



Svensk marknad för tv och strömmad tv

Ägande, utbud och ekonomi 2025



Mediemyndigheten

I samarbete med

NORDICOM

Svensk marknad för tv och strömmad tv

Ägande, utbud och ekonomi

Författare: Tobias Lindberg, Nordicom

Utgivare: Mediemyndigheten

Tel: 08-580 070 00

E-post: registrator@mediemyndigheten.se

Layout: Typoform

Foto: Johnér bildbyrå

År: 2025

ISBN: 978-91-531-6705-1

Innehåll

Sammanfattning och trender	5
1. Om rapporten	7
2. Konsumtion av tv och annan rörlig bild	9
3. Strukturell överblick över tv-marknaden	11
3.1 Viktiga förändringar på tv-marknaden	11
3.2 Strukturell överblick över den strömmade marknaden	14
4. Tv-mediernas ekonomi	17
4.1 Public service-bolagens ekonomi	18
4.2 Svenska kommersiella tv-bolags ekonomi	19
4.3 Utländska kommersiella tv-bolags ekonomi	20
Källor	24
Bilagor	27

Sammanfattning och trender

Den svenska marknaden för linjär och strömmad tv har förändrats kraftigt under det senaste decenniet. Under dessa år har utbudet gått från att vara stort till att bli svåröverskådligt. Den största tillväxten har skett i de digitala kanalerna, där aktörer både kommit till och fallit ifrån. Räckvidden för strömmad tv är sedan några år också större än för linjär eller tablålagd sådan. Under denna tid har SVT och TV4 gått från att vara marknadens dominerande aktörer till att på flera sätt bli aktörer bland andra. Ett tydligt tecken på tv-landskapets förändring är att marknätet har förlorat i betydelse. Redan vid årsskiftet 2024/25 blev SVT, TV4 och TV Finland ensamma i marknätet. TV4 avser dock att lämna nätet vid årsskiftet 2025/26.

Viaplay Group var den klart största svenska kommersiellt finansierade aktören 2024. Under senare tid har dock ägandet till stora delar flyttat från institutionella ägare i Norden till franska Canal Plus och tjeckiska PPF Group. För det andra stora svenska tv-bolaget, TV4, innebär 2025 en försäljning från Telia Company till norska Schibsted. I dag ägs den stora delen av den svenska tv-marknaden av utländska bolag. Bland de aktörer som erbjuder strömmad tv är de flesta ägda av bolag i USA.

En annan följd av att ägandet allt oftare passerar landsgränser är att det blivit svårare att uppskatta omsättningen på den svenska marknaden för linjär och strömmad tv. Tillgängliga branschdata visar dock att annonsörer ökade sina investeringar i reklam och att hushållen ökade sina utgifter för abonnemang inom rörlig bild 2024. Det framgår också att tillväxten framför allt gäller de strömmade tjänsterna, medan reklamintäkterna för traditionell tv krympte under året.

Viaplay Group omsatte 18,5 miljarder kronor och gjorde en rörelseförlust på -558 miljoner 2024. TV4 gjorde en rörelsevinst på 221 miljoner och det på en omsättning av 6,4 miljarder kronor. SVT ökade sin omsättning till cirka 6 miljarder kronor och redovisade en rörelseförlust på -49 miljoner 2024. Även UR:s omsättning steg detta år.

Sammanfattningsvis, såväl tittandet som reklam- och abonnemangspengarna rör sig från traditionella kanaler till strömmade alternativ samtidigt som ägandet på den svenska tv-marknaden blivit mer utländskt.



Om rapporten

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

Målet är att teckna en översiktlig bild av marknaden för olika former av tv under 2024 och första halvåret 2025. Rapporten inleds därför med en kort översikt av konsumtionen av rörlig bild i olika former. Därefter följer ett avsnitt om marknadens struktur och ägande, det vill säga vem som äger medierna och hur ägandet förändrats under den aktuella perioden. Det avslutande kapitlet belyser mediebolagens ekonomiska situation.

Videoklipp och liknande som primärt distribueras via kanaler som Tiktok och Youtube, liksom distributionsbolag som Allente och Boxer, lämnas utanför denna rapport.

Det ska redan här nämnas att rapporten bygger på ett stort antal källor. De vanligaste typerna av källor är de berörda bolagens verksamhetsberättelser och årsredovisningar. För att göra texten mer läsbar redovisas inte dessa källor i den kommande framställningen. Andra sorters källor, som akademiska studier, branschpress, marknadsstatistik, offentliga utredningar och liknande, redovisas däremot löpande.

Rapportens analys har gjorts av Tobias Lindberg, medieforskare vid Nordicom.

Förutom denna rapport publicerar myndigheten också rapporterna *Svensk marknad för nyheter* och *Svensk marknad för radio och podd*.



2.

Konsumtion av tv och annan rörlig bild

En första grov skiss av den svenska marknaden för rörlig bild kan tecknas utifrån konsumtionen av tv och olika former av strömmat material. Sett på några års sikt har tittandet på rörlig bild ökat i Sverige. Konsumtionen är också omfattande i alla åldersgrupper. Enligt Nordicoms undersökning Mediebarometern 2024 tittade 67 procent av befolkningen på strömmad tv medan 51 procent såg på tablålagd tv (Ohlsson et al 2025). Så sent som 2020 var räckvidden för tablålagd tv något litet större än den för strömmat (Ohlsson et al 2021). Yngre personer, mellan 9 och 44 år, tittar på strömmad tv i högre utsträckning än personer som är 65 år eller äldre (Ohlsson et al 2025).

Håller vi oss till de enskilda tv-kanalerna så var SVT1 och TV4 de avgjort största vad gäller daglig räckvidd, följt av SVT2 och Kanal 5. Även bland det strömmade utbudet hamnar public service, med tjänsten SVT Play, i räckviddstoppen. Men denna gång tillsammans med amerikanska Netflix.

En skillnad jämfört med den traditionella tv-marknaden är att både utbudet och konsumtionen till större del utgörs av aktörer och material från USA – och mindre från Europa och Sverige (Ohlsson et al 2025). Men även om andelen som tittar på strömmat ökat snabbt är det fortfarande så att när vi tittar på tablå-tv så gör vi det under längre tid än när vi tittar på strömmat (Ohlsson et al 2023).



3.

Strukturell överblick över tv-marknaden

Ägarkoncentrationen på tv-marknaden i Sverige är att beteckna som hög. En mycket stor andel av kanalerna var 2024 kopplade till endast fyra dominerande aktörer: SVT och de tre kommersiella tv-husen TV4, Viaplay Group och Warner Bros Discovery. Under året ägde den kommersiella trion välkända kanaler som TV4 och Sjuan samt TV3 och TV6 liksom Kanal 5 och Discovery.

I detta kapitel belyses marknadens struktur och ägarfrågor. Först avhandlas några av de viktiga förändringarna på den kommersiella marknaden, därefter redovisas de största bolagen och deras utveckling. Sist kommer ett kort avsnitt om de mindre aktörerna.

3.1 Viktiga förändringar på tv-marknaden

Marknätet är den äldsta infrastrukturen för tv-sändningar i Sverige. Nätet började byggas redan på 1950-talet och var den enda distributionsformen för tv fram till 1980-talet. Nätet digitaliserades i det tidiga 2000-talet och distribuerade så sent som 2023 ett femtiotal kanaler. Från årsskiftet 2024/25 skedde dock en stor förändring i utbudet när operatören Boxer slutade att distribuera betal-tv-kanaler. Det innebär att endast fri-tv-kanalerna var tillgängliga via marknätet, det vill säga SVT:s kanaler, TV4 och TV Finland (Facht & Falk 2025). Från och med årsskiftet 2025/26 tunnas det marksända utbudet ut ytterligare då TV4 lämnar marknätet (Ohlson Wugk & Lundgren 2025). Det betyder i praktiken att enbart public service kommer att sända via detta nät under 2026.

Utöver kanalerna i marknätet fanns det 2024 ett hundratal andra kanaler som distribueras via kabelnät och hushållsparaboler. Många av dem var nischade och hade en begränsad publik. Den långsiktiga trenden för den här delen av marknaden är att den krymper.

En sista och växande andel av marknaden är strömningstjänsterna, det vill säga de bolag som distribuerar eget eller andras material via sina digitala tjänster (Facht & Falk 2025).

Public service, SVT och UR

För public service-företagen SVT och UR är 2025 det sista året på det sexåriga sändningstillstånd som löpt sedan 2020. Under året presenterade regeringen en proposition (prop. 2024/15:166) där den föreslog att bestämmelserna om public service skulle samlas i en ny lag – lagen om public service. Den nya lagen och ändringarna i radio- och tv-lagen föreslås träda i kraft den 2 december 2025. Lagarna föreslås dock tillämpas först efter den 31 december 2025 då den nya uppdragsperioden infaller. En ny sändningssperiod inleds således 2026 och fortgår för första gången under åtta år, det vill säga till och med 2033.

SVT och UR är sedan slutet av 1990-talet ägda av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB (Förvaltningsstiftelsen 2025).

Viaplay Group får ökat utländskt ägande

Viaplay Group är en av den svenska marknadens stora aktörer. Bolagets föregångare bildades 2018 genom en avknoppning från det Kinneviksägda medieföretaget Modern Times Group (MTG) och börsnoterades i Stockholm under 2019. Bolaget sänder från Sverige. Under några år förde Viaplay Group en expansiv tv-strategi med lanseringar på en mängd olika marknader, både i och utanför Norden. Men 2023 genomgick företaget en ekonomisk kris. Under denna fattade Viaplay Groups styrelse flera strategiförändrande beslut. Den tydligaste omprioriteringen var den strategiska förflyttningen från en vision om expansion i stora delar av världen till en ambition om lönsamhet i framför allt Norden.

Krisen innebar också att Viaplay Groups ägarstruktur förändrades. Institutionella investerare som Norges Bank, Swedbank Robur och Skandia Liv försvann ur listan över framträdande ägare och ersattes snart av den franska mediekoncernen Groupe Canal Plus och det tjeckiska investeringsbolaget PPF Group. Canal Plus ingick tillsammans med andra mediebolag, som Lagardère Publishing och Prisma Media, i börskonglomeratet Vivendi under 2024. Koncernen kontrolleras av den franske affärsmannen Vincent Bolloré och dennes familj. Köpet har uppmärksammats för den kritik avseende otillbörlig ägarpåverkan som koncernen fått i Frankrike (Gelin 2024, Melesko 2024 och Scherman 2024). I slutet av 2024 knoppades Canal Plus av som dotterbolag till Vivendi och introducerades på börsen i London (Figaro 2024). Bolloré Group äger dock fortsatt en stor post i bolaget (Bolloré 2025).

PPF Group kontrolleras i sin tur av finansfamiljen Kellner. Bolaget är verksamt i 25 länder med investeringar inom exempelvis e-handel, medier och telekom (Lindberg & Facht 2024). Bolagets mediedivision, Central European Media Enterprises (CME), är engagerat på ett halvduzin central- och östeuropeiska marknader med 46 tv-kanaler och strömningstjänsten Voyo (PPF 2024).

Dessa två bolag, Canal Plus och PPF, var i slutet av 2024 Viaplays största aktieägare med 29 procent vardera av kapital och röster. Även Nordea Fonder var med sina 11 procent en betydande ägare. Huvudkontoret för Viaplay ligger, även om det huvudsakliga ägandet flyttats ur landet, fortsatt i Stockholm.

Schibsted köper TV4

I februari 2025 offentliggjorde Telia Company nyheten att man sålt TV4 Media Holding med TV4 i Sverige och MTV i Finland till norska Schibsted för cirka 6,6 miljarder kronor (Telia Company 2025). Köpet godkändes av Konkursverket i juni 2025 (KKV 2025). Telia Company hade då ägt TV4 sedan 2018 då man förvärvade bolaget för 9,2 miljarder kronor av Bonnierkoncernen.

Under åren just före Telia Companys försäljning tolkade flera branschbedömare bolagets agerande, till exempel infogandet av den under många år fristående tjänsten Cmore in i TV4, som ett led i att förbereda marknaden på en försäljning

av tv-verksamheten (Ek 2023). Det tidigare helstatliga monopolföretaget Telia är sedan tidigt 2000-tal ett börsnoterat telekombolag. Vid utgången av 2024 ägde staten drygt 41 procent av bolagets aktier.

Under 2024 införskaffade TV4 ett par betydande sporträttigheter. För det första säkrade bolaget tillsammans med SVT rättigheterna till OS under de fyra kommande spelen. För det andra införskaffade TV4 sändningarna av Allsvenskan och Superettan i fotboll för åren 2026–31.

För Schibsteds del innebär förvärvet av TV4 inte bara att bolaget blir påtagligt större. Det betyder också att tyngdpunkten för bolagets medieverksamhet flyttas från olika former av dagspress till tv och rörlig bild, liksom att Sverige blir koncernens huvudsakliga marknad.

Även Schibsted har nyligen genomgått stora ägarförändringar. I juni 2024 delades det börsnoterade bolaget upp i två delar. Ambitionen med uppdelningen var att skapa två mer målinriktade bolag, ett börsbolag med olika former av digitala marknadstjänster och ett stiftelseägt nyhetsbolag. De verksamheter som sysslade med marknadsplatser, som svenska Blocket och norska Finn, samlades därför i det bolag som i dag heter Vend Marketplaces. Samtidigt lades de redaktionella medieföretagen i Schibsted Media (det var denna del av bolaget som senare köpte TV4). Det nya mediebolaget skapades genom att det dåvarande börsbolaget sålde sin mediedel till storägaren Stiftelsen Tinius (Schibsted 2025). I och med 2024 års delning av Schibsted och 2025 års förvärv är TV4 numera ägt av en norsk stiftelse. Huvudkontoret är placerat i Oslo.

Warner Bros Discovery

En annan aktör på den svenska tv-marknaden är Discovery Networks Sweden – och det med sina underhållningskanaler Kanal 5 och Kanal 11 samt dokumentärkanalen Discovery Channel. Bolaget ägdes, via ett moderbolag i Storbritannien, 2024 av koncernmodern Discovery Communication i USA. Det sistnämnda bolaget var en del av börsbolaget Warner Bros Discovery (WBD). WBD är också ägare till strömningstjänsten HBO Max.

Sommaren 2025 offentliggjorde WBD planerna på att dela upp bolaget i två delar. I den ena delen är tanken att tv-verksamheten inom WBD samlas tillsammans med de strömningstjänster som är kopplade till specifika kanaler, som Discovery Plus och CNN:s strömningstjänst. I den andra delen läggs koncernens produktionsbolag inom film och tv, digitala spel och strömningstjänsten HBO Max (Steinberg 2025).

Några av marknadens mindre aktörer

Till dessa stora aktörer ska också läggas de mindre kanalerna Axess TV, Godare och den regionala kanalen TV Finland. Den förstnämnda kanalen ägs av Axess Publishing, som stöds av Axel och Margaret Ax:son Johnsons stiftelse för allmännyttiga ändamål. Axess TV är en kanal med tyngdpunkten lagd på dokumentärer samt kultur- och samhällsfrågor. Den andra kanalen, Godare, är en mat-tv-kanal. Den startades 2020 av Schibsted. TV Finland vidaresänder i sin tur ett urval av program från det finländska public service-bolaget Yles kanaler (Facht 2023 och Facht & Falk 2025). TV Finlands marksändningar

är tillgängliga i de områden som nås av sändarstationerna i Nacka, Uppsala, Västerås och Östhammar. TV Finlands tillstånd innehas av medlemsorganisationen Sverigefinska riksförbundet (Facht 2023).

3.2 Strukturell överblick över den strömmade marknaden

Utbudet av strömmad tv har ökat snabbt i Sverige. Under 2024 fanns åtminstone ett femtontal olika gratistjänster på marknaden, som Pluto TV, och drygt tjugo betaltjänster, till exempel Netflix. En mycket stor andel av detta utbud är på engelska och skapat för fler marknader än den svenska. Totalt sett uppgav 79 procent av befolkningen mellan 9 och 99 år att de hade tillgång till någon form av betald strömningstjänst 2024. Det är en andel som legat tämligen still sedan 2022 (MMS 2025).

Nedanstående avsnitt behandlar utbud och ägande på den strömmade marknaden. Till viss del är ägarna desamma som för det traditionellt distribuerade. I de fall bolagets ägande redan belysts nämns detta endast kortfattat. Huvuddelen av intresset riktas i stället mot det utbud och de ägarförhållanden som inte redan berörts. Först avhandlas public service-bolagens tjänster, därefter de reklamfinansierade tjänsterna och avslutningsvis abonnemangstjänsterna.

Public service strömmade tjänster

SVT Play är en av de största strömningstjänsterna på den svenska marknaden. Ungefär en tredjedel av befolkningen använde SVT Play, antingen som app eller via webben, under en vanlig dag 2024 (Ohlsson et al 2025). Vid sidan av den erbjöd public service-bolagen också de konsumtionsmässigt mindre SVT Barn och UR Play.

Reklamfinansierade tjänster

TV4 Play är en av den reklamfinansierade marknads mest framträdande tjänster. För att ta del av tjänstens samlade utbud krävs dock ett abonnemang. Cirka 22 procent tittade på TV4 Play en vanlig dag (Ohlsson et al 2025).

För de heldigitala tjänsterna Pluto TV och Plex är tittarskarorna mindre än de för TV4 Play. Båda dessa tjänster är amerikanska, reklamfinansierade och erbjuder tv-program, serier och filmer. Plex distribuerar även nyheter via den belgiska nyhetsorganisationen Euronews. En tredje tjänst är den underhållningsinriktade strömningstjänsten Rakuten TV. Tjänsten är i grunden från Japan och finns både i gratis- och betalversion.

Pluto TV ägdes 2024 av Paramount Global medan Plex sedan 2021 ägts av mjuk- och hårdvaruföretaget Rockwell Automation, båda i USA. Rakuten TV har däremot sina rötter i den japanska e-handelssajten Ichiba.

Det är också inom den här gratiskategorin vi hittar betydande delar av det material som dagspressen sänder i sina digitala kanaler. Störst av dessa kanaler är *Aftonbladet* och *Expressen*. En del av dagspressens material, framför allt inom sport, kräver förvisso att tittarna har tillgång till ett abonnemang. Även andra delar av tidningsbranschen erbjuder strömningstjänster.

Betaltjänster

Utbudet bland betaltjänsterna är ännu bredare än bland de helt reklamfinansierade alternativen. Håller vi oss till de tjänster där den medvetna tillgången (9–99 år) översteg 30 procent 2024 handlar det om fyra tjänster, enligt analysföretaget Mediamätning i Skandinavien (MMS 2024). Netflix var den avgjort marknadsledande tjänsten. Under året presenterade tjänsten flera nya svenska dokumentärer, filmer och tv-serier. Netflix är ett publikt aktiebolag lokaliserat i USA. Företagets grundare Reed Hastings äger både personligen och via en stiftelse stora delar av företaget.

Även HBO Max erbjuder visst svenskt utbud i form av drama och andra serier, vilket fångade ungefär 13 procent av Sveriges befolkning en genomsnittlig dag 2024 (Ohlsson et al 2025). Likaså finns en mindre andel svenskt material hos den sista av de tre stora amerikanska strömningstjänsterna, Disney Plus. Mediekonglomeratet WBD ägde strömningstjänsterna HBO Max, Discovery Plus och Eurosport. Den snarlika tjänsten Disney Plus ägdes samma år av The Walt Disney Company, USA.

En av tämligen få betaltjänster som storleksmässigt konkurrerade med de amerikanska under 2024 var svenska Viaplay. Ungefär var tionde person i Sverige tittade på Viaplays strömningstjänst under en vanlig dag 2024. Det gjorde den nästan lika stor som HBO Max (Ohlsson et al 2025).

Flera av de stora digitala plattforms- och tv-bolagen är aktiva på den svenska strömningssmarknaden, som hård- och mjukvaruföretaget Apple. Bolagets tjänst Apple TV Plus erbjuder huvudsakligen egenproducerade filmer och tv-serier. Ett annat jättebolag, nätvaruhuset Amazon, närvarar med Amazon Prime. Även det är en tjänst med ett utbud av både eget och andras material, som tv-serier och filmer (MMS 2024). Ingen av dessa tjänster når några större andelar av den svenska befolkningen (Ohlsson et al 2025).

Även om flera av de nyligen nämnda bolagen är stora framstår de som tämligen små jämfört med ägarna till just Apple TV Plus, Amazon Prime och Youtube Premium. Alphabet och Apple är börsbolag i USA med stora institutionella ägare. För Amazons del är bolagets grundare Jeff Bezos den mest betydande ägaren. Konsumtionen av dessa bolags strömningstjänster är emellertid förhållandevis liten i Sverige (Ohlsson et al 2025).

Den brittiska tjänsten Britbox visar i första hand tv-serier ur public service-företaget BBC:s katalog och motsvarande ur det privatägda tv-bolaget ITV:s programutbud. Britbox ägdes fram till våren 2024 gemensamt av BBC:s kommersiella produktionsbolag BBC Studios och ITV. Men i mars detta år köpte BBC Studios ut ITV:s halva andel (BBC 2024). Det svenska bolaget BBC Studios Nordic Productions fick även de nya ägare, nytt räkenskapsår och nytt namn. Från och med våren 2024 ägs bolaget i sin helhet av ett danskt BBC Studioföretag.

Den amerikansk-europeiska tjänsten Skyshowtime är likaledes den ett samarbetsprojekt med ett utbud av film och serier. Tjänsten är till hälften ägt av mediekonglomeratet Comcast Corp och Paramount Global (det senare bolaget via brittiska Sky Studios).

A photograph of a workspace. On a light-colored wooden desk, there is a dark laptop on the right. To its left is a white notebook with a black pen resting on it. Two orange sticky notes are visible: one on the notebook and another slightly above it. In the foreground, a large white circle is superimposed, containing the number '4.' in a bold, black, serif font.

4.

Tv-mediernas ekonomi

Den generella intäkts- och konsumtionsförflyttningen från traditionellt distribuerad tv, som mark- och kabelnät, till digitala strömningstjänster fortsatte under 2024 och 2025 (MMS 2025). Det här kapitlet börjar därför med en allmän överblick av marknadens utveckling. Därefter belyses först ekonomin för public service-bolagen, därefter de kommersiella tv-bolagen, svenska och utländska. I den senare gruppen ingår också de strömmande bolagen.

På det allmänna planet beräknar Post- och telestyrelsen (PTS) att antalet betal-tv-abonnemang vid slutet av 2024 sjunkit till 4,1 miljoner. Det var en minskning från 2023 års 4,4 miljoner abonnemang. Tappet kan till stora delar förklaras av att abonnemangen via analog och digital kabel-tv krympte till 1,92 miljoner. Däremot steg antalet abonnemang via fiber till cirka 1,88 miljoner. De olika abonnemangsformerna är således numera ungefär lika stora. Den långsiktiga trenden är att abonnemangen på kabel-tv minskar medan antalet fiber-abonnemang ökar.

Marknadens intäkter för grund- och tillvalspaket för betal-tv-abonnemang ökade från 9,6 miljarder kronor 2023 till 10,1 miljarder 2024. Tillväxten var därmed cirka 5 procent. Störst intäkter kommer från så kallad IPTV eller bredbands-tv via fibernätet med 4,9 miljarder kronor (PTS 2025). Delar av denna ökning syns också i Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) siffror, för även där ökade konsumenternas utgifter i jämförbar omfattning. Men utgiftsökningarna under 2024 och 2023 var betydligt blygsammare än de marknaden upplevde under de närmast föregående åren (IRM 2025b).

Studerar därefter annonsörernas reklaminvesteringar i olika former av rörlig bild så visar IRM:s rapporter att 2024 års investeringsökning gynnade de strömmade kanalerna. För den tablålagda tv:n präglades året i stället av vikande reklamintäkter. Mer i detalj så föll reklamköpen med drygt -10 procent till 4,1 miljarder kronor medan reklaminvesteringarna i online-video växte med +20 procent till 3,5 miljarder (IRM 2025a).

4.1 Public service-bolagens ekonomi

Förvaltningsstiftelsen för SR, SVT och UR hade en koncernomsättning på 10,1 miljarder kronor 2024.¹ Det var +5,8 procent mer än 2023. Även dotterbolaget SVT:s omsättning på 6,0 miljarder 2024 var större än under föregående år. SVT:s omsättning steg med +8,7 procent. Ökningen var en följd av att både avgiftsmedlen och övriga rörelseintäkter växte. Bland de senare fanns intäkter från visningsrätter, tekniska tjänster, sponsring och liknande (tabell 3.1). SVT är det bolag inom koncernen som omsätter mest pengar.

Tabell 4.1 Public service-bolagens ekonomi 2024

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling +/- (%)	Rörelseresultat (tkr)	Rörelsemarginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)
SVT	Förvaltningsstiftelsen	6 013 419	+8,7	-48 716	-0,8	5 080
UR	Förvaltningsstiftelsen	477 340	+2,6	-4 894	-1,0	-248
Summa		6 490 759		-53 610	-0,8	4 832

Källa: Bolagens årsredovisningar 2024 och Retriever Business.

Sedan 2020 har SVT:s kostnader stigit från cirka 4,7 miljarder kronor till drygt 6 miljarder 2024. Företaget pekar ut inflation och löneökningar som kostnadsdrivande orsaker tillsammans med ett omfattande investeringsbehov i säkerhets- och beredskapsåtgärder. 2024 slutade med en rörelseförlust på cirka -49 miljoner. Men till saken hör också att SVT som public service-bolag inte drivs med vinstintresse.

Hösten 2021 initierade SVT ett effektiviseringsprogram i syfte att dra ned på sina kostnader. I 2024 års verksamhetsberättelse skriver bolaget att det under det aktuella året sparade 39 miljoner kronor inom det fortfarande pågående besparingsprogrammet. Bolaget noterar att årets och föregående års besparing berört ett 70-tal tjänster, primärt inom olika former av stödfunktioner. Kostnaden för SVT:s egen personal utgjorde den största kostnaden, följt av kostnader för externa programproduktioner och inköp av visningsrätter. För 2024 var även arrangerandet av musiktävlingen Eurovision Song Contest en betydande kostnad.

Programbolagskollegan UR omsatte drygt 477 miljoner kronor 2024, vilket var en ökning med +2,6 procent jämfört med 2023. Kostnaderna ökade dock med cirka +4 procent vilket ledde till att rörelseresultatet hamnade på -4,9 miljoner. Precis som SVT genomförde UR ett spar- eller effektiviseringsprogram detta år.

¹ Med omsättning avses ett företags totala intäkter från sålda varor och tjänster (eller motsvarande), både kontanta och fakturerade, under ett räkenskapsår. Nettoomsättningen är de sammanlagda försäljningsintäkterna i företagets normala verksamhet efter avdrag för lämnade rabatter, moms och skatter knutna till omsättningen.

Som ett led i det programmet togs också beslut om att samla UR:s produktion i Stockholm. Det betyder att bolagets avser att stänga kontoren i Göteborg och Malmö.

4.2 Svenska kommersiella tv-bolags ekonomi

Det faktum att tv- och andra mediebolag i dag är verksamma på ett flertal marknader gör det svårt att uppskatta hur stor den kommersiella tv-marknaden är i ekonomiska termer. Ett skäl till svårigheterna är att de svenska intäkterna inte alltid särredovisas.

I detta avsnitt behandlas de tv-bolag som har sitt huvudkontor i Sverige: Viaplay, TV4, Axess och TV Finland. Och för dessa bolag uppgick den gemensamma omsättningen för 2024 till 24,9 miljarder kronor. Den föreningsdrivna TV Finland räknas med i denna kategori även om den inte är en kommersiellt hållen verksamhet.

Viaplay når minskad rörelseförlust

Ett av de bolag som verkar både inom och utom Sveriges gränser är Viaplay Group. År 2024 uppgick Viaplay Groups nettoomsättning till 18,5 miljoner kronor. Det var en lätt nedgång med -0,4 procent jämfört med 2023. Rörelseresultatet var även det negativt på -558 miljoner, liksom rörelsemarginalen på -3 procent. Men förlusten till trots var det en kraftig resultatförstärkning jämfört med 2023 år rörelseförlust på -10,3 miljarder (tabell 4.2).

Tabell 4.2 Svenska kommersiella tv-bolags ekonomi 2024

Bolag	Ägare	Omsättning (tkr)	Utveckling +/- (%)	Rörelseresultat (tkr)	Rörelsemarginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)
Viaplay Group	Canal Plus, PPF m fl	18 490 000	-0,4	-558 000	-3,0	208 000
TV4	Telia Company	6 372 723	+22,5	220 969	+3,5	216 697
Axess Publishing	Axel och Margareta Ax:son Johnsons stiftelse för allmännyttiga ändamål	17 004	-0,8	-26 647	-156,7	-186
Sverige-finska riksförbundet*	Medlemsförening	...	...	...	...	...
Summa		24 879 727	+4,6	-363 678	-1,5	424 511

Källa: Bolagens årsredovisningar 2024 och Retriever Business. Not: *Årsredovisning saknas.

Viaplays viktigaste intäktskälla var dess strömningstjänster. Dessa tjänster omsatte 7,9 miljarder 2024, vilket var något mindre än de cirka 8 intäktsmiljarderna från 2023. Även reklamintäkterna minskade lätt till 3,5 miljarder. Däremot växte intäkterna från de linjära kanal-abonnemangen med +4,8 procent till 4,7 miljarder. Men dessa intäkter genererades som sagt både inom och utom Sverige, till exempel i Norge och Nederländerna. För svensk del omsatte den inhemska marknaden ungefär 4,7 miljarder. Det var en intäktsnedgång med -9 procent, relativt 2023.

TV4 ökar omsättningen

För TV4 ökade omsättningen med 22,5 procent till cirka 6,4 miljarder kronor 2024. För de linjära sändningarna var året utmanande. Däremot upplevde bolaget en tillväxt i sina digitala tjänster, inte minst TV4 Play som lockade till sig ett ökande antal abonnenter. En motor i den tillväxten var sommarens fotbolls-EM.

Det besparingsprogram som bolaget lanserade 2023 fortsatte att rulla på 2024. Trots detta ökade kostnaderna kraftigt. Bland de ökade kostnaderna fanns exempelvis stigande program- och sändningskostnader, revisionsuppdrag, kursförluster och räntekostnader för koncernbolag. Sammantaget innebar kostnaderna att lönsamheten sjönk under året. Rörelsemarginalen föll från +13,3 procent 2023 till +3,5 procent 2024.

Övriga svenska aktörer

Axess Publishing omsatte cirka 17 miljoner kronor 2024, vilket var i paritet med föregående år. Negativa rörelseresultat är dock något verksamheten visat under en lång följd av år. För 2024 var rörelsemarginalen -157 procent. För TV Finland saknas relevant underlag.

4.3 Utländska kommersiella tv-bolags ekonomi

Som redan nämnts är det svårt att beräkna de utländska bolagens tv- och strömningsrelaterade omsättning i Sverige. Flera av dessa bolag särredovisade inte sin svenska omsättning. Antingen förde bolagen samman sina intäkter från andra marknader in i det svenska bolaget eller så redovisades de svenska intäkterna, helt eller delvis, i ett utländskt bolag. Det betyder att det också är vanskligt att uttala sig om bolagen i fråga är lönsamma på den svenska marknaden eller ej. Håller vi oss till de bolag som är verksamma på den svenska marknaden så omsatte dessa 12,6 miljarder kronor tillsammans. Men den summan ger alltså inte en rättvis bild av den svenska marknadens värde.

Warner Bros Discovery

Ett exempel på hur utmanande det kan vara att få en klar bild av den svenska marknadens omfattning är WBD-ägda HBO Nordic. Under 2024 omsatte bolaget nästan 10 miljarder kronor. En nivå som kan jämföras med 2023 års 4,4 miljarder (tabell 4.3).

Tabell 4.3 Utländska kommersiella tv-bolags ekonomi 2024

Bolag	Ägare	Omsätt- ning (tkr)	Utveck- ling +/- (%)	Rörelse- resultat (tkr)	Rörelse- marginal (%)	Resultat efter finansiella poster (tkr)
HBO Nordic	WBD Inc	9 694 570	+119,8	2 879 802	+29,7	2 815 791
Discovery Networks Sweden	WBD Inc	895 839	+0,8	71 746	+8,0	83 765
Warner Bros International Television Production Sverige	WBD Inc	180 308	-28,1	17 654	+9,8	17 534
Warner Bros International Television Production Sverige Drama	WBD Inc	88 863	-58,3	10 704	+12,0	10 682
The Walt Disney Company Nordic*	Disney Company	1 348 086	-8,9	131 615	+9,8	146 924
Netflix Services Sweden	Netflix Inc	356 575	+3,6	34 477	+9,7	34 434
Paramount Sweden	Para- mount Global	4 949	+19,9	442	+8,9	450
Summa		12 569 190	+65,5	3 146 440	+25,0	3 109 580

Källa: Bolagens årsredovisningar 2024 och Retriever Business. *Disneys senaste årsredovisning september 2024.

Men för det första så kom, precis som hos Viaplay, inte all denna försäljning från Sverige. HBO Nordic är trots sitt namn inte enbart verksamt i Norden, utan säljer även *video-on-demand*-tjänster till slutkonsumenter i Nederländerna, Spanien och Portugal. För det andra avsåg hela 4,7 av intäktsmiljarderna en koncernintern försäljning av innehållsrättigheter. Om vi i stället stannar analysen vid bolagets nettoomsättning, det vill säga försäljningsintäkterna från företagets normala verksamhet, så steg den med fortsatt starka +20 procent till drygt 5 miljarder 2024. Men oavsett vilken omsättningsnivå vi studerar så avslöjar inte årsredovisningen hur stora intäkterna var på den svenska marknaden.

För andra bolag inom WBD-sfären är siffrorna mer precisa. Tv-bolaget Discovery Networks Sweden omsatte ungefär 896 miljoner kronor 2024. Det var en lätt ökning med +0,8 procent. Bolagets nettoomsättning var i princip oförändrad. Det var den trots att Discovery Networks Swedens Kanal 5 och strömnings-tjänsten Max sände mer än 3 800 timmar direktsänd sport från OS i Paris sommaren 2024. Bolaget hade en positiv rörelsemarginal på +8,0 procent. Andra bolag inom koncernen hade lägre försäljningsnivåer, men redovisade positiva rörelseresultat.

Netflix

Bolaget Netflix Services Sweden omsatte cirka 357 miljoner kronor på marknadsföring, PR, innehåll och andra stödtjänster inom Netflix-koncernen. Men det beloppet motsvarar inte de faktiska intäkter Netflix har i Sverige för sina strömningstjänster. Dessa är sannolikt mycket större.

Walt Disney

Det svenskregistrerade bolaget The Walt Disney Company Nordic var verksam i alla nordiska länder och Baltikum 2024. Företagets ekonomiskt största marknader var Danmark och Norge medan Sverige var bolagets tredje största marknad. Av bolagets samlade omsättning på 1,3 miljarder kronor härstammade 286 miljoner kronor från Sverige (cirka 21 procent av nettoomsättningen). Det var en omsättningsminskning med -28,6 procent.

Bolagets viktigaste affärsområde var det för tv- och strömningstjänster, vilket omsatte 483 miljoner kronor. Omsättningen inom detta affärsområde föll dock under året. Under året köpte bolaget också sändningsrättigheterna, för Disney plus, till ett par av det europeiska fotbollsförbundet Uefa:s viktigaste internationella matcher från och med säsongen 2024/25.

Utländska bolag mer lönsamma

Som framgått av det ovanstående är det utmanande att beräkna den linjära tv:ns och strömningens marknadens omsättning. Klart är att public service två tv-bolag omsatte cirka 6,5 miljarder kronor 2024, vilket var en ökning relativt föregående år.

Den kommersiella tv-marknaden är svår att avgränsa. De kommersiella bolag som verkade på den svenska marknaden, linjärt eller strömmat, omsatte tillsammans cirka 37,4 miljarder 2024. Men i den summan ingår inte endast intäkter från den svenska försäljningen. För vissa bolag ingår även intäkter från andra marknader samtidigt som andra bolag redovisar sina svenska intäkter i utländska bolag. Summan ska därför inte ses som en rättvis uppskattning av den svenska marknadens omfattning.

Bland de svenskbaserade bolagen visade Viaplay ett negativt resultat och TV4 ett positivt. Bland de utlandsägda var det positiva resultat rakt igenom. Bäst rörelsemarginal, på cirka +30 procent, visade HBO Nordic. Men det handlade till stor del om annat än organisk tillväxt. Lägst marginal nådde Discovery Networks Sweden med +8 procent. De utländskt ägda bolagen visade således upp starkare resultat än de svenska.

Illegal ip-tv

En annan omständighet som påverkar dessa bolags ekonomi är den illegala internetprotokoll-tv:n (ip-tv). Enligt Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) har den olovliga konsumtionen av upphovsrättsskyddat material åter börjat öka inom EU, efter en period av minskning mellan 2017 och 2020. Den största delen av det olagligt spridda materialet utgörs av filmer och

tv-program. År 2022 beräknades dessa stå för ungefär hälften av allt innehåll som distribuerades utan tillstånd.

Illegal ip-tv är i dag ett utbrett fenomen i Europa. Sett till hur stor andel av befolkningen som uppger att de någon gång ägnat sig åt illegal konsumtion av innehåll ligger, enligt EUIPO 2023, Sverige i nivå med genomsnittet i EU på 14 procent. Det ska emellertid noteras att skillnaderna är relativt små och därmed är den exakta rangordningen mindre intressant än den övergripande tendensen (SOU 2025:24).

Det är dock svårt att exakt uppskatta omfattningen av den illegala konsumtionen och dess konsekvenser. Klart är ändå att olovlig distribution påverkar den lagliga marknaden negativt. I Sverige har immaterialrättsbrott och annan olaglig användning av upphovsrättsskyddat material bedömts orsaka både undanträngning av laglig verksamhet och stora bortfall i skatteintäkter (SOU 2025:100).

Källor

BBC (2024), "BBC Studios takes full ownership of Britbox International in historic deal", BBC Media Centre 1 mars 2024; <https://www.bbc.com/mediacentre/bbcstudios/2024/bbc-studios-takes-full-ownership-of-britbox-international-in-historic-deal>

Bolloré Group (2025), "Canal+", Bolloré 2025; <https://www.bollore.com/en/activites-et-participations-2/communication/canal/>

Bonnier (2018), "Bonnier AB säljer Bonnier Broadcasting till Telia", Bonnier, 20 juli 2018; <https://www.bonnier.com/news/bonnier-ab-saljer-bonnier-broadcasting-till-telia/>

Ek, Henrik (2023), "Allison Krikby om sorgebarnet TV4: 'Media ska inte ägas av operatörer'", Di Digital 8 september 2023; <https://www.di.se/digital/allison-kirkby-om-sorgebarnet-tv4-media-ska-inte-agas-av-operatorer/>

EUIPO, IP Perception Study 2023: European citizens and intellectual property (2023); <https://www.euipo.europa.eu/en/publications/ip-perception-study-2023>

Facht, Ulrika (2023), *Mediesverige 2023*, Göteborg: Nordicom; <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediesverige-2023>;

Facht, Ulrika och Falk, Elisabet (2025), *Mediesverige 2025*, Göteborg: Nordicom; <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediesverige-2025>

Figaro (2024), "Canal+ coté à la Bourse de Londres dès le 16 décembre", *Le Figaro* 9 december 2024; <https://www.lefigaro.fr/societes/canal-cote-a-la-bourse-de-londres-des-le-16-decembre-20241209>

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

Gelin, Martin (2024), "Frankrikes Murdoch kan ge nationalisterna makten", *Dagens Nyheter* 19 juni 2024; <https://www.dn.se/kultur/martin-gelin-frankrikes-murdoch-kan-ge-nationalisterna-makten/>

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

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

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/arende-data/file?pdf=25-0410.pdf>

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

Melesko, Stefan (2024), "Vilka är Viaplay i händerna på egentligen?", Dagens Media 24 januari 2024; <https://www.dagensmedia.se/ljud-och-rorligt/streaming/stefan-melesko-vilka-ar-viaplay-i-handerna-pa-egentligen/>

MMS (2024), *Trend & tema 2024:1*, Stockholm: Mediamätning i Skandinavien

MMS (2025), *Tittaråret 2024*; Stockholm: Mediamätning i Skandinavien

PPF (2024), "Central European Media Enterprises (CME)"; PPF.eu; <https://www.ppf.eu/en/our-companies/cme>

Ohlson Wugk, Cecilia och Lundgren, Ebba (2025), "Ilskan bubblar i landet – efter TV4:s beslut", *TV4 Nyheterna* 29 augusti 2025; <https://www.tv4.se/artikel/4vsA-OCKQ2vwjDAs6teg9sx/ilskan-bubblar-i-landet-efter-tv4-s-beslut-det-aer-foer-jaevligt>

Ohlsson, Jonas et al (2021), *Mediebarometern 2020*, Göteborg: Nordicom; <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2020>

– (2024), *Mediebarometern 2023*, Göteborg: Nordicom; <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2023>

– (2025), *Mediebarometern 2024*, Göteborg: Nordicom; <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2024>

Prop. 2018/19:136 (2019), *Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025*, Kulturdepartementet 10 juni 2019, Stockholm: Kulturdepartementet; <https://www.regeringen.se/contentassets/9657b451d2054254b61e0e7d-0ca24e44/ett-modernt-public-service-nara-publiken--villkor-20202025-prop.-201819136.pdf>

Prop. 2024/25:166 (2025), *En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033*, Kulturdepartementet 22 maj 2025, Stockholm: Kulturdepartementet; <https://www.regeringen.se/contentassets/31407b691096492a9df3f1d4dfb27033/en-lag-om-public-service-och-riktlinjer-for-verksamheten-20262033-prop.-202425166.pdf>

PTS (2025); "Svensk telekommarknad 2025 (PTS-ER 2025:9)", Post- och telestyrelsen 5 juli 2025; <https://pts.se/internet-och-telefoni/statistik-internet-och-telefoni/svensk-telekommarknad-2024-pts-er-20259/>

Scherman, Jan (2024), "Vincent Bolloré blir storägare i Viaplay", *Aftonbladet* 23 januari 2024; <https://www.aftonbladet.se/kultur/a/l3GAq3/vincent-bollo-re-blir-storagare-i-viaplay-jan-scherman-kommenterar>

SOU 2025:24 (2025), *Publiken i fokus – reformer för ett starkare filmland*, Regeringen, Stockholm: Kulturdepartementet; <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2025/03/sou-202524/>

SOU 2025:100 (2025), *Åtgärder mot illegal ip-tv*, Regeringen, Stockholm: Kulturdepartementet; <https://regeringen.se/contentassets/277e8aae-81674c28a18a13ec6c4c22d7/atgarder-mot-illegal-ip-tv-sou-2025100.pdf>

Steinberg, Brian (2025), "Warner Bros Discovery split into two companies", Variety 9 juni 2025; <https://variety.com/2025/tv/news/warner-bros-discovery-split-two-companies-streaming-tv-1236423250/>

SVT (2025), *Sveriges Televisions public service-redovisning 2024*, Stockholm SVT; <https://omoss.svt.se/svts-roll/public-service-redovisningar.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-ing-ar-avtal-om-forsaljning-av-tv-och-mediaverksamheten-till-schibsted-media-2025-02-25-06-00-00>

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

Bilagor

1.1 Svenskägda bolag

Org. nr	Företagsnamn	Senaste års-redovisning	Omsättning (tkr) 2024	Omsättning (tkr) 2023	Förändring av omsättning (%) 2024	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2024	Rörelse-marginal (%) 2024	Resultat efter finansnetto (tkr) 2024
556033-4285	Sveriges Television AB	202412	6 013 419	5 530 684	8,7	-48 716	-0,8	5 080
556195-1996	Sveriges Utbildningsradio AB	202412	477 340	465 416	2,6	-4 894	-1,0	-248
5562427152	TV4 Aktiebolag	202412	6 372 723	5 200 881	22,5	220 969	3,5	216 697
8152005479	Sverigefinska Riksförbundet	-	-	-	-	-	-	-
5591246847	Viaplay Group AB (publ)	202412	18 490 000	18 567 000	-0,4	-558 000	-3,0	208000
5569194763	Axess Publishing AB	202412	17004	17 147	-0,8	-26 647	-156,7	-186
Totalt			31 370 486	29 781 128	5,3	- 417 288	-1,3	429 343

1.2 Utlandsägda tv-bolag

Org. nr	Företagsnamn	Senaste års-redovisning	Omsättning (tkr) 2024	Omsättning (tkr) 2023	Förändring av omsättning (%) 2024	Rörelseresultat (EBIT) (tkr) 2024	Rörelse-marginal (%) 2024	Resultat efter finansnetto (tkr) 2024
5568652845	HBO Nordic AB	202412	9 694 570	4 411 310	119,8	2 879 802	29,7	2 815 791
5564056629	The Walt Disney Company Nordic AB	202409	1 348 086	1 480 235	-8,9	131 615	9,8	146 924
556431-2469	Discovery Networks Sweden AB	202412	895 839	888 997	0,8	71 746	8,	83 765
5593089807	Netflix Services Sweden AB	202412	356 575	344 198	3,6	34 477	9,7	34 434
5566694799	Warner Bros. International Television Production Sverige AB	202412	180 308	250 982	-28,2	17 654	9,8	17 534
5566327317	Warner Bros. International Television Production Sverige Drama AB	202412	88 863	212 925	-58,3	10 704	12	10 682
5590032438	Paramount Sweden AB	202412	4 949	4 126	19,9	442	8,9	450
Totalt			12 569 190	7 592 773	65,5	3 146 440	25,0	3 109 580



Mediemyndigheten

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