huvudsakliga ägandet flyttats ur landet, kvar i Stockholm.

Precis som konkurrenten Bauer samarbetar Viaplay Group Radio med andra aktörer på marknaden. I Viaplays fall handlar det om Radio Nova och DB Media. Via Radio Novas, ägt av det stiftelseägda tidningsbolaget NTM Media i Norrköping, tillstånd sänds Viaplay-kanalen Bandit Rock medan kanalen Lugna favoriter sänds via det lokalt ägda DB Medias tillstånd.

2.5 Lyssnartidens fördelning

Hur ser då lyssnandet på de ovannämnda kanalerna och bolagen ut? Enligt de publikmätningar som genomförs av Kantar Media – på uppdrag av Bauer Media, SR och Viaplay Group Radio – har public service-bolaget en mycket stark ställning på radiomarknaden. Under 2024 stod SR:s kanaler för 78 procent av den totala lyssnartiden i Sverige. Bauer Medias lyssnarandel var 12 procent och Viaplay Radios var 9 procent (figur 2.3). Fördelningen av lyssnartid mellan aktörerna har varit stabil de senaste åren, utan några större förändringar. Mätningarna inkluderar lyssnande via FM, webbradio och DAB på de tre stora programföretagens kanaler (Facht & Falk 2025).

Figur 2.3 Radioföretagens marknadsandelar 2023 och 2024 (lyssningstidens fördelning i procent)



Not: Avser lyssnande i befolkningen 12-79 år. För att definieras som radiolyssnare generellt eller i relation till en specifik radiokanal alternativt till ett enskilt radioprogram krävs minst en minut lyssning på en radiokanal. Mätningen omfattar sändningar från Sveriges Radio, Bauer Media (med NRJ) och Viaplay Radio.

Källa: Lyssnarsiffror PPM, Mediafacts: Lyssnarsiffror radio, Kantar Media (bearbetad).

2.6 Närradion – föreningslivets radio

Närradiosändningar sker i det analoga FM-nätet och tillstånden ges till ideella föreningar eller religiösa församlingar, som får sända inom ett begränsat geografiskt område – vanligtvis inom en kommun.

Vid utgången av 2024 fanns det närradiosändningar i 144 områden i Sverige. Det var två fler än under föregående år. Totalt fanns det 483 aktiva tillstånd 2024, vilket var en minskning med 68 jämfört med året före. Antalet tillstånd har minskat under det senaste decenniet.

Närradion bedrivs vanligen i ideell form av olika föreningar. Närradions riksorganisation (NRO) samlar 46 medlemmar. Organisationen uppger att den representerar en majoritet av de drygt 1 000 föreningar som via lokala närradioföreningar sänder närradio i Sverige. Tre av NRO:s medlemmar är Borås Närradioförening, Mälardöarnas Närradioförening och Gävle Närradioförening. Dessa kan tjäna som exempel på hur mångfacetterade dessa verksamheter kan vara.

Närradion i Borås var 2024 en sammanslutning av sju föreningar som tillsammans sände program med olika inriktning och på olika språk. Det kan till exempel vara musikprogram och kristna program, liksom program på finska och albanska. Mälardöarnas förening sänder Radio Viking från Ekerö. Kanalens utbud är mer likt den kommersiella radions med populärmusik och programledare. För Gävles del samsas tre föreningar i etern: Seniorradion, Finska klubben och Hedviglundskyrkan.

2.7 Webb- och poddradio

Strax efter millennieskiftet började poddar och webbradio utvecklas som nya former av ljudmedier. Det tog dock tid innan dessa format fick genomslag på marknaden. I dag är både poddar och webbradio etablerade medieformer och används av en stor del av publiken. Utbudet är omfattande och distributionskanalerna så många att det är svårt att ge en kvalificerad uppskattning av dess omfång.

En framkomlig väg för att bilda sig en uppfattning av marknaden är att utgå ifrån tjänsten Poddindex. Denna tjänst ägs och drivs av Kantar Media och mäter så kallad teknisk räckvidd. Det innebär att man registrerar antalet unika lyssnare och antal lyssningar eller nedladdningar där lyssnaren tagit del av minst 60 sekunder av innehållet. I slutet av 2024 (vecka 52) listade Poddindex 900 olika poddar, vilket i sig endast är en del av den totala marknaden. 138 av de 900 poddarna kategoriserades som "samhälle/dokumentär", till exempel P3 Historia, GP Dokumentär och Polispodden Västra Skåne. Kategorin "nyheter/politik" rymde 43 poddar, som SR:s Radiokorrespondenterna Ryssland, SvD Politiken och Nyhetspodden från Norrtelje Tidning.

Poddindex fungerar som en branschstandard för att jämföra lyssnarsiffror mellan flera av de större aktörerna på poddmarknaden. Mätningen uppdateras varje vecka och omfattar enbart de poddar vars distributörer är anslutna till systemet. Däremot mäts lyssningen även om den sker via en plattform som inte är kopplad till Poddindex – så länge den bakomliggande distributören är ansluten till tjänsten (Facht & Falk 2025). Och enligt Kantar Medias data nådde poddarna 32 procent av befolkningen under en vanlig vecka 2024. Det är en nivå som varit stabil sedan 2022 (Grip & Ollevik 2025).

Sveriges Radio – stor bredd av poddar

Mätt i teknisk räckvidd är SR den största utgivaren av poddar i Sverige, enligt Poddindex. Allt innehåll som produceras av SR görs även tillgängligt som webbradio och oftast som podd. De senare distribueras i första hand via företagets egna digitala plattformar (Facht & Falk 2025). Flera av SR:s poddar är också några av de mest populära på marknaden, som P1 Dokumentär och P3 Dokumentär (tabell 2.2). För att stärka användningen av de egna plattformarna valde SR under 2024 att exklusivt publicera poddversionerna av programmen *Sommar* och *Vinter i P1* i SR Play och på den egna webbplatsen. Även andra SR-poddar distribueras enbart via de egna kanalerna.

Tabell 2.2 Mest lyssnade poddar enligt Poddindex 2024; unika spelare, miljoner

Podd	Distributions-plattform	Utgivare/publicist	Teknisk medieräckvidd
P3 Dokumentär	SR Play	Sveriges Radio	28,9
Sommar & Vinter i P1	SR Play	Sveriges Radio	17,9
Ursäkta	Podspace	Perfect Day Media	11,3
Alex & Sigges podcast	Podspace	Perfect Day Media	10,3
P3 Krim	SR Play	Sveriges Radio	9,1
Aftonbladet Daily	Acast	Schibsted	8,8
P1 Dokumentär	SR Play	Sveriges Radio	8,1
P3 Historia	SR Play	Sveriges Radio	7,7
USA-podden	SR Play	Sveriges Radio	7,4
Rättegångspodden	Acast	Tall Tale	7,3

Anm: Listan har tagits fram genom att addera veckovidd, i form av teknisk medieräckvidd, för respektive podd i Poddindex, för att få ut den totala medieräckvidden för respektive år. Teknisk medieräckvidd är ett mått som strävar efter att mäta antalet unika spelare. Av platsskäl visas i tabellen de tio poddar per år som totalt haft störst räckvidd. De distributörer som enligt Poddindex är anslutna februari 2025 är Bauer Media/Podplay, Acast, Podspace och Sveriges Radio. För mer information om Poddindex: <https://free.mediafacts.se/poddIndex>.

Källor: Facht & Falk 2025 samt Grip & Ollevik 2025.

Acast – en internationell aktör

Den största kommersiella distributören av poddar, enligt Poddindex, är företaget Acast. Bolaget grundades i Stockholm 2014, men är i dag främst verksamt utomlands. Bland deras mest välkända svenska poddar återfinns Rättegångspodden, Spöktimmen och Flashback Forever.

Acast är ett börsintroducerat bolag med Bonnierkoncernens investeringsbolag Bonnier Capital som största ägare. I slutet av 2024 ägde Bonnierkoncernen drygt 17 procent av Acast, medan investeringsbolagen Alfvén & Didrikson samt Moor & Moor ägde 13 respektive 11 procent vardera.

I början av 2025 fanns cirka 90 poddtitlar från Bonnier News registrerade i Poddindex. Bland deras mest populära poddar märks *Krimrummet*, *Krimstad* och *Läget*.

Podme – ägs av Schibsted

Precis som Bonnier har mediebolaget Schibsted etablerat sig på poddmarknaden. Det har man gjort via tjänsten Podme. Schibsted investerade i Podme första gången redan 2019 och blev 2025 ensam ägare i bolaget. I och med köpet av de sista minoritetsposterna är nu Podme stiftelseägt (Nilsson 2025). Bland Podmes poddar finns till exempel *Bakom galler* och *Inför rätta*.

Podme hade omkring 40 titlar registrerade i Poddindex i början av 2025. Bland Schibsteds mest lyssnade poddar fanns *Aftonbladet Daily*, *Kungligt* och *Sportbladet Daily*.

Podplay och Radioplay – ägs av Bauer

Podplay är Bauer Medias digitala poddplattform. Likt andra tjänster på marknaden finns den både som webblösning och app. Bauer har också tjänsten Radioplay där bolagets radiokanaler finns tillgängliga tillsammans med ett stort antal poddar.

Podspace och övriga aktörer

Det privata aktiebolaget Podspace är sedan februari 2024 ett helägt dotterbolag till svenska Podspace Holding, vilket ägs av ett par privatpersoner samt ett investeringsbolag. Under 2023 ägdes bolaget av produktionsbolaget Third Ear Studio.

Andra framträdande kommersiella aktörer på den svenska poddmarknaden är Perfect Day Media och Make Sense Media. Dessa företag distribuerar eller ger ut flera av de mest populära svenska poddarna, exempelvis *Alex & Siggis* podcast (Podspace/Perfect Day Media) och *Wahlgren & Wistam* (Make Sense Media). Perfect Day Media ingår i koncernen kring det familjeägda finansbolaget Qarlbros samtidigt som det privata aktiebolaget Lagerwall Höglund Mediebolag driver kreatörsnätverket Make Sense Media.

Vid sidan av dessa mer eller mindre poddfokuserade tjänster och leverantörer är även några andra plattformar aktiva på poddmarknaden: musiktjänsten Spotify, ljudbokstjänsten Storytel och videotjänsten Youtube.

Spotify har erbjudit poddar under en följd av år. Men när Storytel introducerade poddar i sin tjänst under försommaren 2024 var det en märkbar utbudsförändring. Det nya tillägget öppnade ytterligare en distributionskanal för en rad populära poddar (Dahlgren 2024). Youtube rullade redan 2023 ut en teknisk stödfunktion för poddar. Under 2024 växte också utbudet av både bildsatta och traditionella poddar starkt i den kanalen (Carman 2025).

Spotify är baserat i Luxemburg, har sitt huvudkontor i Stockholm och är noterat på börsen i New York. Dess ägande domineras fortfarande av bolagets två grundare. Andra framträdande ägare var i slutet av 2024 det amerikanska investeringsföretaget Baillie Gifford & Co samt det kinesiska multinationella konglomeratet Tencent.

Storytel är baserat i Sverige och börsnoterat här. Bolagets största aktieägar-grupp bestod vid 2024 års utgång av grundarens familj, några privatpersoner och bolag knutna till förlagsbranschen.

Youtube ingår i den multinationella it-koncernen Alphabet. Bolaget är börs-noterat i USA och vid sidan av dess grundare är fondbolaget Vanguard, investeringsbolaget Blackrock och finansbolaget FMR LLC några av de stora institutionella ägarna.

A high-angle, close-up photograph of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The person has dark skin and is wearing a dark blue long-sleeved shirt. They are wearing several gold rings: a diamond ring on the ring finger of their right hand, and a band ring and a ring with a large, ornate gold design on the ring finger of their left hand. The laptop is open, and the screen is dark. To the right of the laptop is a white ceramic cup filled with dark coffee. In the background, a glass of water is partially visible. The entire scene is set on a dark, reflective surface. A large, white, circular graphic element is overlaid on the bottom left of the image, containing the number '3.' in a bold, black, sans-serif font.

3.

Radio- och poddbolagens ekonomi

Intresset för ljudmedier är stort både bland annonsörer och konsumenter. Under 2024 ökade båda dessa grupper sina investeringar i radio och poddar, visar branschrapporter från Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM). För radions del ökade reklaminvesteringarna med strax under 5 procent till lite drygt 1 miljard samtidigt som poddinvesteringarna steg med cirka 13 procent till ungefär 380 miljoner kronor (IRM 2025a). Konsumenternas utgifter inom det här segmentet har även de vuxit under senare år (IRM 2025b).

I detta kapitel belyses först de traditionella radiobolagens ekonomiska situation under 2024. Därefter kommer ett avsnitt om poddarna och andra aktörer bland ljudmedierna.

Den redaktionella ljudmarknadens i särklass största bolag var SR. Bolagets omsättning 2024 var i stort sett oförändrad jämfört med året före.² Det var endast en marginell tillväxt med +0,1 procent till 3,3 miljarder. Sett på några års sikt har SR:s kostnader stigit från cirka 2,9 miljarder kronor 2020 till 3,3 miljarder 2024. I årsredovisningen nämns bland annat växande kostnader för löner, säkerhet och beredskap samt betydande investeringsbehov i ny teknik som skäl till dessa kostnadsökningar. Som en följd av ökningarna genomförde bolaget också sitt mest omfattande sparprogram någonsin under 2024, vilket bland annat innebar att 180 medarbetare lämnade företaget. Löner var bolagets avgjort största utgiftspost. Ungefär 70 procent av kostnaderna var löne-relaterade. Totalt sett gjorde SR en rörelseförlust på -35,5 miljoner kronor (tabell 3.1). Som public service-bolag är dock SR ingen vinstdrivande verksamhet.

² Med omsättning avses ett företags totala intäkter från sålda varor och tjänster (eller motsvarande), både kontanta och fakturerade, under ett räkenskapsår. Nettoomsättningen är de sammanlagda försäljningsintäkterna i företagets normala verksamhet efter avdrag för lämnade rabatter, moms och skatter knutna till omsättningen.

Tabell 3.1 Radiobolagens ekonomi 2024

Bolag	Ägare	Omsätt- ning (tkr)	Utveck- ling +/- (%)	Rörelse- resultat (tkr)	Rörelse- marginal (%)	Resultat efter finans- netto (tkr)
Sveriges Radio	Förvaltnings- stiftelsen	3 293 698	+0,1	-35 501	-1,1	2 882
Viaplay Group Radio	Viaplay Group	147 414	+6,5	4 261	+2,9	-18 506
Viaplay Group Radio Sales	Viaplay Group	131 180	+1,7	40 011	+30,5	40 631
Kilohertz	Viaplay Group	337 775	+4,9	6 510	+1,9	-12 206
Bauer Media Audio filial	Bauer Media	...	...	...	...	...
Bauer Publishing	Bauer Media	308	+49,5	208	+67,5	208
Radio Nya City	Bauer Media	85 365	+17,6	28 922	+33,9	30 415
Svenska Medietjänster	Privatperson	4 291	-1,0	-173	-4,0	-84
Radio Nova	Norrköpings Tidningars Media	13 664	0,0	1 350	+9,9	1 350
NRJ Sweden	NRJ Group	105 441	+9,6	18 778	+17,8	19 219
DB Media	Brandmannen Elton	28 800	-7,7	2 585	+9,0	2 603
Mad Men Media	Radiokonsult Sverige m fl	33 533	+21,4	10 107	+30,1	10 242
Summa, totalt		4 181 469	+1,4	77 058	+0,0	76 754
Summa, kommersiella bolag		887 771	+6,3	112 559	+12,7	73 872

Källa: Bolagens årsredovisningar 2024 och Retriever Business.

Not: Årsredovisningen för Bauer Media Audio filial har inte varit tillgänglig.

Inget av de kommersiella bolagen har en omsättning som kommer i närheten av SR:s. Till det bör emellertid läggas att både Bauer Media Audio och Viaplay Group Radio ingår i koncerner som är vida större än SR. För Viaplays del så uppgick hela bolagets nettoomsättning till 18,5 miljarder kronor. Rörelse-resultatet var negativt på -588 miljoner. Den sammanlagda omsättningen för de tre radioinriktade bolagen (Viaplay Group Radio, Via Group Radio Sales och Kilohertz) var 616 miljoner. Det var en tillväxt med 4,5 procent, vilket ligger i linje med vad reklaminvesteringarna i traditionell radio steg med under 2024. Den gemensamma rörelsemarginalen var +8,2 procent. Alla tre bolag visade på positiva marginaler.

Bauer Media Audio filial redovisar inte längre sina omsättningstal och resultat för Sverige. Därför går det heller inte att uttala sig om radioverksamhetens utveckling i landet mer än i allmänna termer. De två mindre av Bauers bolag redovisar dock sina siffror. För Bauer Publishing var omsättningen 0,3 miljoner kronor 2024 medan den var 85 miljoner för dotterbolaget Nya Radio City. Båda dessa bolag nådde positiva rörelsemarginaler.

För den del av radiomarknaden som går att överblicka stannade 2024 års totala omsättning på 4,2 miljarder kronor. Räknat på jämförbara bolag var det i stort samma nivå som under 2023. Begränsas analysen till de kommersiella bolagen ökade deras sammanlagda omsättning till 888 miljoner kronor (exkl. Bauer Media Audio filial). Deras gemensamma rörelsemarginal var goda +12,7 procent. Endast två av de tio studerade kommersiella bolagen visade negativa rörelseresultat. Men denna slutsats grundas på en tämligen osäker grund då uppgifterna om ett av marknadens största bolag saknas.

Närradions ekonomi

Närradions ekonomi är svårbedömd. En så pass stor del av de utövande verksamheterna bedrivs i föreningsform och som delar av annan utåtriktad verksamhet. Det betyder att underlaget både är mer svårtillgängligt och svåruttydligt än för verksamheter som bedrivs i aktiebolagsform. Därför konstateras här endast att närradion omsätter, i detta sammanhang, tämligen blygsamt med pengar.

Webb- och poddradions ekonomi

Precis som för närradion är det komplicerat att beräkna webb- och poddradions sammanlagda omsättning. Svårigheterna beror till viss del på att vitala delar av omsättningen sker i bolag som inte har poddandet som sin huvuduppgift. Det handlar exempelvis om poddar från SR, nyhetsmedier och entreprenörers enskilda firmor. IRM beräknade 2024 att den svenska poddmarknaden detta år skulle omsätta mer än 400 miljoner kronor (Nilsson 2024b). I den summan är dock inte de resurser SR, offentlig verksamhet och tillverkningsindustrin, för att nu nämna några, investerar i sina poddar medräknade. Så kallad annonsörsfinansierad produktion ingår inte heller.

Störst på den kommersiella poddmarknaden 2024 var bolaget Acast. Deras verksamhet omsatte 1,9 miljarder 2024, det vill säga 19 procent mer än under 2023. Huvuddelen av all denna försäljning skedde dock utomlands. Bolagets största marknad var Storbritannien, följt av USA och Sverige. Försäljningen på den svenska marknaden var 195 miljoner (153 mnkr 2023). Bolaget redovisade ett negativt rörelseresultat på -2,9 procent (tabell 3.2). Stannar vi vid moderbolaget så omsatte detta 514 miljoner kronor, varav cirka 76 procent härrörde sig från försäljning i Europa.

Tabell 3.2 Webb- och poddbolagens ekonomi 2024

Bolag	Ägare	Omsättning, (tkr)	Utveckling +/- (%)	Rörelse- resultat, (tkr)	Rörelse- marginal, (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)
Acast	Bonnier Capital	1 947 881	+18,9	-57 511	-3,0	16 955
Podme	Schibsted Norge	230 634	+2,9	-45 064	-19,5	-55 022
Perfect Day Media	Qarlbo	95 924	+8,1	-3 003	-3,1	-15 306
Podspace	Podspace Holding	41 339	+475,7	5 164	+12,5	5 269
Lagerwall Höglund mediebolag	Privatperson	20 023	+31,1	612	+3,1	626
Third Ear Studio	Privatperson	15 576	+66,8	-7 219	-46,3	-26 440
Tall Tale Stockholm	Privatperson	9 059	+13,4	551	+6,1	354
Summa, totalt		2 360 436	+18,6	-106 470	-4,5	-70 564

Källa: Bolagens årsredovisningar 2024.

Nästa stora bolag var Podme med en omsättning på strax under 231 miljoner kronor. En betydande del av dessa rörelseintäkter, ungefär 91 miljoner, är dock vidarefakturerat till Podme i Norge och Finland. Räknat på totalen hade bolaget en negativ rörelsemarginal på -19,5 procent.

Sammantaget omsatte de svenska poddbolagen i trakterna av 2,4 miljarder. Tillväxten var nästan +19 procent. Samtliga studerade bolag redovisade ökad försäljning under 2024. Rörelseresultatet var likafullt negativt och rörelsemarginalen stannade vid -4,5 procent. Men dessa utfall är alltså starkt präglade av investeringar, tillväxt och försäljning utomlands. Det förefaller dock som att den svenska poddmarknaden fortsatt omsätter mindre pengar än vad den traditionella reklamradion gör.

Poddmarknaden är också ännu inne i en tillväxtfas, vilket innebär att flera av bolagen prioriterar tillväxt framför lönsamhet. Därför kan det vara svårt att rakt av jämföra lönsamheten på denna tillväxtmarknad och den mogna reklamradiomarknaden. Men med det sagt så noterade den traditionella reklamradion en starkare lönsamhet än den digitala marknaden.

Källor

Bauer Media (2025), "Mix Megapol", Bauer Media 2025; <https://bauermedia.se/radiokanal/mix-megapol/>

Bonet, Montse et al (2021), "Sounds without borders: Exploring the cross-national expansion of commercial European Radio Groups", *European Journal of Communication*, 36(6), 610–625; <https://doi.org/10.1177/02673231211012142>

Carman, Ashley (2025), "A billion people are watching podcast on Youtube every month", Bloomberg 26 februari 2025; <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-02-26/a-billion-people-are-watching-podcasts-on-youtube-every-month>

Dahlgren, Sölve (2024), "Storytel utökar katalogen med 6 000 svenska podcasts", *Boktugg* 8 maj 2024; <https://www.boktugg.se/2024/05/08/storytel-utokar-katalogen-med-6000-populara-svenska-podcasts/>

Facht, Ulrika (2023), *Mediesverige 2023*, Göteborg: Nordicom; <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden.org:diva-12767>

Facht, Ulrika och Falk, Elisabeth (2025), *Mediesverige 2025*, Göteborg: Nordicom; <https://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1946841&dswid=5481>

Förvaltningsstiftelsen (2025), "Om stiftelsen", 2025; <https://forvaltningsstiftelsen.se/om-stiftelsen>

Grip, Maria och Ollevik, Johanna (2025), "Årsrapport poddar 2024", Kantar 1 april 2025; <https://www.kantarsifo.se/blogg/arsrapport-poddar-2024-poddlyssnandet-vaxer-sig-bredare>

Hadenius, Stig (1998), *Kampen om monopolet: Sveriges radio och tv under 1900-talet*, Stockholm: Prisma

Internetstiftelsen (2020), "7 av 10 lyssnar på Spotify", *Svenskarna och internet 2019*; <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/mediekonsumtion-titta-lyssna-och-lasa-digitalt/7-av-10-lyssnar-pa-spotify/>

IRM (2025a), Årsrapport svensk annonsmarknad 2024, Stockholm: IRM; <https://www.irm-media.se/aktuellt/nyheter/aarsrapport-2024/>

– (2025b), *Mediernas konsument- och annonsintäkter 2024*, Stockholm: IRM; <https://www.irm-media.se/aktuellt/nyheter/mediernas-intaekter-2024/>

Lindberg, Tobias och Facht, Ulrika (2024), *Medieekonomi 2024*, Stockholm: Mediemyndigheten

Mediemyndigheten (2025), *Årsredovisning 2024*; <https://mediemyndigheten.se/globalassets/om-mediemyndigheten/arsredovisning/arsredovisning-2024---mediemyndigheten.pdf>

Nilsson, Madeleine (2024a), "Tillväxt för Storytel", Dagens Media 15 februari 2024; <https://www.dagensmedia.se/ljud-och-rorligt/streaming/tillvaxt-for-storytel-okar-bade-vinst-och-antal-abonnenter/>

– (2024b); "Så mycket väntas podcastmarknaden växa", Dagens Media 30 maj 2024; <https://www.dagensmedia.se/ljud-och-rorligt/poddar/sa-mycket-vantast-podcastmarknaden-vaxa/>

– (2025); "Podme blir helägt av Schibsted", Dagens Media 3 mars 2025; <https://www.dagensmedia.se/ljud-och-rorligt/poddar/podme-blir-helagt-av-schibsted/>

Radionytt (2025), "Sportradio ersätter Feel Good Hits", *Radionytt* 28 april 2025; (<https://radionytt.se/nyheter/sportradio-ersatter-feel-good-hits/>)

SR (2025), *Public service-redovisningen 2024*; SR 28 februari 2025; <https://www.sverigesradio.se/artikel/public-service-redovisningar>

– (2025a), "Dab – digital radio", SR 10 juli 2025; <https://vanliga-fragor-svar.sverigesradio.se/guide/dab-digitalradio?category=utbud>

Storytel 2019, "Storytel passerar milstolpen 400 000 betalande kunder i Sverige", Storytel Group 7 november 2019; <https://www.storytelgroup.com/sv/storytel-passerar-milstolpen-400-000-betalande-kunder-i-sverige/>

UR (2025), *Public service-redovisningen 2024*; Via TT 3 mars 2025; <https://via.tt.se/pressmeddelande/3811265/urs-public-service-redovisning-for-2024-ar-in-lamnad?publisherId=3236817&lang=sv>

Bilagor

1.1 Radiobolag

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovis- ning	Omsätt- ning (tkr) 2024	Omsätt- ning (tkr) 2023	Förändring av omsätt- ning (%) 2024	Rörelse- resultat (EBIT) (tkr) 2024	Rörelse- marginal (%) 2024	Resultat efter finansnetto (tkr) 2024
5564193232	Sveriges Radio Aktiebolag	202412	3 293 698	3 289 252	0,1	-35 501	-1,1	2 882
5564447158	Kilohertz AB	202412	337 775	322 126	4,9	6 510	1,9	-12 206
5563653335	Viaplay Group Radio AB	202412	147 414	138 466	6,5	4 261	2,9	-18 506
5564907979	Viaplay Group Radio Sales AB	202412	131 180	128 976	1,7	40 011	30,5	40 631
5564684255	NRJ Sweden AB	202412	105 441	96 172	9,6	18 778	17,8	19 219
5569081119	Nya Radio City AB	202412	85 365	72 589	17,6	28 922	33,9	30 415
5591647770	Mad Men Media AB	202412	33 533	27 613	21,4	10 107	30,1	10 242
5566339148	DB Media AB	202412	28 800	31 201	-7,7	2 585	9,0	2 603
5562493675	Radio Nova Aktiebolag	202412	13 664	13 664	0,0	1 350	9,9	1 350
5564922747	Svenska Medietjänster AB	202412	4 291	4 336	-1,0	-173	-4,0	-84
5590567748	Bauer Publishing AB	202412	308	206	49,5	208	67,5	208
			4 181 469	4 124 601	1,4	77 058	1,8	76 754

1.2 Poddbolag

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredo- visning	Omsättning (tkr) 2024	Omsättning (tkr) 2023	Förändring av omsätt- ning (%) 2024	Rörelse- resultat (EBIT) (tkr) 2024	Resultat efter finans- netto (tkr) 2024
5569468498	Acast AB (publ)	202412	1 947 881	1 637 574	18,9	-57 511	16 955
559136121	PodMe AB	202412	230 634	224 166	2,9	-45 064	-52 022
5568630007	Perfect Day Media AB	202412	95 924	88 696	8,1	-3 003	-15 306
5569914046	Podspace AB	202412	41 339	7 180	475,8	5 164	5 269
5591718449	Lagerwall Höglund Mediebolag AB	202412	20 023	15 273	31,1	612	626
5593215527	Third Ear Studio AB	202412	15 576	9 339	66,8	-7 219	-26 440
5592272297	TallTale Stockholm AB	202412	9 059	7 987	13,4	551	354
Totalt			2 360 436	1 990 215	18,6	-106 470	-70 564



Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00
www.medeiemyndigheten.se