

Mediemyndigheten

I samarbete med
NORDICOM

Svensk marknad för nyheter

Ägande, utbud och ekonomi 2026

Svensk marknad för nyheter
Ägande, utbud och ekonomi 2026
Författare: Tobias Lindberg, Nordicom
Tel: 08-580 070 00
E-post: registrator@mediemyndigheten.se
Layout: Bloomy Ideas
Foto: Johnérs
År: 2026
ISBN: 978-91-991537-5-9

Innehåll

Förord **5**

Sammanfattning och trender 2025/26 ..... **6**

1.Om rapporten **10**

1.1 Rapportens indelning av nyhetsmarknaden **11**

2.Nyhetsmediernas utbud och ägande **14**

2.1 Översikt av utbud och ägande **14**

Begränsad utbudsförändring 15

Nedläggningar och förändrad utgivning 15

Minskad tryckt utgivning och andra förändringar 16

Nya titlar, tjänster och format 16

Allt färre ägare 18

2.2 Utbud och ägande bland rikstäckande bolag **18**

Utbud och ägande bland stora rikstäckande bolag 18

Public service-bolagens nyhetsverksamheter 18

TV4:s nyhetsverksamhet 20

Tidningsbolagens riksmedier 21

Bonnier News rikstäckande medier 21

Schibsted Media 22

Utbud och ägande bland små rikstäckande bolag 23

ETC Media och Dagen 23

Övriga bolag och titlar 24

2.3 Utbud och ägande bland regional och lokal nyhetsjournalistik **25**

Det regionala och lokala nyhetsutbudet 26

Den regionala och lokala marknadens aktörer 27

Utbud och ägande bland stora regionala och lokala bolag 27

SR och SVT:s regionala och lokala utbud 27

Bonnier News Local 28

NTM Media 31

Stampen Lokala Medier 31

Gota Media 32

2.4 Utbud och ägande bland medelstora lokala bolag ... **32**
Erna Media ... 33
VK Media ... 33
2.5 Utbud och ägande bland små lokala bolag ... **33**
Utmärkande drag i utbud och ägande 2025/26 ... 34
3. Nyhetsmediernas ekonomi ... **36**
Annonsintäkterna fortsatt under press ... 36
Konsumentintäkterna får allt större betydelse ... 37
Nya intäktskällor ... 38
3.1 Rikstäckande nyhetsmediers ekonomi ... **39**
Stora rikstäckande bolags ekonomi ... 39
Sveriges Television ... 40
Sveriges Radio ... 42
Bonnier News rikstäckande medier ... 42
Schibsted Media ... 43
Små rikstäckande bolags ekonomi ... 45
3.2 Regionala och lokala nyhetsmediers ekonomi ... **46**
Stora regionala och lokala bolags ekonomi ... 46
Mediestödets fördelning ... 49
Medelstora regionala och lokala bolags ekonomi ... 50
Små regionala och lokala bolags ekonomi ... 51
3.3 Omsättningens fördelning ... **53**
Utmärkande drag på 2025 års marknad ... 54
Källförteckning ... **55**
Bilagor ... **64**

Förord

Mediemyndigheten ska inom sitt verksamhetsområde verka för yttrandefrihet, medie- och informationskunnighet samt möjligheterna till mediemångfald och tillgänglighet. Myndigheten ska också verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare, ta tillvara deras erfarenheter samt verka för att skydda barn från skadlig mediepåverkan.

Myndigheten ska även följa, analysera och sprida kunskap om utvecklingen inom medieområdet, särskilt i fråga om redaktionella mediers förutsättningar att verka. Som ett led i detta arbete publicerar myndigheten, i samverkan med Nordicom vid Göteborgs universitet, rapporten Svensk marknad för nyheter med fokus på ägande, utbud och ekonomi.

Rapporten är framtagen för att ge en överblick över ett område som sedan flera år genomgår en omfattande strukturomvandling. Årets rapport visar bland annat att nyhetsutbudet i stora delar består samtidigt som omställningen mot digital distribution fortsätter. Marknaden präglas av fortsatt konsolidering och stora skillnader i ekonomiska förutsättningar mellan större och mindre aktörer.

Tillgången till oberoende journalistik är en viktig förutsättning för ett öppet och demokratiskt samhälle. I takt med att medieanvändningen förändras, nyhetsmarknaden utvecklas och konkurrensen om människors uppmärksamhet ökar blir kunskap om journalistikens villkor allt viktigare. Genom att följa utvecklingen av ägande, ekonomi och utbud kan vi bättre förstå de förändringar som påverkar allmänhetens tillgång till nyheter och journalistik i hela landet.

Rapporten är skriven av Tobias Lindberg, medieforskare vid Nordicom. Förutom denna rapport publicerar myndigheten också rapporterna *Svensk marknad för radio och podd* och *Svensk marknad för tv och strömmad tv.*

Stockholm i oktober 2026

Jan-Olof Lind
Generaldirektör

Sammanfattning och trender 2025/26

Nyhetsutbudet består men blir mer digitalt

Den svenska nyhetsmarknaden har under senare decennier genomgått en omfattande konsolideringsvåg. Antalet ägare och utgivande bolag har blivit betydligt färre samtidigt som mängden dagstidningar och andra nyhetsleverantörer hållit sig på en jämförelsevis stabil nivå. Under rapportens studieperiod, 2025 och första halvåret 2026, fortsatte samtidigt omställningen av utgivningen. En rad betaltidningar övergick helt till digital form eller minskade den tryckta utgivningstakten, medan antalet gratistidningar blev färre. Parallellt tillkom nya satsningar, däribland Radio Aftonbladet som startade under 2026.

Fortsatt konsolidering på nyhetsmarknaden

Periodens största strukturaffärer ägde rum i början av 2025 då den norska mediekoncernen Schibsted förvärvade tv-bolaget TV4 av Telia Company. En annan strukturförändring var att norska Polaris blev ensam ägare till Stampen Lokala Medier, ett ägande bolaget tidigare delat med VK Media och Erna Media. Erna Media ingick 2025 också ett korsägande med Bonnier News Local. I början av 2026 förvärvade Bonnier News Local dessutom Mitt i-pressens cirka 30 gratistidningar i Stockholmsområdet. En sista mer generell strukturell trend på marknaden var att de stora tidningskoncernerna slog samman flera av sina dotterbolag in i moderbolagen.

Konsumentintäkterna blir viktigare

Annonsörerna fortsatte att dra ned på sina reklaminvesteringar i nyhetsmedier, i synnerhet i tryckta sådana. Konsumentintäkterna är i dag den viktigaste intäktskällan för de flesta nyhetsmedier. De tydligaste undantagen från den huvudregeln är kvällstidningar och stora tv-medier.

Skillnader i lönsamhet mellan stora och små aktörer

Huvuddelen av den kommersiella marknadens omsättning skapades 2025 i de mediebolag som omsätter 1 miljard kronor eller mer. De stora bolagen, i synnerhet de stora riksmedierna, var också mer lönsamma än de mindre. Sammantaget ökade de kommersiella nyhetsbolagens omsättning med 5,6 procent till cirka 20,4 miljarder kronor. Omsättningsökningen speglar

inte enbart underliggande tillväxt, utan påverkas också av bolagsfusioner och andra strukturförändringar under året. Bolagens gemensamma rörelsemarginal var +8,3 procent, medan rörelsemarginalen i median var +0,9 procent.

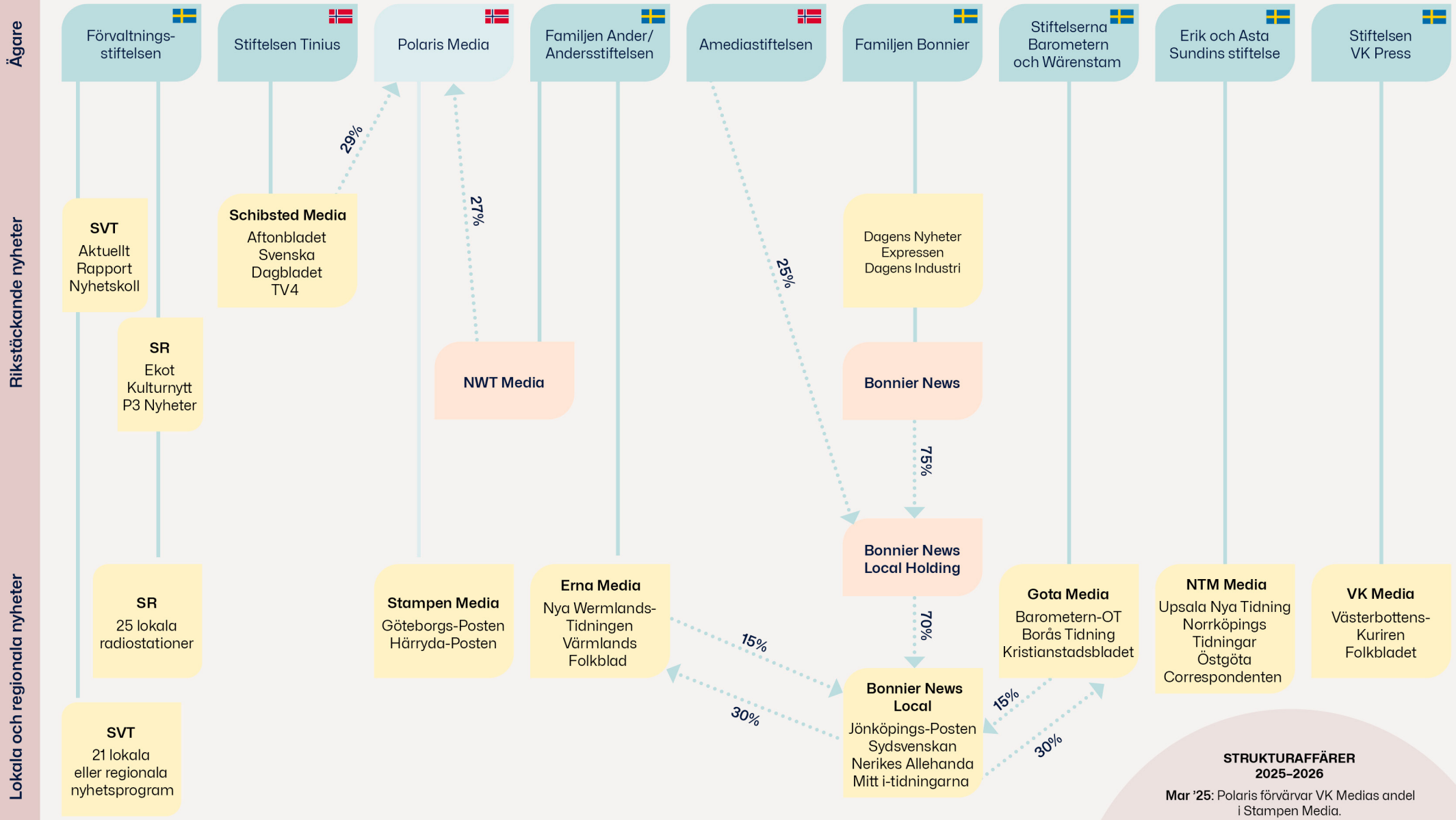
Sammantaget pekar rapporten på att den kommersiella marknaden är tydligt koncentrerad. En stor del av omsättningen finns hos ett litet antal bolag och ännu färre bolagsgrupper. Även skillnaderna i lönsamhet är påtagliga. De stora bolagen, i synnerhet de rikstäckande, hade generellt sett högre rörelsemarginaler än de medelstora och små bolagen. För de båda kategorierna av små bolag var de gemensamma rörelsemarginalerna negativa. Det förklarar också skillnaden mellan den högre samlade rörelsemarginalen och den lägre medianmarginalen. Ett fåtal stora verksamheter väger tungt när omsättning och rörelseresultat summeras samtidigt som flera mindre bolag redovisar negativa marginaler.

Public service anpassar verksamheten till nya ekonomiska förutsättningar

Vid sidan av den kommersiella marknaden har även public service-bolagens ekonomiska förutsättningar förändrats. Omsättningen för SVT och SR minskade med knappt 1 procent till 9,2 miljarder kronor. Intäktsminskningen, i kombination med ökade kostnader, har mötts med besparingar som även har berört nyhetsverksamheten.

Figuren nedan visar de största aktörerna på den svenska nyhetsmarknaden och deras ägarrelationer. Rapporten omfattar även andra bolag och nyhetsmedier. Rapportens indelning och avgränsningar beskrivs i avsnitt 1.1.

Sveriges största nyhetsmedier och deras ägarstruktur



STRUKTURAFFÄRER 2025–2026

Mar ’25: Polaris förvärvar VK Medias andel i Stampen Media.

Jun ’25: Partnerskapet mellan Bonnier News Local och Erna Media godkänns.

Jun ’25: Polaris förvärvar Erna Medias andel i Stampen Media.

Jul ’25: Schibsted förvärvar TV4 från Telia Company.

Feb ’26: Bonnier förvärvar Mitt i-koncernen.

Förklaringar:
Heldragen linje: Ägarrelation | **Prickad linje:** Delägarskap. Procentsats visar ägarandel | **Ljusgrön ruta:** Börsnoterat bolag
Mintgröna rutor: Stiftelse- eller familjeägt bolag | **Orange ruta:** Holding- eller ägarbolag | **Ljusgula rutor:** Nyhetsverksamhet med exempel på titlar

1.

Om rapporten



1.

Om rapporten

Målet med Svensk marknad för nyheter är att ge en översiktlig bild av utbudet, ägandet och ekonomin på den svenska nyhetsmarknaden under 2025 och första halvåret 2026. Rapporten består av tre kapitel. Efter detta inledande kapitel följer en genomgång av nyhetsjournalistikens utbud på rikstäckande, regional och lokal nivå. Där behandlas också ägarfrågor, det vill säga vem eller vilka som äger landets nyhetsmedier och hur ägandet har förändrats under den studerade perioden. Det tredje och avslutande kapitlet belyser nyhetsmediernas ekonomiska situation, med tyngdpunkt på helåret 2025.

Med nyhetsmedier avses här redaktionella medier som bedriver lokal, regional eller rikstäckande nyhetsförmedling till en publik huvudsakligen bosatt i Sverige. Definitionen ligger förhållandevis nära vad som i gällande lagstiftning benämns allmänt nyhetsmedium (SFS 2023:664; 2023:740). Till denna grupp räknas också redaktionella nyhetsmedier som är av särskild vikt för mediemångfalden eller av betydelse för grupper som är underförsörjda när det gäller journalistisk bevakning. I praktiken görs i rapporten en bred tolkning av begreppet i syfte att uppmärksamma olika former av nyhetsproducerande dagspress, etermedier, nyhetsmagasin och andra nyhetstjänster i analog eller digital form.[1]

[1] Med begreppet allmänt nyhetsmedium avses här ett medium som har till sin primära uppgift att fortlöpande bedriva nyhetsförmedling och har ett redaktionellt innehåll av sådan omfattning att det a) har betydelse för bevakningsområdet och som b) består av allsidig nyhetsförmedling med ett brett utbud av ämnen och perspektiv samt c) granskning av för demokratin grundläggande skeenden. Medier med låg utgivnings- eller uppdateringstakt, mindre mängd nyhetsinriktat redaktionellt material, begränsad tillgänglighet för den breda allmänheten och som bedriver journalistik inom ett fåtal samhällsområden ligger därmed oftast utanför denna rapports fokus.

Kungliga bibliotekets (KB) tidningsbibliografi Nya Lundstedt förtecknade i början av 2026 cirka 190 dagstidningar med löpande utgivning (exklusive avläggare).[2] Av dessa var ungefär 140 betaltidningar och 50 gratistidningar. I föreliggande rapport uppmärksammas cirka 220 nyhetsmedier utgivna av fler än 70 bolag. Sammantaget bedöms rapporten därmed ha en god täckning av den definierade nyhetsmarknaden.

Det bör redan här nämnas att rapporten bygger på ett stort antal källor. De vanligaste källorna utgörs av de berörda bolagens verksamhetsberättelser och årsredovisningar. För att göra texten mer läsbar redovisas dessa källor inte löpande i den fortsatta framställningen. Andra typer av källor, såsom akademiska studier, branschpress, marknadsstatistik och offentliga utredningar, redovisas däremot fortlöpande.

1.1 Rapportens indelning av nyhetsmarknaden

Rapporten beskriver nyhetsmarknaden utifrån två indelningsgrunder. För det första skiljer den mellan rikstäckande och regionala/ lokala nyhetsmedier. För det andra delas de bolag och bolagsgrupper som ger ut medierna in efter omsättning.[3] Verksamheter med en omsättning på minst 1 miljard kronor kategoriseras som stora, verksamheter med en omsättning mellan 200 och 999 miljoner kronor som medelstora och verksamheter med en omsättning på högst 199 miljoner kronor som små.[4] Indelningen är inte ömsesidigt uteslutande, eftersom vissa aktörer bedriver både rikstäckande och regional eller lokal nyhetsverksamhet. Matrisen nedan sammanfattar indelningen och ger exempel på verksamheter inom respektive kategori.

[2] Med avläggare avses här en titel som är en del av en större tidning, dvs. ej fristående. Totalt förtecknade Nya Lundstedt – dagstidningar 202 titlar i april 2026. Bland dessa titlar ingick dock både avläggare och aktualitetstidskrifter.

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

[4] Gränserna på 1 mdkr och 200 mnkr ansluter till konkurrenslagens tröskelvärden för anmälan om företagsförvärv.

Tabell 1.1 Rapportens indelning av nyhetsmarknaden

Kategori	Omsättning 2025	Exempel på rikstäckande verksamheter	Exempel på regionala och lokala verksamheter
Stora bolag	Minst 1 miljard kronor	Aftonbladet, Dagens Nyheter, Sveriges Radio och TV4	Bonnier News Local, NTM Media och Stampen Lokala Medier
Medelstora bolag	200–999 miljoner kronor	–	Erna Media och VK Media
Små bolag	Högst 199 miljoner kronor	Dagen, Fokus och Nyheter 24	Made in Båstad, Mediagruppen Dalarna och Sveagruppen

Not: Kategoriseringen utgår från omsättningen för det bolag eller den bolagsgrupp som verksamheten hänförs till i rapporten. Tabellen innehåller exempel på såväl bolag som nyhetsmedier. Exemplen är illustrativa och utgör inte en fullständig förteckning.

I rapportens fortsatta delar används denna indelning genomgående vid redovisningen av utbud, ägande och ekonomi.

2.

Nyhetsmediernas utbud och ägande



2.

Nyhetsmediernas utbud och ägande

I detta andra kapitel behandlas de förändringar i nyhetsutbud och ägande som skett under 2025 och första halvåret 2026. Dessutom uppmärksammas trender och historiska förändringar. Ambitionen är att ge en bred men samtidigt greppbar bild av marknadens struktur.

2.1 Översikt av utbud och ägande

Den svenska nyhetsmarknaden delas traditionellt upp i riksmedier respektive regionala och lokala medier. I den förstnämnda kategorin finns medier med ett brett innehållsligt anslag med redaktionellt material om ekonomi, kultur, politik, sport och annat samhällsliv. Aftonbladet, Dagens Nyheter, Nyheter 24, Sveriges Radio (SR) och TV4 är exempel i denna kategori. Det är medier som sprids och konsumeras över hela landet. I denna grupp hittar vi också ett mindre antal åsiktsburna eller målgruppsinriktade medier.

Den andra kategorin, de regionala och lokala medierna, har oftast ett lika brett innehållsligt anslag som riksmedierna samtidigt som de vanligen är mer geografiskt koncentrerade i sitt innehåll. Dessutom distribueras och konsumeras de huvudsakligen i mer avgränsade delar av landet. Här finner vi bland annat Göteborgs-Posten, Norrbottens-Kuriren, Siljan News och SVT Blekinge.

Den här tudelade uppdelningen ska inte ses som absolut. Under de senaste decenniernas digitalisering av nyhetsmarknaden har vi sett en uppluckring av dessa kategorier och genrer. Sedan flera år tillbaka har till exempel rikstäckande medier fasta sektioner på webbplatser och i appar där användaren själv kan söka fram lokalt material. Omvänt har lokaltidningarnas prenumeranter många gånger tillgång till riksmediernas utbud via sitt ordinarie abonnemang eller specifika paketerbjudanden (Lindberg & Facht 2024). Dessutom distribueras nyheter i stor utsträckning via sociala medieplattformar.

I den kommande redogörelsen görs uppdelningen enligt de traditionella linjerna av två skäl. För det första arbetar de allra flesta redaktionella nyhetsmedier i enlighet med denna struktur. För det andra bygger det statliga mediestödet på samma uppdelning.

Begränsad utbudsförändring

Innan vi studerar utbudet inom nyhetsmarknadens olika delar kan det vara intressant att konstatera att det samlade nyhetsutbudet förändrades måttligt under 2025 och första halvåret 2026. Stabiliteten i utbudet har upprätthållits genom att det tillkommit ungefär lika många nyhetsmedier som det försvunnit under de senaste åren.

Samtidigt dolde den övergripande stabiliteten variationer mellan olika delar av nyhetsmarknaden. Mediemyndigheten förtecknar liksom KB landets dagstidningar, men utifrån delvis andra kriterier. Både myndighetens och bibliotekets förteckningar visar på ett minskande antal titlar under 2025. Myndigheten noterade cirka 125 fristående dagspresstitlar, vilket var nästan tio färre än under föregående år. De titlar som försvunnit ur förteckningen har antingen lagts ned eller genomgått så omfattande förändringar av redaktionell inriktning och periodicitet att de inte längre betraktas som dagstidningar. Men utgivningen behöver alltså inte ha upphört.

Nedläggningar och förändrad utgivning

Bland de titlar som förändrat sin utgivningsprofil återfinns lokaltidningen Mariefreds Tidning Måsen och de konfessionellt profilerade titlarna Nyhetstidningen Inblick och Sändaren. Måsen och Inblick har övergått till månadsutgivning, medan Sändaren numera fungerar som ett forum för Equmeniakyrkan. Dessa titlar betraktas därför inte längre som dagsorienterade nyhetsmedier.

Bland gratistidningarna fortsatte de stora tidningskoncernerna, i linje med utvecklingen under de senaste åren, att avveckla titlar. Under 2025 lade Bonnier News Local ned Tranås-Aktuellt i Småland och samtliga 20 editioner av Lokaltidningen i Skåne (Bonnier News 2025a).

Det var dock inte enbart gratistidningar som försvann detta år, det gjorde även vissa betaltidningar. Liab Liberal Information upphörde exempelvis med utgivningen av Tidningen Nu, vilken i första hand riktade sig till Liberalernas partimedlemmar (Björkman 2025). Mediehuset Grön Press fådagarstidning Landets Fria Tidning gick i sin tur upp i systertidningen Syre (Westerlund 2025). Samtidigt togs verksamheten inom ETC Medias veckoutgivna ETC Nyhetsmagasin över av modertidningen Dagens ETC. I anslutning till den här

förändringen drog Dagens ETC också ned på sin tryckta utgivning från fyra dagar i veckan till en dag (Granström 2025).

I samtliga tre fall ovan pekade ägare och utgivare på det förändrade mediestödet som en bidragande faktor till besluten om nedläggningar och sammanslagningar. Det tidigare presstödet riktade sig främst till så kallade lokala andratidningar och, liksom i exemplen ovan, målgruppsinriktade riksmedier. Det nya mediestöd som infördes 2024 har i stället sin tyngdpunkt i lokal nyhetsjournalistik. Stöd till riksmedier lämnas därmed endast undantagsvis (Ds 2022:14). För stödåret 2024 beviljades fyra allmänna riksnyhetsmedier allmänt redaktionsstöd på den grund att de ansågs vara av särskild vikt för mediemångfalden. För 2025 erhöll sju riksnyhetsmedier stöd (Mediemyndigheten 2026).

Minskad tryckt utgivning och andra förändringar

År 2025 publicerades också de sista tryckta utgåvorna av Stampen Lokala Mediers Bohusläningen, Kungsbacka-Posten och ST-tidningen (Andreasson 2025; Johansson 2025). Även gratistidningen Kristinehamns-Aktuellt, ägd av den lokala Lundell-gruppen, upphörde med sin tryckta utgivning (Magnusson 2025). Tidningarna lever dock vidare i digital form. Bonnier News Local och Norrköpings Tidningar Media (NTM Media) har också skurit ned på utgivningstakten för flera av sina lokala titlar.

I början av 2026 meddelade Schibsted att dess nyhetsinriktade barn- och ungdomstidning SvD Junior inlett sin sista årgång och närmade sig en nedläggning. Förändrat mediestöd och nya medievanor bland unga uppgavs ligga bakom även detta beslut (Dagens Media 2026). Vidare avvecklade Bonnier News Local sin digitala betaltidning Skövde Nyheter sommaren 2026 (Claesson 2026).

Inom tv-området har public service-bolaget Sveriges Television (SVT) aviserat att bolaget, som en följd av besparingar, avser att pausa eller förändra en rad program under 2026. Även delar av nyhetsverksamheten omfattas av besparingsprogrammet (SVT 2026a). Vid tidpunkten för denna rapports färdigställande hade nämnda åtgärder ännu inte realiserats fullt ut.

Nya titlar, tjänster och format

Parallellt med att flera av de ovan nämnda nyhetsmedierna försvunnit har det också tillkommit nya nyhetstitlar och satsningar. I början av 2025 startade exempelvis Handelsbankens ekonomisajt EFN den tryckta veckotidningen Finansmagasinet i Stockholm (EFN 2025). Några veckor senare lanserades den lokala nyhetssajten Skånes Folkblad i Malmö. Sajten grundades av ett

antal skånska fackförbundsavdelningar och kompletterar, i likhet med EFN, sitt digitala utbud med en tryckt månadstidning (Fritze 2025).

Under hösten 2025 startade en grupp medieentreprenörer nyhetsbrevet Hint. Den annonsfinansierade tjänsten riktar sig till kvinnor mellan 20 och 45 år. Under våren 2026 presenterade Hint dessutom det lokala nyhetsbrevet 08 i Stockholm (Åkesson 2026). Vidare introducerade den lokala medieentreprenören bakom gratistidningen Lokaltidningen Växjö/Alvesta en systertitel i Tingsryd (H Nilsson 2025). Inom utrikesjournalistiken lanserades den digitala nyhetstjänsten Gad World under första halvåret 2026. Tjänsten är finansierad via abonnemang samt en initial gräsrotsinsamling (Gad World 2026).

I januari 2025 sände TV4, som då ägdes av Telia Company, det första avsnittet av sitt nya dagliga nyhets- och samhällsprogram Nyhetsdagen (TV4 2025). Under året lanserade SVT och Utbildningsradion (UR) också tjänsten Nyhetskoll medan SR startade podden Nyhetsklubben (Surell 2025; Andén 2025). Tidigt under 2026 meddelade SVT dessutom att bolaget introducerade det nya aktualitetsprogrammet Sverige Live (Ohlin & Axelsdotter Olsson 2026).

Schibsteds kvällstidning Aftonbladet tilldelades ett nationellt tillstånd för kommersiell FM-radio från och med augusti 2026. Kanalens uttalade ambition är att sända nyhetsbaserad kommersiell radio (Bönke 2026). Det är ett radioformat som inte tidigare har funnits på nationell nivå i Sverige.

Till det ovanstående ska också läggas att det startats en rad nya aktualitets- och nyhetspoddar. Några exempel är lokaltidningen Alingsås Tidnings AT-podden, politiksajten Altingets Altingetpodden och SR:s P3 Nyheter på en minut (Poddindex 2026).

Sammanfattningsvis förändrades nyhetsutbudet på tidningsmarknaden i Sverige måttligt under 2025 och första halvåret 2026. Antalet tidningstitlar, primärt gratistidningar, blev färre till följd av nedläggningar, sammanslagningar och förändrade utgivningsformer. Den tryckta utgivningen fortsatte även den att minska. Det gäller särskilt lokaltidningar och gratistidningar, vilka i dessa fall oftast finns kvar i digital form. Vidare har vissa målgruppsinriktade medier upphört eller ändrat inriktning, delvis till följd av förändrat mediestöd. Samtidigt har nya nyhetssatsningar tillkommit, främst i digital form och ofta nischade eller riktade mot specifika målgrupper på riksnivå, samt i form av poddar och nya programformat.

Allt färre ägare

De senaste åren har inneburit en omdaning av den svenska nyhetsmarknaden. Stora mediebolag har köpt upp mindre, framför allt på den lokala dagstidningsmarknaden. Korsägande och koncernöverskridande samarbeten har också blivit vanligare. Samtidigt har utländska aktörer intagit alltmer framträdande positioner på marknaden.

Mycket av detta har skett som en följd av allmänhetens tilltagande digitala mediekonsumtion liksom reklammarknadens digitalisering och utvecklingen mot mer datadriven reklam. I denna process har annonsörerna dragit ned på sina reklaminvesteringar i traditionella och journalistiska mediekanaler samtidigt som de ökat investeringarna i digitala icke-journalistiska kanaler. Mediebolagen har i sin tur lagt en större vikt på konsumentintäkterna, vilket i sig också påskyndat denna utveckling (Lindberg 2024). Dessa trender fortsatte under 2025 och första halvåret 2026.

2.2 Utbud och ägande bland rikstäckande bolag

Även om ramarna är tämligen vida så ingår inte alla riksaktörer i nedanstående genomgång, till exempel inte nyhetsbyråerna Direkt, Siren och TT. Skälet till att nyhetsbyråerna exkluderas är att de vanligen saknar direktkontakt med konsumenterna. Under senare år har dock flera nyhetsbyråer börjat utveckla betaltjänster riktade till privatpersoner, vilket gör att de alltmer kommit att likna traditionella nyhetssajter (Bruell 2024; Bauder 2026). Trots denna avgränsning omfattar genomgången 27 utgivande bolag vilka bedrev olika former av rikstäckande nyhetsjournalistik 2025. Huvuddelen av dessa bolag har sina rötter inom dagspressen.

Utbud och ägande bland stora rikstäckande bolag

Vid 2025 års utgång bedrev en handfull bolag, inom tre ägarsfärer, nyhetsjournalistik på riksnivå med en omsättning på minst 1 miljard kronor. Det var public service-bolagen SR och SVT, TV4 under först Telia Companys och senare Schibsteds ägande samt mediegrupperna Bonnier och Schibsted (bilaga 1.1). På radiosidan saknades däremot kommersiella nyhetsmedier på riksnivå under 2025. Det förändrades under 2026, då Radio Aftonbladet startade.

Public service-bolagens nyhetsverksamheter

För public service-mediernas del var 2025 det sista året på den tillståndsperiod som inleddes 2020. De nya sändningstillstånden löper från den 1 januari 2026 till den 31 december 2033 (SFS 2025:986). Under denna

nya period ska de tilldelade ekonomiska medlen räknas upp med 3 procent under det första året, det vill säga 2026, för att sedan räknas upp med 2 procent mellan 2027 och 2030. Från 2031 är uppräkningen 1 procent.

Nyhetsutbudet inom SVT och SR var i grunden oförändrat under 2025 och första halvåret 2026 (mer om planerade besparingar nedan). För SVT:s del fanns under båda dessa år den centrala nyhetsredaktionen i Stockholm. Den ansvarade för nyhetsprogrammen Aktuellt och Rapport. Där fanns också huvudredaktionerna för Kulturnyheterna, Lilla Aktuellt, SVT Sport med flera. Enligt bolagets egna mätningar ägnades 1 182 timmar eller 5 procent av det samlade programutbudet åt nyheter 2025. Det var en lika stor andel som under de två föregående åren (SVT 2026). Enligt Mediebarometern tog cirka 49 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år del av nationella och lokala nyheter via SVT under en genomsnittlig dag 2025. En minskning med ett par procentenheter jämfört med föregående år (Nordicom 2026).

Bland tillskotten i nyhetsutbudet bör SVT:s och UR:s gemensamma ungdoms- och tonårssatsning Nyhetskoll nämnas. Den nya tjänstens kortfattade nyheter distribueras sedan början av 2025 via bolagens egna plattformar och sociala medieplattformar (Surell 2025). I början av 2026 inledde SVT också sina sändningar av den nya aktualitetssatsningen Sverige Live. Programmet ersatte det nedlagda förkvällsprogrammet Go'kväll (Ohlin & Axelsdotter Olsson 2026).

För nyhetsutbudet innebär SVT:s redan nämnda besparingsprogram att de tidigare nio lokala tv-deskarna reduceras till fem under 2026 och får en tydligare inriktning på SVT Play. Dessutom upphör de lokala nyhetseditionerna för Helsingborg och Södertälje, vilka inordnas i SVT Nyheter Skåne respektive Stockholm. Nyhetsprogrammet Sverige idag, som sänt ett urval av de lokala nyhetsprogrammens inslag, utgår som egen programtitel. På riksnivå betyder besparingarna att SVT Forum går upp i SVT Nyheter, Kulturnyheterna får färre egna sändningstider och Sportnytt kortas (SVT 2026a). Därutöver slås redaktionerna för debattprogrammet Agenda och nyhetsprogrammet Aktuellt samman samtidigt som intervjuprogrammet 30 minuter läggs ned (Runevad Kjellmer 2026).

SR har, liksom SVT, sitt verksamhetsnav i Stockholm. Ett tydligt exempel på det är att de riksorienterade redaktionerna har sitt huvudsakliga säte där. Ekot, Kulturnytt och P3 Nyheter är bara några exempel. Hos SR ökade programkategorin nyheter sändningsmängden med 131 timmar under 2025 och svarade därmed för 10 procent av de marksända kanalernas totala sändningstid detta år. Vid sidan av de traditionellt sända programmen är webbplatsen och appen SR Play viktiga nyhetskanaler för SR (SR 2026). Enligt Mediebarometern tog 39 procent av befolkningen, 9–85 år, del av SR:s riks- och lokalnyheter en vanlig dag 2025. Precis som för SVT var det en nedgång med ett par procentenheter (Nordicom 2026).

Ett tillskott i SR:s nyhetsutbud under 2025 var Nyhetsklubben, en veckopodd för barn mellan 9 och 13 år. Under 2026 började bolaget dessutom sända en aktualitetspodd om omvärldens syn på svensk kultur och politik kallad The Swedes (Andén 2025; SR 2026a). Störst bland SR:s nyhets- och politikpoddar var USA-podden. Under den slumpvis valda jämförelseveckan 41 2025 hade podden en teknisk medieräckvidd på cirka 199 000 lyssningar (Poddindex 2025).[5]

SR och SVT ägs sedan 1997 av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Stiftelsekonstruktionen infördes för att skapa en tydligare buffert – det som brukar kallas armlängds avstånd – mellan staten och programbolagen. Konstruktionen innebär att stiftelsen äger och förvaltar aktierna i SR, SVT och UR. Stiftelsen utser dessutom bolagens styrelser. Däremot är det riksdagens partier som nominerar ledamöter till stiftelsens styrelse (Förvaltningsstiftelsen 2024).

TV4:s nyhetsverksamhet

För TV4 var lanseringen av aktualitetsprogrammet Nyhetsdagen i januari 2025 den mest betydande förändringen i nyhetsutbudet. I samband med omläggningen lades söndagseditionen av Efter fem ned (TV4 2025).

TV4 och redaktionen för Nyheterna har sin bas i Stockholm. Sedan 2014 finns inga fasta lokala redaktioner i övriga delar av landet. Cirka 34 procent av Sveriges befolkning tog del av nyheter via TV4 under en genomsnittlig dag 2025, enligt Mediebarometern (Nordicom 2026).

Schibsteds förvärv av TV4 beskrivs i avsnittet om Schibsted Media nedan.

[5] I Poddindex anges teknisk medieräckvidd som räckvidden under en vecka och mätt på samtliga publicerade poddavsnitt under denna tid. Vecka 41 slumpades fram via en slumptalsgenerator.

Tidningsbolagens riksmedier

Den sista gruppen bland de stora nyhetsaktörerna utgörs av tidningsföretagen. Marknadens två största tidningsföretag var Bonnier News och Schibsted Media, båda med såväl rikstäckande morgon- som kvällstidningar.

Totalt uppgav 30 procent av befolkningen att de tog del av nyheter via digitala eller tryckta morgontidningar (riks- och lokalpress) en genomsnittlig dag 2025. För kvällstidningarnas del var andelen något lägre, 27 procent. Därutöver tog cirka 10 procent del av nyheter via nyhetssajter med riksnyheter – allt enligt Mediebarometern (Nordicom 2026).

Bonnier News rikstäckande medier

Koncernen Albert Bonnier ägdes 2025 av drygt 100 medlemmar ur släkten Bonnier. Under 2026 tecknade familjen ett nytt aktieägaravtal, vilket säkerställer att koncernen förblir familjeägd i minst 30 år till (Malmsten 2026).

Bonnier News är i dag den enda stora aktören på riksmarknaden som i sin helhet ägs av en familj eller enskild person. De familjeägda medierna var under mer än hundra år den vanligaste formen av medieägande i Sverige, i synnerhet bland de lokala dagstidningarna (Ohlsson 2016a).

Under 2025 gav Bonnier News ut fyra rikstäckande digitala och tryckta dagstidningar. Enligt räckviddsmätningen Orvesto var Expressen och Dagens Nyheter bolagets största rikstidningar. Under en genomsnittlig dag nådde Expressen cirka 2,3 miljoner läsare och Dagens Nyheter cirka 1,1 miljoner läsare (Sifo 2026).[6] De övriga två rikstitlarna var de mer nischade Dagens industri och Dagens Samhälle.

DN:s podd Spotlight var Bonnier News största nyhets- och politikpodd, med en räckvidd på cirka 35 000 lyssningar under vecka 41 2025 (Poddindex 2025).

[6] Räckviddsundersökningen Orvesto Konsument studerar ett tidnings- eller mediehus totala räckvidd. Måttet avser hur många människor som nås i de egna kanalerna, både digitala och tryckta. Räckvidderna för tryckta tidningar och e-tidningar bygger på en digital enkätundersökning den 1 januari–31 december 2025, i vilken 37 094 personer över 16 år deltog. De digitala räckvidderna utgår från en passiv mätning av 20 000 individers surfbeteende på mobil, appar och datorer. För dagspress avser den digitala definitionen en genomsnittlig dag, liksom för nyhetstjänster som svt.se.

Under 2025 och 2026 förvärvade Bonnier News majoriteten av aktierna i det danska medieföretaget Zetland, konsumenttidskriften Råd & Rön, de återstående aktierna i nyhetssajten Breakit, där bolaget sedan tidigare var delägare, och tekniktidningen Ny Teknik (Bonnier News 2025; Bonnier News 2026a, 2026b; Orring 2026). Zetland bedriver fördjupande digital nyhetsjournalistik riktad till en företrädesvis ung publik i Danmark och Finland. Breakits särskilda bevakningsområde är den digitala ekonomin. Därtill ökade Bonnier News under 2026 sin ägarandel i irländska Business Post Group och blev därmed bolagets majoritetsägare. Bonnier News gick in som minoritetsägare i bolaget 2023 (Aarli-Grøndalen 2026).

Mer bolagsinternt beslutade företagsledningen att organisera om delar av Expressens verksamhet under 2026. De tjugotal magasin och tidskrifter som under senare år producerats inom Expressens ramar samlas framöver i en gemensam nordisk organisation med bas i Köpenhamn (Næss 2026).

Schibsted Media

Norska Schibsted har varit verksamt på den svenska marknaden sedan mitten av 1990-talet. Under alla dessa år har bolaget varit noterat på Oslobörsen. Men 2024 förändrades ägandet då bolaget delades upp i två separata enheter. Nyhetsdelen i det tidigare gemensamma bolaget blev i och med det helägt av stiftelsen Tinius, det vill säga det tidigare börsbolagets huvudägare.[7] De svenska nyhetsmedierna Aftonbladet, Omni, Svenska Dagbladet och SvD Junior blev därmed stiftelseägda (Schibsted 2025a).

Aftonbladet var inte bara bolagets utan också Sveriges största tidning 2025, med en total räckvidd på strax under 3,6 miljoner läsare en genomsnittlig dag. Svenska Dagbladet nådde samma år cirka 741 000 läsare (Sifo 2026). Schibsteds största svenska nyhetspodd var Aftonbladet Daily med en räckvidd på cirka 138 000 lyssningar vecka 41 2025 (Poddindex 2025).

Det nya och helt medieinriktade bolaget Schibsted Media meddelade i februari 2025 att det förvärvat TV4 Media Holding, med verksamheterna TV4 i Sverige och MTV i Finland, av det statligt dominerade börsbolaget Telia Company (Schibsted 2025b; KKV 2025). Det förvärvade bolaget värderades till cirka 6,6 miljarder kronor (Telia Company 2025). Köpet godkändes av Konkurrensverket i juni 2025 (KKV 2025).

[7] I december 2025 förfogade Blommenholm Industrier (kontrollerat av stiftelsen Tinius) ca 19 % av aktierna i Vend och var därmed börsbolagets störste ägare. Vend, det vill säga den del av det sammanhållna Schibsted som kallades Schibsted Markets, drev 2025 marknadsplatserna DBA, Bilbasen, Blocket, Finn, Oikotie och Tori.

Den genomförda affären fick flera konsekvenser, bland annat att bolaget blev påtagligt större. Den betydde också att tyngdpunkten för Schibsted Medias verksamhet flyttades från olika former av dagspress till tv och annan rörlig bild. Vidare förflyttades bolagets huvudsakliga marknad från Norge till Sverige. Därtill öppnade den för samordningsvinster i reklamförsäljningen inom såväl traditionell tidnings- och tv-annonsering som webbplatser och strömmad rörlig bild (Schibsted 2026a). En annan konsekvens av Schibsted Medias köp av TV4 är att samtliga nyhetsproducerande tv- och radiobolag på den svenska marknaden numera är stiftelseägda.

Schibsted Medias breddning av nyhetsutbudet fortsatte under 2026 när Aftonbladet tilldelades ett av de tre nationella tillstånden att sända analog kommersiell radio. Tillståndet gäller från den 1 augusti 2026 till och med den 31 juli 2034 (Mediemyndigheten 2026). Enligt Aftonbladet är ambitionen att etablera en rikstäckande kommersiell nyhetsradiokanal, som ska komplettera både public service och befintlig kommersiell radio. Radio Aftonbladet riktar sig till målgruppen 30–49 år och fokuserar på nyheter, nöje och sport (Frick 2026).

Utbud och ägande bland små rikstäckande bolag

År 2025 fanns inga medelstora mediebolag som ägnade sig åt nyhetsjournalistik på riksplanet. Däremot fanns det desto fler små bolag. Denna grupp omfattade fler än 20 bolag med ungefär lika många titlar. Alla med en omsättning på maximalt 199 miljoner kronor (bilaga 1.2).

ETC Media och Dagen

I kategorin större småbolag, som omsatte cirka 60 miljoner kronor eller mer 2025, finner vi tidningsbolagen ETC Media och Dagen. Det förra bolaget gav, via ett par dotterbolag, ut dagstidningen Dagens ETC och månadstidningen ETC Nyhetsmagasin. Dagens ETC:s sammanlagda upplaga var 27 100 exemplar 2025 (Mediafacts 2026). Sedan några år tillbaka ägs tidningsbolagen av Stiftelsen ETC. Det är dock fortfarande grundaren och den tidigare ägaren som kontrollerar bolaget via stiftelsen. Initiativet till ombildningen togs så sent som 2020, vilket gör stiftelsen till landets yngsta tidningsstiftelse. Dotterbolaget Dagens ETC är i sin tur ett onoterat publikt aktiebolag, det vill säga att det erbjuder aktier på den öppna marknaden utan att vara noterat på en börs. Stiftelsen äger och ska även fortsättningsvis äga en majoritet av aktierna.

Det andra något större bolaget i denna kategori gav ut tidningen Dagen. Det är en dagstidning med rötter i pingströrelsen. Dagens tidningsbolag bröt av från de flesta andra småbolag genom att vara en del av en stor mediekoncern, i detta fall norska Mentor Medier. För till skillnad från hur

det såg ut bland de stora riksmedierna var tämligen få småbolag delar av koncerner eller tidningskedjor. Mentor Medias tre största ägare 2025 var det norska investeringsbolaget Amble, det likaledes norska mediebolaget Polaris och svenska Pingst Förvaltning. Tidningen Dagens upplaga detta år var 16 800 exemplar (Mediafacts 2026).

Övriga bolag och titlar

Till skillnad från de större nyhetskoncernerna kännetecknas småbolagsgruppen av en jämförelsevis stor mångfald när det gäller till exempel ägande, organisationsformer och redaktionell inriktning. Gruppen omfattar allt från politiskt profilerade tidningar och medier för språk- och minoritetsgrupper till entreprenörsdrivna nyhetsverksamheter. I denna del av marknaden återfinns också flera nyhetsmedier med ägarformer som är mer ovanliga på dagens svenska nyhetsmarknad, som förenings- och organisationsägande. Den här gruppens bolag är för många till antalet för att kunna belysas i detalj.

Företagen i småbolagsgruppen omsatte ungefär 48 miljoner kronor eller mindre 2025. Det är bolag med titlar som är Fokus, Nyheter 24, Samefolket och Svenska Epoch Times.

Ser vi till de mer övergripande linjerna finns det flera intressanta förhållanden att lyfta fram. Ett exempel i gruppen är nyhetsmagasinet Fokus. Dess ägare, FPG Media, ägde inte bara Fokus utan även ett dotterbolag med ett par populärvetenskapliga tidskrifter. Bolaget ägdes 2025 av bland annat finansfamiljen Johnsons Nordstjernan Kultur och Media samt Johan Björkmans allmännyttiga stiftelse för ekonomisk forskning och efterlevande familj.

Under många decennier var organisationsägandet utbrett på den svenska dagstidningsmarknaden (Ohlsson 2013). I dag återfinns i princip samtliga organisations- och föreningsägda nyhetsmedier bland dessa småbolag. Som exempel kan Samnytt ideell förening med Samnytt och Tidskriftsföreningen Norrskensflamman UPA med Flamman nämnas.

I linje med denna långa trend genomförde ägarföreningen till Svenska Epoch Times en omorganisation 2025. Föreningen gick i frivillig likvidation och tidningsutgivningen togs i stället över av ett ägarlett aktiebolag. Tidningen ingår också ett internationellt samarbete med organisationen Epoch Media Group, vilken grundades i USA år 2000 (Nguyen 2025).

Ett annat utmärkande drag inom kategorin är de politiskt grundade titlarna. Här hittar vi ungefär ett tiotal tidningar som den socialdemokratiska Aktuellt i Politiken och syndikalistiska Arbetaren.

Nästa tydligt urskiljbara undergrupp är de titlar som riktar sig till specifika befolknings- och språkgrupper i landet. Två av dessa titlar ges ut på finska, Ruotsin Suomalainen och Suomen Uutisviikko, och en på arabiska, Alkompis. I gruppen finns också nyhets- och samhällsmagasinet Samefolket på svenska och samiska.

Sist ut i denna omsättningskategori finns entreprenörsdrivna medieverksamheter som Bulletin och Kvartal samt tidningar med kristen profil som Hemmets Vän och Världen idag.

Det genomfördes också ett antal strukturaffärer under perioden 2025/26. En av de större var den danska mediekoncernen JP/Politikens Hus förvärv av politiksajten Altinget 2026. Bolaget förvärvade Altingets sajter i Danmark, Norge och Sverige av det danska bolaget Alrow Media (Alrow 2025). JP/Politikens hus är en av Danmarks största mediekoncerner och är vid sidan av Altinget verksamt i Sverige via Bokförlaget Polaris.

Några av kategorins titlar reviderar sina upplagor, ingen sin räckvidd. Störst upplaga 2025 hade Aktuellt i Politiken med 5 600 exemplar, medan Flammans upplaga var 4 900 exemplar och Arbetarens 2 000 (Mediafacts 2026).

2.3 Utbud och ägande bland regional och lokal nyhetsjournalistik

Följande avsnitt belyser redaktionella mediers utbud av regional och lokal nyhetsjournalistik. Som redan nämnts tog ungefär 30 procent av befolkningen del av nyheter via digitala eller tryckta morgontidningar (riks- och lokalpress) en vanlig dag 2025. Cirka 13 procent tog del av nyheter via en lokal nyhetssajt och 10 procent i en lokal gratistidning (Nordicom 2026).

Det regionala och lokala nyhetsutbudet

Konsumtionsuppgifterna säger något om publikens användning av lokala och regionala nyhetsmedier, men för att beskriva själva utbudet krävs andra mått. Ett sätt att få en uppfattning om utbudets storlek är att räkna antalet redaktioner med lokalbevakning, exempelvis via Institutet för mediestudiers kommundatabas.[8] Institutet bedömde att det i slutet av 2025 fanns drygt 450 redaktioner utspridda i landets 290 kommuner. Alla dessa är sannolikt inte fullt ut verksamma som nyhetsredaktioner. Men siffran signalerar ändå att en majoritet av landets nyhetsredaktioner ägnar sig åt regional och lokal journalistik.

Sett på några decenniers sikt har emellertid antalet anställda dagspressjournalister och antalet redaktioner, inte minst lokalredaktioner, minskat i landet (Nygren et al. 2017). Men samtidigt som de stora mediekoncernerna dragit ned på sin lokala närvaro har också nya hyperlokala nyhetsmedier vuxit fram. Det är en grupp som bitvis liknar de lokalmedier som slogs ut under 1940- och 50-talen. Dessa hyperlokala medier rapporterar oftast om enskilda kommuner eller stadsdelar, vilket vanligen sker i form av gratistidningar eller digitala plattformar. Exempel på sådana medier är Bättre stadsdel i Stockholms södra närförorter och Frilagt Hässleholm i Skåne.

De nya initiativen har dock i huvudsak etablerats i områden med redan befintlig medienärvaro, det vill säga på platser med tillgång till en stark lokal reklammarknad. Många av de hyperlokala medierna har dessutom haft kort livslängd och genomströmningen av aktörer har därmed varit hög (Lindén et al. 2019). Deras andel av de totala reklam- och konsumentinvesteringarna är fortsatt liten.

Enligt Institutet för mediestudier saknade mellan 50 och 70 kommuner en nyhetsredaktion 2025, beroende på hur begreppet definieras. Aldrig tidigare, sedan mätningarna inleddes 2014/15, har så många kommuner saknat en nyhetsredaktion. I institutets sammanställning av mätningarna bedöms utvecklingen vara ett trendbrott efter några år av relativt oförändrade nivåer. Kommunerna utan nyhetsredaktion är spridda över landet, men kännetecknas i regel av att vara mindre centralorter och glesbygd. Nyhetsredaktioner saknas även ofta i utpräglade pendlingssamhällen och det trots att dessa kan ha rätt stora befolkningar (Wallentin 2026).

[8] En redaktion är inte nödvändigtvis detsamma som en tidning eller annan medieorganisation. En tidning eller en radio- eller tv-kanal har ofta flera olika redaktioner, som lokal-, kultur- eller sportredaktioner

Mediemyndigheten har i en separat utvärdering bedömt att det utökade redaktionsstödet har bidragit till att fler kommuner bevakas av allmänna nyhetsmedier (Mediemyndigheten 2026).

Den regionala och lokala marknadens aktörer

I underlaget för denna rapport finns fler än 45 nyhetsinriktade radio- och tv-program, fler än 110 betaltidningar och drygt 70 gratistidningar, vilka alla är verksamma inom den regionala och lokala nyhetsjournalistiken.[9] Dessa ägdes i sin tur av drygt 40 kommersiella verksamheter och två public service-bolag. De slutgiltiga ägarna var dock något färre. Vid sidan av de stiftelseägda SR och SVT var det familjeägda Bonnier News Local det i särklass största, både räknat i antal titlar och omsatta kronor.

Liksom i avsnittet om riksjournalistiken görs här en uppdelning mellan stora, medelstora och små mediebolag.

Utbud och ägande bland stora regionala och lokala bolag

Sex av de bolag eller bolagsgrupper som ägnade sig åt regional och lokal nyhetsjournalistik kan kategoriseras som stora: SR och SVT samt de fyra lokaltidningsgrupperna Bonnier News Local, NTM Media, Stampen Lokala Medier (Stampen) och Gota Media.

SVT och SR, svarade 2025 för 21 regionala eller lokala nyhetsprogram i tv och 25 i radio. De fyra tidningsbolagen och deras dotterbolag gav samtidigt ut ett 80-tal regionala eller lokala betaltidningar och en handfull gratistidningar (bilaga 1.3).

SR och SVT:s regionala och lokala utbud

Både SR och SVT har i sina sändningstillstånd ett uppdrag att spegla förhållanden i hela landet. Under den tillståndsperiod som avslutades 2025 har SVT byggt ut sin lokala närvaro i syfte att förstärka bevakningen runt om i riket. Det tydligaste uttrycket för detta är att SVT ökat den fasta närvaron från 34 orter vid tillståndsperiodens början till 50 vid dess slut. Totalt hade bolaget 21 lokala nyhetsprogram, vilka sammantaget sände 3 433 timmar 2025. Under året utgjorde det lokala materialet 40 procent av nyheterna på sajten svt.se. Det var något mindre än under de två föregående åren (SVT 2026).

För SR:s del hade bolaget fasta redaktioner på 52 orter i 50 kommuner 2025. Huvuddelen av dessa utgjordes av redaktionerna inom P4. I början

[9] Rapporten använder en vidare definition av gratistidning än den i Nya Lundstedt, vilket förklarar skillnaden i antal.

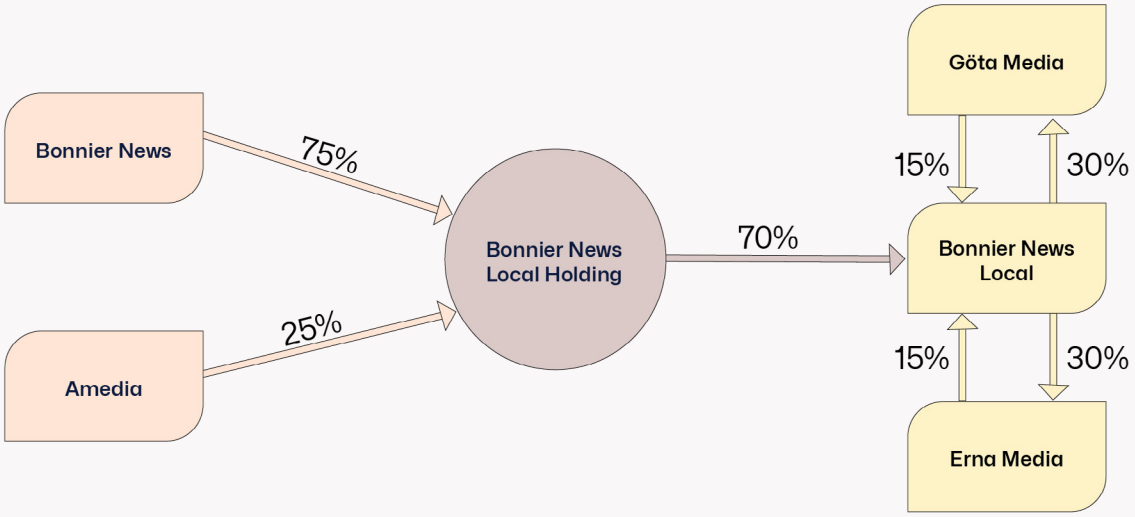
av 2019 fanns 49 fasta redaktioner i 48 kommuner. Parallellt med de lokala nyhetsredaktionerna fanns också redaktioner och nyhetssändningar på minoritetsspråk. SR redovisar ingen exakt siffra för hur många timmar lokala nyheter som sänds. En vanlig vardag sänder dock SR 9,5 timmar lokalt och regionalt innehåll, däribland nyheter, i var och en av de 25 P4-kanalerna. Det innebär att bolaget sänder cirka 240 timmar lokalt innehåll varje vardag. Från och med 2024 har också SR en särskild publiceringsdesk för digitala lokala nyheter. Desken är bemannad av medarbetare runt om i landet (SR 2026).

Bonnier News Local

Vid sidan av public service fanns fyra stora lokalt verksamma nyhetsföretag 2025. Alla fyra har sina rötter inom tidningsbranschen. Sektorns omsättnings- och titelmässigt största bolag var Bonnier News Local. Under det senaste decenniet har företaget vuxit kraftigt genom förvärv och korsägande.

Familjen Bonnier är dock inte ensam ägare till just Bonnier News Local. Bolaget samägs sedan några år med de stiftelseägda lokaltidningskoncernerna Amedia i Norge och Gota Media i Sverige. Ytterligare ett steg mot ökat korsägande togs sommaren 2025 då familjeägda Erna Media (tidigare NWT Media) i Karlstad gick in som delägare – och korsägandet utökades. I och med Ernas Medias inträde förändrades bolags- och ägarstrukturen. Enligt det nya upplägget, lätt förenklat, äger Bonnier News 75 procent och Amedia 25 procent av Bonnier News Local Holding. Holdingbolaget äger i sin tur 70 procent av Bonnier News Local. Resterande 30 procent delas lika mellan Gota Media och Erna Media. Samtidigt korsäger Bonnier News Local 30 procent vardera av Gota Media och Erna Media (Bonnier News Local 2025a; Lindberg 2025). Den genomförda affären är ett tydligt uttryck för de senaste årens trender med uppköp, korsägande och framväxten av allt större företagssfärer (figur 2.1).

Figur 2.1 Bonnier News Locals ägarstruktur 2025/26



Not: Figuren ger en schematisk bild av ägarstrukturen.

Samma tillväxtstrategi kom till uttryck i slutet av 2025 när Bonnier News Local köpte Mitt i:s 33 gratistidningar i Stockholmsområdet, med totalt 900 000 läsare per utgivningstillfälle (Sifo 2026). I korthet förvärvade Bonnier News Local samtliga aktier i Mitt i-tidningarnas ägarbolag Ge-Te Media. Säljare var majoritetsägaren Byggmästaren Anders J Ahlström och de enstaka minoritetsägarna. Tillträde till bolaget genomfördes i februari 2026 efter godkännande av Konkurrensverket (Bonnier News Local 2025b; KKV 2026).

En annan strukturell förändring var att dotterbolagen Nya Dala-Demokraten, Nya Länstidningen i Östersund, Lokaltidningen Mediacenter och Sydsvenska Dagbladet fusionerades med Bonnier News Local under året. Fusionerna innebar att koncernens samtliga titlar nu är samlade i nämnda bolag.

Dessa titlar med regionalt eller lokalt fokus gav Bonnier News Local ut i Dalarnas, Jämtlands, Jönköpings, Gävleborgs, Kronobergs, Västernorrlands, Västra Götalands, Västmanlands, Skåne, Stockholms och Örebro län. Under större delen av 2025 bestod utgivningen av 40 betaltidningar och nyhetssajter samt tre gratistidningar (under 2025 lade bolaget ned ett tjugotal gratistidningar i Skåne, en gratistidning i Småland och under 2026 även en nyhetssajt i Skaraborg).

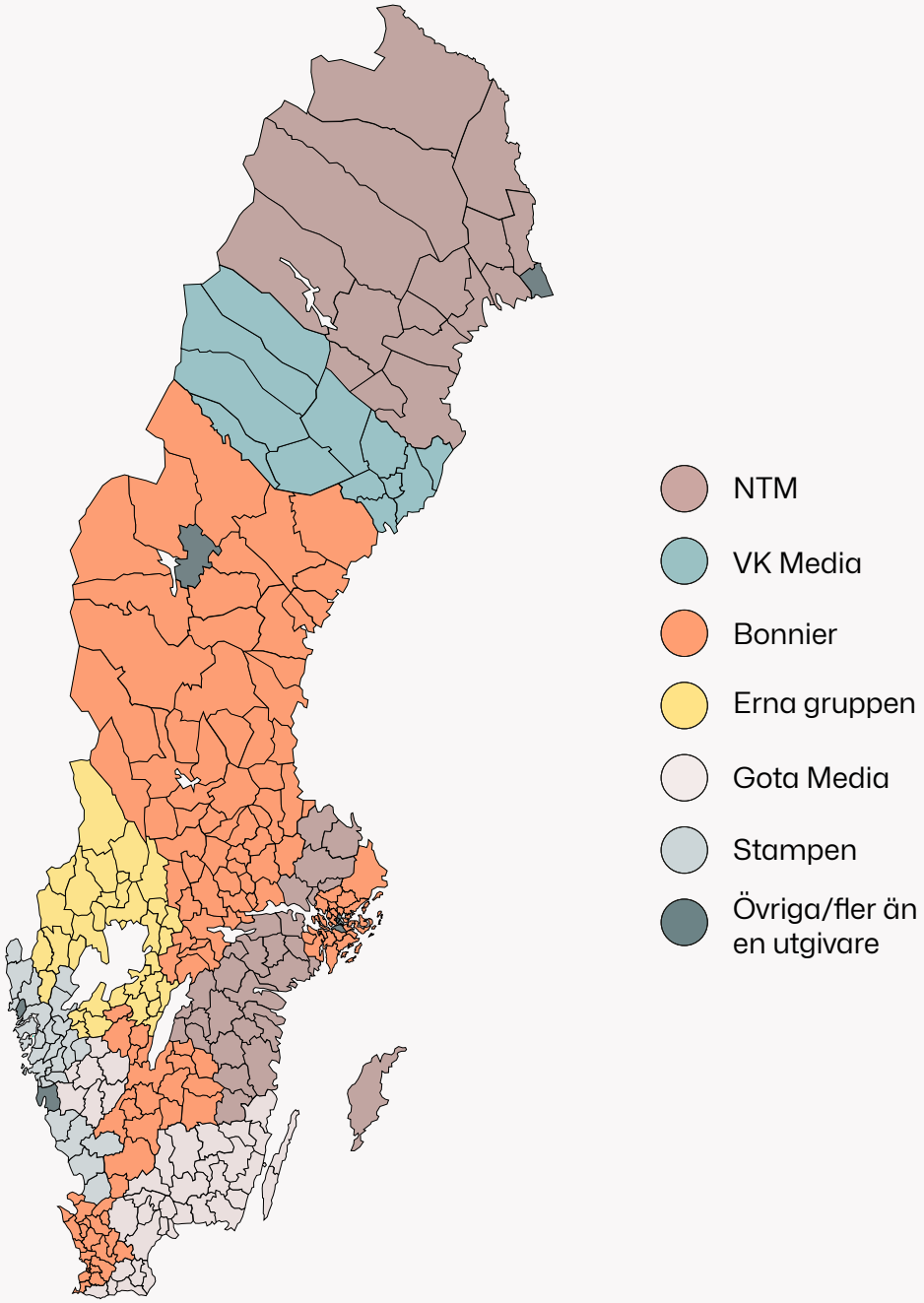
Räckviddsmässigt var Sydsvenskan i Malmö den största av bolagets regionala och lokala nyhetstitlar, med cirka 300 000 läsare under en genomsnittlig utgivningsdag (Sifo 2026).

Sydsvenskan stod också bakom Bonnier News Locals största nyhets- och politikpodd under den studerade perioden. Under den slumpvis valda veckan 41 år 2025 hade Du lyssnar på Sydsvenskan en teknisk räckvidd på cirka 1 800 lyssningar (Poddindex 2025).

Bonnier News Local har, liksom flera konkurrenter, fortsatt att minska den tryckta utgivningen. Under 2025 och 2026 har tidningar som Arbetarbladet, Borlänge Tidning, Gefle Dagblad och Vestmanlands Läns Tidning fattat beslut om en övergång till tredagarsutgivning i tryckt form (Bonnier News Local 2025c; 2026; 2026a). Även gratistidningarna Finnveden-Västboandan och Nacka Värmdö Posten har sänkt sina utgivningsfrekvenser under 2026 (Bonnier News 2025a).

Figuren nedan (figur 2.2) visar i vilka län de stora tidningskoncernerna är verksamma med fler- och fådagarstidningar. I exempelvis de ljusgrå-färgade länen ger Stampen ut sina tidningar, medan Erna Media är verksamt i de gul-markerade. I de mörkgrå-färgade områdena är fler än en tidningsägare verksam, till exempel i Stockholm där både Bonnier och Schibsted är verksamma.

Figur 2.2 Det lokala tidningsägandets geografi vid utgången av 2025



Källor: MedieSverige 2025 (Nordicom); Dagstidningsförteckning 2026 (Mediemyndigheten); Kommundatabasen (Institutet för mediestudier/Newsworthy).

NTM Media

Norrköpingsbaserade NTM Media bildades i sin nuvarande version i samband med att Erik och Asta Sundins stiftelse gick samman med Upsala Nya Tidnings (UNT) ägare Axel Johansson-stiftelserna 2009. Samgåendet innebar att NTM gick in som hälftenägare i UNT samtidigt som det senare bolagets stiftelser trädde in som minoritetsägare i NTM-koncernen (Ohlsson 2016a). Efter samgåendet har bolaget också förvärvat en rad andra lokala medieföretag. Men något korsägande mellan NTM Media och andra tidningsbolag – av den typ som redovisats för Bonnier News Local, Erna Media och Gota Media – fanns inte under den aktuella perioden. Däremot har NTM ett visst samarbete med Schibsted. Detta samarbete utökades i början av 2026 när delar av prenumerantstocken erbjöds tillgång till Svenska Dagbladets digitala nyhetspaket (NTM Media 2026a). Ett annat exempel på samarbetet är att koncernens prenumeranter redan 2023 fick tillgång till Aftonbladets e-tidningar (NTM Media 2023).

År 2025 publicerade NTM 16 betaltidningstitlar och en gemensam nyhetssajt för de två Gotlandstidningarna. Bolaget gav ut nyhetstidningar i Gotlands, Norrbottens, Södermanlands, Uppsala och Östergötlands län. NTM:s största tidningar var Upsala Nya Tidning med 161 000 läsare och Östgöta Correspondenten med 141 000 läsare i början av 2025 (Kantar Media 2025).[10]

Under hösten 2026 drog NTM ned på flera av sina tidningars utgivningstakt i tryckt form. De tryckta upplagorna av Norrländska Socialdemokraten, Norran, Norrbottens-Kuriren och Piteå-Tidningen utkommer sedan omläggningen tre dagar i veckan (NTM Media 2026b). Eskilstuna-Kuriren, Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar och Strengnäs Tidning blir även de tredagarstidningar från 1 december 2026 (Nilsson 2026).

Stampen Lokala Medier

Göteborgskoncernen Stampen gav ut 16 betaltidningar 2025, varav nio var helt digitala. Koncernens ojämförligt största tidning var Göteborgs-Posten med 626 000 dagliga läsare 2025 (Sifo 2026). Stampens tidningar utkom i Hallands och Västra Götalands län. Bolagets mest populära nyhetspodd var GP:s Nyhetsshowen med en teknisk räckvidd på 13 000 lyssningar vecka 41 2025 (Poddindex 2025).

[10] NTM Media slutade att revidera sina räckvidds- och läsartal under 2026.

Stampen har sedan 2019 huvudsakligen ägts av det norska börsnoterade mediebolaget Polaris Media. Ägandet har dock varit delat med VK Media, som ägde 10 procent, och Erna Media, som ägde 20 procent. Sommaren 2025 förvärvade Polaris de återstående minoritetsposterna i konsortiet och blev därmed ensam ägare till Stampen (Stampen 2025a).

Polaris är via Stampen den enda kvarvarande börsnoterade aktören på den svenska nyhetsmarknaden. Polaris två största ägare var, i slutet av 2025, Schibsted Media (29 procent) och Erna Medias norska dotterbolag NWT Media (27 procent).

Stampen har sedan 2025 ett paketsamarbete med New York Times och erbjuder sina prenumeranter tillgång till den amerikanska tidningens utbud (Stampen 2025b).

Gota Media

Gota Media, med säte i Kalmar, är resultatet av ett samgående 2003 mellan Sydostpress, ägt av Stiftelsen Barometern, och Borås Tidning, ägt av Tore G. Wärenstams stiftelse (Ohlsson 2016a). Sedan 2022 präglas ägarstrukturen av det tidigare redovisade korsägandet med Bonnier News Local. I dag ägs således Gota Media till 70 procent av Gota Media Holding, som i sin tur ägs till lika delar av de två stiftelserna, och till 30 procent av Bonnier News Local.

Gota Media skiljer sig från de flesta andra bolag på lokaltidningsmarknaden genom att inte ha en tydlig modertidning. I stället finns två i princip lika stora tidningar: Barometern och Borås Tidning. Under 2025 hade de 106 000 respektive 109 000 dagliga läsare (Sifo 2026). Samma år gav Gota Media ut tolv betaltidningar och en gratistidning samt var delägare i ytterligare fyra annons- och gratistidningar. Bolaget var verksamt i Blekinge, Kalmar, Kronobergs, Skåne och Västra Götalands län med totalt 13 egna morgontidningar och en gratistidning.

2.4 Utbud och ägande bland medelstora lokala bolag

Även på den lokala nyhetsmarknaden var antalet medelstora aktörer begränsat. År 2025 omsatte endast två lokala medieföretag (med dotterbolag) – Erna Media, och VK Media – mellan 200 och 999 miljoner kronor (bilaga 1.4).

Erna Media

Erna Media i Karlstad gav ut 14 betaltidningar och en gratistidning. Tidningarna gavs ut i Värmlands län samt i Dalsland och Skaraborg i Västra Götalands län. Störst av titlarna var modertidningen Nya Wermlands-Tidningen, som samma år hade 151 000 dagliga läsare (Sifo 2026).

Erna Media ingår i koncernen Erna Gruppen. Mediebolaget, liksom gruppen i övrigt, ägs av familjen Ander. En skillnad i ägandet mellan släkten Bonnier och familjen Ander är antalet fysiska ägare. I Bonniers fall handlar det om fler än 100 personer medan det inom familjen Ander rör sig om färre än en handfull. För Erna Medias del har korsägandet med Bonnier News Local inneburit en övergång till Bonnier News tekniska plattformar samt deltagande i det gemensamma samarbetet kring annons- och prenumerationsförsäljning. Den publika lanseringen i Plus allt-paketet ägde rum i slutet av 2025 medan plattformsöverflyttningen genomfördes under våren 2026.

Till det nya korsägandet ska också läggas ett redan existerande ägande i Norge. I slutet av 2025 ägde dotterbolaget NWT Media cirka 27 procent av norska Polaris Media. Som noterats sålde Erna Media sin andel i PNV Media till Polaris 2025.

VK Media

Den stiftelseägda verksamheten Västerbottens-Kuriren (VK Media) har sitt ursprung i modertidningen Västerbottens-Kuriren, som 2025 hade en räckvidd på cirka 140 000 dagliga läsare (Sifo 2026). Under året gav VK Media ut sex morgontidningar i Västerbottens och Västernorrlands län. Dessutom gav bolaget ut gratistidningen Totalt Umeå vid fem tillfällen.

Ägaren Stiftelsen VK Press har sin bas i Umeå och har som övergripande mål att säkerställa utgivningen av Västerbottens-Kuriren och dess systertitlar (Ohlsson 2016b). Tidningarna ingår i koncernen VK Media. Den största strukturaffären under 2025 var avyttrandet av den tioprocentiga ägarandelen i konsortiet PNV Media till Polaris Media.

2.5 Utbud och ägande bland små lokala bolag

Sist ut bland de lokala och regionala bolagen har vi de små aktörerna, det vill säga de med en omsättning på högst 199 miljoner kronor. Gruppen omfattar drygt 30 utgivande bolag. Tillsammans gav de ut ett tiotal betaltidningar och cirka 70 gratistidningar under 2025. Kategorin var alltså den största räknat i antal utgivande bolag. Samtidigt ingick jämförelsevis få av dem i större koncerner eller tidningskedjor (bilaga 1.5).

Ett utmärkande drag för dessa verksamheter är just att de är fristående och vanligen ger ut en tidning. Det tydligaste undantaget från den huvudregeln är Innerstadspress inom Ge-Te Media. Under 2025 gav bolaget ut ett trettiotal gratistidningar i Storstockholm. Mot slutet av året förvärvades Ge-Te Media med dotterbolag av Bonniergruppen, vilket innebar att 2025 blev Innerstadspress sista år som eget bolag.

Ett annat undantag, men mindre särskiljande är Made in Båstad. Bolaget gav med sina sex gratistidningar och ett par magasin i Halland, Skåne och Småland ut näst flest titlar inom kategorin. Koncernen Markbladet i Västergötland och Mediagruppen Dalarna gav i sin tur ut fem titlar vardera.

Ett annat utmärkande drag i gruppen är att bolagen ofta har sin hemvist utanför de stora och mellanstora städerna. Bland utgivningsorterna finner vi namn som Avesta, Laholm, Sandviken och Vimmerby. I de fall titlarna inte finns på landsbygden bevakar de inte sällan storstädernas kranskommuner eller förorter, som Nyhetsbyrån Järva i Stockholm och Torslanda-Öckerö Tidningen i och vid Göteborg. Ytterligare ett utmärkande drag bland de små är att en majoritet av dem är annonsfinansierade, det vill säga gratis att använda för konsumenterna. Bland betaltidningarna var det endast Sveagruppen som gav ut flera lokaltidningar och Per Texta Förlag som också förlade en målgruppsinriktad tidning. Övriga ägde och gav ut en titel.

Utmärkande drag i utbud och ägande 2025/26

Utifrån det ovanstående kan tre slutsatser dras om utvecklingen av utbud och ägande.

- För det första har nyhetsutbudet förändrats relativt lite till sin omfattning. Antalet nyhetsmedier är fortsatt jämförelsevis stort, även om vissa titlar lagts ned eller förändrat sin utgivning.
- För det andra fortsätter omställningen mot digital distribution. Flera tidningar har minskat den tryckta utgivningen eller blivit helt digitala, samtidigt som nya satsningar i hög grad sker digitalt och i form av poddar, nyhetsbrev och andra digitala format.
- För det tredje fortsätter ägandet att koncentreras. Genom förvärv, korsägande och samarbeten samlas allt större delar av marknaden hos ett mindre antal mediegrupper samtidigt som ett stort antal mindre aktörer fortsatt bidrar till utbudet.

3.

Nyhetsmediernas ekonomi



3.

Nyhetsmediernas ekonomi

I rapportens avslutande kapitel behandlas mediebolagens ekonomi. Kapitlet inleds med en genomgång av de övergripande tendenserna för marknaden som helhet. Därefter belyses de olika bolagskategorierna och de enskilda bolagen. Kapitlet avslutas med en sammanfattande analys.

Annonsintäkterna fortsatt under press

Som utgångspunkt för genomgången kan den samlade intäktsutvecklingen på mediemarknaden studeras. Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) uppskattar att mediebolagens intäkter från annonser och konsumenter växte med 1,6 procent under 2025 till nästan 62 miljarder kronor, inklusive public service-anslagen. Ökningen kan till stor del tillskrivas växande konsumentintäkter. De 62 miljarderna avser alltså alla mediers intäkter, inte bara de som ägnar sig åt nyhetsförmedling (IRM SE 2026c).

Även om mediebolagens annons- och konsumentintäkter ökade något 2025 har medieekonomin under de senaste decennierna präglats av vikande intäkter och omfattande besparingar. En viktig förklaring till det är att annonsörerna successivt har flyttat sina investeringar från traditionella medier, som tryckta tidningar och linjär tv, till digitala kanaler. Annonsörernas kostnader för att nå konsumenterna är ofta lägre i de digitala kanalerna, vilket också innebär att digital annonsering vanligen ger lägre intäkter per annons för mediebolagen än annonsering i tryckt press eller tv.

Till det kommer att annonsörerna inte bara har minskat sina investeringar i journalistiska medier. De har också ökat sina reklamköp hos de globala plattformstjänsterna (Ohlsson & Facht 2017). En majoritet av de samlade annonsinvesteringarna i medier uppskattas i dag gå till de stora, i första hand amerikanska, plattformarna. Metas sociala medieplattformar, som Facebook och Instagram, samt Alphabets söktjänst Google bedöms tillsammans erhålla mer än hälften av de svenska annonsinvesteringarna (Nilsson, M 2025).

För att möta denna utveckling har svenska och nordiska nyhetsmedier i hög grad ägnat sig åt besparingar, företagsförvärv och samarbeten. Den grundläggande tanken med denna strategi är att bedriva

nyhetsverksamheten mer kostnadseffektivt samt att erbjuda både konsumenter och annonsörer konkurrenskraftigare produkter (Lehtisaari et al. 2026).

Trots dessa anpassningar kvarstod de ovan redovisade utmaningarna. Under helåret 2025 ökade Sveriges bruttonationalprodukt (BNP) med 1,5 procent jämfört med året innan (SCB 2026). Samtidigt sjönk nyhetsmediernas annonsintäkter med drygt 1 procent till cirka 4,2 miljarder kronor, enligt IRM (IRM SE 2026). Nedgången var något mer accentuerad i den lokala pressen än för storstadstidningarna i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Den utvecklingen bekräftas såväl i bolagens årsredovisningar som i rapporter från branschorganisationen Tidningsutgivarna (TU 2026). Intäktstappet är i princip helt koncentrerat till de tryckta tidningarna. Bara under 2025 föll annonsörernas investeringar i tryckta nyhetsmedier med 7,7 procent till strax under 1,9 miljarder kronor (IRM SE 2026a).

Annonsinvesteringarna i tryckta nyhetsmedier har fallit i stort sett oavbrutet sedan 2007. Sedan några år tillbaka är också nyhetsmediernas digitala annonsintäkter större än de tryckta (Lindberg & Facht 2024). De svenska nyhetsmediernas intäktstapp i tryckta annonskanaler var dock mindre än i de skandinaviska grannländerna 2025. I Danmark föll motsvarande segment med cirka 11 procent och i Norge med ungefär 14 procent (IRM DK 2026; IRM NO 2026).

Under 2026 finns samtidigt tecken på en mer gynnsam utveckling på den svenska annonsmarknaden som helhet. Under året har till exempel de svenska mediernas annonsintäkter påverkats positivt av stora idrottsevenemang som fotbolls-VM för herrar och höstens allmänna val. Under valåret förändrades även förutsättningarna för politisk annonsering genom EU:s förordning om politisk reklam (TTPA), som införde nya krav på transparens och märkning av politisk reklam. I samband med införandet valde vissa plattformar att se över sina regler för politisk annonsering. IRM pekar också i sin prognos på en god tillväxttakt på annonsmarknaden under året och spår en marknadstillväxt på 6,1 procent (IRM SE 2026b). Morgonpressen redovisade trots dessa signaler ett smärre tapp i annonsintäkterna om cirka 1 procent under första halvåret 2026 (TU 2026c).

Konsumentintäkterna får allt större betydelse

De lätt positiva tendenserna på annonsmarknaden förändrar dock inte den långsiktiga utvecklingen mot digital distribution och ett ökat beroende av konsumentintäkter. Förskjutningen mot digital distribution syns tydligt på konsumentmarknaden. Andelen av befolkningen, 9–85 år, som har tillgång till

en prenumererad tryckt morgontidning i hemmet har under senare år krympt till 16 procent. Och det medan andelen med tillgång till en prenumererad digital morgontidning vuxit till 41 procent (Nordicom 2026). Parallellt med detta har annonsfinansieringens betydelse för nyhetsmedierna minskat. Mindre än 10 procent av de samlade annonsinvesteringarna går i dag till medier som ägnar sig åt nyhets- och samhällsjournalistik (Steinvall & Thor 2025).

För de allra flesta dagstidningar är konsumentintäkterna numera den viktigaste intäktskällan. Utvecklingen kan illustreras med två företag som skiljer sig kraftigt åt i fråga om omsättning och spridning: Dagens Nyheter och Värmlands Folkblad Drift. År 2025 utgjordes ungefär 80 procent av respektive bolags nettoomsättning av konsumentintäkter och cirka 20 procent av annonsintäkter.

Även hushållens konsumtionsmönster pekar i samma riktning. SCB:s statistik visar att hushållens utgifter för information och kommunikation ökade under helåret 2025 (SCB 2026). Det är en utveckling som också avspeglas på mediemarknaden. Enligt TU:s uppgifter ökade morgonpressens konsumentintäkter med 2 procent 2025 jämfört med föregående år, framför allt till följd av stigande intäkter i de digitala kanalerna (TU 2026b).

Samtidigt talar andra indikatorer för att marknaden inte enbart präglades av tillväxt. Enligt Mediebarometern hade 47 procent av befolkningen i åldern 9–85 år tillgång till en prenumererad dagstidning, digital eller tryckt, i hemmet 2025. Det var en nedgång från 50 procent året innan – och en fortsatt minskning från 52 procent 2022 (Nordicom 2026 och 2024). Sammantaget pekar uppgifterna på en marknad där de digitala konsumentintäkterna växer, men där tillväxten sker på en mer mogen prenumerationsmarknad än tidigare.

Den bilden förstärks av Digital News Report från Oxfords universitet. Enligt rapporten betalade 32 procent av den internetanvändande befolkningen i Sverige för nyheter online 2026. Det var en ökning med en procentenhet jämfört med 2025. Samtidigt har andelen legat mellan 31 och 33 procent sedan 2022. Den svenska andelen är dock näst störst i Norden, efter Norge där motsvarande andel var 40 procent. I Danmark och Finland uppgav 20 respektive 23 procent av befolkningen att de betalade för digitala nyheter i början av 2026 (Egan et al. 2026).

Nya intäktskällor

Parallellt med utvecklingen mot en mer mogen prenumerationsmarknad har flera tidningsbolag prövat betalmodeller vid sidan av traditionella

prenumerationer. Under 2025 och 2026 genomförde tidningsföretag som Erna Media och NTM Media försök med, eller lanserade, olika modeller för styckesköp av artiklar, ibland kallade mikrobetalningar (Tordai 2025). Sådana modeller har tidigare testats på flera marknader, men har hittills haft begränsat genomslag (Oniango 2026).

En kanal som vuxit snabbt under senare år är poddarna. I dag erbjuder en lång rad svenska nyhetsmedier aktualitets- och nyhetspoddar, antingen som en del av prenumerationserbjudandet eller öppet för alla. Under 2025 tog omkring 11 procent av Sveriges internetanvändande befolkning del av nyhetspoddar under en vecka (Egan et al. 2026). Den växande lyssningen har också gjort nyhetspoddarna till en etablerad reklamkanal. Enligt IRM köpte annonsörerna reklamutrymme i aktualitets-, ekonomi- och nyhetspoddar för ungefär 50 miljoner kronor 2026. Det motsvarar cirka 11 procent av annonsörernas samlade poddinvesteringar (IAB Sverige 2026).

3.1 Rikstäckande nyhetsmediers ekonomi

Den digitala och skalbara medieekonomin har skapat nya ekonomiska möjligheter för rikstäckande journalistik. På stora kommersiella marknader finns större möjligheter att dra nytta av låga marginalkostnader och att odla abonnemangs- och annonsintäkter än på mer avgränsade marknader. Rikstäckande medier kan därmed få en strukturell konkurrensfördel gentemot mindre, lokala aktörer (Prakash Elavarthi & Chitrapu 2022). I den pre-digitala tidningsvärlden såg förutsättningarna ofta annorlunda ut. Då kunde den lokala marknaden, med begränsad annonskonkurrens och kortare distributionsvägar, i stället utgöra en konkurrensfördel (SOU 1974:102).

Stora rikstäckande bolags ekonomi

De stora rikstäckande mediernas omsättning, inklusive public service-bolagen, ökade med 0,7 procent under 2025 till cirka 21,7 miljarder kronor. Den samlade rörelsemarginalen var +6,6 procent (bilaga 1.1).

Avgränsas genomgången till de kommersiella verksamheterna, Bonnier News (Dagens industri, Dagens Nyheter och Expressen) och Schibsted Media (Aftonbladet, Svenska Dagbladet och TV4), så omsatte dessa tillsammans 12,5 miljarder kronor. Det var en ökning med ett par procent. Rörelsemarginalen var +11,8 procent.

Sveriges Television

Förvaltningsstiftelsen, som äger public service-bolagen, redovisade totala rörelseintäkter på 9,97 miljarder kronor. Det var en minskning med cirka 105 miljoner kronor, eller drygt 1 procent, jämfört med året innan.

SVT var med en sammanlagd omsättning på 5,7 miljarder kronor det klart största av public services programbolag 2025. Omsättningen var dock 4,6 procent lägre än 2024. Minskningen var en följd av att både medlen från public service-avgiften och övriga rörelseintäkter krympte. I den senare posten ingår bland annat intäkter från visningsrätter, tekniska tjänster och sponsring (tabell 3.1). Omsättningssiffran avser förstås SVT:s hela verksamhet och inte enbart nyhetsverksamheten. Det bör också nämnas att SVT som public service-bolag drivs utan vinstintresse.

Tabell 3.1 Stora rikstäckande mediebolags ekonomi 2025

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (tkr)	Rörelse-marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd (tkr)
SVT	Förvaltnings-stiftelsen	5 736 379	-4,6	-31 857	-0,6	-3 882	
SR	Förvaltnings-stiftelsen	3 484 811	+5,8	-1 415	-0,0	25 485	
Dagens Nyheter	Albert Bonnier	1 359 166	+1,5	226 527	+16,7	248 471	
Expressen	Albert Bonnier	1 271 547	-4,0	56 738	+4,5	73 504	
Dagens industri	Albert Bonnier	918 345	+4,1	188 924	+20,6	195 502	
Aftonbladet	Schibsted	1 445 001	-1,1	77 700	+5,4	84 003	
Svenska Dagbladet	Schibsted	829 716	-0,1	46 323	+5,6	53 663	30 673
TV4	Schibsted	6 628 342	+4,0	868 551	+13,1	871 016	
Summa alla bolag		**21 673 307**	**+0,7**	**1 431 491**	**+6,6**	**1 547 762**	**30 673**
Summa kommersiella		**12 452 117**	**+2,0**	**1 464 763**	**+11,8**	**1 526 159**	**30 673**

Källa: Bolagens årsredovisningar för 2025, Retriever Business och Mediemyndigheten.
Not: Kategoriseringen av stora bolag utgår från den bolagsgrupp som verksamheten ingår i.

Samtidigt som intäkterna minskade 2025 har SVT:s kostnader stigit under de senaste åren. Mellan 2021 och 2025 ökade de totala rörelsekostnaderna med cirka 8,5 procent – från 5,3 till knappt 5,8 miljarder kronor.

Bolaget har tidigare pekat ut inflation, löneökningar och investeringsbehov i säkerhets- och beredskapsåtgärder som kostnadsdrivande faktorer. Under 2025 utsattes också SVT för flera överbelastningsattacker, vilket bidrog till att företaget prioriterade satsningar på digital motståndskraft inför kommande år.

Mot den bakgrunden fortsatte också det besparingsprogram som SVT:s ledning beslutade om 2023 att löpa under 2025. Målet med programmet har varit att uppnå permanenta kostnadsreduceringar på 200 miljoner kronor till 2025. Den del av besparingarna som inte redan genomförts ska i stället realiseras 2026. Besparingarna har i huvudsak skett inom stödfunktioner, men även delar av den redaktionella verksamheten har påverkats. De lägre kostnaderna för programverksamheten förklaras enligt SVT främst av att föregående år belastades ekonomiskt av de stora evenemangen Eurovision Song Contest och herrarnas fotbolls-EM (SVT 2026).

Sammantaget sjönk SVT:s totala rörelsekostnader under 2025 med 4,8 procent till 5,8 miljarder kronor. Kostnaderna sjönk trots att exempelvis personalutgifterna steg. Personalkostnaderna är bolagets näst största kostnadspost efter övriga externa kostnader. De lägre rörelsekostnaderna bidrog till att stärka SVT:s rörelseresultat. Rörelseunderskottet minskade från -48,7 miljoner kronor 2024 till -31,9 miljoner 2025.

Årsredovisningen ger en bild av SVT:s kostnader utifrån traditionella kostnadsslag, som personalkostnader och övriga externa kostnader. För att närmare belysa hur resurserna används i programverksamheten kan kostnaderna i stället studeras utifrån SVT:s public service-redovisning. Där delas de in i programkostnader, distributionskostnader och övriga kostnader – och fördelas dessutom på olika programkategorier. Med detta sätt att redovisa kostnaderna var programkostnaderna den klart största posten och motsvarade 79 procent av de totala kostnaderna.

När kostnaderna därefter fördelas på programkategorier framgår att nyhetsverksamheten kostade cirka 1,3 miljarder kronor, motsvarande 22 procent av de totala kostnaderna. Det var en ökning i absoluta tal och som andel av kostnaderna jämfört med 2024. Då uppgick nyhetskostnaderna till 1,1 miljarder kronor eller till 19 procent av de totala kostnaderna. Nyheter är tillsammans med fiktion de programkategorier som SVT avsätter mest pengar till. Redovisningen är dock inte direkt jämförbar med resultaträkningens kostnadsposter, eftersom den bygger på en annan klassificering (SVT 2026).

Som tidigare belysts beslutade SVT:s ledning att genomföra en större organisationsförändring från och med den 1 januari 2026. Det nya besparingsprogrammet ska därför löpa under både 2026 och 2027 och omfatta sammanlagt 355 miljoner kronor, varav 80 miljoner avser nyheter och sport (SVT 2026b).

Sveriges Radio

För det andra stora programbolaget, SR, steg den samlade omsättningen med 5,8 procent till 3,5 miljarder kronor 2025 (tabell 3.1). Merparten utgjordes av medel från public service-avgiften. Endast en liten andel, cirka 75 miljoner kronor, kom från konsertverksamhet och andra former av intäktskällor. Kostnaderna steg under 2025 med 4,7 procent till cirka 3,5 miljarder kronor. Sedan 2021 har kostnaderna ökat från cirka 3,1 miljarder kronor, motsvarande en uppgång med 14 procent.

SR har vid en rad tillfällen pekat på växande kostnader för löner, säkerhet och investeringsbehov i ny teknik som skäl till kostnadsökningarna. För att nå balans mellan intäkter och kostnader har bolaget genomfört ett omfattande sparprogram, vilket avslutades under 2025. I årsredovisningen pekar SR på att programmet resulterat i en minskning av de årliga kostnaderna med cirka 200 miljoner kronor. Bolaget uppskattar att besparingen motsvarar omkring 160 medarbetare färre, varav ungefär 130 inom programenheten.

SR:s klart största kostnadspost var personalkostnader. Årsredovisningen visar att ungefär 56 procent, eller cirka 1,9 miljarder kronor, av kostnaderna var personalrelaterade. Om kostnaderna i stället fördelas efter programkategori är nyheter den största posten. Enligt SR:s programkostnadsredovisning i public service-redovisningen gick omkring 39 procent av kostnaderna till nyheter 2025, motsvarande cirka 1,3 miljarder kronor. Andelen har varit stabil sedan 2020. Som jämförelse kan nämnas att programkategorierna samhälle och musik har kostnadsandelar på 15 respektive 16 procent (SR 2026).

Eftersom rörelseintäkterna och rörelsekostnaderna var i det närmaste lika stora 2025 redovisade SR ett rörelseresultat nära noll, -1,4 miljoner kronor. Resultatet ligger därmed i linje med bolagets mål om att de avgiftsmedel som erhållits under räkenskapsåret ska täcka kostnaderna för verksamheten.

Bonnier News rikstäckande medier

Den totala omsättningen för Bonniergruppens tre bolag bland riksmedierna var oförändrad på 3,5 miljarder kronor. Trots att intäkterna var oförändrade stärktes det gemensamma rörelseresultatet till 472 miljoner kronor och rörelsemarginalen till +13,3 procent.

Mer specifikt så steg bolaget Dagens Nyheters intäkter med 1,5 procent till knappt 1,4 miljarder – framför allt drivet av de digitala konsumentintäkterna. Totalt sett steg konsumentintäkterna med cirka 3 procent på samma gång som annonsintäkterna föll med cirka 5 procent. Rörelsemarginalen stärktes i sin tur till +16,7 procent (+13,7 procent, 2024).

För det andra stora nyhetsbolaget, Expressen, var 2025 ett tyngre år. Dess samlade försäljning sjönk med 4,0 procent till strax under 1,3 miljarder. För Expressen krympte intäkterna både från annonsörer och konsumenter. Den förra intäktsströmmen minskade med mindre än 2 procent och den senare med cirka 5 procent. Tack vare kostnadsbesparingar bibehöll bolaget en positiv rörelsemarginal på +4,5 procent (+3,9 procent). Bolaget Expressen utgörs inte enbart av kvällstidningen med samma namn samt varumärkena Kvällsposten och GT. År 2025 ingick även ett trettiotal livsstilsmagasin i verksamheten.

Dagens industri var det mest lönsamma av de tre bolagen med en omsättning på 918 miljoner, efter en tillväxt på 4,1 procent under 2025. Rörelsemarginalen uppgick till höga +20,6 procent (+17,1 procent). Omsättningstillväxten kom av att annonsintäkterna ökade med 5 procent och konsumentintäkterna med knappt 3 procent.

Jämförs de tre titlarna är det tydligt att annonsintäkterna är viktigare för Dagens industri och Expressen än för DN. För Dagens industri står dessa för en tredjedel av nettoomsättningen, för Expressen drygt två femtedelar och för DN knappt en femtedel. Det är också intressant att notera att under 2025 kom något mindre än 8 procent av Expressens nettoomsättning från marknader utanför Norden. Andelen kan jämföras med DN:s motsvarande på mindre än 1 procent.

Schibsted Media

År 2025 var Schibsted Medias första hela verksamhetsår som ett fristående och renodlat mediebolag efter separationen från den börsnoterade verksamheten 2024. Det nya året inleddes med att ledningen i januari varslade om betydande besparingar under året och införandet av en ny organisation (Aftonbladet 2025). Kort på det beskedet följde det redan nämnda förvärvet av TV4. Det senare syns tydligt i Schibsted Medias samlade resultaträkning, mer om besparingarna nedan. Köpet är den huvudsakliga förklaringen till att bolagets totala omsättning växte med 66 procent till 12,5 miljarder norska kronor (11,8 miljarder svenska kronor). Rörelseresultatet gick också från negativt 2024 till positivt 2025. Årens olika utfall är därmed inte direkt jämförbara.

Köpet innebar också att Schibsted Media inte bara blev ett större bolag utan även ett mer belånat sådant. Förvärvet finansierades bland annat med hjälp av extern upplåning och lån från moderbolaget, vilket bidrog till att 2024 års nettokassa på 334 miljoner norska kronor omvandlades till en räntebärande nettoskuld på 2,7 miljarder norska kronor 2025.

För just TV4:s del växte rörelseintäkterna med 4 procent till 6,6 miljarder kronor 2025. Rörelseresultatet uppgick till 869 miljoner kronor. Det var en förstärkning jämfört med föregående års 221 miljoner kronor. TV4 förklarar det stärkta rörelseresultatet med en tillväxt för TV4 Play, lägre kostnader för sporträttigheter och genomförda effektiviseringar. Kombinationen av ökade intäkter och lägre kostnader gav ett kraftigt förbättrat rörelseresultat. Rörelsemarginalen steg tydligt från +3,5 procent 2024 till +13,1 procent 2025.

Hos Aftonbladet Hierta krympte omsättningen med 1,1 procent till drygt 1,4 miljarder kronor. Den något svagare omsättningen kom av en fortsatt minskad försäljning av tryckta tidningar och lägre annonsintäkter. Däremot steg intäkterna från de digitala prenumerationerna. Sammantaget stärktes rörelseresultatet till 78 miljoner kronor, vilket innebar att rörelsemarginalen i sin tur förstärktes till +5,4 procent (+1,3 procent). Det i början av året initierade besparingsprogrammet, som innebar att antalet tjänster på redaktionen och på försäljningsavdelningen minskade, bidrog till resultatförbättringen. Andra kostnadsbesparingar och ny modell för prissättning av koncerngemensamma tjänster uppges också ha bidragit positivt till resultatet (Granström 2026).

Svenska Dagbladets rörelseintäkter under 2025 var i stort sett oförändrade på 830 miljoner kronor. Det var endast en minskning med en miljon kronor jämfört med föregående år. Rörelseresultatet föll däremot från 80 miljoner kronor 2024 till 46 miljoner kronor 2025. Rörelsemarginalen sjönk därmed till +5,6 procent (+9,5 procent). Bolaget förklarar resultatförsämringen med de förändrade villkoren för koncerngemensamma tjänster och ett minskat mediestöd (Schibsted 2026b). Totalt sett ökade SvD:s prenumerationsintäkter med ett par procent. Ökningen var dock koncentrerad till de digitala kanalerna då den tryckta tidningens prenumerationsintäkter fortsatte att minska även under 2025. Tidningens annonsintäkter sjönk med drygt 1 procent.

Schibsted Media redovisar inte koncernens intäkter per land i årsredovisningen, men räknas de svenska verksamheternas omsättningar samman visar dessa att Sverige på helårsbasis var den största intäktsmarknaden 2025. Aftonbladet, TV4 och Svenska Dagbladet redovisade tillsammans 8,9 miljarder kronor i rörelseintäkter 2025, vilket var en tillväxt på 2,7 procent. Den gemensamma rörelsemarginalen var +11,1 procent.

De 8,9 miljarderna utgör dock inte Schibsteds samlade svenska intäkter, eftersom koncernen även har intäkter i Sverige från Omni och den nordiska poddtjänsten Podme.

Små rikstäckande bolags ekonomi

De små bolagens rikstäckande nyhetsjournalistik omsatte cirka 393 miljoner kronor 2025. Det betyder att deras totala intäkter växte med 5,4 procent jämfört med 2024. Trots intäktsökningen visade kategorin som helhet en rörelseförlust på -9,1 miljoner kronor och uppvisade en negativ rörelsemarginal på -2,3 procent. Fjorton av de studerade bolagen hade negativa rörelsemarginaler och sju positiva (tabell 3.2).

Tabell 3.2 Små rikstäckande mediebolags ekonomi 2025

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (tkr)	Rörelse-marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd (tkr)
Dagens ETC	Stiftelsen Etc	80 326	+11,3	-986	-1,2	-729	14 825
ETC Konsultation	Stiftelsen Etc	8 991	-4,9	-225	-2,5	-224	2 638
Nya Dagen	Mentor Medier	62 641	+3,7	3 393	+5,4	3 965	12 961
Life of Svea	Peter Scheffer Group	47 969	+2,3	11 947	+24,9	12 009	
Världen idag	Moderbolag	31 622	-1,0	63	+0,2	286	8 465
FPG Media	Nordstjernan, Kultur och Media m.fl.	24 302	-15,4	-9 933	-40,9	-10 042	
Mediehuset Grön Press	Ägarlett bolag	3 679	+0,4	73	+2,0	-650	
Dagens O2	Mediehuset Grön Press	18 894	+1,0	25	+0,1	-74	6 917
Fempers	Mediehuset Grön Press	6 184	+9,5	-233	-3,8	-245	3 632
Övriga		108 214	+13,7	-13 186	-12,2	-29 723	21 566
Summa		**392 822**	**+5,4**	**-9 062**	**-2,3**	**-25 427**	**71 004**

Källa: Bolagens årsredovisningar för 2025, Retriever Business och Mediemyndigheten.
Not: Verksamheter som Mediehuset Kvartal, Offensiv, Proletären, Svensk nätmedia och The Local Europe saknas i ovanstående tabell då deras årsredovisningar inte varit tillgängliga vid rapportens sammanställande.

Alkompis Communication var den verksamhet vars omsättning ökade mest under 2025 och det med noterbara 31,5 procent till 16,3 miljoner kronor. Det djupaste tappet upplevde Bulletin Media Sverige, vars omsättning rasade med 35,4 procent. Bolaget noterade även under 2025 en negativ soliditetsgrad och uppmanades av revisorn att upprätta en kontrollbalansräkning då bolagets egna kapital understiger hälften av aktiekapitalet.

Bulletin var också ett av de bolag som tillsammans med tidningsföretaget Arbetaren, visade svagast resultat med rörelsemarginaler på -69,6 respektive -84,8 procent. Starkast resultat hade Nyheter 24:s bolag Life of Svea med en positiv marginal på +24,9 procent. Klivet ned till det näst mest lönsamma bolaget var betydande. Tidningsbolaget Dagens rörelsemarginal var +5,4 procent. Life of Svea kan därför betraktas som en avvikare inom kategorin.

Gruppens ekonomiskt största verksamhet bedrevs av ETC Media. Bolagets titlar omsatte cirka 89 miljoner; en klar förstärkning jämfört med 2024. Rörelsen visade dock en lätt negativ marginal på -1,4 procent.

Jämfört med de stora riksmedierna omsätter alltså bolagen inom denna kategori endast en mindre del av den samlade omsättningen.

3.2 Regionala och lokala nyhetsmediers ekonomi

De lokala och regionala bolagen omsatte cirka 7,6 miljarder 2025 (exkl. SR och SVT). Ungefär 80 procent av den omsättningen skedde bland de stora bolagen, 12 procent bland de medelstora och 8 procent bland de mindre lokala aktörerna. Det är också hos de stora bolagen vi finner den starkaste gemensamma rörelsemarginalen, medan den svagaste återfinns bland de små.

Stora regionala och lokala bolags ekonomi

År 2025 fanns det fyra stora bolagsgrupper som ägnade sig åt regional och lokal nyhetsjournalistik. Även SR och SVT bedrev förstås lokaljournalistik, men för enkelhetens skull redovisas bolagen sammanhållet under riksmedierna. De stora kommersiella lokalmediebolagen omsatte 6,1 miljarder kronor 2025, vilket var en ökning med drygt 14 procent jämfört med föregående år. Den höga tillväxttakten ska dock ses mot bakgrund av att flera bolag fusionerades in i Bonnier News Local under året. Det gör att jämförelsen med 2024 haltar. Sammantaget redovisade gruppen en positiv rörelsemarginal på 4,1 procent.

Bonnier News Local var gruppens i särklass största aktör med en lång rad nyhetsmedier i bolaget. Tillsammans omsatte Bonniers lokala medier drygt 2,6 miljarder kronor 2025. Det var en omsättningsökning med hela

43,5 procent. Men ökningen ska alltså ses mot bakgrund av bolagets omstrukturering och de bolag som fusionerades in under året. Till det ska dock läggas att den underliggande digitala affären stärktes. Intäkterna från de digitala prenumerationerna ökade genom både större volymer och höjda priser, samtidigt som den digitala annonsaffären växte. Däremot minskade intäkterna från de tryckta tidningarna. Bolagets rörelsemarginal var +6,1 procent 2025 (-2,5 procent). Men direkta jämförelser med tidigare år är alltså svåra att göra (tabell 3.3).

Tabell 3.3 Stora regionala och lokala mediebolags ekonomi 2025

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (tkr)	Rörelse-marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd (tkr)
Bonnier News Local	Albert Bonnier	2 631 650	+43,5	159 925	+6,1	170 602	217 745
NTM Media	Erik och Asta Sundins stiftelse	1 174 458	-2,3	8 629	+0,7	13 554	76 660
Upsala Nya Tidning*	NTM Media	208 711	-1,8	23 391	+11,2	43 548	18 291
Gota Media*	Tore G Wärenstams stiftelse och Stiftelsen Barometern	1 006 183	+2,5	38 542	+3,8	46 341	53 178
KLT Tryck	Gota Media	3 494	-2,2	-1 117	-32,0	-1 109	1 594
Sydöstran	Gota Media	43 392	-4,7	-3 216	-7,4	-2 962	11 078
Nya Länstidningen Växjöbladet	Gota Media	3 860	+5,9	-720	-18,7	-713	1 945
Stampen Lokala Medier	Polaris	1 008 104	-3,3	24 370	+2,4	33 962	84 270
Summa		**6 079 852**	**+14,2**	**249 804**	**+4,1**	**303 223**	**464 761**

Källa: Bolagens årsredovisningar för 2025, Retriever Business och Mediemyndigheten.
Not: Kategoriseringen av stora bolag utgår från den bolagsgrupp som verksamheten ingår i.
*Moderbolag.

Med en total omsättning på strax under 1,2 miljarder kronor var NTM Media landets näst största lokala mediebolag. Omsättningen minskade med 2,3 procent. Den underliggande försäljningen var däremot stabil: konsumentintäkterna var i stort sett oförändrade medan annonsintäkterna ökade något. Omsättningsminskningen förklaras i större utsträckning av lägre statliga stöd. Bland annat minskade det allmänna redaktions- och övergångsstödet, samtidigt som det tidigare bidraget för varannandagsutdelning upphörde. NTM hade en rörelsemarginal på +0,7 procent 2025 (+1,3 procent).

Även bolaget Upsala Nya Tidning minskade i omsättning 2025 – och det med 1,8 procent jämfört med föregående år. Bolagets konsumentintäkter var i princip oförändrade under året samtidigt som annonsintäkterna sjönk med något mindre än 3 procent. Rörelsemarginalen var dock goda +11,2 procent (+8,5 procent).

När de två bolagen räknas samman uppgår deras gemensamma omsättning till cirka 1,4 miljarder kronor och rörelsemarginalen till +2,3 procent.

Omsättningen för Gota Medias moderbolag växte under 2025 med 2,5 procent till cirka 1 miljard kronor. Bolagets konsumentintäkter steg med drygt 3 procent samtidigt som annonsintäkterna sjönk med cirka 2 procent. Rörelsemarginalen stärktes jämfört med 2024 och uppgick till +3,8 procent (+0,9 procent). Tre tidningar gavs 2025 ut i separata bolag, vilka sammantaget omsatte cirka 51 miljoner kronor och nådde en gemensam rörelsemarginal på -10 procent.

Räknas moderbolaget och de tre dotterbolagens omsättningar för 2025 samman uppgår den till 1,1 miljarder kronor. Den gemensamma rörelsemarginalen var i sin tur +3,2 procent.

Avslutningsvis bland de stora lokala aktörerna återfinns Stampen Lokala Medier. Bolagets omsättning sjönk med 3,3 procent till drygt 1 miljard. Minskningen kan i delar spåras till avtagande intäkter från de tryckta kanalerna. Där minskade annons- och konsumentintäkterna så pass mycket att tillväxten i de digitala inte kunde väga upp nedgången. Totalt sett minskade Stampens annonsintäkter med knappt 5 procent och konsumentintäkterna med drygt 3 procent. Men trots en vikande omsättning redovisade bolaget ett positivt rörelseresultat. Rörelsemarginalen sjönk emellertid till +2,4 procent (+5 procent).

Mediestödets fördelning

Det är också bland de stora bolagen vi finner de största mottagarna av olika former av mediestöd. För stödåret 2025 beviljade mediestödsnämnden följande belopp för nämnda stödformer:

- 327,6 miljoner kronor till 151 medier i allmänt redaktionsstöd
- 214,5 miljoner kronor till 117 medier i utökat redaktionsstöd för 381 insatser, gällande svagt bevakade områden eller för insatser på nationella minoritetsspråk
- 287,4 miljoner kronor till 56 medier i övergångsstöd
- 35,6 miljoner kronor till 105 medier i distributionsstöd (Mediestödsnämnden 2026)

Bonnierkoncernen erhöll 30 procent av de utdelade stöden för 42 medier, NTM Media erhöll 12 procent för 16 titlar och Stampen 10 procent för sina tolv titlar. Dessa medel inkluderar både det nya och primärt lokalt inriktade redaktionella stödet samt det tillfälliga övergångsstödet (tabell 3.4).

Tabell 3.4 Beviljat mediestöd och antal nyhetsmedier för de största mediegrupperna

	2024			2025		
Mediegrupp	**Antal medier**	**Belopp (mnkr)**	**Andel (%)**	**Antal medier**	**Belopp (mnkr)**	**Andel (%)**
Bonnier News	31	236,5	29,2	42	250,4	30,2
NTM Media	17	125,1	15,4	16	95,6	11,5
Stampen Media	15	83,9	10,4	12	84,3	10,2
Gota Media	13	54,7	6,8	13	71,1	8,6
Erna Media	13	33,9	4,2	13	58,1	7,0
Schibsted	3	40,1	4,9	3	34,8	4,2
VK Media	3	17,0	2,1	5	20,7	2,5
Övriga	71	219,0	27,0	63	214,6	25,9
Totalt	**166**	**810,2**	**100,0**	**167**	**829,5**	**100,0**

Källa: Mediemyndigheten, Det nya mediestödets effekter (2026).
Not: Stödbelopp inklusive redaktions- och övergångsstöd, exklusive distributionsstöd.

De sju största mottagande koncernerna erhöll sammantaget 73 procent av det totala mediestödet 2024 och 74 procent 2025. Det är också värt att notera att inga nya kategorier av huvudprodukter har beviljats stöd, trots att mediestödet är teknikneutralt. Varken ljud- eller videomedier har tilldelats mediestöd (Mediemyndigheten 2026).

Genomgången av de större lokaltidningskoncernernas ekonomiska situation visar att den förbättrats och stabiliserats under senare år. Samtidigt ligger lönsamheten fortfarande på en nivå där koncernernas rörelseresultat är lägre än summan av erhållet mediestöd.

Medelstora regionala och lokala bolags ekonomi

De båda bolagsgrupper kring Erna Media och VK Media, som i denna rapport klassas som medelstora omsatte tillsammans 882 miljoner kronor 2025. Det var en intäktsökning med 3,6 procent jämfört med året före. Det gemensamma rörelseresultatet stannade vid 7,6 miljoner kronor. Rörelsemarginalen för de fem bolagen (två Erna-bolag och tre VK-bolag) som ingår i kategorin landade således på +0,9 procent.

Störst omsättning hade bolaget Erna Media med 541 miljoner kronor. Det var en intäktsökning med 5,9 procent, som bland annat drevs på av stigande konsumentintäkter och ökat statligt stöd för lokal journalistik. Till det kommer att bolaget under året avyttrade samtliga bredbandskunder till Sappa. Detta syns i årsredovisningen som ett realiserat resultat under posten övriga intäkter. Erna Medias rörelseresultat var positivt och rörelsemarginalen stärktes tydligt till +3,3 procent (-6,4 procent). Värmlands Folkblad Drift omsatte cirka 56 miljoner kronor och hade en rörelsemarginal på +1,2 procent (tabell 3.5).

Tabell 3.5 Medelstora regionala och lokala mediebolags ekonomi 2025

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (tkr)	Rörelse-marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd (tkr)
Erna Media	Erna Gruppen	541 031	+5,9	17 927	+3,3	19 506	43 961
Värmlands Folkblad Drift	Erna Gruppen	55 543	-1,9	694	+1,2	827	14 130
Västerbottens-Kuriren Media*	Stiftelsen VK-Press	223 742	+2,7	-9 765	-4,4	43 065	9 315
Folkbladet Västerbotten	VK Media	31 069	-5,3	-2 298	-7,4	-1 791	8 971
Tidningar i Norr	VK Media	30 355	-8,0	1 054	+3,5	1 616	11 411
Summa		**881 740**	**+3,6**	**7 612**	**+0,9**	**63 223**	**87 788**

Källa: Bolagens årsredovisningar 2025, Retriever Business och Mediemyndigheten.
*Moderbolag.

VK Medias omsättning växte med 2,7 procent till 224 miljoner kronor 2025. Kostnaderna ökade dock snabbare än intäkterna, vilket bidrog till att rörelseresultatet försämrades till -9,8 miljoner kronor. Rörelsemarginalen försvagades i sin tur från -3,7 procent 2024 till -4,4 procent 2025. Dotterbolagen Tidningar i Norr och Folkbladet Västerbotten omsatte tillsammans 61 miljoner kronor. De båda bolagen visade dock olika lönsamhet. Det förstnämnda redovisade ett positivt rörelseresultat och det andra ett negativt.

Precis som för de stora lokaltidningsbolagen ligger de medelstoras lönsamhet på en nivå där rörelseresultaten är lägre än summan av erhållet mediestöd.

Små regionala och lokala bolags ekonomi

I gruppen för de mindre bolagen, 29 stycken med tillgängliga årsredovisningar, spänner omsättningarna mellan Innerstadspress 193 miljoner kronor och Finnveden Informations 1,1 miljoner (bilaga 1.5). För kategorin som helhet steg omsättningen med 5,9 procent till 603 miljoner. Men den tillväxten var ojämnt fördelad. För fem av bolagen steg försäljningen med mer än 30 procent och det på samma gång som åtta bolag fick se sina intäkter krympa. Även om de bolag som ingår i underlaget inte omfattar alla mindre verksamma lokala

nyhetsbolag är de, vid sidan av Innerstadspress, ändå för många för att redovisa enskilt. Därför struktureras de i fyra grupper (tabell 3.6).

Tabell 3.6 Små regionala och lokala mediebolags ekonomi 2025

Omsättnings-intervall	Antal bolag	Omsättning (tkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (tkr)	Rörelse-marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd (tkr)
0,1–0,9 mnkr	0	–	–	–	–	–	–
1–9 mnkr	12	59 008	+10,9	21	+0,0	-5	22 262
10–79 mnkr	16	350 785	+17,5	15 948	+4,5	16 126	72 076
80–199 mnkr	1	193 168	-11,2	-30 714	-15,9	-32 999	22 368
Summa	**29**	**602 961**	**+5,9**	**-14 745**	**-2,4**	**-16 878**	**116 706**

Källa: Bolagens årsredovisningar 2025, Retriever Business och Mediemyndigheten.
Not: Verksamheter som Dagens Vimmerby, Nyhetsmegafonen i Skellefteå och Västerås Publicera saknas i ovanstående tabell då deras årsredovisningar inte varit tillgängliga vid rapportens sammanställande.

Klart störst av de mindre bolagen var Innerstadspress. Som redan nämnts tecknade Bonnier News Local ett avtal i slutet av 2025 om ett köp av samtliga aktier i Ge-Te Media och förvärvade därmed även Innerstadspress. Eftersom tillträdet genomfördes först 2026 redovisas de här som ett eget bolag. Omsättningen för Innerstadspress föll med drygt 11 procent under 2025 till 193 miljoner kronor. Rörelsemarginalen stärktes dock från -25,7 procent 2024 till -15,9 procent 2025. Den förbättrade marginalen nåddes bland annat genom att minska antalet anställda.

Studeras därefter de 16 bolag inom kategorin som hade en omsättning mellan 10 och 79 miljoner 2025 så ökade dessa sin gemensamma omsättning med 17,5 procent till 351 miljoner kronor. De visade också en gemensam rörelsemarginal på +4,5 procent. Bland de tolv mindre småbolagen var lönsamheten sämre. Deras gemensamma rörelseresultat på en omsättning på 59 miljoner var 21 000 kronor. Som grupp visade de större bolagen inom denna kategori alltså en starkare lönsamhet. Som helhet tyngs dock resultatet kraftigt av den största aktören Innerstadspress. Exkluderas bolaget redovisade de övriga 28 bolagen tillsammans en positiv rörelsemarginal på knappt 4 procent.

3.3 Omsättningens fördelning

I rapportens underlag finns ekonomiska uppgifter om 71 nyhetsproducerande mediebolag. 69 av dem var kommersiella företag medan två var verksamma inom public service. De kommersiella bolagen omsatte tillsammans 20,4 miljarder kronor 2025, medan public service-bolagen omsatte 9,2 miljarder kronor.

61 procent av den kommersiella omsättningen skedde bland de stora rikstäckande bolagen och 2 procent bland de små. De stora lokala bolagen svarade för 30 procent av den kommersiella omsättningen. Samtidigt var 4 procent respektive 3 procent av omsättningen i medelstora lokala bolag och små lokala (tabell 3.7).

Tabell 3.7 Fördelning av nyhetsmarknadens omsättning bland kommersiella bolag 2025

Typ av mediebolag (omsättning)	Antal bolag	Omsättning (mnkr)	Utveckling (%)	Rörelse-resultat (mnkr)	Rörelse-marginal (%)
Stora rikstäckande (>1 mdkr)	6	12 452	+2,0	1 465	+11,8
Små rikstäckande (≤199 mnkr)	21	393	+5,4	-9	-2,3
Stora lokala (>1 mdkr)	8	6 080	+14,2	250	+4,1
Medelstora lokala (200–999 mnkr)	5	882	+3,6	8	+0,9
Små lokala (≤199 mnkr)	29	603	+5,9	-14,7	-2,4
Summa	**69**	**20 409**	**+5,6**	**1 698**	**+8,3**

Källa: Bolagens årsredovisningar 2025 och Retriever Business.

Studerar vi i stället den kommersiella marknaden uteslutande efter bolagens storlek svarade de 14 stora bolagen, oavsett marknad, för 91 procent av den totala kommersiella omsättningen. Vänder vi därefter på perspektivet och studerar de små bolagen så svarade dessa 50 bolag för knappt 5 procent av omsättningen. Sammantaget växte de kommersiella nyhetsbolagens omsättning med 5,6 procent till 20,4 miljarder kronor.

De kommersiella bolagens samlade rörelsemarginal, som beskriver marknadens samlade lönsamhet, var +8,3 procent. Det samlade måttet kan också jämföras med motsvarande mått för det typiska företaget. I detta fall var rörelsemarginalen i median +0,9 procent. Den genomsnittliga rörelsemarginalen var i sin tur -3,0 procent. Det sistnämnda måttet är dock känsligt för extrema marginaler hos några små bolag.

Utmärkande drag på 2025 års marknad

Utifrån det ovanstående kan tre slutsatser dras om den kommersiella marknaden som helhet.

- För det första är marknaden klart koncentrerad. Omsättningen är således koncentrerad till ett litet antal bolag och ännu färre bolagsgrupper.
- För det andra är skillnaderna i lönsamhet påtagliga. De stora bolagen, i synnerhet de rikstäckande, hade tydligt högre rörelsemarginaler än de medelstora och små bolagen. För de båda kategorierna av små bolag var de gemensamma rörelsemarginalerna negativa.
- För det tredje förklarar detta skillnaden mellan den förhållandevis höga samlade rörelsemarginalen och de lägre genomsnitts- och medianmarginalerna.

Skillnaderna visar att totalmarginalen primärt skapas av de stora och lönsamma bolagen. Ett fåtal stora verksamheter väger mycket tungt när omsättning och rörelseresultat summeras. Samtidigt redovisar ett antal mindre bolag stora negativa marginaler.

Källförteckning

Aarli-Grøndalen, Roger (2026), *Bonnier News blir største eier i irisk mediekonsern*, Journalisten 23 juni 2026; https://www.journalisten.no/notice/677076

Aftonbladet (2025), *350 ska bort från mediekoncernen Schibsted*, Aftonbladet 22 januari 2025; https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/eM0eQy/350-ska-bort-fran-mediekoncernen-schibsted

Alrow Media (2025), *JP/Politiken Media Group acquires Altinget and Mandag Morgen*, Alrow 30 september 2025; https://alrow.media/?id=article-4

Andén, Axel (2025), *Barnradion startar nyhetspodd*, Journalisten 16 oktober 2025; https://www.journalisten.se/nyheter/barnradion-startar-nyhetspodd/

Andersson, Anders (2025), *Kungsbacka-Posten lägger ned papperstidningen*, SVT Nyheter Halland 5 mars 2025; https://www.svt.se/nyheter/lokalt/halland/kungsbacka-posten-lagger-ner-papperstidningen

Bauder, David (2026), *AP says it will offer buyouts as part of pivot away from newspaper-focused history,* AP News 6 april 2026; https://apnews.com/article/news-industry-buyouts-ap-newspapers-dd790effc6a385514b3323560161ea4f

Björkman, Fredrik (2025), *Liberalernas tidning läggs ner*, Aftonbladet 16 januari 2025; https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/lwXroy/liberalernas-tid-ning-laggs-ner-nekas-stod

Bonnier Group (2025), *Kraftig resultatförbättring för Bonnier Group*, Bonnier 20 februari 2025; https://www.bonnier.com/news/kraftig-resultatforbatt-ring-for-bonnier-group-2024/

Bonnier News (2025), *Bonnier News blir ny majoritetsägare i danska nyhetstjänsten Zetland*, Bonnier News 30 september 2025; https://www.bonniernews.se/post/bonnier-news-blir-ny-majoritetsagare-i-danska-nyhetstjansten-zetland

– (2025a), *Bonnier News Local avvecklar gratistidningar i Skåne och Tranås*, Bonnier News 6 oktober 2025; https://www.bonniernews.se/post/bonnier-news-local-avvecklar-gratistidningar-i-skane-och-tranas---ska-fokusera-pa-prenumererade-tidningar

– (2026), *Bonnier News förvärvar Råd & Rön*, Bonnier News 19 februari 2026; https://www.bonniernews.se/post/bonnier-news-forvarvar-rad-ron

– (2026a), *Bonnier News Business tar fullt ägande i Breakit*, Bonnier News, Bonnier News 17 april 2026; https://www.bonniernews.se/post/bonnier-news-business-tar-fullt-agande-i-breakit

Bonnier News Local (2025a), *Partnerskap mellan NWT Media och Bonnier News Local slutförs*, Bonnier News 9 juni 2025; https://www.bonniernews.se/post/partnerskap-mellan-nwt-media-och-bonnier-news-local-slutfors

– (2025b), *Bonnier News förvärvar lokaltidningen Mitt i,* Bonnier News 18 december 2025; https://www.bonniernews.se/post/bonnier-news-forvarvar-lokaltidningen-mitt-i

– (2025c), *Färre utgivningsdagar för Gefle Dagblad och Arbetarbladet*, Bonnier News 19 september 2025; https://www.bonniernews.se/post/farre-utgivningsdagar-for-gefle-dagblad-och-arbetarbladet---ska-sakra-langsiktig-satsning-pa-lokal-journalistik

– (2026), *Borlänge Tidning planerar förändrad printutgivning*, Bonnier News 19 mars 2026; https://www.bonniernews.se/post/borlange-tidning-planerar-forandrad-printutgivning

– (2026a), *VLT planerar förändrad utgivningstakt*, Bonnier News 15 april 2026; https://www.bonniernews.se/post/vlt-planerar-forandrad-utgivningstakt

Bruell, Alexandra (2024), *Reuters, CNN become latest outlets to make you pay for digital news*, Wall Street Journal 1 oktober 2024; https://www.wsj.com/business/media/reuters-cnn-latest-outlets-to-make-you-pay-for-digital-news-bab8c032

Bönke, Alexander, *Aftonbladet startar radiokanal*, Aftonbladet 18 februari 2026; https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/k06rq9/aftonbladet-startar-radiokanal

Claesson, Kristina (2026), *Skövde Nyheter föreslås upphöra*, Skövde Nyheter 19 maj 2026; https://www.skovdenyheter.se/skovde/skovde-nyheter-foreslas-upphora/

Dagens Media (2026), *SvD Junior läggs ned – kraftigt minskat mediestöd bakom beslutet*, Dagens Media 20 januari 2026; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/dagspress/svd-junior-laggs-ned-kraftigt-minskat-mediestod-bakom-beslutet/

Ds 2022:14 (2022), *Ett hållbart mediestöd för hela landet*, Stockholm: Kulturdepartementet; https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/departementsserien-och-promemorior/2022/06/ds-202214/

EFN (2025), *EFN startar EFN Finansmagasinet*, EFN, 6 mars 2025; https://efn.se/efn-lanserar-efn-finansmagasinet-en-ny-tidning

Egan, Jim, Robertson, Craig T, Ross Arguedas, Amy, Newman, Nic, Kleis Nielsen, Rasmus, Mukherjee, Mitali, and Fletcher, Richard (2026), *Digital news report 2026*, Reuters institute for the study of journalism, Oxford: Oxford university; https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2026-06/DNR%202026%20FINAL_2.pdf

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

Frick, Hanna (2026), *Radio Aftonbladet under uppbyggnad*, Dagens Media 10 juni 2026; https://www.dagensmedia.se/ljud-och-rorligt/radio/radio-aftonbladet-under-uppbyggnad-vi-maste-ha-is-i-magen/

Fritze, Gunilla (2025), *En ny dagstidning föds i Malmö*, SVT Nyheter Skåne 31 mars 2025; https://www.svt.se/nyheter/lokalt/skane/ny-dagstidning-fods-i-malmo-en-rak-vanster-fran-skane

Förvaltningsstiftelsen (2025), *Om stiftelsen*, Förvaltningsstiftelsen för SVT, SR och UR; https://forvaltningsstiftelsen.se/om-stiftelsen

Gad World (2026), *Om Gad World*, Gad World 23 maj 2026; https://www.gadworld.se/s/om-gad-world

Granström, Klas (2025), *ETC lägger ned magasinet*, Dagens Media 22 december 2025; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/dagspress/etc-lagger-ned-magasinet-vi-vill-inte-vara-sa-exponerade-mot-ett-osakert-mediestod/

– (2026), *Aftonbladet lyfter resultatet – trots svagare intäkter*, Dagens Media 30 juni 2026; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/kvallspress/aftonbladet-lyfter-resultatet-trots-svagare-intakter/

IAB Sverige (2026), *Podcastens potential i data, attention och effekt*, IAB Sverige seminarium 27 maj 2026; https://www.youtube.com/live/5qPNI0E0WR4

IRM DK (2026), *Annonceomsætning i alt*, IRM Media DK 22 april 2026: https://www.irm-media.se/om-oss/irms-aarsstatistik/

IRM NO (2026), *Annonseomsetning 2025*, IRM Media NO 24 april 2026; https://www.irm-media.no/om-irm/aarsstatistikk/

IRM SE (2026), *Årsrapport 2025: Svensk annonsmarknad*, IRM Media 17 april 2026; https://www.irm-media.se

– (2026a), *Reklaminvesteringar 2025*, IRM Media 22 april 2026; https://www.irm-media.se/om-oss/irms-aarsstatistik/

– (2026b), *Prognos 2026–2027*, IRM Media; https://www.irm-media.se/aktuellt/nyheter/ett-starkt-q1-utfall-och-ett-cykliskt-aar-som-gynnar-annonseringen-hoejer-prognosen-foer-2026/

– (2026c), *Mediernas intäkter 2025*, IRM Media 2026; https://www.irm-media.se/aktuellt/nyheter/mediernas-intaekter-2025/

Johansson, Lisa (2025), *Bohusläningen och ST-tidningen blir helt digitala*, SVT Nyheter Väst 21 januari 2025; https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vast/bohuslaningen-och-st-tidningen-blir-helt-digitala-lagger-ner-papperstidningar

Kantar Media (2025), *Räckviddsrapport – Orvesto Konsument 2025:1,* Fiftyfive Blue 17 juni 2025; https://landing.kantarmedia.com/hubfs/Sweden/rackviddsrapport_orvesto_konsument_2025_1_0.pdf

KKV (2025), *Anmälan om företagskoncentration – tv- och medieverksamhet samt annonsförsäljning* (dnr 410/2025), Konkurrensverket 3 juni 2025; https://www.konkurrensverket.se/diarium/sok-i-Konkurrensverkets-diarium/arendedata/?caseNumber=410/2025

– (2026), *Anmälan om företagskoncentration – utgivning av gratistidningar och försäljning av annonsutrymme* (dnr 990/2025), Konkurrensverket 28 januari 2026; https://www.konkurrensverket.se/diarium/sok-i-Konkurrensverkets-diarium/arendedata/?caseNumber=990/2025

Lehtisaari, Katja, Grönlund, Mikko, Lindén, Carl-Gustav och Villi, Mikko (2026), *Uutismedian liiketoimintamallit Pohjoismaissa ja Saksassa kiihtyneen digitalisaation aikakaudella*, Tammerfors universitet: Tammerfors; https://www.uutismediat.fi/wp-content/uploads/2026/05/ul-uutismedian-liiketoimintamallit-pohjoismaissa-ja-saksassa.pdf

Lindberg, Tobias (2024), *Koncentrerad mångfald i global konkurrens: En analys av den svenska nyhetsmarknadens ägarkonsolidering och strukturutveckling 2014–2024*, Göteborg: Nordicom; https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:-se:norden:org:diva-13437

Lindberg, Tobias och Facht, Ulrika (2021), *Medieekonomi 2021*, Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv

– (2024), *Medieekonomi 2024*, Stockholm: Mediemyndigheten

Lindén, Carl-Gustav, Hujanen, Jaana och Lehtisaari, Katja (2019), *Hyperlocal media in the Nordic region*, Nordicom Review, University of Gothenburg Nordicom, Vol. 40:2, s. 3–13. https://doi.org/10.2478/nor-2019-0024

Linderås, Josefin (2024), *Tidningen Sändaren läggs ner*, Kyrkans tidning 6 november 2024; https://www.kyrkanstidning.se/nyhet/tidningen-sanda-ren-laggs-ner

Magnusson, Joakim (2025), *Gratistidningen lägger ned efter 47 år*, NKP 25 mars 2025; https://www.nkp.se/2025/03/25/gratistidningen-lagger-ner-efter-47-ar-extremt-trakigt-2a3c8/

Malmsten, Anders (2026), *Nya Bonnier-avtalet: Bäddar för fortsatt dominans*, Dagens Media 10 september 2026; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/dagspress/nya-bonnier-avtalet-baddar-for-fortsatt-dominans/

Mediemyndigheten (2025), *Dagstidningsförteckning 2025*, Stockholm: Mediemyndigheten; https://mediemyndigheten.se/nyhetsrum/nyhetslista/2025/dagstidningsforteckning-2025/

– (2026), *Det nya mediestödets effekter*. Redovisning av ett regeringsuppdrag. Stockholm: Mediemyndigheten; https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/2026/det-nya-mediestodets-effekter---redovisning-av-ett-regeringsuppdrag.pdf

– (2026), *Tre nya tillstånd för kommersiell radio*; Via TT 18 februari; https://via.tt.se/pressmeddelande/4253475/tre-nya-tillstand-for-kommersiell-radio

Næss, Janne (2026), *Expressen krymper rejält*, Dagens Media 5 maj 2026; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/kvallspress/expressen-krymper-rejalt-tappar-48-anstallda-nar-magasinen-flyttas/

Nguyen, Thuy (2025), *Rising media enclave extremism: The case of the Epoch Times and ethnic mobilization on the far-righ*t, Howard Journal of Communications, 1–20; https://doi.org/10.1080/10646175.2025.2455590

Nilsson, Hans (2025); *Lokaltidningen startar tidning i Tingsryd*, Lokaltidningen Växjö 12 februari 2025; https://lokaltidningenvaxjo.se/vaxjo/lokaltidningen-startar-tidning-i-tingsryd/6746

Nilsson, Julia (2026), *Flera NTM-tidningar drar ner på print*, Journalisten 2 juni 2026; https://www.journalisten.se/nyheter/flera-ntm-tidningar-drar-ner-pa-print/

Nilsson, Madeleine (2025), *Techjättar slukar över hälften av svenska annonskakan*, Dagens Media 19 maj 2025; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/dagspress/techjattar-slukar-over-halften-av-svenska-annonskakan-underblaser-auktoritar-utveckling/

Nordicom (2024), *Mediebarometern 2024*, Göteborg: Nordicom; https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2024

– (2026), *Mediebarometern 2025*, Göteborg: Nordicom; https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2025

NTM Media (2023), *NTM:s prenumeranter får fri tillgång till Aftonbladets e-tidningar*, NTM 20 november 2023; https://ntm.se/pressutskick/ntms-prenumeranter-far-fri-tillgang-till-aftonbladets-e-tidningar/

– (2025), *NTM säljer bredbandskunder till Bredband 2*, 28 mars 2025; https://ntm.se/ntm-saljer-bredbandskunder-till-bredband2/

– (2026a), *NTM rullar ut SvD till 16 titlar*, NTM 8 april 2026; https://ntm.se/ntm-rullar-ut-svd-till-16-titlar-starker-premiumerbjudandet/

– (2026b), *Färre utgivningsdagar framtidssäkrar den lokala journalistiken*, NTM den 26 februari 2026; https://ntm.se/farre-utgivningsdagar-framtidssakrar-den-lokala-journalistiken/

Ohlin, Jonas & Axelsdotter Olsson, Karin (2026), *Premiär för Sverige Live*, SVT Nyheter 12 januari 2026; https://www.svt.se/nyheter/inrikes/premiar-for-sverige-live

Ohlsson, Jonas (2013), *De svenska tidningsstiftelserna. Partipressens sista bastion?*, Journalistica 2013:1, s. 10–32; https://tidsskrift.dk/journalistica/article/view/15801/13687

– (2016a), *Svensk tidningsmarknad under 2000-talet*, Göteborg: Nordicom

– (2016b), *Den svenska mediemarknaden 2016: Ägare, företag, medier*, Göteborg: Nordicom

Oniango, Maurice (2026), *Micropayments for news have failed everwhere*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University, 26 maj 2026; https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/micropayments-news-have-failed-everywhere-can-they-succeed-kenya

Orring, Anna (2026), *Ny Teknik för ny ägare*, Ny Teknik 20 augusti 2026; https://www.nyteknik.se/nytt-fran-ny-teknik/ny-teknik-far-ny-aegare-ny-tekniks-roll-i-medielandskapet-aer-unik/4487097

Poddindex (2025), *Mediafacts vecka 41 2025*; https://free.mediafacts.se/poddIndex

– (2026), *Mediafacts vecka 14 2026*; https://free.mediafacts.se/poddIndex

Prakash Elavarthi, Sathya och Chitrapu, Sunitha (2022), *Media economics and management*, London/New York: Routledge

Runevad Kjellmer, Jakob (2026), *Agenda och Aktuellt slås ihop – 30 minuter läggs ned*, SVT Nyheter 30 mars 2026; https://www.svt.se/kultur/agenda-och-aktuellt-slas-ihop-30-minuter-laggs-ner

SCB (2026), *BNP ökade fjärde kvartalet 2025*, SCB 27 februari 2026; https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper-kvartals-och-arsberakningar/pong/statistiknyhet/nationalrakenskaper-4e-kvartalet-2025/

Schibsted (2025a), *Schibsted becomes Schibsted again*, Schibsted 12 maj 2025; https://schibsted.com/news/schibsted-media-becomes-schibsted-again/

– (2025b), *Schibsted completes acquisition of TV4 and MTV from Telia Company*, Schibsted 1 juli 2025; https://schibsted.com/news/schibsted-completes-acquisition-of-tv4-and-mtv-from-telia-company/

– (2026a), *Schibsted and TV4 create a stronger digital advertising offering*, Schibsted 19 mars 2026; https://schibsted.com/news/schibsted-and-tv4-create-a-stronger-digital-advertising-offering/

– (2026b), *Schibsteds svenska mediehus utvecklades starkt under ett år av förändring*, Schibsted 30 juni 2026; https://via.tt.se/pressmeddelande/4460870/schibsteds-svenska-mediehus-utvecklades-starkt-under-ett-ar-av-forandring?publisherId=3236931&lang=sv

Sifo (2026), R*äckviddsrapport – Orvesto Konsument 2025: Helår*, Fiftyfive Blue 1 april 2026; https://www.fifty5blue.com/wp-content/uploads/2026/03/Rackviddsrapport-ORVESTO-Konsument-2025_Helar.pdf

SOU 1974:102 (1974), *Svensk press: Presstödet och tidningskonkurrensen* [Gustafsson, Karl Erik], Stockholm: Utbildningsdepartementet; https://weburn.kb.se/metadata/498/SOU_197498.htm

SR (2026), *Sveriges Radios public service-redovisning 2025*, Stockholm: SR

– (2026a), *Ny podd: The Swedes – så ser världen på Sverige*, SR 13 januari 2026; https://www.sverigesradio.se/artikel/ny-podd-the-swedes-sa-ser-varlden-pa-sverige

Stampen (2025a), *Polaris Media köper resterande aktier i Stampen Media från NWT Gruppen*, Stampen Media 18 juni 2025; https://www.mynewsdesk.com/se/stampen/pressreleases/polaris-media-koeper-resterande-aktier-i-stampen-media-fraan-nwt-gruppen-3392764

– (2025b), *25 000 prenumeranter har tagit del av Stampen Medias erbjudande med The New York Times*, Stampen Media 18 december 2025; https://stampenmedia.se/25-000-prenumeranter-har-tagit-del-av-stampen-medias-erbjudande-med-the-new-york-times/

Steinvall, Carl Edvin och Thor, Madeleine (2025), *Techjättarna tar annonspengarna: Hur ska journalistiken finansieras?* Stockholm: Institutet för mediestudier; https://www.mediestudier.se/reports/techjattarna-irm-2025

Sundelin, Anna (2025), *VK Media i stor affär – säljer in andel i miljardbolag*, VK 27 mars 2025: https://www.vk.se/2025-03-27/vk-media-i-stor-affar-saljer-sin-andel-i-miljardbolag-ebeab

Surell, Fredrik (2025), *Ny SVT-satsning ska få tonåringar att se på nyheter*, SVT Kultur 8 januari 2025; https://www.svt.se/kultur/ny-svt-satsning-ska-fa-tonaringar-att-se-pa-nyheter

SVT (2026), *Sveriges Televisions public service-redovisning 2025*, Stockholm: SVT

– (2026a), *Så ska SVT spara*, SVT Om oss 30 mars 2026; https://omoss.svt.se/arkiv/nyhetsarkiv/2026-03-30-sa-ska-svt-spara---och-samtidigt-mota-publikens-nya-behov.html

– (2026b), *SVT måste spara 355 miljoner*, SVT Om oss 4 februari 2026; https://omoss.svt.se/arkiv/nyhetsarkiv/2026-02-04-svt-maste-spara-355-miljoner.html

Telia Company (2025), *Telia Company ingår avtal om försäljning av tv och media-verksamheten till Schibsted Media*, Telia Company 25 februari 2025; https://www.teliacompany.com/sv/pressmeddelanden/telia-company-ingar-avtal-om-forsaljning-av-tv-och-mediaverksamheten-till-schibsted-media-2025-02-25-06-00-00

Tordai, Sofia (2025), *Styckköp av artiklar tar fart*, Dagens Media 6 november 2025; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/dagspress/styckkop-av-artiklar-tar-fart-ny-modell-lockar-unga-och-ovana-lasare/

TU (2026a), *Morgonpressens digitala annonsaffär ökade kraftigt 2025*; Tidningsutgivarna 25 februari 2026; https://tu.se/pressmeddelanden/morgonpressens-digitala-annonsaffar-okade-kraftigt-2025/

– (2026b), *Allt fler väljer att läsa sin morgontidning digitalt*, Tidningsutgivarna 16 mars 2026; https://tu.se/pressmeddelanden/allt-fler-valjer-att-lasa-sin-morgontidning-digitalt/

– (2026c), *Annonsmarknaden krymper trots stark digital tillväxt*, Tidningsutgivarna 26 augusti 2026; https://tu.se/mediefakta/annonsmarknaden-krymper-trots-stark-digital-tillvaxt/

TV4 (2025), *I dag drar TV4:s nya satsning Nyhetsdagen igång*, TV4 7 januari 2025; https://www.tv4.se/artikel/85IGSXgQNJoGAKb7zmtYY/da-drar-tv4-s-nya-satsning-nyhetsdagen-igang

UR (2025), *Premiär för nyhetskoll*, Via TT 7 januari 2025; https://via.tt.se/pressmeddelande/3739638/premiar-for-nyhetskoll-har-ar-redaktionen-som-ska-gora-nyheter-for-tonaringar?publisherId=3236817&lang=sv

Wallentin, Leonard (2026), *De vita fläckarna breder ut sig – igen*, Mediestudiers årsbok 2025: Färre redaktioner och nya publikvanor, Stockholm: Institutet för mediestudier; https://www.mediestudier.se/reports/arsboken2025

Westerlund, Hanna (2025), *Landets fria tidning lägger ned*, Landets Fria Tidning 19 december 2025; https://landetsfria.nu/2025/nummer-574/landets-fria-tidning-lagger-ned-blir-en-del-av-syre/

Winberg, Yasmine (2025), *Siv Juvik om nedskärningarna*, Dagens Media 13 februari 2025; https://www.dagensmedia.se/tidningar-och-tidskrifter/kvalls-press/siv-juvik-tveitnes-om-nedskarningarna-kravande-pa-kort-sikt/

Åkesson, Hanna (2026), *AI-bossen Martin Schoris nya uppdrag – lokaljournalistik i mejlen*, Breakit 5 maj 2026; https://www.breakit.se/artikel/46223/ai-bossen-martin-schoris-nya-uppdrag-lokaljournalistik-i-mejlen

Bilagor

1.1 Riksmedier, stora, omsättning > 1 mdkr

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredo-visning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelse-resultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelse-marginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Medie-stöd
556033-4285	Sveriges Television AB	202512	5 736 379	6 013 419	-4,6	-31 857	-0,6	-3 882	–
556419-3232	Sveriges Radio AB	202512	3 484 811	3 293 698	5,8	-1 415	-0,0	25 485	–
556025-4525	Expressen AB	202512	1 271 547	1 324 054	-4,0	56 738	4,5	73 504	–
556221-8494	Dagens Industri AB	202512	918 345	882 337	4,1	188 924	20,6	195 502	–
556246-8172	AB Dagens Nyheter	202512	1 359 166	1 338 964	1,5	226 527	16,7	248 471	–
556774-0864	Omnipunktse AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
556100-1123	Aftonbladet Hierta AB	202512	1 445 001	1 461 580	-1,1	77 700	5,4	84 003	–
902004-3619	HB Svenska Dagbladet AB & Co	202512	829 716	830 833	-0,1	46 323	5,6	53 663	30 673
556242-7152	TV4 AB	202512	6 628 342	6 372 723	4,0	868 551	13,1	871 016	–
	Totalt		**21 673 307**	**21 517 608**	**0,7**	**1 431 491**	**6,6**	**1 547 762**	**30 673**

1.2 Riksmedier, små, omsättning < 199 mnkr

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovisning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelsemarginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Mediestöd
559042-9352	Dagens ETC AB (publ)	202512	80 326	72 196	11,3	-986	-1,2	-729	14 825
556197-7025	Tidnings AB Nya Dagen (publ)	202512	62 641	60 392	3,7	3 393	5,4	3 965	12 961
556650-2422	Life of Svea AB	202512	47 969	46 901	2,3	11 947	24,9	12 009	–
556611-2024	Världen Idag AB	202512	31 622	31 954	-1,0	63	0,2	286	8 465
556673-9065	FPG Media AB	202512	24 302	28 732	-15,4	-9 933	-40,9	-10 042	–
559492-8319	Svenska Epoch Times AB	202512	18 995	–	–	-923	-4,9	-2	1 856
559225-3982	Dagens O2 AB	202512	18 894	18 704	1,0	25	0,1	-74	6 917
559169-6140	Alkompis Communication AB	202512	16 297	12 389	31,5	358	2,2	361	4 066
556525-6897	QX Förlag AB	202512	14 126	15 325	-7,8	-1 462	-10,3	-1 479	997
556573-5148	AiP Media Produktion Aktiebolag	202512	12 793	13 056	-2,0	-1 131	-8,8	-1 128	3 656
556365-0216	ETC Konsultation Aktiebolag	202512	8 991	9 451	-4,9	-225	-2,5	-224	2 638
556943-5075	AlternaMedia AB	202512	7 774	9 112	-14,7	-292	-3,8	-292	3 644
556238-9907	R.S. Press Aktiebolag	202512	7 696	8 683	-11,4	-330	-4,3	-354	2 707
556196-2910	Litzon Press Förlags Aktiebolag	202512	7 094	8 325	-14,8	45	0,6	8	2 834
559309-2579	Medieföretaget Fempers AB	202512	6 184	5 649	9,5	-233	-3,8	-245	3 632
797000-1819	Tidningsföreningen Norrskensflamman UPA	202512	5 658	6 104	-7,3	-1 906	-33,7	-19 095	–
559367-0671	Bulletin Media Sverige AB	202512	5 614	8 687	-35,4	-3 897	-69,4	-3 977	–
556778-3708	Kristen Tidning i Sverige AB	202512	4 723	5 753	-17,9	-74	-1,6	-150	–
892001-0462	Stiftelsen Samefolket	202512	4 224	4 040	4,6	-844	-20,0	-885	–
559220-9430	Mediehuset Grön press AB	202512	3 679	3 666	0,4	73	2,0	-650	–
556542-8413	Arbetaren Tidnings AB	202512	3 220	3 668	-12,2	-2 730	-84,8	-2 730	1 806
556667-4023	The Local Europe AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
559389-5591	Mediehuset Kvartal AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
857202-7939	Proletären	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
802007-2362	Tidskriftsföreningen Offensiv	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
559247-5718	Svensk nätmedia AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	–
	Totalt		**392 822**	**372 787**	**5,4**	**-9 062**	**-2,3**	**-25 427**	**71 004**

Not om **Bulletin Media**: kontrollbalansräkning ska upprättas då minst hälften av aktiekapitalet kan vara förbrukat.
Kontrollera även noteringen för **Svenska Epoch Times**.

1.3 Lokalmedier, stora, omsättning >1 mdkr

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovisning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelse-marginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Mediestöd (tkr)
556004-1815	Bonnier News Local AB	202512	2 631 650	1 834 052	43,5	159 925	6,1	170 602	217 745
559331-8313	NTM Media AB	202512	1 174 458	1 201 719	-2,3	8 629	0,7	13 554	76 660
556024-6927	AB Upsala Nya Tidning	202512	208 711	212 507	-1,8	23 391	11,2	43 548	18 291
556605-1073	Gota Media AB	202512	1 006 183	981 784	2,5	38 542	3,8	46 341	53 178
556132-5498	KLT Tryck AB	202512	3 494	3 573	-2,2	-1 117	-32,0	-1 109	1 594
556585-9591	Sydöstran AB	202512	43 392	45 530	-4,7	-3 216	-7,4	-2 962	11 078
556497-5521	Nya Länstidningen Växjöbladet AB	202512	3 860	3 646	5,9	-720	-18,7	-713	1 945
556220-1052	Stampen Lokala Medier AB	202512	1 008 104	1 042 182	-3,3	24 370	2,4	33 962	84 270
	Totalt		**6 079 852**	**5 324 993**	**14,2**	**249 804**	**4,1**	**303 223**	**464 761**

Not: UNT, moderbolag. Gota Media, moderbolag

1.4 Lokalmedier, medelstora, omsättning 200-999 mnkr

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovisning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelsemarginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Mediestöd (tkr)
556194-4587	Erna Media AB	202512	541 031	510 735	5,9	17 927	3,3	19 506	43 961
556671-7178	Värmlands Folkblad Drift AB	202512	55 543	56 595	-1,9	694	1,2	827	14 130
556009-4251	Västerbottens-Kurirens Media AB	202512	223 742	217 819	2,7	-9 765	-4,4	43 065	9 315
556497-7378	Folkbladet Västerbotten AB	202512	31 069	32 823	-5,3	-2 298	-7,4	- 1 791	8 971
556572-8309	Tidningar i Norr AB	202512	30 355	33 000	-8,0	1 054	3,5	1 616	11 411
	Totalt		**881 740**	**850 972**	**3,6**	**7 612**	**0,9**	**63 223**	**87 788**

Not: VK, moderbolag

1.5 Lokalmedier, små, omsättning <199 mnkr

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovisning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelsere-sultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelse-marginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Mediestöd (tkr)
556471-5133	Innerstadspress AB	202512	193 168	217 524	-11,2	- 30 714	-15,9	- 32 999	22 368
556927-6214	Markbladet AB	202504	77 006	55 745	38,1	7 415	9,6	6 096	7 167
556363-1620	Mediagruppen Dalarna AB	202512	42 427	38 212	11,0	2 713	6,4	2 821	6 153
556315-5695	Norra Halland Tidnings AB	202512	28 665	29 634	-3,3	- 1 327	-4,6	-1 114	7 355
556917-7271	Made In Båstad	202504	25 446	20 052	26,9	420	1,7	163	3 289
559001-2299	Lokalpressen HLP AB	202512	24 368	18 231	33,7	216	0,9	403	5 942
559362-3324	Varbergs Tidning AB	202504	17 926	15 560	15,2	2 317	12,9	2 320	850
559068-5755	Sveagruppen Media AB	202512	17 671	15 964	10,7	1 083	6,1	1 018	10 074
556284-2970	Din Lokaltidning Gästrikland AB	202512	15 744	15 492	1,6	3 327	21,1	3 794	2 040
556517-4421	Alekuriren AB	202512	15 037	12 243	22,8	1 356	9,0	2 174	2 647
556760-7303	Nya Tidningsbolaget i Östergötland AB	202512	14 645	14 785	-0,9	201	1,4	240	2 536
559232-5681	FCK Media AB	202512	14 219	12 002	18,5	3 176	22,3	3 273	2 381
556632-5154	Per Texta Förlag AB	202512	13 103	13 674	-4,2	110	0,8	104	4 448
556490-5213	Vallentuna-Steget AB	202512	12 359	7 718	60,1	- 6 014	-48,7	-6 010	2 172
559096-8128	Siljan News AB	202512	11 333	9 666	17,2	77	0,7	46	7 125
556611-6694	Earton media AB	201512	10 527	10 576	-0,5	705	6,7	724	2 956

Org. nr	Företagsnamn	Senaste årsredovisning	Omsättning (tkr) 2025	Omsättning (tkr) 2024	Förändring av omsättning (%) 2025	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2025	Rörelsemarginal (%) 2025	Resultat efter finansiella poster (tkr)	Mediestöd (tkr)
556644-6323	AB Jämtlands Tidning	202512	10 309	8 906	15,8	173	1,7	74	4 941
556487-5291	Loreti AB	202508	9 714	6 123	58,6	50	0,5	23	2 350
559084-9567	Haparandabladet Media AB	202512	9 684	10 518	-7,9	1 021	10,5	1 047	4 689
556920-2152	Lysekilsposten AB	202506	8 264	7 745	6,7	-124	-1,5	-80	2 970
556682-3182	Torslanda Tidningen AB	202512	7 228	6 709	7,7	-497	-6,9	-495	1 612
556158-8020	Länstidningen Östergötland AB	202508	5 109	5 987	-14,7	-623	-12,2	-643	2 409
556925-7982	Uddevalla Media AB	202512	4 816	4 326	11,3	126	2,6	123	1 751
559201-8997	Kanal Regional AB	202512	4 708	4 031	16,8	-45	-1,0	-80	2 255
559525-0001	Skilling Media AB	202512	2 649	–	–	56	2,1	56	...
556982-4971	Bättre stadsdel Lokal Media AB	202512	2 174	1 906	14,1	23	1,1	19	849
559113-4241	Lindenytt AB	202512	1 983	1 383	43,4	197	9,9	187	525
559184-6646	Nyhetsbyrån Järva AB	202512	1 540	1 471	4,7	40	2,6	40	1 035
556403-2117	Finnveden Information AB	202512	1 139	3 065	-62,8	-203	-17,8	-202	1 817
559021-5785	Dagens Vimmerby AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	
556802-6487	Nyhetsmegafonen i Skellefteå AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	
556521-6693	Västerås Publicera AB	Uppgift saknas	–	–	–	–	–	–	
	Totalt		**602 961**	**569 248**	**5,9**	**-14 745**	**-2,4**	**-16 878**	**116 706**



Mediemyndigheten

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