

# Dagspressens ekonomi 2014



myndigheten  
för radio och tv



# Innehåll

<b>Förord</b>	<b>3</b>
<hr/>	
<b>1. Branschresultat</b>	<b>4</b>
<hr/>	
1.1 Underlag och uppläggnig	4
1.2 Strukturella förutsättningar och utvecklingstendenser	6
1.3 Upplaga	11
1.4 Annonser	12
1.5 Dagspressens ekonomi	14
1.6 Dagstidningsföretagens lönsamhet	17
1.7 Soliditet	19
1.8 Årsbästa lönsamhetstal	20
<b>2. Lågfrekventa dagstidningars ekonomi</b>	<b>24</b>
<hr/>	
<b>3. Medel- och högfrekventa dagstidningars ekonomi</b>	<b>27</b>
<hr/>	
3.1 Dagstidningar med stöd	27
3.1.1 Landsortstidningar med stöd	27
3.1.2 Storstadstidningar och särskilda nyhetstidningar med stöd	30
3.2 Övriga landsortstidningar	31
3.3 Övriga storstadstidningar	32
3.4 De största tidningsgruppernas ekonomi	34
<b>4. Dagspressens ekonomi 2014</b>	<b>40</b>
<hr/>	
<b>5. Sammanfattning</b>	<b>44</b>
<hr/>	
<b>6. Summary</b>	<b>46</b>
<hr/>	
<b>Bilagor</b>	<b>48</b>
<hr/>	
Bilaga 1. Tidningsföretagens resultat 2014	48
Bilaga 2. Upplaga och hushållstäckning per tidning	54
Bilaga 3. Prestöd per tidning	58
Bilaga 4. Prestödet per budgetår 1969/70–2014 (Mkr)	63
Bilaga 5. Underlaget	65
Bilaga 6. Lönsamhetstabeller	66
Bilaga 7. Den svenska marknaden för tidningsdistribution	67

# Förord

Den 1 juli 2015 flyttades Presstödsnämndens uppgifter till Myndigheten för radio och tv. Presstödsnämnden har inrättats som ett särskilt beslutsorgan inom myndigheten. Som en följd av myndighetens nya uppgifter ska vi rapportera om den ekonomiska utvecklingen för olika tidningsgrupper och förändringar i tidningsägandet.

Presstödsnämnden har sedan 1976 publicerat Dagspressens ekonomi som ger en samlad bild av den ekonomiska situationen för landets tidningsföretag. För första gången kommer nu Myndigheten för radio och tv att publicera Dagspressens ekonomi.

Dagspressens ekonomi 2014 är den 39:e i ordningen. Skriftens långa serie gör det möjligt att följa hur branschen förändras både när det gäller ekonomiskt resultat och ägande.

2014 innebär en återhämtning för dagspressen från det historiskt dåliga genomsnittliga rörelseresultatet från fjolåret. Trots förbättringen är resultatnivåerna för 2014 under snittet för tidningsbranschens ekonomiska utfall under den period (1976–2014) som mätserien omfattar.

På annonsmarknaden fortsätter intäkterna i den tryckta pressen att falla i snabb takt. Samtidigt ökar den digitala annonseringen kraftigt. Tidpunkten när bortfallet av annonsering i den tryckta pressen kan kompenseras till en mer betydande del av den digitala tycks närma sig.

I årets upplaga finns en uppdatering av förra årets studie av antalet lokalredaktioner i spridningsområdet för tidningarna på tvåtidningsorterna. Antalet redaktioner fortsätter enligt denna uppdatering att minska.

Myndigheten för radio och tv ska också följa utvecklingen av och förutsättningarna för tidningsdistributionen i landet. Inom ramen för det uppdraget görs i Dagspressens ekonomi 2014 en analys av de på distributionsmarknaden verksamma företagens årsredovisningar.

Rapportens analys har gjorts av fil. dr Jonas Ohlsson, vid Nordicom, Göteborgs universitet.

Globen i september 2015

Magnus Larsson  
Generaldirektör

# 1. Branschresultat

Efter tre år med fallande vinster vände resultatnivåerna i den svenska dagspressen åter uppåt under 2014. Den genomsnittliga rörelsemarginalen för de tidningsföretag som helt eller i huvudsak finansierar sin verksamhet utan statlig hjälp (driftsstöd) steg under året från -0,8 till +0,9 procent. Det för den svenska tidningsbranschen historiska besök under nollstrecket på vinstskalan som noterades under 2013 blev alltså bara ettårigt. Nettomarginalen, som även omfattar resultatet från tidningsföretagens finansiella verksamhet, ökade från 0,2 till 1,9 procent. Trots förbättringen gentemot fjolåret låg resultatnivåerna för 2014 klart under det genomsnitt för tidningsbranschens ekonomiska utfall som Presstödsnämndens trettionioåriga mätserie omfattar.

Resultatförbättringen kunde ske trots fortsatt sjunkande intäktsnivåer i branschen. Av de 66 bolag som tillåter en jämförelse med 2013 föll omsättningen under året för 47. De omfattande personalneddragningar som genomförts på flera håll i Tidningsverige under senare år har således bidragit till att hålla uppe vinstnivåerna i branschen. Resultatet i några av landets stora tidningskoncerner tyngdes samtidigt ner av kostnader för nedskrivningar av övervärden från forna års företagsförvärv (s.k. goodwill).

På annonsmarknaden fortsatte intäkterna från den tryckta annonseringen att falla i snabb takt. Samtidigt slutade 2014 med en kraftig ökning av tidningarnas digitala annonsering. Tidpunkten då bortfallet i den tryckta annonseringen kompenseras av den digitala annonsförsäljningen tycks rycka allt närmre. Variationen i andelen digitala annonsintäkter skiljer sig dock kraftigt åt mellan olika delar av branschen. På publikmarknaden föll den samlade upplagan med 5,3 procent, ett resultat som i relation till befolkningsutvecklingen är det största tappet hittills i branschen. Det ekonomiska tillskottet från de rent digitala abonnemangen förefaller än så länge mycket begränsat för de svenska tidningsföretagen.

## 1.1 Underlag och uppläggning

Den analys av dagspressens ekonomiska förhållanden 2014 som redovisas här bygger på årsredovisningar från svenska dagstidningsföretag med bokslut under året. Sammantaget rör det sig om 80 företag eller företagsgrupperingar som tillsammans svarade för utgivningen av omkring 170 dagstidningar. I de första analyserna av detta slag för 39 år sedan bestod branschen av runt 130 dagstidningsföretag och omkring 145 dagstidningar. Den förändrade relationen mellan antalet tidningsföretag och antalet tidningstitlar är ett uttryck för en strukturförändring som sedan mitten av 1970-talet visat sig i en successiv sammanslagning av enskilda tidningsföretag, vanligtvis på regional basis.

Senast i raden att samla enskilda tidningsrörelser i samma legala struktur är Stampen-koncernen. Från och med den 1 januari 2014 omfattar dotterbo-

laget Stampen Local Media koncernens sex dagstidningar längs Västkusten. Bolaget ersätter en tidigare koncernstruktur bestående av de tre tidningsbolagen Göteborgs-Posten, Mediebolaget i Halland och Väst kustmedia. De sett till antalet titlar största tidningsföretagen i landet är Nya Wermlands-Tidnings AB i Karlstad och MittMedia AB med säte i Gävle. Vid utgången av 2014 stod de två bolagen för utgivningen av tretton respektive tolv dagstidningar. Fusionen av lokala tidningsbolag till större enheter har vanligtvis motiverats av effektivitets- och rationalitetsskäl. De stora regionala tidningsföretagen är ett av de mest påtagliga uttrycken för den ägarkoncentration som ägt rum inom svensk dagspress under de senaste decennierna.

Det statistiska underlaget för rapporten består utöver årsredovisningarna av uppgifter från TS Mediefakta AB (TS), Tidningsutgivarna (TU) och Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM). De analyser som gjorts utifrån materialet i årsredovisningarna kommenteras i bilaga 5.

I takt med ett ökande antal fusioner och omorganiseringar av tidningskoncerner har det blivit svårare att direkt ur årsredovisningarna presentera enskilda tidningsrörelsers ekonomiska resultat. I många fall tvingas vi använda uppgifter på koncernnivå som avser flera tidningar. Genom interna omstruktureringar av tidningskoncerner flyttas även såväl tillgångar och funktioner inom företagsgrupper. Flera tidningsbolag kan därefter bestå av enbart en redaktion. Tidningsföretag som ingår i en koncern kan också få bättre resultat genom att en del kostnader tas på koncernnivå. I andra fall tvingas vi lägga samman resultaträkningar för flera olika bolag för att få en korrekt bild av enskilda tidningsföretags ekonomi. Det senare gäller främst när annonsfunktionen hanteras i ett särskilt bolag. I redovisningen av intäkterna i sådana konstellationer ger det undersökta materialet ingen möjlighet att justera för koncernintern försäljning mellan bolagen. Det innebär att de redovisade intäkterna i vissa fall kan vara något överskattade i rapporten. Sammantaget leder förändringarna i tidningskoncernernas organisering till att det inte alltid går att göra jämförelser mellan åren på företagsnivå.

Inledningsvis i analysen presenterar vi en kort summering av hur de huvudsakliga förutsättningarna för tidningsutgivningen utvecklades under 2014. Här berörs även de viktigaste strukturella förändringarna som skedde under året. Därefter klarlägger vi på olika sätt dagstidningsbranschens ekonomiska läge genom att redovisa utfall och tendenser på upplage- och annonsmarknaderna. En summering av resultatet för samtliga tidningsföretag görs för att ge en översiktsbild av branschens ekonomi. Därefter belyser vi ekonomin för de tidningsföretag som enbart eller i huvudsak drivs på marknadens villkor. Vi går sedan igenom det ekonomiska utfallet för samtliga 80 dagstidningsföretag grupperade enligt den indelning som finns i presstödsförordningen. Avslutningsvis tar vi upp storlek och ekonomi för de största tidningsgrupperna.

Vi använder två lönsamhetsmått. Det första avser tidningsrörelsens resultat, den s.k. bruttomarginalen, eller rörelsemarginalen. Resultatet kan omfatta med tidningsrörelsen besläktad eller angränsande verksamhet. Det andra lönsamhetsmättet är nettomarginalen, som omfattar tidningsrörelsen och finansrörelsen.

Då förvaltningen av de ofta stora likvida medlen i de olika tidningskoncernerna i stor utsträckning har flyttats från de enskilda tidningsföretagen är den följande analysen huvudsakligen inriktad på bruttomarginalen. Mot bakgrund av de senaste årens strukturomvandlingar inom pressen är rörelseresultatet idag det externt redovisade mått som bäst lämpar sig för jämförelser av den ekonomiska utvecklingen hos enskilda tidningsföretag. Avslutningsvis redovisar vi också tidningsföretagens soliditet som ett mått på ekonomisk uthållighet. Med soliditet menas här justerat eget kapital i förhållande till företagets totala kapital.

I bilaga 1 redovisas tidningsföretagens resultat 2014 med nyckeltal företag för företag så långt det senare är möjligt. Tidningarnas upplaga och hushållstäckningstal under året redovisas i bilaga 2. I bilaga 5 definieras nyckeltalen och i bilaga 6 finns tabeller över dagstidningsföretagens brutto- och nettomarginal 1976–2014.

Bilaga 3 innehåller uppgifter per tidning om presstödet från och med 2006 i form av driftsstöd och distributionsstöd. Presstödet storlek per år över statsbudgeten från starten budgetåret 1969/70 framgår av bilaga 4. Den avslutande bilaga 7 presenterar en översikt över den ekonomiska utvecklingen under 2014 för de svenska distributionsföretagen.

## 1.2 Strukturella förutsättningar och utvecklingstendenser

Den svenska dagspressen har av tradition varit en konjunkturkänslig bransch. När den svenska ekonomin har gått bra har det i allmänhet också gått bra för de svenska tidningsföretagen. En analys av dagspressens ekonomiska utveckling blir därför inte komplett om inte hänsyn också tas till den allmänna konjunkturen, i Sverige liksom i världen i stort. De senaste åren har med stor tydlighet visat på hur ekonomiska kriser och konjunkturskiftningar snabbt sprids mellan länder och världsdelar. Sverige har inte varit något undantag. Förändringar i världsekonomin kan därför väntas få återverkningar också i de svenska tidningsföretagens lönsamhet.<sup>1</sup>

När det gäller den ekonomiska utvecklingen i Sverige under 2014 var BNP-tillväxten något högre än åren före. Ökningen under helåret uppgick till 2,3 procent (1,5 %). Arbetslösheten förblev oförändrad kring 8 procent samtidigt som inflationen fortsatte att sjunka, från 0,0 procent till -0,2 procent. 2014 blev därmed det första året sedan krisåret 2009 med negativ inflation (deflation) och endast det tredje året under efterkrigstiden.<sup>2</sup> Som svar på de fallande prisnivåerna fortsatte Riksbanken den gradvisa sänkning av repo-räntan som inletts i slutet av 2011. I juli 2014 sänktes räntan från 0,75 procent

1 Sambandet mellan det rådande konjunkturläget och dagspressens lönsamhet kan även mätas statistiskt. En analys av korrelationen mellan utvecklingen av Sveriges BNP under perioden 1995 till 2014 och vinstmarginalen inom dagspressen med hjälp av sambandsmättet Pearsons  $r$  ger ett resultat på 0,586. Pearsons  $r$  kan variera mellan -1 och 1, där det förra värdet anger ett rakt negativt samband, och det senare ett rakt positivt samband. Ett Pearsons  $r$  på 0 innebär att det helt saknas samband mellan de två variablerna.

2 Källa: Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se)), Konjunkturinstitutet ([www.konj.se](http://www.konj.se)).



till 0,25 procent och i december kom det historiska beslutet om nollränta.<sup>3</sup> I takt med de sjunkande räntenivåerna fortsatte den positiva utvecklingen på Stockholmsbörsen, där generalindex fortsatte att stiga. Ökningen under 2014 uppgick till 11,8 procent (23,0 %).<sup>4</sup>

På den för dagspressen så viktiga reklammarknaden följde utvecklingen den allmänna konjunkturen. Efter ett par år av sjunkande reklaminvesteringar vände utvecklingen uppåt under 2014. Enligt Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) uppgick tillväxten i de samlade investeringarna i mediereklam till 1,6 procent (-1,8 %). Det innebär att omsättningen på reklammarknaden för 2014 slutade på 31,9 miljarder kr, eller omkring en halv miljard mer än året före.<sup>5</sup> Utvecklingen i Sverige gick därmed tvärtemot den för de övriga nordiska länderna, som i samtliga fall redovisade fallande försäljnings-siffror under 2014.<sup>6</sup> Även framtiden ser förhållandevis ljus ut för den svenska annonsförsäljningen. Enligt prognoser från IRM kommer reklammarknaden, till följd av ett förbättrat konjunkturläge för den svenska ekonomin som helhet, att uppvisa en positiv tillväxt under både 2015 och 2016.<sup>7</sup>

En sammanvägning av de yttre konjunkturrella omständigheterna pekar på att 2014 var ett relativt gynnsamt år när det gäller de ekonomiska förutsättningarna för tidningsutgivning, åtminstone i jämförelse med läget under 2012 och 2013.

Det faktum att dagstidningsföretagens lönsamhet i relativt hög utsträckning har kommit att påverkas av konjunkturläget döljer emellertid ett annat faktum, nämligen att dagspressen, i fråga om storlek och tillväxt, är en bransch på tillbakagång. Påståendet stöds av flera indikatorer. De samlade upplagetalen har varit i konstant tillbakagång sedan slutet av 1980-talet och är idag nere på samma nivå som på 1960-talet. Också läsningen av papperstidningar minskar, under senare år i en snabbare takt än tidigare. Enligt Nordicoms Mediebarometer läste 57 procent av den svenska befolkningen en tryckt dagstidning en genomsnittlig dag under 2014. Tio år tidigare var andelen 79 procent. Förändringen i andelen svenskar som bor i ett hushåll med en tidningsprenumeration följer samma mönster. Inkluderar vi läsningen på tidningarnas digitala plattformar har räckvidden minskat från 81 till 67 procent sedan 2004. Allra störst har nedgången varit bland de unga. Läsningen på nätet kompenserar bara delvis för nedgången i papperstidningsläsningen.<sup>8</sup>

Den minskade räckvidden på publikmarknaden har fått direkta återverkningar i dagspressens andra huvudmarknad, den för annonser. Den tryckta dagstidningens andel av de samlade reklaminvesteringarna i svenska medie-

---

3 Källa: Riksbanken ([www.riksbank.se](http://www.riksbank.se)).

4 Källa: Nasdaq OMX Stockholm (<http://www.nasdaqomxnordic.com>).

5 Källa: Institutet för reklam- och mediestatistik ([www.irm-media.se](http://www.irm-media.se)).

6 Källa: Pressmeddelande, Institutet för reklam- och mediestatistik, 2015-06-17 ([http://www.irm-media.se/media/pdf\\_public/se-pressrelease-den-nordiska-reklammarknaden-2014.pdf](http://www.irm-media.se/media/pdf_public/se-pressrelease-den-nordiska-reklammarknaden-2014.pdf)).

7 Källa: Pressmeddelande, Institutet för reklam- och mediestatistik, 2015-05-28 (<http://www.irm-media.se/media/pressmeddelande-juni-prognos-2015-2016.pdf>).

8 Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2014 (Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet).

kanaler har sedan början av 2000-talet minskat från omkring hälften till en dryg sjättedel. Nedgången är inte bara relativ utan också absolut: när hänsyn tagits till inflationen har annonseringen i dagspressen mer än halverats sedan år 2000.<sup>9</sup> Kombinationen av sjunkande prenumerationstal och fallande annonsintäkter innebär att branschens samlade omsättning är klart lägre än den var tio år tidigare.<sup>10</sup> Dagstidningsföretagens förmåga att fortsätta generera vinster förklaras därför allt oftare med kostnadsbesparingar eller lönsamma sidoverksamheter och mer sällan med en ökad omsättning inom tidningsrörelsen.

Förlusten av prenumeranter och annonsörer har hanterats på olika sätt runt om i Tidningssverige. Några huvudstrategier låter sig dock urskiljas. I akt och mening att parera nedgången i antalet sålda tidningsexemplar har tidningsföretagen valt att kontinuerligt öka priset på tidningsprenumerationer och lösnummer. En prenumeration på en genomsnittlig större landsortstidning kostar år 2012 75 procent mer än vad den gjorde när tidningsläsningen var som mest utbredd i Sverige, dvs. omkring 1990.<sup>11</sup> Mellan 2012 och 2014 ökade det genomsnittliga prenumeraionspriset för landets 30 största morgontidningar med ytterligare 13 procent, eller 333 kr.<sup>12</sup> De flesta tidningsföretagen har på detta sätt kunnat bibehålla sina upplageintäkter, trots upplagetapp på tre fyra procent per år. Att de höjda prisnivåerna kan antas ha haft en negativ effekt på tidningarnas spridning förefaller dock rimligt. Grundläggande socioekonomiska faktorer som inkomst, social klass och utbildningsnivå har kommit att få en allt större betydelse för huruvida ett svenskt hushåll har en prenumererad dagstidning eller inte.<sup>13</sup>

En annan strategi för att öka intäkterna från publikmarknaden har varit att försöka kapitalisera på tidningarnas närvaro på nätet. Under de senaste tre fyra åren har de flesta svenska tidningshusen valt att introducera olika typer av betallösningar för det digitala materialet.<sup>14</sup> Att göra en säker skattning av det ekonomiska utfallet hos dessa verksamheter är svårt, dels för att satsningarna ännu är så pass nya, dels för att få av de svenska tidningsföretagen väljer att särredovisa intäkter och eventuella överskott från de digitala verksamheterna.

---

9 Källa: Institutet för reklam- och mediestatistik. Enligt IRM:s statistisk uppgick dagspressens annonsintäkter 2014 till 5 381 mkr. År 2000 var intäkterna 9 338 mkr, vilket motsvarar 11 227 mkr i 2014 års penningvärde.

10 Dagspressens samlade omsättning, exklusive driftsstöd, uppgick år 2004 till 17 902 mkr, vilket motsvarar 20 106 mkr i 2014 års penningvärde (Dagspressens ekonomi 2004; www.scb.se). 2014 var omsättningen 17 426 mkr (se nedan), vilket är 13,3 procent lägre än tio år tidigare.

11 Ohlsson, Jonas (2014), "Nya spelregler för press, radio och tv: svensk mediestruktur i den digitala tidsåldern", i U. Carlsson & U. Facht (red.), *MedieSverige 2014*, Nordicom, Göteborgs universitet.

12 Det genomsnittliga prenumeraionspriset för landets 30 största dagstidningar var 2 493 kr under 2012 och 2 826 kr under 2014 (källa: Nya Lundstedt [www.kb.se]; beräkningar).

13 Se t.ex. Weibull, Lennart (2015), "Dagstidningsprenumeration igår, idag – och imorgon?", i A. Bergström m.fl. (red.) *Fragment*, SOM-institutet, Göteborgs universitet.

14 För en översikt av tidningsbranschens digitala betalningsmodeller, se t.ex. Mart Ots analys i *Dagspressens ekonomi 2012*.



Tillgängliga upplagesiffror pekar dock på att intäkterna från renodlade digitala abonnemang är begränsade. I statistiken från TS Mediefakta AB redovisas den digitala upplagan för tidningar där digitala prenumerationer står för minst tre procent av den samlade upplagan. År 2014 var det endast 21 av de totalt 79 medel- och högfrekventa tidningar (4–7 dagar) som omfattas av TS-statistiken som nådde upp till den nivån. Högst andel digitala prenumerationer hade tidningen Dagen med 22 procent (3 900 ex), följt av Svenska Dagbladet med 14 procent (21 700 ex) och Göteborgs-Posten med 11 procent (20 200 ex). Bland de sammanlagt 17 landsortstidningarna på listan var genomsnittet för andelen digitala abonnemang endast fem procent (1 600 ex). Bland de 90 lågfrekventa tidningarna (1–2 dagar) redovisas den digitala upplagan för elva tidningar. Här svarade den digitala försäljningen för 13 procent av upplagan i snitt (300 ex). Då ingår av naturliga skäl inte upplagan för endagstidningen Feministiskt Perspektiv (upplaga 2 400 ex), som är en renodlad digital tidning och alltså saknar en pappersutgåva. Den andra rent digitala dagstidningen som uppbär presstöd, politiken.se, omfattades inte av TS-statistiken under 2014.

Tidningsföretagens behov att minska sina kostnader under senare år har i allt högre utsträckning kommit att gå ut över det redaktionella området. Inom landsortspressen har lokaltidningar som bevakar flera kommuner kunnat skära i kostnadsmassan genom att dra ner på antalet lokalkontor och lokalreportrar i bevakningsområdet. De reportrar som blir kvar har som konsekvens fått större geografiska områden att täcka i sin bevakning. På marknader där det finns två konkurrerande tidningar som ägs av samma koncern har man i ett flertal fall valt att låta de båda lokala redaktionerna dela lokaler. I andra fall har redaktionerna slagits samman helt. Exempel på sådan fullständig samordning hittar vi i Dalarna (Dalarnas Tidningar/Dala-Demokraten) och i Kalmar län (Barometern-OT/Östra Småland-Nyhetera).

I Dagspressens ekonomi 2013 presenterades en kartläggning ("Konkurrenssituationen i den svenska landsortspressen") av förekomsten av lokalkontor och graden av samordning av den lokala bevakningen på de lokala tidningsmarknader som också fortsättningsvis har en konkurrenssituation med en första- och en andratidning. Totalt studerades elva sådana tvåtidningsmarknader, vilka tillsammans svarade för ett bevakningsområde omfattande 92 kommuner. Kartläggningen visade att antalet kommuner med två lokalredaktioner – ett för förstaidningen och ett för andratidningen – på två år (2012 till juni 2014) minskat från 46 till 27. Samtidigt hade antalet kommuner med endast en redaktion ökat från 17 till 28, och antalet kommuner som helt saknar tidningsredaktion från 29 till 37. Av de sammanlagt 27 lokalredaktioner som lagts ner under perioden tillhörde 24 en andratidning.

En uppföljning av situationen ett år senare visar att minskningen av antalet fysiska lokalredaktioner har fortsatt, om än i en mer långsam takt än tidigare (se tabell 1 på nästa sida). Sammanställningen har justerats för nedläggningen av Dagbladet i Sundsvall under våren 2015. Antalet tvåtidningsmarknader i landsorten har som följd minskat från elva till tio och det samlade bevakningsområdet från 92 till 89 kommuner.

**TABELL 1. Förekomsten av fasta redaktioner i landsortspressens tio tvåtidningsmarknader, 2015, 2014 och 2012 (antal)**

	2015	2014	2012	Förändring 2015/2014	Förändring 2015/2012
Kommuner med två redaktioner	24	26	44	-2	-20
Kommuner med en redaktion	27	27	16	±0	+11
Kommuner utan redaktion	38	36	29	+2	+9

*Kommentar: Sammanställningen avser situationen i andratidningarnas spridningsområden och omfattar endast första- och andratidningarnas redaktioner. Skillnaden mellan 2014 och 2015 omfattar såväl under året gjorda som annonserade förändringar i antalet lokalredaktioner på de undersökta tidningsmarknaderna.*

Under 2015 har sammanlagt fyra lokalredaktioner antingen lagts ner eller varsplats om nedläggning hos de berörda tidningarna. Två av dem ligger i Värmland och de andra två i Dalarna. I Värmland har Värmlands Folkblad annonserat nedläggningen av sin lokalredaktion i Torsby från och med september 2015, medan konkurrenten Nya Wermlands-Tidningen har valt att stänga sin redaktion i Kristinehamn. Tidningens bevakning av kommunen sköts hädanefter av koncernkollegan Nya Kristinehamns-Posten. I båda fallen rör det sig om kommuner där konkurrenten också fortsättningsvis finns representerad med en redaktion. I Dalarna har Dalarnas Tidningar under året stängt lokalredaktionerna i Rättvik och Malung, vilka under ett par år även

**TABELL 2. Landsortspressens konkurrensorter, 2015**

Utgivningsort	Tidning	Ägare	Upp- laga (2014)	Andel av upplaga i utgivnings- kommunen	Kom- muner i spridnings- området	Antal redak- tioner
Karlskrona	BLT	Gota Media	31 800	44 %	5	5
	Sydöstran	Gota Media	10 500	31 %	5	5
Kalmar	Barometern-OT	Gota Media	39 500	36 %	10	10
	Östra Småland	Gota Media	8 800	31 %	10	2
Visby	Gotlands Tidningar	NTM	10 800	97 %	1	1
	Gotlands Allehanda	NTM	7 900	95 %	1	1
Norrköping	Norrköpings Tidningar	NTM	35 900	73 %	4	4
	Folkbladet	NTM	5 100	53 %	3	2
Karlstad	NWT	NWT-koncernen	45 800	40 %	19	5
	Värmlands Folkblad*	VF-koncernen	15 500	27 %	16	4
Falun	Dalarnas Tidningar*	MittMedia	48 100	22 %	14	8
	Dala-Demokraten*	MittMedia	10 800	15 %	15	2
Gävle	Gefle Dagblad	MittMedia	21 100	78 %	5	2
	Arbetarbladet	MittMedia	17 100	35 %	6	3
Östersund	Östersunds-Posten	MittMedia	19 700	54 %	8	2
	Länstidningen	MittMedia	9 800	45 %	8	1
Umeå	Västerbottens-Kuriren	VK Media	30 700	69 %	12	2
	Västerbottens Folkblad	VK Media	8 700	38 %	15	4
Luleå	Norrbottens-Kuriren	NTM	17 400	63 %	10	6
	NSD	NTM	29 400	25 %	10	6
<b>Totalt</b>	<b>Förstatidningarna</b>		<b>324 600</b>	<b>58 %</b>	<b>88</b>	<b>45</b>
	<b>Andratidningarna</b>		<b>123 600</b>	<b>40 %</b>	<b>89</b>	<b>30</b>

*Kommentarer: Samtliga upplageuppgifter avser vardagsupplagan. För tidningar märkta (\*) anges A+B-upplagan. Med redaktion menas samtliga fysiska kontor med fast redaktionell personal (inklusive huvudredaktionen). Genomsnittliga värden för grupperna första- och andratidningar avser medianen.*

*Källa: Uppgifter om tidningarnas spridningsområden och lokalkontor kommer från tidningarna själva. Upplageuppgifter är hämtade från TS Mediefakta AB och avser 2014.*

svarat för koncernkollegan Dala-Demokratens bevakning i de båda kommunerna. Dalarna är den enskilda tidningsmarknad som mest påtagligt påverkats av neddragningen av antalet fysiska redaktionslokaler senare år. År 2012 fanns de två tidningarna, vilka vid det tillfället fortfarande hade olika ägare, representerade med tillsammans 23 lokalredaktioner fördelade på 15 kommuner. Tre år senare har antalet redaktioner minskat till tio. En sammanställning av landsortspressens konkurrensorter i fråga om upplaga, spridningsområden och lokalredaktioner presenteras i tabell 2.

### 1.3 Upplaga

Den negativa upplageutveckling som pågått allt sedan 1989 fortsatte med tilltagande styrka under året. Redovisningen av den totala upplagan för dagspressen påverkas dock av att flera av landets största tidningar under senare år har valt att stå utanför de upplagerevideringar som sedan 1940-talets början görs av TS. Avhoppet innebär att det inte längre är möjligt att göra en enhetlig bedömning av den samlade upplageutvecklingen inom svensk dagspress. Aftonbladet drog sig ur TS mätningar inför 2011. Under 2012 följde Dagens Nyheter och Dagens Industri och under 2013 Expressen. Inför 2014 valde dock både Dagens Industri och Expressen att åter ansluta sig till TS-statistiken.

Den totala upplagan för de 164 tidningar som omfattas av TS upplagemätningar blev 2 280 500 exemplar för år 2014 (se tabell 3). Detta innebar en minskning med 127 400 exemplar, eller 5,3 procent i relativa tal. År 2013 uppgick nedgången till 3,9 procent.

**TABELL 3. Dagspressens upplageutveckling, 2012–2014 (vard. 1 000 ex.)**

Utgivningsfrekvens	2012		2013		2014		%
	Antal tidn.	Upplaga	Antal tidn.	Upplaga	Antal tidn.	Upplaga	
1 nr/vecka	57	189,5	60	198,3	59	194,0	-1,5
2 nr/vecka	11	58,6	10	56,8	11	57,2	-2,9
3 nr/vecka	20	137,0	20	132,6	19	122,0	-4,1
4 nr/vecka	6	55,1	6	53,7	6	51,2	-4,7
5 nr/vecka	5	48,6	5	47,4	5	44,7	-5,7
6 nr/vecka	53	1 040,7	53	1 002,7	52	944,0	-4,5
7 nr/vecka	12	1 012,1	11	751,0	12	867,4	-7,2
därav landsortspress	7	288,8	7	274,9	7	255,4	-7,1
storstadsmorgonpress	4	505,9	4	476,1	4	454,7	-4,5
storstadskvällspress	1	217,4	*	*	1	157,3	-14,5
4–7 nr/vecka, utveckling	76	2 156,5	75	1 846	75	1 907,3	-5,6
1–7 nr/vecka, utveckling	164	2 541,6	165	2 242,5	164	2 280,5	-5,3

*Kommentar: I underlaget ingår endast de titlar som mäts av TS Mediefakta (TS). Upplageuppgifterna i tabellen bygger på jämförbara titlar. Det totala antalet tidningar i TS-statistiken under 2014 var 169 (169) och den samlade upplagan 2 391 700 (2 251 600). I sammanställningen saknas sedan 2011 upplagan för kvällstidningen Aftonbladet (7 nr/v). Sedan 2012 saknas storstadsmorgontidningen Dagens Nyheter (7 nr/v).*

*Källa: TS-tidningen 2012–2014.*

Nedgången drabbade gruppen flerdagartidningar (4–7 nr/v) med 5,6 procent, vilket var något mer än året före (-4,8 %). För storstadsmorgonpressen och den högfrekventa landsortspressen (7 nr/v) slutade året på -4,5 procent (-5,9 %) respektive -7,1 procent (-4,8 %). För kvällstidningen Expressen, som i och med 2014 års upplagerevidering återigen ingår i TS-statistiken, föll

upplagan med 14,5 procent. Nedgången för gruppen fådagarstidningar (1–3 nr/v) var 2,6 procent (-1,8 %).

I förhållande till folkmängden visar statistiken från TS att upplagenedgången för hela dagspressen slutade på 6,3 procent (-4,8 %). Det är den största relativa minskningen av dagspressens samlade upplaga som någonsin uppmätts i TS-mätningarna. För gruppen flerdagarstidningar noterades en nedgång på 6,8 procent (-5,7 %). Tillbakagången för fådagarstidningarna blev i förhållande till folkmängden 3,6 procent (-2,7 %).

Av landets endagstidningar ökade 19 tidningar sin upplaga under 2014, medan 13 tidningar kunde redovisa en oförändrad upplaga. Bland de tidningar som utkom med två eller tre nummer per vecka under både 2013 och 2014 lyckades fyra redovisa en oförändrad upplaga. I övriga fall sjönk den. Av de sammanlagt 75 flerdagarstidningar som omfattas av TS-statistiken undvek endast två en fallande upplaga under 2014. Det var Dagen och Sydöstran, som redovisade en upplageökning om 200 respektive 100 exemplar.

Sett till antalet titlar på den svenska tidningsmarknaden präglades 2014 av en påtaglig stabilitet. Till skillnad från tidigare år startades inga nya stödberättigade dagstidningar, däremot lades en tidning ner. Det var endagstidningen Nationell Idag, som efter sex års utgivning lämnade den svenska tidningsmarknaden. Samtidigt försvann ytterligare en endagstidning, men då i en mer positiv bemärkelse, i så måtto att Dagens ETC gick upp från endags- till femdagarsutgivning.

#### 1.4 Annonser

I jämförelse med upplagemarknadens jämna men negativa utvecklingslinje har utvecklingen på annonsmarknaden under det senaste decenniet varit betydligt mer turbulent för de svenska dagspressföretagen. Försäljningskurvorna har traditionellt speglat det nära sambandet mellan dagspressens ekonomi och det rådande konjunkturläget. Det av finanskris präglade 2008 innebar således slutet på en period av successivt stigande annonsintäkter för dagstidningarna. Effekten på annonsförsäljningen slog igenom med full kraft året därpå. Under 2009 föll dagspressens annonsintäkter enligt Tidningsutgivarnas (TU) Annonsbarometer med 19 procent, den största nedgången i modern tid. Återhämtningen kom emellertid snabbt. För 2010 redovisades en ökning med 10,6 procent. Under 2011 vände trenden åter nedåt och har fortsatt sedan dess.

Under 2014 sjönk annonseringen i den tryckta dagspressen med 9,4 procent (-13,3 %) (se tabell 4). Allra värst drabbades kvällspressen: annonsförsäljningen gick här tillbaka med 19,5 procent (-16,7 %). Landets kvällstidningar har på bara två år förlorat en tredjedel av sina annonsintäkter från den tryckta tidningen. I landsortspressen blev minskningen 7,1 procent (-12,2 %). Till skillnad från tidigare år var nedgången något större för förstetidningarna än bland andratidningarna. Minskningen för förstetidningarna var 7,1 procent (-12,1 %), medan andratidningarna backade 6,9 procent (-12,9 %). För storstädernas morgontidningar slutade året på -9,9 procent (-13,9 %).

Utvecklingen under senare år visar med stor tydlighet att det parallellt med

**TABELL 4. Dagspressens annonsvolym och annonsintäkter, 2014**

Presskategori	Annonsintäkter på papper			Annonsvolym på papper		
	Antal tidningar	Miljoner kronor	2014/13 (procent)	Antal tidningar	Spaltmeter	2014/13 (procent)
Landsort	86	3 014,7	-7,1	74	367 321	-4,0
Storstad, morgon	7	1 873,2	-9,9	6	95 612	-14,1
Kvällspress	4	501,4	-19,5	4	62 566	-28,8
<b>Totalt</b>	<b>97</b>	<b>5 389,3</b>	<b>-9,4</b>	<b>84</b>	<b>525 499</b>	<b>-9,6</b>

*Kommentar: Expressens tre editioner räknas här som tre tidningar. Antalet tidningar som lämnar uppgift om volymer varierar mellan åren. Därför avser förändringen endast jämförbara titlar.*

*Källa: Tidningsutgivarna (TU), Annonsbarometern helåret 2014.*

de traditionella konjunkturella svängningarna pågår en strukturomvandling av reklammarknaden, i vilken annonsörerna väljer att förlägga en allt större del av sin annonsering till internetbaserade medieformer. De tryckta medierna hör till de stora förlorarna i den omställningen.

Den minskade annonstillväxten syns också i den totala annonsvolymen, vilken under 2014 krympte med 9,6 procent (-5,8 %). Även här var det i första hand kvällspressen som drabbades: nedgången jämfört med ett år tidigare var 28,8 procent (+5,8 %). Annonsvolymen i storstadspressen minskade 14,1 procent (5,5 %) och i landsortspressen med 4,0 procent (-8,2 %). Mot bakgrund av den jämförelsevis större nedgången i faktiska annonsintäkter tyder TU-statistiken på att såväl kvällstidnings- som storstadstidningsföretagen under året valt att öka sina annonspriser.

Samtidigt med tillbakagången för annonseringen i tryckta medier fortsätter annonsförsäljningen på internet att visa god tillväxt. Under 2014 växte annonseringen på internet enligt IRM:s statistik med 11,2 procent (7,9 %), till knappt 9,3 miljarder kronor. Internet är sedan 2012 landets största reklammedium i fråga om annonsinvesteringar; marknadsandelen uppgick under 2014 till 29,1 procent. Med det är internetannonseringen i det närmaste dubbelt så stor som annonseringen i tryckta tidningar. För den största ökningen under året – +65,3 procent – stod dock marknadsföringen via mobiltelefoner. Den mobila annonseringen omsatte 1 433 mkr under 2014.

I takt med att annonsförsäljningen till de tryckta tidningarna går allt sämre blir tidningsföretagen allt framgångsrikare i att sälja annonser på nätet. Enligt statistik från TU och IRM växte annonseringen på landsortspressens internet- och mobilsajter med hela 37,6 procent (13,3 %) under 2014. Tillväxten hos storstädernas morgontidningar var 20,6 procent (7,4 %). Tillväxten för internetannonseringen som helhet (inkl. mobilt) uppgick som jämförelse till 16,3 procent.

Sammanlagt sålde landets morgontidningar digitala annonser för omkring 710 mkr under året (554 mkr). En grov skattning utifrån tillgänglig statistik visar att knappt sju procent av den samlade annonseringen i digitala plattformar går till landsorts- och storstadspressens webbsajter. Men även om dagspressens annonsförsäljning på nätet växer snabbt, kompenserar inte tillskottet för minskningen av annonseringen i papperstidningarna (se tabell 5 på nästa sida). Men avståndet till break-even blir allt mindre. Under 2014 var netto-skillnaden mellan nedgången i print och uppgången i digital annonsering omkring -280 mkr. Ett år tidigare var skillnaden knappt -740 mkr.

**TABELL 5. Morgonpressens annonsintäkter fördelat på papper och digitalt, 2014**

	Annonsintäkter (Mkr)		Tillväxt 2014/2013 (%)		Andel av morgonpressens totala annonsintäkter (andel av intäkterna per segment i parentes) (%)	
	Papper	Webb*	Papper	Webb*	Papper	Webb*
Landsortspress	3 014,7	334	-7,1	+37,6	62 (90)	47 (10)
Storstadspress	1 873,2	375	-9,9	+20,6	38 (83)	53 (17)
Morgonpress, totalt	4 887,9	710	-8,2	+28,1	100 (87)	100 (13)

Kommentar. \*Statistiken rörande den digitala annonseringen bygger på inrapporteringar från ett 60-tal morgontidningssajter. I jämförelse med underlaget för annonseringen i papperstidningarna saknas därmed försäljningsuppgifter för en rad mindre dagstidningar, varför de digitala annonsintäkterna för landsortspressen kan antas vara något undervärderade. Kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen ingår inte i statistiken.

Källa: Uppgifter om annonseringen i papperstidningarna kommer från Tidningsutgivarnas Annonsbarometern. Uppgifterna om dagspressens internetintäkter kommer från TU:s Internetbarometer (pressmeddelande från TU, 150218).

Redovisningen av dagspressens framgångar på den digitala annonsmarknaden störs av att kvällspressen saknas i statistiken. Vare sig Aftonbladet eller Expressen har i 2014 års bokslut valt att särredovisa intäkterna från internetförsäljningen online. Uppskattningsvis uppgick de båda tidningarnas digitala annonsering till omkring 850 mkr under 2014 och 700 mkr under 2013, vilket innebär en tillväxt under året på runt 20 procent. Den digitala annonseringen står därmed för i storleksordningen 60 procent av kvällstidningarna samlade annonsintäkter. Som framgår av tabell 5 är motsvarande andelar för landsortspressen och storstadsmorgonpressen 10 respektive 17 procent.

### 1.5 Dagspressens ekonomi

Om man adderar intäkter respektive kostnader av olika slag under 2014 från tidningsutgivning och närbesläktad verksamhet för de 80 dagstidningsföretag som analyseras i rapporten, får man det utfall som redovisas i tabell 6. I en sådan totalsammanställning påverkas utfallet främst av det ekonomiska resultatet för de största tidningsföretagen.

**TABELL 6. Dagstidningsbranschens ekonomi, 2014**

Resultatposter	Miljoner kronor
Rörelseintäkter	17 426
Statligt selektivt driftsstöd	459
Rörelsekostnader (inklusive avskrivningar)	17 410
Rörelseresultat	475
Finansiellt netto	-49
Nettoresultat	425

Källa: Tidningsföretagens årsredovisningar.

Enligt årsredovisningarna uppgick dagstidningsföretagens totala rörelseintäkter 2014 till 17 426 mkr, vilket är ökning med 129 mkr, eller 0,8 procent, jämfört med året före (17 297 mkr). Omstruktureringar inom branschen innebär tillsammans med det faktum att vissa av de större koncernerna inför året valt att byta redovisningsprinciper, att jämförelsen med 2013 haltar något och ska därför tolkas med försiktighet.

Det statliga driftsstödet blev 459 mkr (459 mkr) enligt de stödberättigade företagens årsredovisningar. I tabell 7 visas presstödet över statsbudgeten från och med budgetåret 1990/91 till och med kalenderåret 2014. Från 2013 till



2014 ökade stödet med 1,5 mkr, eller 0,3 procent, till totalt 519 mkr. Efter tre år av sjunkande stödnivåer innebar alltså 2014 ett visst trendbrott. Det förklaras dock av att Presstödsnämnden under året beviljade 15,5 mkr till Länstidningen Södertälje, vilken för första gången ansökte om driftsstöd med hänvisning till att tidningens hushållstäckning fallit under 30-procentsspärren. Dessutom ökade, som tidigare nämnts, Dagens ETC sin utgivning från ett nummer i veckan till fem. Tidningens upplaga ökade också kraftigt i och med satsningen. Tendensen under året var annars stagnerande eller fallande stödnivåer. Av 80 jämförbara tidningar minskade driftsstödet för arton. Fem tidningar fick se sitt stöd höjt.

**TABELL 7. Presstödet 1990/91–2014 (miljoner kronor)**

Budgetår	Driftsstöd	Utvecklingsstöd	Distributionsstöd	Förändring i procent
1990/91	439,1	24,6	82,4	16,0
1991/92	431,2	34,4	79,5	0,0
1992/93	421,7	30,3	72,3	-3,8
1993/94	425,4	18,8	73,1	-1,3
1994/95	411,4	3,1	73,0	-5,8
1995	406,1	1,3	43,0	-1,0
1996	444,6	0,5	70,0	7,6
1997	467,4	0,5	68,5	4,1
1998	469,9	-	73,0	1,2
1999	441,6	-	73,0	-5,2
2000	438,8	-	74,9	-0,2
2001	420,9	-	76,1	-3,2
2002	410,7	-	75,5	-2,2
2003	412,6	13,4	84,7	5,0
2004	420,6	11,9	83,7	1,1
2005	417,3	4,4	83,5	-2,1
2006	429,6	-	82,6	1,4
2007	433,4	-	82,0	0,6
2008	432,5	-	70,3	-2,4
2009	483,0	-	68,0	9,6
2010	502,8	-	66,8	3,4
2011	499,8	-	65,4	-0,8
2012	474,0	-	61,3	-5,3
2013	459,9	-	57,6	-3,3
2014	463,6	-	55,4	0,3

*Kommentar: Distributionsstödet för 1995 avser endast sex månader. Från 2003 till 2006 utgick ett särskilt stöd till lördagsdistribution av morgontidningar.*

Presstödet minskade storlek har flera förklaringar. Driftsstödet till storstadstidningar har sänkts med anledning av bestämmelser i presstödsförordningen som trädde i kraft den 1 januari 2011. De minskade stödnivåerna förklaras

också av att upplagorna faller för många tidningar. I takt med att tidningsförsäljningen minskar sjunker också bidraget till tidningsföretagen.

Den ekonomiska roll det statliga stödet spelar för dagspressen kan mätas på olika sätt. En metod är att relatera det till branschens totala utgivningskostnader (rörelsekostnader inklusive avskrivningar). Om man väljer detta belopp som jämförelseled, finner man att presstödet 2014 svarade för 2,6 procent av dagspressens kostnader. Det är samma nivå som ett år tidigare (2,7 %).

Den allmänna upplageminskningen i tidningsbranschen innebär att flera högfrekventa tidningar fallit under den upplagegräns som berättigar till maximibeloppet för allmänt driftsstöd (16 861 000 kronor). Ekonomiskt drabbas tidningar med stöd under maximibeloppet dubbelt av en upplagenedgång då dessa dels förlorar abonnentintäkter, dels erhåller ett lägre stöd. Sannolikt leder också upplagetappet i många fall till lägre annonsintäkter även om detta inte går att avläsa lika enkelt. Vid sidan av driftsstödet utgår ett distributionsstöd till tidningsföretag som samverkar i tidningsutbärningen och för de exemplar denna omfattar. Även distributionsstödet storlek påverkas negativt av fallande upplagor. På tio år har det samlade distributionsstödet minskat med omkring en tredjedel.

Som en följd av de sjunkande intäkterna för tidningsföretagen under senare år har branschen tvingats till omfattande besparingar och sänkta kostnadsnivåer. Jämfört med fjolåret, då de samlade branschkostnaderna föll med tre procent, var nedgången dock relativt begränsad. Tidningsföretagens rörelsekostnader under 2014 uppgick inklusive avskrivningar till 17 410 mkr, vilket är 39 mkr – eller 0,2 procent – mindre än ett år tidigare (17 449 mkr).

Den fortsatt minskande kostnadsmassan i branschen innebar tillsammans med de något högre intäkterna att den samlade resultatnivån vände uppåt under 2014. För dagspressen som helhet slutade rörelseresultatet på 475 mkr, en förbättring med 165 mkr i jämförelse med 2013 (310 mkr). I förhållande till rörelseintäkterna, inklusive presstödet, uppgick rörelsemarginalen till 2,7 procent (1,7 %).

Samtidigt som rörelseresultatet steg sjönk överskottet från tidningsföretagens finansiella verksamhet. Det finansiella nettot slutade på -49 mkr, vilket är minskning med 192 mkr jämfört med året före (143 mkr). För en stor del av nedgången står tidningskoncernen Gota Media, som i 2014 års bokslut genomförde en nedskrivning av goodwill (övervärden från företagsförvärv) på 111 mkr.

Den ekonomiska sammanställningen från de 80 tidningsföretagens årsredovisningar visar ett överskott efter finansiella poster på 425 mkr. Det är en försämring med 29 mkr från 2013 (454 mkr). I relation till de samlade rörelseintäkterna blev det ackumulerade nettoöverskottet under 2014 2,4 procent för de svenska tidningsföretagen (2,5 %).

Den aktuella sammanställningen av tidningsföretagens ekonomiska resultat ska inte likställas med resultatet i tidningsbranschen som helhet. Ett antal av de stora tidningskoncernerna har valt att centralisera, eller på annat sätt omlokalisera, sådana finansiella tillgångar som tidigare hanterades och redovisades av de enskilda tidningsföretagen. Exempel på grupper där så har skett

är Schibsted och Bonniers, liksom MittMedia och Norrköpings Tidningars Media (NTM). Eftersom analysen enbart omfattar företag med tidningsverksamhet faller finansrörelsen från nämnda fall helt eller delvis utanför den här gjorda redovisningen. Detsamma gäller intäkter och kostnader i icke verksamhetsdrivande moderbolag. Det innebär t.ex. att de betydande förluster till följd av goodwillnedskrivningar som moderbolagen i Stampen- respektive NTM-koncernen fick vidkännas under året faller utanför sammanställningen av tidningsföretagens ekonomi. En redovisning av resultatet för de största svenska tidningskoncernerna under 2014 görs i avsnitt 3.4.

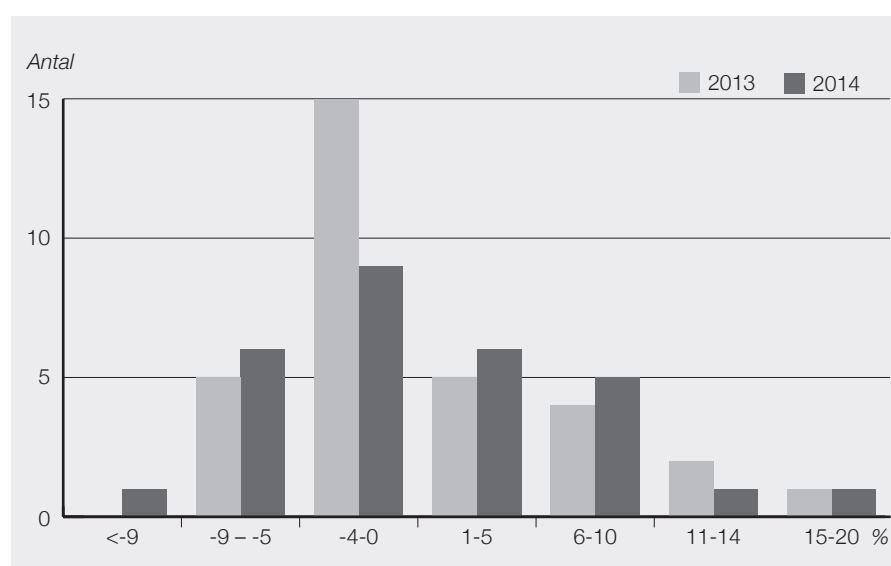
## 1.6 Dagstidningsföretagens lönsamhet

För att bedöma tidningsutgivningens lönsamhet på företagsnivå har vi granskat ekonomin för de dagstidningar som inte erhåller allmänt driftstöd. Det rör sig för 2014 om 29 tidningsföretag som helt eller i huvudsak lever på marknadens villkor och därmed kan ge en så korrekt bild som möjligt av lönsamheten i tidningsutgivning. (För en förteckning över företagen som ingår i gruppen, se bilaga 1.) Vi använder oss som nämndes inledningsvis av två lönsamhetsmått: brutto- eller rörelsemarginalen samt nettomarginalen. Medianen används som centralmått.

I figur 1 presenteras fördelningen av bruttomarginalen för de 29 företagen. För sexton tidningsföretag slutade bruttomarginalen på noll (<1 %) eller mindre. För elva av företagen låg bruttomarginalen i intervallet 1–10 procent. Två företag placerade sig i intervallet 11–20 procent. Inget företag klarade att presentera en rörelsemarginal över 20 procent. I förhållande till utfallet 2013 är fördelningen något förskjuten åt höger.

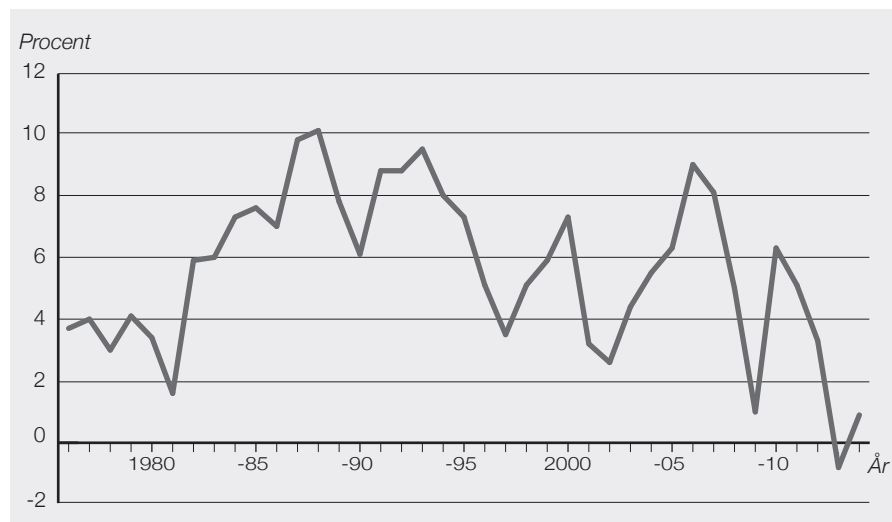
Medeltalet för bruttomarginalen 2014 blev 0,9 procent. Resultatnivån ökade därmed något jämfört med 2013 (-0,8 %). Efter fjolårets historiska negativa resultat slutade branschsnittet återigen på plus. Det här presenterade

FIGUR 1. Dagstidningsföretagens bruttomarginal, 2013–2014



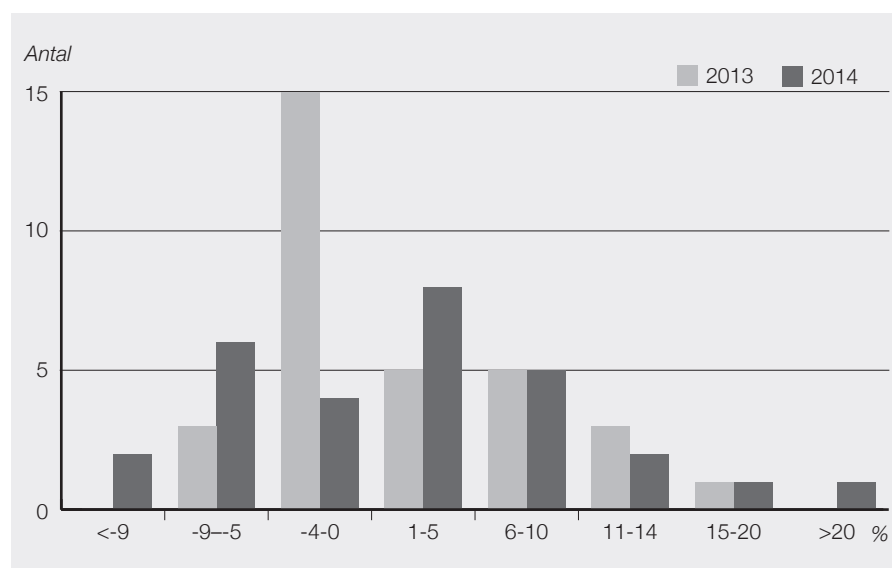
resultatet kan egentligen bara jämföras med bruttomarginalen för 1997 och åren därefter. Som framgår av bilaga 5 användes tidigare en annan definition. Figur 2 över utvecklingen av bruttomarginalen sedan 1976 är därmed mer intressant med avseende på vändningar och trender än nivåer. Vad gäller perioden 1997–2014 ligger bruttomarginalen för 2014 3,6 procentenheter under genomsnittet (4,5 %).

**FIGUR 2. Dagstidningsföretagens bruttomarginal, 1976–2014**



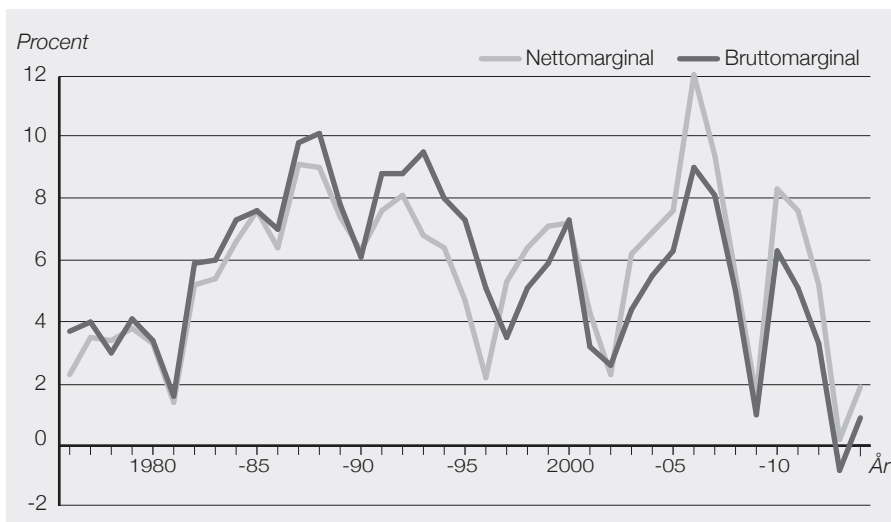
I figur 3 redovisas fördelningen av nettomarginalen för de 29 tidningsföretag som fyller de angivna villkoren. Även här framträder bilden av en viss återhämtning i branschen. Tolv företag fick en nettomarginal som var noll (<1 %) eller negativ. Ett år tidigare var antalet 18 av 32. Tre företag presterade en nettomarginal över 11 procent. För första gången sedan 2010 återfinns här ett bolag på en resultatnivå över 20 procent.

**FIGUR 3. Dagstidningsföretagens nettomarginal, 2013–2014**



Medeltalet för nettomarginalen 2014 blev 1,9 procent, en uppgång med 1,7 procentenheter jämfört med 2013. Den finansverksamhet som bedrivs i tidningsföretagen bidrog därmed med ett positivt tillskott till resultatnivåerna. Av serien av medeltal för nettomarginalen 1976–2014 i figur 4 nedan kan vi konstatera att 2014 trots uppgången är det näst sämsta året under mätperioden.

**FIGUR 4. Dagstidningsföretagens brutto- och nettomarginal, 1976–2014**



### 1.7 Soliditet

För att bedöma tidningsföretagens ekonomiska uthållighet analyseras tidningsföretagens soliditet, ett mått som anger hur stor del av företagens redovisade tillgångar som finansierats med eget kapital. Dagstidningsföretagens soliditet steg successivt under 1980-talet som en följd av ett förbättrat konjunkturläge. Deras ekonomiska uthållighet blev allt bättre. I början av 1980-talet var soliditeten för dagstidningsföretag utan allmänt driftsstöd drygt 15 procent. Soliditeten växte för dessa tidningsföretag till 25 procent i mitten av decenniet för att 1989 bli nästan 30 procent. Under början av 1990-talet steg soliditeten till cirka 35 procent och passerade i slutet av samma årtionde 40 procent. Sedan 2010 har soliditeten för gruppen i fråga fluktuerat i intervallet 40 till 50 procent. För 2014 landade den genomsnittliga soliditeten på 48 procent, en uppgång med tre procentenheter från året före.

Utvecklingen av tidningsföretagens soliditet påverkas dels av hur mycket pengar de tjänar och hur de är finansierade (belåningsgrad), dels av olika typer av kapitalförflyttningar. I den senare kategorin ingår inte minst aktieutdelning till aktieägarna och koncernbidrag till och från företagen. Det mått på den samlade branschsoliditeten som här redovisas styrs därmed inte bara av storleken på företagens skulder och deras förmåga att redovisa svarta siffror, utan också av hur företagens ägare väljer att förvalta de vinster (eller underskott) som genereras i företagen. En övergripande tendens bland de svenska tidningskoncernerna under senare år är att vinstmedel, inte minst i skattesyfte,

flyttas från tidningsföretagen till andra delar i koncernen. De här redovisade soliditetssiffrorna är därför inte nödvändigtvis ett helt rättvisande mått på den underliggande finansiella ställningen i bolagen. Som exempel redovisade det lönsammaste svenska tidningsbolaget under de fyra senaste åren, Dagens Industri (se nedan), vid utgången av 2014 en soliditet på endast 4 procent.

Också för de medel- och högre frekventa dagstidningar som tar emot allmänt driftsstöd – de så kallade andratidningarna – är den långsiktiga tendensen en gradvis stärkt soliditet. Förändringen av antalet företag i gruppen, inte minst på senare år, står dock jämförelsen över tid. I början av 1980-talet var den genomsnittliga soliditeten bland företagen i gruppen knappt 4 procent och i slutet av decenniet 8–9 procent. Under mitten av 1990-talet steg soliditeten till cirka 20 procent.

Utvecklingen under det därefter följande decenniet var ryckig, något som förklaras lika mycket av strukturella förändringar inom gruppen (inte minst på ägarsidan) som av konjunkturläget. I och med att flera av andratidningarna ingår i större tidningsgrupper har de möjlighet att få täckning för eventuella förluster från sina respektive ägare, en åtgärd som motverkar att soliditeten i de enskilda tidningsföretagen försämras. Vid 2014 års utgång låg den genomsnittliga soliditeten bland gruppens sammanlagt tolv tidningsföretag på 25 procent, vilket är en viss tillbakagång jämfört med ett år tidigare (27 %). Variationen i skuldernas andel av det totala kapitalet mellan företagen i gruppen är dock mycket stor (se bilaga 1).

### 1.8 Årsbästa lönsamhetstal

Rangordningar av lönsamhetstal ger möjligheter till fördjupad kunskap om dagspressens ekonomi. Storlek och konkurrensförhållanden för de tidningsföretag som placerar sig bland de tio bästa liksom förekomsten i rangordningarna av landsorts- och storstadstidningar, morgon- och kvällstidningar samt tidningar med hög eller låg periodicitet säger mycket om de faktorer som bestämmer lönsamheten i tidningsbranschen.

Av tabell 8 framgår att Dagens Industri behåller positionen som Sveriges mest lönsamma tidningsföretag i fråga om rörelseresultat. Rörelsemarginalen uppgick till 19 procent, vilket är en liten förbättring jämfört med året före (18 %). Även för koncernkollegan inom Bonnier-koncernen, Dagens Nyheter, förbättrades resultatet. Tidningen har som följd klättrat tre placeringar på årsbästa listan. För den tredje storstadstidningen på listan, Aftonbladet, gick utvecklingen åt motsatt håll. Samma sak gällde den andra kvällstidningen, Expressen, som genom ett försämrat rörelseresultat fått lämna listan över landets mest lönsamma tidningsföretag. I övrigt befolkas topplistan av tidningsföretag från landsorten. Här kan särskilt noteras att fyra av de mest lönsamma tidningsföretagen i landet utgörs av tidningar med utgivning endast två eller tre dagar i veckan. Det är Nya Lidköpings-Tidningen, Haparandabladet, Ölandsbladet och Ulricehamns Tidning.

För att kvalificera sig till årets tio-i-topplista krävdes en bruttomarginal om minst fem procent. Det är en procentenhet mer än under 2013. Tendensen



med något ökade vinstnivåer bland landets mest lönsamma tidningsrörelser speglar läget i branschen som helhet under året.

**TABELL 8. Tidningsföretag med största bruttomarginal, 2014**

Rang	Företag	%
1.	Dagens Industri	19
2.	Nya Wermlands-Tidningens AB	13
3.	Nya Lidköpings-Tidningen	10
4.	Aftonbladet	9
5.	Dagens Nyheter	9
6.	Haparandabladet	8
7.	Ölandsbladet	7
8.	Ulricehamns Tidning	5
9.	Eskilstuna-Kuriren	5
10.	Hallpressen	5

En motsvarande rangordning efter nettomarginal visas i tabell 9. De skillnader som finns mellan företagen i tabell 8 och tabell 9 beror på hur finansrörelsen organiserats och hur väl medlen förvaltats.

Det mest noterbara med tabellen är den stora likheten med tabell 8. Av de tio tidningsföretagen med högst rörelsemarginal återfinns nio på listan över de företag som redovisade högst nettomarginal under året. Resultatet är en konsekvens av det faktum att finansrörelsen i många fall ligger på central nivå i de större tidningskoncernerna. Det företag som tillkommer i förhållande till listan med rörelsemarginalen är Västerbottens-Kurirens Media i Umeå, vilket tack vare ett starkt finansnetto petar ut Hallpressen från listan. För den största förändringen jämfört med året före står annars Nya Wermlands-Tidningens AB, vilket genom att förbättra sin nettomarginal från 11 till 22 procent återtar platsen som Sveriges mest lönsamma tidningsföretag när även finansrörelsen inkluderas. De fem procents nettomarginal som krävdes för att kvala in på topplistan över tidningsföretag med högst nettomarginal är en procentenhet lägre än året före.

**TABELL 9. Tidningsföretag med största nettomarginal, 2014**

Rang	Företag	%
1.	Nya Wermlands-Tidningen AB	22
2.	Dagens Industri	19
3.	Aftonbladet	12
4.	Västerbottens-Kurirens Media	11
5.	Nya Lidköpings-Tidningen	10
6.	Dagens Nyheter	9
7.	Haparandabladet	8
8.	Ölandsbladet	7
9.	Ulricehamns Tidning	6
10.	Eskilstuna-Kuriren	5

Ett annat sätt att belysa dagspressens ekonomi är att rangordna det ekonomiska resultatet för de största dagstidningsföretagen. En sammanställning av landsortstidningsföretag med en omsättning över 250 mkr återges i tabell 10. Det rör sig om sammanlagt tio bolag.

**TABELL 10. Intäkter, lönsamhet och upplaga för landsortstidningsföretag med minst 250 mkr i omsättning, 2014**

Företag	Intäkter (mkr)	Bruttomarginal (%)	Nettomarginal (%)	Upplaga (1 000 ex)
Stampen Local Media	1 756,5	-1,8	-7,6	283,0
MittMedia	1 189,9	2,5	1,9	198,3
Promedia	846,7	2,0	2,6	135,9
Östgöta Media	782,9	-2,9	-2,9	104,3
Gota Media	745,8	0,0	-15,3	145,5
Nya Wermlands-Tidningen	554,7	12,8	22,0	138,0
Hallpressen	488,2	4,7	4,8	87,8
Upsala Nya Tidning	414,9	0,5	3,2	42,9
Norrbottens Media	337,1	0,9	1,2	46,8
Skånemedia	269,4	-6,0	-6,1	54,9
<b>Medelvärde (medianen)</b>	<b>650,3</b>	<b>0,7</b>	<b>1,5</b>	<b>120,1</b>

*Kommentar: Intäkter inkluderar eventuellt driftsstöd.*

Av de tio företagen omfattar nio fler än en tidningstitel. Störst omsättning och samlad upplaga har Stampen Local Media, som är resultatet av Stampengruppens sammanslagning av koncernens kvarvarande sex tidningsrörelser i samma bolag. Det nya bolaget redovisade år 2014 en omsättning på knappt 1,8 miljarder kr. MittMedia AB i Gävle omfattade vid årets utgång tolv olika tidningar på tio utgivningsorter i fyra mellansvenska län. Under 2015 har MittMedia-gruppen övertagit majoritetsägandet också i landets tredje största tidningsgrupp, Promedia, som utger sammanlagt tio dagstidningar i Mellansverige, varav NA i Örebro och VLT i Västerås är de största. Fyra på listan över de största landsortstidningsföretagen är Östgöta Media som är en del i NTM-koncernen. Företaget svarar för utgivningen av Östgöta Correspondenten, Norrköpings Tidningar, Folkbladet i Norrköping, Västerviks-Tidningen och Motala & Vadstena Tidning. I samma koncern ingår Norrbottens Media, med tidningarna Norrländska Socialdemokraten och Norrbottens-Kuriren. I Gota Media AB ingår Borås Tidning, Smålandsposten, Barometern-OT och Blekinge Läns Tidning. Företaget är sedan 2011 majoritetsägare i Skånemedia som svarar för utgivningen av tre lokaltidningar i Skåne. Tidningsföretaget Nya Wermlands-Tidningen omfattar tretton titlar och Hallpressen nio ( däribland Jönköpings-Posten och Smålands-Tidningen). Det enda entidningsföretaget i gruppen är Upsala Nya Tidning. Företaget ägs till lika delar av NMT-koncernen i Norrköping och ett lokalt stiftelseägt bolag med koppling till den tidigare huvudägaren Axel Johansson.

Den översiktliga redovisningen i avsnitt 1.6 av lönsamheten för dagstidningsföretag som helt eller i huvudsak bedriver sin verksamhet utan driftsstöd visar att medeltalet för bruttomarginalen var 0,9 procent och för nettomar-

ginalen 1,9 procent. Dessa två lönsamhetstal kan användas som utgångspunkt för en kommentar till tabell 10. När det gäller bruttomarginalen redovisade tre av de tio största företagen i landsortspressen röda siffror. År 2013 var motsvarande andel åtta av tolv. I fråga om nettomarginal slutade 2014 på minus för fyra av tio företag (2013: 7 av 12). De genomsnittliga brutto- och nettomarginalerna i gruppen uppgick till 0,7 respektive 1,5 procent. I båda fallen blev utfallet för de största landsortstidningsföretagen alltså något sämre än branschsnittet. Men resultaten i tabell 10 pekar likafullt på att 2014 innebar ett visst trendbrott gällande de senaste årens fallande vinstnivåer också för landsortspressens dominanter.

## 2. Lågfrekventa dagstidningars ekonomi

Ett nästa steg i en fördjupad analys av dagspressens ekonomi är att gruppvis granska ekonomin för de dagstidningsföretag som ingår i rapporten. Naturligt är att då använda den gruppindelning som presstödet bygger på. Det rör sig om två huvudgrupper av dagstidningar: den ena, lågfrekventa dagstidningar (1–2 nr per vecka), och den andra, medel- och högfrekventa (3–7 nr per vecka).

Enligt presstödsförordningen får en tidning ha högst 30 procent i hushållstäckning på utgivningsorten för att vara berättigad till allmänt driftsstöd, förutsatt att den har en upplaga på minst 1 500 exemplar. I vissa fall kan en tidning vara berättigad till s.k. begränsat driftsstöd även om tidningens hushållstäckning är högre än 30 procent. Endast en lågfrekvent tidning är berättigad till ett sådant begränsat stöd, nämligen Haparandabladet. Resultaten för den tidningen redovisas i avsnitt 3.2.

I redovisningen av gruppen ”lågfrekventa dagstidningar med allmänt driftsstöd” ingår totalt 39 olika företag och företagsgrupperingar. Trots att gruppen lågfrekventa dagstidningar med allmänt driftsstöd under 2014 svarade för över en tredjedel av landets dagstidningstitlar är dess bidrag till den totala branschekonomin mycket blygsamt. Den samlande omsättningen hos gruppen (exklusive presstöd) uppgick under året till 316,3 mkr. Det var inte ens två procent av omsättningen för dagspressen i dess helhet. Härtill kommer att tre aktörer – Ortstidningar i Väst, ETC-bolagen samt Sveagruppen – svarade för nära nog hälften av gruppens totala rörelseintäkter. Den genomsnittliga omsättningen i gruppen (medianen) uppgick under 2014 till 3,1 mkr (2013: 3,0 mkr).

Det ekonomiska utfallet under 2014 var på samma sätt som under följande året varierat. Knappt hälften av tidningsföretagen (17 av 39) redovisade ett negativt rörelseresultat, presstödet inräknat. I de företag där resultatet visade minus var i flera fall minskade intäkter en bidragande anledning. Av 31 bolag med ett jämförbart bokslut från föregående år redovisade 20 en lägre omsättning än under 2013, driftsstödet exkluderat. För tio av företagen i gruppen steg intäkterna. Också på kostnadssidan saknades en entydig tendens. Det kan dock noteras att 15 av företagen i gruppen lyckades minska sina kostnader under året.

Den samlade rörelsemarginalen i gruppen uppgick till 2,5 procent – en förbättring med knappt två procentenheter sedan 2013 (0,6 %). Beroendet av presstödet är i de flesta fall betydande. I genomsnitt (medianen) stod det statliga bidraget för 46 procent av bolagens totala intäkter. Det är en liten ökning jämfört med året före (43 %).

Bland de förlustdrivande företagen i gruppen var det fyra som hade en negativ rörelsemarginal över tio procent. Störst relativ förlust, -74,0 procent i förhållande till intäkterna – redovisade tidningen Arbetaren, som ägs av Sveriges Arbetares Centralorganisation (SAC-Syndikalisterna). Tidningen har under en rad år haft stora ekonomiska problem. Sedan 2012 är det egna kapitalet förbrukat. År 2014 slutade resultatet på -2,4 mkr (-2,5 mkr), efter rörelseintäkter på endast 1,1 mkr (1,2 mkr) och driftsstöd på ungefär det dubbla beloppet. Underskottet fick återigen täckas av tidningsföretagets ägare. Övriga tidningar med rörelsemarginaler under minus 10 procent var Internationalen (-19,5 %), Folket (-13,0 %) och Per Texta Förlag (-10,6 %), som ger ut tidningarna Skärgården från Grisslehamn till Landsort och Suomen Uutisviikko.

På den andra änden av vinstskalan lyckades sex tidningsföretag prestera en rörelsemarginal över tio procent. Bäst gick det för Tranås-Posten, som med en vinstmarginal på 23,1 procent var Sveriges lönsammaste tidningsföretag under 2014. De övriga fem företagen var Nyhetstidningen Inblick (+16,3 %), Fria Tidningars ekonomiska förening (+14,3 %), Läns-tidningen Östergötland (+13,9 %), Norra Halland (+13,8 %), och LIAB, som ger ut den folkpartistiska tidningen NU (+12,9 %).

De omsättningsmässigt största fådagartidningsföretagen är Ortstidningar i Väst (82,2 mkr), ETC-bolagen (34,5 mkr) och Sveagruppen Tidnings AB (27,7 mkr). Ortstidningar i Väst ger ut prenumererade tidningar i Kungsbacka, Mölndal, Kungälv och Stenungsund. Bolaget kontrolleras sedan 2013 av Stampen och Gota Media som äger 45,5 procent av aktierna vardera. Företagets rörelseresultat uppgick under 2014 till 5,5 mkr (5,3 mkr).

ETC-bolagen har under 2014 svarat för utgivningen av åtta dagstidningar, varav två är nationella och resten lokala. Samtliga tidningar utges i egna aktiebolag. Rörelseresultatet för bolagen uppgick under året till 0,5 mkr, vilket är en upprepning av fjolårets resultat. Omsättningen steg med 8 procent till 34,5 mkr och driftsstödet med 28 procent till 24,1 mkr. I januari ökades utgivningsfrekvensen för Dagens ETC från en dag i veckan till fem. Tidningen blev därmed den första nya högfrekventa dagstidningen i Sverige på många år. Satsningen finansierades delvis med hjälp av lån från tidningens prenumeranter. Den utökade utgivningsfrekvensen hade en påtagligt positiv effekt på upplagan, vilken mer än dubblerades under året, från 2 900 till 7 700 exemplar. Dagens ETC har liksom övriga tidningar i ETC-gruppen en uttalad rödgrön politisk profil.

Sveagruppen har sitt säte i Västerås och utger lokala tidningar på sex orter i Mellansverige. Under 2014 redovisades en viss resultatförbättring jämfört med året före. Rörelseresultatet slutade på 0,6 mkr ( $\pm 0,0$  mkr), vilket innebar en rörelsemarginal på 1,4 procent. Tidningsföretaget ägs sedan 2013 av Readers Mind, som även ger ut tidningen Sörmlandsbygden.

Två av tidningarna i gruppen fådagartidningar publiceras endast på nätet. Det är Feministiskt Perspektiv och politiken.se. Vad ekonomin beträffar utvecklades de båda tidningarna åt olika håll under året. För Feministiskt Perspektiv innebar 2014 en kraftig ökning av intäkterna. Tillväxten under

året uppgick till hela 88 procent. Tillsammans med en höjning av driftstödet på 44 procent innebar det att tidningen kunde vända fjolårets förlust på 0,2 mkr till ett litet överskott (29 tkr). Under hösten 2014 ökade tidningen sin utgivningsfrekvens och utkommer numera med två nummer per vecka.

För politiken.se sjönk däremot intäkterna (-22 procent). Trots en viss höjning av driftstödet slutade året med en försämring av resultatet för tidningen, från 7,6 procent i rörelsemarginal under 2013 till 0,2 procent under 2014. Politiken.se är den enskilda dagstidning där betydelsen av presstödet är som allra störst. Under 2014 svarade driftstödet för 77 procent av företagets samlade intäkter. Som jämförelse var motsvarande andel för den andra digitala dagstidningen, Feministiskt Perspektiv, 52 procent.



## 3. Medel- och högfrekventa dagstidningars ekonomi

Gränsen för allmänt driftsstöd går vid 30 procent i hushållstäckning på utgivningsorten. Denna gräns har bestämt indelningen här av tidningar som utkommer 3–7 dagar per vecka. Dessutom skiljer vi mellan landsorts- och storstadstidningar.

### 3.1 Dagstidningar med stöd

I sammanställningen av tidningar med allmänt driftsstöd ingår tolv dagstidningsföretag. För det första är det åtta landsortstidningar, för det andra två storstadstidningar, Svenska Dagbladet och Skånska Dagbladet, och för det tredje två så kallade särskilda nyhetstidningar, Dagen och Världen idag. De senare är också konkurrenter till varandra. Antalet företag i gruppen har successivt minskat i takt med att koncernerna valt att samla sina tidningar i gemensamma bolag. Andratidningarna i Luleå, Sundsvall, Gävle och Norrköping drevs under 2014 i samma företag som sina respektive lokalkonkurrenter (se avsnitt 3.2).

#### 3.1.1 Landsortstidningar med stöd

För ekonomin i de driftsstödsberättigade landsortstidningsföretagen innebar 2014 i de flesta fall ett märkbart brott på den negativa trend som pågått med tilltagande styrka sedan 2010. I flera företag redovisades betydande resultatförbättringar jämfört med året före.

Bland de sex så kallade andratidningarna i gruppen steg rörelseresultatet med 30 mkr jämfört med 2013. Resultatförbättringen kunde genomföras trots en minskad omsättning. De samlade intäkterna i gruppen föll under 2014 med 6 procent (-18,7 mkr) och presstödet med lika mycket (-5,5 mkr). Att resultatet trots det blev bättre än under fjolåret berodde alltså på att tidningsföretagen fortsatte att minska sina kostnader. Det här är en grupp tidningar som under 2010-talet tvingats till betydande besparingsåtgärder. De gäller inte minst de tidningar som ingår i större tidningsgrupper och där ett samägande med förstetidningen möjliggör samordningar av produktionsprocessen. Sammantaget sjönk kostnaderna under 2014 för de sex tidningarna med 54,3 mkr, eller 13 procent. Trots förbättringen gentemot 2013 slutade rörelseresultatet för gruppen som helhet återigen på minus. Fem av de sex andratidningarna redovisade röda siffror under 2014. Den samlade förlusten begränsades dock till -5,4 mkr (-35,5 mkr), vilket motsvarar en rörelsemarginal på beskedliga -1,5 procent (-9,2 %).

För årets mest noterbara förbättring stod Östra Småland-Nyheter, som sedan 2011 ingår som ett dotterbolag i Gota Media-koncernen. Tidningen

har under det nya ägandet ackumulerat betydande förluster. Det samlade underskottet (efter finansiella poster) mellan 2011 och 2013 uppgick till 71,7 mkr. I akt och mening att säkra den fortsatta utgivningen av tidningen beslutades under 2013 om en omfattande samordning av verksamheten med lokalkonkurrenten och koncernkollegan Barometern-OT. Tidningens Kalmarredaktion har flyttat in i Gota Medias lokaler i centrala Kalmar och på det publicistiska planet har ett samarbete inletts om sportbevakning, redigering och redaktionell bevakning utanför Kalmar och Oskarshamn. Tidningens redaktionella personal har som följd halverats. Besparingarna märks tydligt i bokslutet för 2014; kostnaderna sjönk under året med hela 21 mkr, eller 29 procent. Samtidigt fortsatte emellertid även intäkterna att minska (-10 %), och då även det statliga stödet reducerades (-10 %) som ett resultat av tidningens fallande upplaga, slutade även 2014 på minus. Rörelseförlusten på -5,8 mkr (-21,8 mkr) är dock det bästa resultatet på många år för tidningsföretaget.

Även för koncernkollegan i Blekinge, Sydöstran, slutade året med förlust. Trots att tidningen gick mot strömmen och redovisade både en ökad upplaga (+100 ex) och en svag tillväxt i annonsförsäljningen (+0,3 mkr) sjönk såväl intäkter som rörelseresultat. Rörelseförlusten under 2014 uppgick till -3,6 mkr (-2,4 mkr) efter en omsättning på 57,8 mkr (60,0 mkr). Ett lägre driftsstöd och högre distributionskostnader var två bidragande orsaker till nedgången. Sedan 2011 har Sydöstran haft en samordnad sportbevakning samt webbredaktion och webbplats tillsammans med koncernkollegan och lokalkonkurrenten Blekinge Läns Tidning (BLT). Även den lokala annonsförsäljningen omfattas av ett liknande samarbete. I samband med att Gota Media i slutet av 2014 införde betalväggar på sina nyhetssajter upphörde webbsamarbetet med BLT och Sydöstran har därmed återigen en egen webbplats.

Ytterligare tre av de här redovisade landsortstidningarna ingår i samma tidningskoncern som sina respektive lokalkonkurrenter. För det enskilt bästa resultatet i gruppen stod Länstidningen i Östersund (med endagstidningen Härjedalen), som efter ett av besparingsprogram präglat 2013 återvände till en hälsosam vinstnivå under 2014. Rörelseresultatet steg från -0,1 mkr till 7,5 mkr och möjliggjordes av en kraftig reducering av bolagets kostnader, inte minst på personalsidan. Inför året genomförde tidningen ett omställningsprogram till en kostnad av 8,0 mkr som omfattade tio anställda. Liksom för Östra Småland och Sydöstran hölls resultatnivåerna nere av såväl sjunkande rörelseintäkter (-8 %) som ett minskat driftsstöd (-7 %). Länstidningen i Östersund ingår sedan 2006 som ett dotterbolag i MittMedia-koncernen. Den lokala arbetarrörelsen bibehåller ett minoritetsägande i tidningen.

Den senaste s-märkta tidningen att tas över av MittMedia är Dala-Demokraten i Falun, som köptes av den Gävlebaserade tidningskoncernen i april 2013. Efter ett turbulent 2013 som präglades av omfattande samordningsinsatser och fallande intäkter, stabiliserades utvecklingen något under 2014. Trots att intäkterna fortsatte att sjunka (-14 %) lyckades tidningen genom de olika besparingsåtgärderna att redovisa ett nollresultat, vilket är en avsevärd förbättring gentemot fjolåret, då rörelseförlusten uppgick till -7,1 mkr (-11,0 %). (Pga. att tidningen i samband med ägarskiftet kom att ingå i en

ny företagsstruktur ska jämförelser mellan åren göras med viss försiktighet). Även om samgåendet med MittMedia har inneburit att Dala-Demokraten kunnat fortsätta att utkomma som en självständig titel, har de omfattande samordningsvinsterna kommit till priset av en snabbt fallande upplaga, vilken minskat med 32 procent på bara tre år (jämförelsen avser sexdagarsupplagan). Med undantag för den sedermera nedlagda Dagbladet i Sundsvall, som tappade 40 procent, är det den största nedgången bland samtliga högfrekventa morgontidningar i landet.

Av landets andratidningar var det bara en som lyckades med bedriften att redovisa överskott under både 2012 och 2013. Det var Folkbladet Västerbotten i Umeå. Sejouren över nollstrecket blev dock bara tvåårig för tidningen. Rörelseresultatet föll under 2014 från 0,5 mkr till -1,5 mkr. Även rörelseintäkterna minskade, från 41,9 mkr till 38,9 mkr. Nedgången i omsättning kunde dock pareras med motsvarande sänkning av kostnaderna. Resultatnedgången på ca 2 mkr kan därför huvudsakligen förklaras med den sänkning av presstödet från 15,2 till 13,3 mkr som tidningen fick vidkännas under 2014. Tidningen har tappat en fjärdedel av sin upplaga på bara två år, något som alltså fått betydande återverkan i storleken på det tilldelade driftstödet. Västerbottens Folkblad är sedan 2003 ett dotterbolag inom VK-koncernen. Tidningen delar redaktionella lokaler med den lokala konkurrenten Västerbottens-Kuriren.

För Värmlands Folkblad, den enda återstående fristående socialdemokratiska andratidningen i landet, låg 2014 års försäljning i paritet med 2013 (minus 0,4 mkr till 64,8 mkr). Även här bidrog dock en effektiv kostnadsjakt till en förbättring av fjolårets rörelseförlust, vilken mer än halverades från -4,7 mkr (-5,5 %) till -1,9 mkr (-2,3 %). Härutöver kunde företaget glädjas åt en snabb tillväxt i de digitala intäkterna, vilka steg med 1,8 mkr eller 144 procent. Vid sidan av huvudtidningen omfattar VF-koncernen även endags-tidningen Karlstads-Tidningen och de annonsfinansierade affärstidningarna Värmlands Affärer och Värmlands Näringsliv. I samarbete med Metro (Kinnevik) utges gratistidningen Metro Värmland (5 dagar/vecka) och månadsmagasinet Metro Weekend. Tidningsrörelsen i VF-koncernen kompletteras sedan flera år även av en relativt omfattande civilproduktion. Trots att intäkterna från den verksamheten också gick tillbaka under 2014 lyckades koncernen som helhet redovisa ett överskott efter finansiella poster på 2,2 mkr (-0,4 mkr), främst tack vare minskade personalkostnader. Tryckeriverksamheten bedrivs i ett separat bolag och ingår därför inte i resultatsammanställningen i föreliggande rapport.

Jämfört med fjolårets genomgång har ett företag tillkommit till listan. Det är Laholms Tidning AB som sedan årsskiftet svarar för utgivningen av tidningen med samma namn. Bolaget ägs av Hallandsbygdens Tidningsförening, vilken i slutet av 2013 köpte Laholms Tidning från Skånska Dagbladet. Tidningen utkommer sex dagar i veckan och hade 2014 en upplaga på 2 500 exemplar och en hushållstäckning i utgivningskommunen på 25,8 procent. Det inledande verksamhetsåret (som omfattar perioden 2013-09-11 till 2014-12-31) slutade med ett rörelseresultat på strax över nollstrecket (+0,1 mkr)

efter en omsättning på 16,2 mkr. Pga. en för låg andel abonnerad upplaga av totalupplagan har tidningen inte erhållit driftsstöd för åren 2013 och 2014, men har inför 2015 fått stöd beviljat på 3,5 mkr. Soliditeten i det nystartade bolaget, som under 2014 hade en personalstyrka på i genomsnitt 15 personer, uppgick vid årsskiftet till högst måttliga två procent.

Den åttonde och sista lokaltidningen bland de flerdagarstidningar som uppbär allmänt driftsstöd och som drivs i eget bolag är den politiskt oberoende Lysekils-Posten med systertidningen Orust Tjörn Tidningen. Till skillnad från övriga bolag i gruppen tillämpar företaget brutet räkenskapsår (juli-juni). Redovisningen av det ekonomiska utfallet påverkas vidare av att verksamheten per den 1 januari 2014 flyttades från Lysekils Nya Tryckeri AB till ett nytt bolag, Lysekilsposten AB. Den samlade omsättningen för de två bolagen slutade på 11,3 mkr och rörelseresultatet på -1,6 mkr (-11,0 %). Rörelseresultatet hölls ner av att Lysekilsposten inte beviljades driftsstöd under året pga. att tidningen låg över gränsnivån för lägsta tillåtna hushållstäckning. Tack vare ett starkt finansnetto (+1,4 mkr) begränsades förlusten efter finansiella poster till -0,2 mkr (-1,3 %).

### 3.1.2 Storstadstidningar och särskilda nyhetstidningar med stöd

I gruppen ”storstadstidningar med allmänt driftsstöd” ingår Skånska Dagbladet och Svenska Dagbladet. Oberoende av konjunkturer är tidningarna tvingade att anpassa sin verksamhet till en successiv reducering av driftsstödet under perioden 2011–2016. I båda fallen slutade dock 2014 med förbättrade resultat jämfört med året före.

För Skånska Dagbladet, som under året också omfattade verksamheten vid Norra Skåne i Hässleholm, föll rörelseintäkterna med 19,1 mkr (-9,7 %) och driftsstödet med 4,2 mkr (-9,9 %). Den minskade omsättningen förklaras delvis av försäljningen av Laholms Tidning i slutet av 2013. Tack vare ett omfattande besparingsprogram lyckades dock tidningsföretaget sänka sina kostnader med 51,6 mkr. Resultatet blev en resultatförbättring på 28,2 mkr. Rörelseresultatet för 2014 slutade därmed på -20,7 mkr (-48,9 mkr) och rörelsemarginalen på -9,6 procent (-20,5 %). I och med det har Skånska Dagbladet gått med förlust i fem år i följd. I akt och mening att hitta alternativa intäktsskällor har tidningen under några år planerat för byggandet av ett hotell i centrala Malmö. I början av 2015 avslogs emellertid företagets begäran om rivnings- och bygglov på den aktuella tomten, med följderna att företagets samarbetspartner, Nordic Choice Hotels, drog sig ur projektet.

För Svenska Dagbladet slutade 2014 med en kraftig förbättring av rörelseresultatet, från fjolårets -56,9 mkr (-5,6 %) till +16,0 mkr (+1,7 %). Även här återfinns förklaringen till uppgången på kostnadssidan. Tidningens lyckades under 2014 minska sina kostnader med hela 151 mkr, varav hälften under kostnadsposten ”Papper och insatsvaror inklusive köpt redaktionellt material”. Till följd av det omfattande nedbemanningsprogram som beslutades hösten 2012 har även tidningens personalkostnader minskat väsentligt under senare år. På intäktssidan sjönk omsättningen under 2014 med 75,2 mkr, eller -7,9 procent. Driftsstödet minskade med 2,9 mkr (-5,4 %).

Resultatutvecklingen under de senaste fem åren för de två storstadstidningarna i gruppen redovisas i tabell 11.

**TABELL 11. Rörelseresultat för de presstödsberättigade storstadstidningarna, 2010–2014**

Företag	Rörelseresultat (tkr)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Skånska Dagbladet	-5 789	-2 858	-13 168	-48 946	-20 694
Svenska Dagbladet	48 626	100 036	310	-56 870	15 991

Även för landets två så kallade särskilda nyhetstidningar, Dagen och Världen idag, slutade 2014 på plus. För fyradagarstidningen Dagen fortsatte den positiva utvecklingen på upplagesidan. För tredje året i följd steg upplagan (om än med bara en procent). Dagen hör till de tidningar i landet som har högst andel digitala prenumerationer. Under 2014 stod de rent digitala abonnemangen för 22 procent av den totala upplagan. Trots upplageframgångarna fick bolaget vidkännas en försämrad omsättning under året. Intäkterna föll med 0,9 mkr miljoner till 42,1 mkr och driftsstödet från 17,0 mkr till 15,6 mkr. Men då kostnaderna minskade ännu mer – 3,9 mkr – lyckades tidningen vända fjolårets negativa resultat till svarta siffror. Rörelseresultatet förbättrades med 1,6 miljoner, från -0,9 mkr (-1,5 %) till +0,7 mkr (+1,2 %).

Även den andra tidningen i gruppen, tredagarstidningen Världen idag, lyckades att vända förlust till vinst. Tack vare en minskad kostnads massa steg rörelseresultatet från -1,0 mkr (-4,3 %) till +0,4 kr (+1,9 %). Bolagets intäkter uppgick under året till 17,3 mkr (17,1 mkr) och driftsstödet till 4,4 mkr (4,7 mkr).

### 3.2 Övriga landsortstidningar

I vår sammanställning av övriga landsortstidningar ingår 24 tidningsföretag. Gruppen innehåller såväl konkurrenstidningar som ensamtidningar. Som nämnts har tvådagarsstidningen Haparandabladet förts till denna grupp. Flera företag består av flera tidningar. Till följd av de förut diskuterade strukturförändringarna i branschen omfattar några av företagen även tidningar som uppbär allmänt driftsstöd. Vilka det är framgår av anmärkningar till bilaga 1. Sammanslagningen av konkurrenttidningar i gemensamma bolag stör den traditionella uppdelningen av den svenska dagspressen utifrån huruvida tidningsföretagen mottar allmänt driftsstöd eller inte.

Generellt sett blev det ekonomiska resultatet för gruppen något bättre än under 2013. Av de 20 företag som har jämförbara bokslut från de två åren redovisade 12 en förbättrad rörelsemarginal. För 12 av gruppens totalt 24 företag slutade året med förlust, vilket kan jämföras med 16 av 26 företag året före. Den samlade rörelsemarginalen i gruppen slutade på 0,2 procent, en uppgång från 2013 med drygt en och en halv procentenheter (-1,4 %).

Också 2014 präglades av sjunkande intäkter för företagen i gruppen, från annonseringen inte minst. Av 20 företag redovisade hela 16 en negativ tillväxt

jämfört med föregående år. Likafullt var tendensen att de senaste årens nedgång i företagets omsättning stannade upp under 2014. Det genomsnittliga intäktsstappet (medianen) för året begränsades till 1,2 procent. Under 2013 var nedgången 4,6 procent.

I takt med de minskade försäljningsvolymerna har arbetet med att minska tidningsföretagens kostnader intensifierats. Av 20 jämförbara bolag lyckades 14 stycken redovisa lägre kostnader än året före. I genomsnitt föll kostnaderna i gruppen med 3,3 procent under året (-4,6 %). Liksom var fallet under 2013 lämnade majoriteten av företagen i gruppen året med färre anställda än ett år tidigare.

Samtidigt som det samlade rörelseresultatet steg, fick gruppen som helhet vidkännas ett kraftigt försämrat finansnetto. Resultatet från finansiella poster föll under året från +81,3 mkr till -99,5 mkr. Den samlade nettomarginalen för gruppen övriga landsortstidningar slutade därmed på -1,0 procent (-0,3 %). Nedgången i nettoresultatet kan i sin helhet tillskrivas två bolag, Gota Media och Stampen Local Media, som under året gjort nedskrivningar om 159 mkr respektive 81 mkr på övervärden från tidigare företagsförvärv.

Fyra företag drabbades särskilt av det hårdnande ekonomiska klimatet för tidningsbranschen. Det var Haparandabladet, Norran i Skellefteå, Piteå-Tidningen och Katrineholms-Kuriren. I samtliga fall föll intäkterna med över fem procent jämfört med 2013.

Fyra företag redovisade ökade intäkter. Det var Hallpressen (+4 %), Västerbottens-Kuriren (+3 %), Gotlands Media (+2 %) och Gota Media (+2 %). Förstnämnda Hallpressen redovisade inte bara den högsta tillväxten i sällskapet, företaget stod även för årets starkaste resultatförbättring. Rörelseresultatet steg med 72,3 mkr och rörelsemarginalen med 15,2 procentenheter, från -10,6 till +4,7 procent. Hallpressen var det enda företaget i gruppen som lyckades att både öka sina intäkter och minska kostnaderna under 2014.

### 3.3 Övriga storstadstidningar

Även bland de här så kallade övriga storstadstidningarna var det ekonomiska utfallet blandat under 2014. Inte minst var skillnaderna i resultatnivåerna mycket stora. Resultatutvecklingen för de fem senaste åren för tidningsföretagen i gruppen redovisas i tabell 12. Inför 2014 har en tidning försvunnit från listan. Det är Göteborgs-Posten, som i och med omstruktureringar inom Stampen-gruppen inte längre drivs som ett eget bolag utan som en integrerad del i Stampen-koncernens lokaltidningsbolag, Stampen Local Media.

Som redan konstaterats behöll och befäste Dagens Industri under året sin position som landets mest lönsamma tidningsföretag. Rörelseresultatet på 169,9 mkr (156,9 mkr) är det starkaste som företaget presterat sedan 2008, året före finanskrisens utbrott. Omsättningen uppgick till 880,2 mkr (857,7 mkr), vilket innebär att Dagens Industri som enda företag i gruppen lyckades att redovisa en positiv tillväxt under 2014.

För den enskilt största resultatförbättringen stod dock Dagens Industris koncernkollega inom Bonniergruppen, Dagens Nyheter. Trots att intäk-



**TABELL 12. Rörelseresultat för storstadstidningar utan allmänt driftsstöd, 2010–2014**

Företag	Rörelseresultat (tkr)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Dagens Industri*	140 073	151 424	146 823	156 905	169 926
Dagens Nyheter**	134 088	116 144	72 124	96 284	167 567
Göteborgs-Posten	76 738	75 208	-13 521	-17 825	u.s.
Sydsvenska Dagbladet***	-5 068	-176 525	24 926	-20 663	-76 869
Aftonbladet	290 509	218 041	289 243	264 615	185 833
Expressen	127 118	45 339	87 641	78 117	12 326

*Kommentar: \* En förändring av koncernstrukturen inom DI-gruppen mellan 2011 och 2012 förhindrar direkta jämförelser mellan åren.*

*\*\* 2010–2013 års resultat för Dagens Nyheter avser koncernnivån. Fr.o.m. 2014 redovisas resultatet från tidningsbolaget och annonsbolaget. \*\*\* 2010 års resultat för Sydsvenska Dagbladet avser koncernnivån. Fr.o.m. 2011 redovisas resultatet från tidningsbolaget och annonsbolaget. I 2014 års resultat ingår verksamheten i Helsingborgs Dagblad från och med 140716.*

terna sjönk med 22,5 mkr (-0,2 %) stärktes rörelseresultatet med 71,3 mkr till +167,6 mkr (8,8 %). I Dagens Nyheter fall får vi gå tillbaka ända till år 2000 för att hitta ett bättre rörelseresultat än det som redovisades för 2014. Resultatförbättringen kan i sin helhet tillskrivas en effektiv kostnadsjakt, på personalsidan inte minst. Utvecklingen under senare år med höjda prenumrationspriser och fallande annonsintäkter innebär att Dagens Nyheter sedan 2013 får en större del av sina intäkter från läsarmarknaden än från annonsmarknaden. De här mönstren förstärktes under 2014. Medan upplageintäkterna fortsatte att stiga, denna gång med 2,7 procent (+5 %) till 841 mkr, sjönk intäkterna från annonseringen med 2,5 procent (-13 %) och landade därmed på omkring 758 mkr.

Bonniergruppen omfattar ytterligare en storstadsmorgontidning, nämligen Sydsvenskan i Malmö. Tidningen lyckades dock inte matcha framgångarna hos koncernkollegorna i Stockholm. Rörelseresultatet slutade på -76,9 mkr (-20,7 mkr), vilket innebär en rörelsemarginal på -8,7 procent (-3,4 %). Verksamheten i tidningsföretaget påverkades dock kraftigt av förvärvet av Helsingborgs Dagblad, vilken införlivades i bolaget den 16 juli 2014.

För landets två kvällstidningsföretag fortsatte trenden med fallande intäkter. För Aftonbladet, Sveriges i särklass största tidning i fråga om samlad räckvidd, minskade omsättningen med 24,8 mkr (-104,2 mkr). För Expressen uppgick intäktstappet till -38,0 mkr (-7,2 mkr). Då båda bolagen samtidigt redovisade ökade kostnader, slutade 2014 med försämrade rörelseresultat jämfört med 2013.

För Aftonbladet slutade 2014 med ett rörelseresultat på 185,8 mkr (264,6 mkr) efter en omsättning på 2 026,7 mkr. Det innebär att Aftonbladet också fortsättningsvis är Sveriges största och mest lönsamma tidningsföretag i fråga om absoluta tal. Rörelsemarginalen slutade på 9,2 procent, vilket är 3,7 procentenheter lägre än ett år tidigare. Intäktsbortfallet, som motsvarade 1,2 procent av fjolårets omsättning, kan nästan uteslutande tillskrivas en minskad tidningsförsäljning. Totalt sjönk intäkterna från försäljningen av papperstidningar med 6 procent (-7,5 %). Nedgången komplementerades delvis av fortsatta prisökningar. Enligt tidningens egen redovisning sjönk vardagsupplagan för papperstidningen med 17 procent under 2014 (-15 %).<sup>15</sup> Från och med maj

<sup>15</sup> Årsredovisning för Schibsted Media Group 2014, s. 30.



2014 redovisar Aftonbladet inte längre offentligt sin upplaga. I den senast tillgängliga redovisningen som avser april 2014 (genomförd av revisionsbyrå PwC) uppgick den tryckta upplagan till 154 900 fullt betalda exemplar (187 000) och den digitala upplagan (Aftonbladet Plus) till 163 200 (112 300). Också print-annonseringen gick kraftigt tillbaka: -15 procent (-22 %). Samtidigt fortsatte den digitala annonseringen att öka, varför annonsförsäljningen som helhet slutade med en tillväxt på omkring 3 procent under 2014. Sedan 2012 överstiger tidningens digitala annonsintäkter dem från print. Med det står Aftonbladet i en klass för sig när det gäller intäkter från den digitala verksamheten inom svensk dagspress. Aftonbladets digitala verksamhet svarade under 2014 för 34,6 procent (30,2 %) av företagets totala omsättning.

Liksom varit fallet under senare år uppvisade konkurrenttidningen Expressen ett något annorlunda utvecklingsmönster under 2014. Trots ett betydande upplagetapp på 14,5 procent (-16 600 exemplar till 157 300 på vardagar), begränsades intäktsbortfallet från tidningsförsäljningen till 4,0 procent. Även här parerades effekterna av upplagenedgången med en höjning av lösnúmerpriset (från 15 till 17 kr). Även nedgången för annonsförsäljningen var måttlig (-1,6 %). Men då företagets kostnader samtidigt steg med 2 procent föll rörelseresultatet med 65,8 mkr, från 78,1 mkr till 12,3 mkr. Rörelsemarginalen på 0,9 procent (5,8 %) är den lägsta sedan år 2002 för tidningsföretaget. En viktig orsak till nedgången är kostnader till följd av omstruktureringar (personalnedskärningar) som genomfördes under året.

Såväl resultaten från årsredovisningarna som tillgängliga upplagesiffror pekar på att Expressen under de senaste åren varit mer framgångsrik än Aftonbladet med att begränsa effekterna av upplagenedgången för papperstidningen. Tidningarnas förvisso olika redovisningsmodeller pekar också på att Expressen sedan ett par år tillbaka har en större tryckt upplaga än Aftonbladet. Trots det redovisar Aftonbladet högre intäkter från upplageförsäljning än konkurrenten (1 601,0 mkr resp. 841,7 mkr), ett faktum som förklaras av Aftonbladets intäkter från digitala abonnemang. Expressen har ännu ingen motsvarighet till Aftonbladets Plus-tjänst. Härtill har Aftonbladet haft avsevärt större framgångar på annonsmarknaden, den digitala inte minst. Aftonbladets annonsintäkter översteg under året Expressens med 410 mkr. Traditionellt sett har kvällstidningarna fått omkring tre fjärdedelar av sina intäkter från upplagemarknaden och resten från annonser. För Aftonbladets del stod annonsförsäljningen under 2014 för historiskt höga 45,4 procent (43,0 %) av de samlade intäkterna. För Expressen var motsvarande andel 35,9 procent (35,3 %).

### 3.4 De största tidningsgruppernas ekonomi

Efter ett par år utan några mer omfattande ägarskiften på tidningsmarknaden genomfördes under 2014 åter en försäljning av ett stort svenskt tidningsföretag. Det var Helsingborgs Dagblad med avläggarna Nordvästra Skånes Tidningar och Landskrona Posten, som i juli såldes av familjerna Ander (Nya Wermlands-Tidningen) och Sommelius till Sydsvenskan. Med en upplaga på 64 000 är HD Sveriges största landsortstidning. De båda tidningsverksam-

heterna har efter övertagandet inordnats i samma bolag, vilket möjliggjort omfattande rationaliseringar, på personalsidan inte minst. I och med förvärvet stärker Bonnier-koncernen sin ställning på den skånska tidningsmarknaden.

I tabell 13 presenteras en sammanställning med de enheter som bidrar med mer än fyra procent av branschens intäkter. Det ger sammanlagt sju tidningsgrupper. Tillsammans svarade de för omkring 88 procent av de samlade branschintäkterna under 2014. Ett år tidigare var andelen 85 procent. Ägarkoncentrationen i den svenska dagspressen, mätt i fråga om ekonomisk omsättning, har alltså ökat något under året.

**TABELL 13. De största tidningsgruppernas ekonomi, 2014**

Tidningsenhet	Omsättning			Rörelseresultat		Nettoresultat	
	Mkr	Tillväxt %	Branschandel %	Mkr	%	Mkr	%
Bonnier (dagstidningar)	4 990	4,3	24,8	273	5,5	257	5,2
Stampen	4 563	-6,6	22,7	-406	-8,9	-510	-11,2
Schibsted (AB och SvD)	2 957	-3,4	14,7	202	6,8	260	8,8
Norrköpings Tidningars Media	1 865	2,5	9,3	-77	-4,1	-62	-3,3
MittMedia	1 445	-0,3	7,2	65	4,5	49	3,4
Gota Media	1 112	-1,9	5,5	-120	-10,8	-82	-7,4
NWT/HD	729	-20,8	3,6	25	3,4	79	10,8

*Kommentar: I sammanställningen används i förekommande fall resultat på koncernnivå vilket krävt en justering uppåt av de totala intäkterna för branschen (till 20 142 mkr). De redovisade omsättningsnivåerna anges inklusive eventuellt driftstöd. Jämförelsetalen från föregående år har i vissa fall räknats om för att överensstämma med nya redovisningsregler.*

Det ekonomiska utfallet jämfört med 2013 var varierat bland de stora tidningsgrupperna. Jämförelsen mellan grupperna störs något av implementeringen av nya och delvis olika redovisningsprinciper.<sup>16</sup> Den genomgående tendensen var dock fortsatt fallande intäktsnivåer. Undantagen var Bonnier-tidningarna och NTM-koncernen. I det förstnämnda fallet förklaras tillväxten av tillskottet av Helsingborgs Dagblad. I det senare fallet bidrog istället ett nystartat distributionsbolag till intäktsökningen. Totalt minskade försäljningen i landets sju största tidningsgrupper med 391 mkr, eller 2,2 procent, vilket innebär att fjolårets snabba intäktstapp bromsades upp något. Under 2013 föll omsättningen i gruppen med 5,5 procent.

På resultatraden märktes likafullt en viss återhämtning. Fyra av sju grupperingar redovisade positiva rörelseresultat. Liksom var fallet under fjolåret bidrog stora goodwillnedskrivningar i vissa av grupperna (Stampen, Gota Media, NTM) till att hålla nere resultatnivåerna. Den samlade rörelsemarginalen för de sju tidningsgrupperna uppgick under 2014 till -0,2 procent (-38 mkr), en förbättring med 1,6 procentenheter, eller knappt 300 mkr, jämfört med 2013. Ett svagt positivt finansnetto innebar att det samlade resultatet efter finansiella poster slutade i det närmaste på noll (-9 mkr). Överskottet från finansverksamheten fortsatte dock att sjunka (+29 mkr 2014 jämfört med +76 mkr under 2013 mkr och +237 mkr under 2012).

<sup>16</sup> Jämförelsetalen från 2013 har i förekommande fall räknats om för att harmoniera med nya redovisningsregler införda under 2014. De kan därför avvika från de uppgifter som lämnades i årsredovisningarna för 2013.

Förvärvet av Helsingborgs Dagblad innebär att Bonnier-koncernen efter drygt tio år som nummer två återigen är landets största tidningsutgivare i fråga om samlade intäkter. Av tabell 13 framgår att dagstidningsdelen inom Bonnier AB under 2014 svarade för en omsättning på 4 990 mkr, eller 24,8 procent (21,4 %) av branschens samlade omsättning. Det är en underskattning av koncernens totala tidningsverksamhet eftersom Bonniers tidningstryckerier inte ingår i underlaget. Sammanlagt svarar den svenska dagstidningsrörelsen (affärsområdet News) för 20 procent av Bonnierkoncernens samlade omsättning. Vid sidan av HD-Sydsvenskan utgörs Bonnier AB:s intressen i svensk dagspress av Stockholmstidningarna Dagens Nyheter, Dagens Industri och Expressen – den senare med lokala editioner i Göteborg och Malmö. När det gäller det ekonomiska utfallet för 2014 redovisade Dagens Industri och Dagens Nyheter förbättrade rörelseresultat, alltmedan resultatet sjönk för Expressen och Sydsvenskan. Det är samma mönster som under fjolåret. Sammanlagt slutade Bonniertidningarnas bruttomarginal på 5,5 procent, vilket är en knapp försämring jämfört med året före (6,5 %).

För det senaste decenniets dominant på den svenska tidningsmarknaden, Stampen, präglades verksamhetsåret 2014 av åtgärder för att få bukt med koncernens ansträngda ekonomiska situation. Rörelseförlusten under 2013, som i hög utsträckning var resultatet av omfattande nedskrivningar av goodwillposter, var den största i svensk tidningshistoria. I juli 2014 genomfördes en försäljning av den lönsamma Mitt i-gruppen i Stockholm. Efter långdragna förhandlingar har en överenskommelse slutits kring en uppdelning av tidningskoncernen Promedia, i vilken Stampen varit majoritetsägare. Avtalet som undertecknades under våren 2015 går ut på att Stampen tar över tryckeriverksamheten i Promedia och att övriga delägare, MittMedia och Eskilstuna-Kuriren, tar över tidningsverksamheten.

Stampen-koncernen redovisade under 2014 en omsättning på 4 563 mkr, en minskning med 321 mkr, eller 6,6 procent, jämfört med året före. Det motsvarar 22,7 procent (23,5 %) av tidningsbranschens samlade intäkter. Den viktigaste förklaringen till tillbakagången, utöver försäljningen av Mitt i-tidningarna (-133 mkr), var minskade intäkter från annonsförsäljning (-78 mkr). Utfallet för 2014 innebär att Stampen på bara tre år fått se sin omsättning falla med över en miljard, personalstyrkan minska med 1 000 personer och balansomslutningen i det närmaste halveras. Inför 2014 genomfördes återigen en omstrukturering av koncernens tidningsrörelser. Koncernens kvarvarande sex dagstidningar ingår hädanefter i ett gemensamt bolag kallat Stampen Local Media. Övriga verksamheter samlas i affärsområdena Tryckerier och Tillväxtmedier.

Även 2014 slutade med en betydande förlust för Stampen-koncernen. Rörelseresultatet uppgick till -406 mkr (-8,9 %) och nettoresultatet till -510 mkr (-11,2 %). Soliditeten i koncernen sjönk som följd från 22 till 12 procent. I rörelseresultatet ingår goodwillavskrivningar med 106 mkr samt reaförluster vid försäljningen av koncernföretag på sammanlagt 217 mkr. Resultatet för tidningsverksamheten (inklusive Mitt-i och Promedia) var -17 mkr (11 mkr), efter en omsättning på 2 641 mkr (2 860 mkr).

Landets tredje största tidningskoncern är den grupp som utgörs av Aftonbladet och Svenska Dagbladet och som ingår i den norska börsnoterade mediekoncernen Schibsted. Den samlade omsättningen för de båda tidningarna sjönk under året med 103 mkr, eller 3,4 procent, till 2 957 mkr. Den generella tillbakagången i branschen drabbade dock tidningarna olika. Medan Aftonbladet redovisade ett minskat rörelseöverskott, stod Svenska Dagbladet för en kraftig resultatförbättring och redovisade åter svarta siffror. Sammantaget innebär det att rörelsemarginalen för de två tidningarna slutade på samma nivå som under fjolåret, dvs. 6,8 procent.

Norrköpings Tidningars Media (NTM) är Sveriges fjärde största tidningskoncern. Omsättningen uppgick till 1 865 mkr, vilket är en viss ökning jämfört med året före (1 820 mkr). En viktig förklaring till tillväxten är det distributionsbolag som koncernen inrättade i Norrbotten under året. Koncernens distributionsintäkter ökade som följd från 328 mkr till 396 mkr. För upplage- och annonsintäkterna slutade 2014 på ungefär samma nivå som ett år tidigare. Rörelseresultatet på -77,5 mkr var däremot märkbart sämre än fjolårets (+12,5 mkr). Den viktigaste orsaken till nedgången var den nedskrivning av goodwill på 180 mkr, som var ett resultat av att NTM-koncernen inför 2014 valt att övergå till nya redovisningsregler (Bokföringsnämndens s.k. K3-regler). De nya reglerna ställer hårdare krav på värderingen av bolagens tillgångar. Avskrivningstiden för goodwillposter uppkomna vid företagsförvärv har därför sänkts från tjugo till tio år. De av- och nedskrivningar som genomförts under 2014 (och retroaktivt för fjolåret) innebär tillsammans med en revidering av värdet på bolagets tillgångar att NTM-koncernens redovisade goodwill-värden har halverats, från 614 mkr till 308 mkr. Goodwillens andel av de totala tillgångarna har som följd sjunkit från 25 till 15 procent. Med tidningar i Östergötland, Småland, Norrbotten, Uppland och på Gotland är NTM den av landets tidningsgrupper som har störst geografisk spridning. Koncernen är nästintill uteslutande inriktad mot medieverksamhet. Totalt omfattar koncernen tio dagstidningar, inklusive hälftenägda Upsala Nya Tidning, fem lokala tv-kanaler, åtta lokala radiokanaler, ett femtontal gratis-tidningar och en rad olika webbplatser.

MittMedia, som under året svarade för utgivningen av 15 dagstidningar i södra Norrland, var den av de stora tidningskoncernerna som stod för den största resultatförbättringen under 2014. Rörelseresultatet steg från -207 mkr (inkl. av- och nedskrivningar) till plus 65 mkr, efter en omsättning på 1 445 mkr (1 450 mkr). Rörelseresultatet för 2013 tyngdes huvudsakligen ner av nedskrivningar i företagets ägande i intressebolaget i Promedia-gruppen. Den ovan nämnda uppdelningen av Promedia innebär att MittMedia från och med våren 2015 har ett majoritetsägande i 24 dagstidningar. Det gör MittMedia till Sveriges med bred marginal största tidningskoncern.

Även för MittMedia påverkades bokslutet för 2014 av tillämpningen av nya redovisningsprinciper. Till följd av en rad dyra företagsförvärv under 2000-talet är MittMedia den svenska tidningskoncern som efter Stampen kommit att ha högst andel goodwillvärden i sin balansräkning. I 2013 års bokslut uppgick de redovisade goodwill-värdena till 480 mkr, vilket motsvarade 36 pro-

cent av den samlade tillgångsmassan. Enligt bolagets egna beräkningar skulle en anpassning till de hårdare avskrivningskriterier som det nya K3-regelverket påbjuder innebära en kraftig försämring av koncernens finansiella ställning. Ställda inför kravet att gå över till de nya reglerna valde MittMedia därför en annan väg, nämligen att istället anamma EU:s gemensamma regelverk, de s.k. IFRS-reglerna, vilka är tvingande för börsnoterade bolag, men som även får tillämpas av onoterade aktiebolag (i stället för de nationella reglerna). Hittills är Stampen det enda företaget i Tidningsverige som valt att utnyttja den möjligheten. Inför 2014 har även Bonnier-koncernen valt att övergå till IFRS. En viktig skillnad mellan IFRS och Bokföringsnämndens regler är att värdet på ett bolags anläggningstillgångar (t.ex. byggnader eller goodwill) ska bedömas kontinuerligt och på så sätt redovisas till sitt verkliga värde. Det svenska regelverket bygger istället på en strikt linjär avskrivningsprincip. Resultatet av den interna värdering av MittMedias tillgångar som genomfördes i samband med 2014 års bokslut blev att koncernens avskrivningsbehov av goodwill bedömdes till 0 kr (-39 mkr).

Att avstå från att skriva ner goodwillvärden har en direkt positiv effekt på rörelseresultatet. Men, det är också förenat med viss risk, i synnerhet i branscher som likt den svenska tidningsindustrin präglas av tillbakagång och fallande vinstnivåer. Det lär oss inte minst de senaste årens händelser inom Stampen, som efter ett decennium av endast blygsamma avskrivningar av de övervärden som ackumulerats i samband med koncernens miljardförvärv, i 2013 års bokslut till slut tvingades genomföra en nedskrivning på hela 790 mkr.

För Gota Media, landets sjätte största tidningsgrupp, slutade rörelseresultatet återigen på minus. Med det har den tidigare relativt lönsamma koncernen gått med förlust i tre år i rad. Rörelseresultatet slutade på -120 mkr (-34 mkr) efter en omsättning på 1 112 mkr (1 134 mkr). Även här var hanteringen av goodwill en viktig orsak till resultatnedgången. I likhet med NMT valde nämligen Gota Media att övergå till det hårdare svenska K3-regelverket, med konsekvensen att koncernen tvingades till en nedskrivning av goodwill på 111 mkr, varav 104 mkr från förvärvet av Skånemedia år 2011 (vilket resulterade i en goodwill på 265 mkr). Tillsammans med avskrivningar har Gota-koncernens goodwillvärden kraftigt reducerats, från 242 mkr under 2013 till 73 mkr 2014. Det planerliga avskrivningsbehovet för 2015 är beräknat till måttliga 15 mkr, vilket borgar för ett förbättrat rörelseresultat under innevarande år. Koncernen, som nästintill uteslutande är inriktad mot tidningsverksamhet, omfattar tretton dagstidningar i Småland, Västergötland, Skåne, Blekinge och på Öland samt en rad gratistidningar. Med undantag för Ölandsbladet och Ulricehamns Tidning redovisade samtliga åtta tidningsbolag i koncernen negativa rörelseresultat för 2014.

På sjunde plats bland landets största tidningskoncerner återfinns den grupp som fram till i juli 2014 utgjordes av Nya Wermlands-Tidningens AB och Helsingborgs Dagblad AB (och där den första var hälftenägare av den andra). Såväl intäkterna som resultatet för 2014 påverkas givetvis kraftigt av försäljningen av Helsingborgs Dagblad till Sydsvenskan. HD-koncernen (Puksla-

garen) svarade under 2013 för 40 procent av NWT/HD-gruppens intäkter. Den samlade omsättningen uppgick under 2014 till 729 mkr (921 mkr) och rörelseresultatet till 29 mkr (86 mkr). Rörelseresultatet hölls ånyo nere av Helsingborgs Dagblad, som för första halvåret 2014 redovisade en rörelseförlust på 46,2 mkr (-26,5 %). För NWT-koncernen uppgick rörelseresultatet till 49,1 mkr (9,2 %) och intäkterna till 533 mkr, utfall som i båda fallen var i nivå med fjolåret. Ett kraftigt försämrat resultat från finansverksamheten innebar emellertid att NWT-koncernens nettoresultat föll väsentligt, från 173,1 mkr (32,2 %) till 34,2 mkr (6,4 %). Förklaringen till nedgången var en nedskrivning av företagets aktier i den börsnoterade norska mediekoncernen Polaris Media med 61,9 mkr. Resultatet för 2013 påverkades samtidigt i positiv bemärkelse av en reavinst från en större aktieförsäljning.

NWT:s medieinvesteringar i Norge, som även omfattar en betydande ägarpost i Schibsted förvaltas i det norska dotterbolaget NWT Media AS. Det bokförda värdet på bolagets innehav i de båda norska företagen uppgick vid årsskiftet till 927 mkr och börsvärdet till 2 279 mkr. Med det är NWT den näst största delägaren i Polaris och den tredje största delägaren i Schibsted (med 26,4 respektive 3,7 procent av aktierna).

## 4. Dagspressens ekonomi 2014

I 39 år har Presstödsnämnden följt den svenska dagspressens ekonomi genom analyser av tidningsföretagens årsredovisningar. Rapportserien Dagspressens ekonomi har på så sätt kommit att bli ett unikt material när det gäller kartläggningen av den långsiktiga ekonomiska utvecklingen på dagstidningsområdet.

Med dessa snart fyra decennier långa tidsserier över intäktsnivåer och resultatnivåer som referens kan vi slå fast att dagspressen sedan några år tillbaka genomgår den största krisen i modern tid, kanske någonsin. 2013 blev det sämsta året hittills under mätperioden när det gäller de svenska tidningsföretagens lönsamhet. Det genomsnittliga rörelseresultatet för den del av tidningsbranschen som helt eller i huvudsak finansierar sin verksamhet utan statlig hjälp (driftsstöd), slutade för första gången på minus. Bland de stödbestämmade s.k. andratidningarna var läget ännu värre.

Mot den dystra bakgrunden har vi i den här analysen av årsredovisningarna från 2014 kunnat konstatera att den nedgång i de genomsnittliga vinstnivåerna som pågått mer eller mindre oavbrutet sedan 2006 åtminstone tillfälligt har stannat av. 2014 slutade branschsnittet åter på plus. 14 av 24 jämförbara bolag redovisade ett förbättrat rörelseresultat jämfört med året före. Även bland andratidningarna noteras en märkbar förbättring gentemot fjolåret. Här steg resultatet för åtta av elva företag. Den genomsnittliga branschmarginalen på 0,9 procent (-0,8 %) är likafullt det näst sämsta resultatet i vår snart fyrtioåriga mätserie. Den svenska dagspressen är också fortsättningsvis en bransch som står inför mycket stora utmaningar. Sedan boksluten för 2014 lades till handlingarna har två sekelgamla dagstidningar tvingats upphöra med sin utgivning, Dagbladet i Sundsvall och Folket i Eskilstuna.

Förklaringen till den dystra utvecklingen kan spåras både inom och utom tidningsbranschen. Resultatet för flera av de stora koncernerna tyngs av förvärv som i efterhand visat sig varit kraftigt övervärderade. De tre tidningsgrupperna Stampen, Gota Media och NTM-koncernen i Norrköping genomförde ensamma nedskrivningar av övervärden från företagsförvärv (s.k. goodwill) på omkring 400 mkr. För tidningsindustrin som helhet förefaller dock de yttre omständigheterna vara av överordnad betydelse. Den genomgripande omstöpning av mediemarknaden som följt i digitaliseringens och internets fotspår har radikalt kastat om förutsättningarna för traditionell tidningsutgivning. Det gäller både annonsmarknaden och publikmarknaden, tidningsbranschens två huvudsakliga intäktskällor.

Svenskarna hör till de mest uppkopplade folken i världen. På få andra platser är förekomsten av smarta telefoner och surfplattor lika hög som här. Sverige, tillsammans med övriga Norden, ligger också, mer eller mindre följdriktigt, i världstoppen när det gäller internetannonseringens andel av den totala annonsförsäljningen. Under 2014 gick 34 procent av den samlade



svenska annonseringen till digitala kanaler. Dit publiken går, dit söker sig också annonsörerna. Det innebär att de nordiska tidningsföretagen i högre utsträckning än på många andra platser är exponerad för den globala och därför knivskarpa konkurrenssituation som råder online. Ny statistik från danska Kulturstyrelsen visar att hela 52 procent av annonseringen på danska webbplatser hamnar hos internationella aktörer, som Google, Facebook och LinkedIn. Det är en ökning med 32 procentenheter på bara sju år.<sup>17</sup> Förhållandena i Sverige är sannolikt ungefär desamma. Att en allt mindre andel av den nationella annonsmarknaden blir kvar hos inhemska aktörer i takt med att allt större annonsresurser flyttas över online är en utveckling som samtliga annonsfinansierade nyhetsmedier har att förhålla sig till också i fortsättningen.

Därmed inte sagt att de svenska tidningsföretagen står handfallna i den nya, gränslösa digitala konkurrensen. Tidningsföretagen når också fortsättningsvis mycket stora publikgrupper online, vilket i sig är en grundförutsättning för att kunna erbjuda ett attraktivt annonserbudande. Statistiken från 2014 visar vidare att tidningarna blir allt bättre på att ta betalt för sina digitala annonser. Till de för tidningsindustrin mest hoppningivande resultaten i årets branschstatistik hör det faktum att tidningarnas annonsförsäljning på nätet växte i en högre takt än internetannonseringen i stort. Den svenska tidningsbranschen lyckades alltså öka sin marknadsandel av de digitala annonspengarna under 2014. Den snabba tillväxten – landsortspressens och storstadspressens digitala annonsering steg under året med drygt 150 mkr, eller 28 procent – innebär dessutom att intäkterna från online-annonseringen tycks vara på god väg att kompensera för den till synes orubbliga tillbakagången för annonseringen på papper. Under 2014 var nettoskillnaden mellan nedgången i print och uppgången i digital annonsering omkring -280 mkr. Ett år tidigare var avståndet nästan -740 mkr. För kvällspressen är break-even redan nådd. Trots ett tapp i pappersannonseringen under 2014 på nära 20 procent slutade den samlade annonsförsäljningen för Aftonbladet och Expressen på plus.

Den dramatiska nedgången på annonsmarknaden utmanar den svenska tidningsbranschens traditionella affärsmodell, där en huvuddel av intäkterna kommer från annonsering. I takt med att tidningsföretagen funnit sig tvingade att höja prenumerationspriserna för att kompensera för de fallande annonsintäkterna ökar beroendet av den betalande läsekretsen. För Dagens Nyheter, Sveriges största dagstidning på papper, blev 2013 ett historiskt år i så måtto att upplageförsäljningen – sannolikt för första gången någonsin – bidrog med en större andel av företagets omsättning än annonsförsäljningen. Mönstren med en fallande annonsandel förstärktes under 2014. Dagens Nyheter är också en av de tidningar som höjt sin prenumerationsavgift allra mest under senare år. Mellan 2012 och 2014 ökade priset för en DN-prenumeration i Stockholmsområdet med över 40 procent, från 3 141 kr till 4 430 kr.<sup>18</sup>

---

17 Källa: Kulturstyrelsen, Danmark (<http://www.kulturstyrelsen.dk/mediernes-udvikling-2015/branche-og-forbrug/>).

18 Källa: Nya Lundstedt, Kungliga Biblioteket (<http://www.kb.se/samlingarna/tidningar-tidskrifter/soka/Nya-Lundstedt-tidningar/>).

För Aftonbladet, med Sveriges ohotat största nyhetssajt men en fallande sten i fråga om tryckt tidningsupplaga, är utvecklingen istället den omvända. Här har annonseringen aldrig stått för en lika stor del av intäkterna som nu. Tidningens utveckling stöder därmed tesen att störst tar mest på nätet. I kraft av sin popularitet bland svenska nätanvändare har Aftonbladet kommit att erövra en betydande andel, uppskattningsvis i häradet trettio fyrtio procent, av den annonsering som förläggs till svenska tidningssajter. Fördelningen mellan publik- och annonsintäkter var under 2014 i det närmaste identisk den för Dagens Nyheter (55/45 respektive 52/48 procent).

Trots den betydande dominansen online svarar den tryckta papperstidningen också fortsättningsvis för 65 procent av Aftonbladets samlade intäkter. Relationen print- och webbintäkter hos landets i särklass största tidning på nätet säger en hel del om de utmaningar som övriga Tidningsverige står inför. För andratidningen Östra Småland, som är en av ytterst få landsorttidningar som faktiskt väljer att öppet särredovisa sina digitala annonsintäkter, kom exempelvis endast två procent (eller 0,3 mkr) av den samlade annonsförsäljningen från digitala plattformar under 2014.

Även inom kvällspressen har de senaste årens fallande försäljningsvolymmer parerats genom allt kraftigare prishöjningar. 2011 kostade de båda kvällstidningarna, vilka har som tradition att höja sina priser i tandem, elva kronor styck. Tre år senare var priset för ett lösnnummer uppe på 17 kr, en ökning under perioden med 55 procent. Liksom är fallet inom morgonpressen präglas den betalande kundstocken inom kvällspressen av en för tidningarna bekymmersam åldersstruktur, där den genomsnittlige kvällstidningsköparen blir allt äldre.<sup>19</sup>

Fådagarspressen, en grupp som under 2014 uppgick till ett sjuttioal titlar följer i någon mån en annan logik än den medel- och högfrekventa pressen och är också ofta uppbyggd kring en annan affärsmodell. Fådagarsstidningarna har i allmänhet karaktären av komplement- eller tillvalsmedium, i de flesta fall grundat i en lokalgeografisk, etnisk eller ideologisk tillhörighet. Det borgar för en hög betalningsvilja hos de ofta mycket specifika och väl avgränsade målgrupperna. En- och tvådagarsstidningarna har också som grupp lyckats jämförelsevis väl med att upprätthålla sina upplagor och därmed också sina intäktsnivåer (annonsberoendet i den här gruppen har av tradition varit jämförelsevis begränsat). Samtidigt är det här ett marknadssegment som i mycket hög utsträckning kunnat växa fram till följd av det svenska presstödssystemets utformning. 36 procent av intäkterna i den här gruppen kom under 2014 från det statliga driftsstödet. I flera fall överstiger stödets andel av de samlade intäkterna 60 procent.

I takt med att upplagorna för de medel- och högfrekventa stödberättigade tidningarna minskar stadigt, ökar också den andel av det samlade presstödet som hamnar hos fådagarsstidningarna. Under både 2013 och 2014 svarade en- och tvådagarspressen för 39 procent av det samlade driftsstödet. År 2003 tidi-

---

19 Se t.ex. Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2014 (Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet).

gare var andelen 26 procent. Storleken på de statliga stödinsatserna står inte i proportion till tidningarnas spridning. Fådagarspressen svarar uppskattningsvis för endast sju åtta procent av den samlade tidningsupplagan i landet. Och då tas ingen hänsyn till den lägre utgivningsfrekvensen hos dessa tidningar. Det här är också en grupp som i fortsatt mycket hög utsträckning vilar i den traditionella, tryckta tidningsutgivningen. Ännu 2014 var det bara två tidningar som utnyttjat möjligheterna i presstödsförordningen att publicera sig uteslutande online. Utfallet bekräftar bilden av den svenska presstödspolitiken som ett stödssystem som i allt väsentligt är orienterat mot den tryckta tidningen, ett medium som de svenska mediekonsumenterna – och framför allt, de svenska annonsörerna – i snabb takt väljer att överge.

## 5. Sammanfattning

Föreliggande analys av den svenska dagspressens ekonomi 2014 utifrån dagstidningsföretagens årsredovisningar och branschstatistik är den trettionionde i ordningen.

Den trendmässiga nedgången sedan 1989 av dagspressens totalupplaga fortsatte under 2014. Inför 2014 har två av landets största tidningar, Aftonbladet och Dagens Nyheter, valt att stå utanför den upplagestatistik som sammanställs och presenteras av TS Mediefakta (TS). Frånvaron av dessa båda tidningar innebär att det inte är möjligt att göra en enhetlig bedömning av den samlade upplageutvecklingen inom svensk dagspress. Med utgångspunkt i de tidningar som finns med i TS sammanställning har upplagorna denna gång minskat med 127 400 exemplar. Det motsvarar en relativ nedgång på 5,3 procent, eller 6,3 procent räknat per 1 000 invånare. Upplageminskningen under 2014 är den största hittills under ett enskilt år. Nedgången drabbade gruppen flerdagartidningar (4–7 nr/v) med 5,6 procent. Nedgången för gruppen fäddagartidningar (1–3 nr/v) var 2,6 procent.

På annonsmarknaden fortsatte den snabba nedgången för de tryckta dagstidningarna. Slutresultatet för annonseringen 2014 blev totalt sett att volymen minskade med 9,6 procent och intäkterna med 9,4 procent. Kvällspressen gick tillbaka mest, intäkterna föll här med 19,5 procent. För annonsmarknaden som helhet slutade året med en tillväxt på 1,5 procent. Samtidigt med nedgången i annonseringen i papperstidningarna fortsatte tidningsföretagens annonsering på internet att öka. De digitala annonsintäkterna hos landets dagstidningar (kvällspressen exkluderad) steg med 28,1 procent och uppgick vid årets slut till 710 mkr.

Enligt årsredovisningarna uppgick dagstidningsföretagens samlade rörelseintäkter under 2014 till 17 426 mkr. Till det kom ett driftsstöd på 459 mkr, vilket motsvarade ett intäktsstillskott på 2,6 procent. Det samlade rörelseresultatet blev 475 mkr. Det motsvarar ett relativt överskott på 2,7 procent, vilket var en förbättring från 2013 (1,7 %). Resultatet från tidningsföretagens finansrörelser slutade på -49 mkr och resultatet efter finansnetto slutade därmed på 425 mkr. Det betydde ett relativt överskott på 2,4 procent (2,5 %).

För de tidningar som är första- eller ensamtidningar på sin utgivningsort, sammanlagt 29 tidningsföretag, förbättrades rörelseresultatet något. Resultatet från företagets tidningsrörelse, bruttomarginalen, steg från -0,8 till +0,9 procent och resultatet efter finansnetto, nettomarginalen, från 0,2 till 1,9 procent. Dessa procenttal kan sägas återspegla lönsamheten i svensk dagstidningsutgivning 2014.

Vid en bedömning utifrån samma lönsamhetstal framstår affärstabloiden Dagens Industri och den regionala tidningsgruppen Nya Wermlands-Tidningen också fortsättningsvis som branschens mest lönsamma företag. För Aftonbladet, dagspressens största tidningsföretag och med sina 185 år också

landets mest långlivade, sjönk såväl omsättning som vinstnivå. Dagspressens största morgontidning, Dagens Nyheter, fortsatte däremot att öka sitt överskott. Tidningens resultat för 2014 är det starkaste sedan år 2000.

För den största samlade förlusten stod återigen Göteborgskoncernen Stampen. Stampen redovisade ett resultat före skatt på -510 mkr (-11,2 %). Även de båda stiftelseägda koncernerna Norrköpings Tidningars Media och Gota Media redovisade minusresultat, detta till följd av betydande nedskrivningar av övervärden från tidigare företagsförvärv (s.k. goodwill).

I rapporten bedöms också lönsamheten för de grupperingar av tidningar som används i presstödsförordningen. Även om samtliga grupperingar kunde glädjas åt en viss förbättring av resultatnivåerna jämfört med året före var det en grupp där uppgången var särskilt märkbar. Det var andratidningarna inom landsortspressen, just den grupp för vilken driftsstödet en gång infördes. Tack vare betydande sparbetning under senare år kunde flertalet företag i gruppen trots fallande intäkter redovisa förbättrade rörelseresultat. Sex av tolv företag i gruppen gick dock också fortsättningsvis med förlust.

De två största tidningsenheterna inom dagspressen är Bonniers dagstidningar och Stampengruppen som stod för 25 respektive 23 procent av dagspressens intäkter. På tredje plats låg Schibstedgruppen med 15 procent och på fjärde Norrköpings Tidningars Media med 9 procent. Tillsammans svarade de två största tidningsgrupperna för 48 procent av branschens intäkter och de fyra största för 72 procent. Under 2014 genomfördes ett större ägarskifte på den svenska tidningsmarknaden. Det var Helsingborg Dagblad som såldes av familjerna Ander (NWT) och Sommelius till Bonniertidningen Sydsvenskan.

Sett ur ett längre perspektiv kan 2014 ses som ett svagt år när det kommer till dagspressens lönsamhet. När det gäller den samlade lönsamheten efter finansnetto hamnade resultatet för 2014 en bra bit under genomsnittet för den period (1976–2014) som denna rapportering omfattar.

## 6. Summary

This analysis of the economic performance of the Swedish daily newspapers on the basis of company annual reports and industry statistics is the thirty-ninth of its kind. Annual reports from 80 newspaper companies are included.

The systematic decline since 1989 of the total circulation of the daily newspapers continued in 2014, this time by 127,400 copies. It corresponds to a relative decrease of 5.3 per cent or 6.3 per cent per 1 000 inhabitants. That is the largest relative decrease for a single year ever recorded. The regression did not affect all groups of newspapers equally. The decline was 5.6 per cent for newspapers with a medium or high circulation (4–7 copies/week). The decline for less circulated newspapers (1–3 copies/week) was 2.6 per cent. The statistics are directly affected by the fact that two of the largest newspapers, Aftonbladet and Dagens Nyheter, have chosen to abandon the accountancy firm traditionally used by the industry for establishing circulation figures. Thus it is not possible to present a uniform estimate of the joint circulation of the Swedish press.

In the advertising market, the revenues from printed ads continued to decline at a rapid pace. The total advertising volume of the Swedish newspaper press fell back 9.6 per cent, and the decrease in advertising sales amounted to 9.4 per cent. The drop was highest for the evening tabloids, for which the decrease in sales amounted to a total of 19.5 per cent. Whereas the advertising in print decreased, the revenues of the Swedish press from the digital advertising continued to increase. In 2014 the digital ad revenues grew with an impressive 28.1 per cent, taking the total digital ad sales for the Swedish press (the evening tabloids excluded) to SEK 710 million.

According to the 2014 annual reports of the Swedish newspaper companies, the total joint revenues of the industry amounted to approximately SEK 17,426 million. The Swedish press subsidies add an additional SEK 459 million, thus representing an extra income of 2.6 per cent. The joint operating profit (earnings before interest and taxes) was SEK 462 million. This is equivalent to a gross margin of 2.7 per cent, which is higher than in 2013 (1.7 %). The financial net amounted to SEK -49 million, resulting in a financial net profit (earnings before taxes) of SEK 425 million. That means a net margin of 2.4 per cent (2.5 %). The negative financial net was primarily caused by significant write-downs of goodwill from previous takeovers by some of the larger newspaper groups.

For those newspapers that are either the leading newspaper or the only newspaper in their place of issue, only relying on the market forces and not receiving any press subsidies, the profit levels increased slightly during the year. The joint gross margin of these companies – 29 in total – rose from -0.8 per cent to +0.9 per cent, and the profit after the financial net, the net mar-

gin, from 1.2 to 1.9 per cent. These percentages can be said to represent the profitability of the Swedish newspaper publishing in 2014.

An assessment based on three different profit figures (return on assets, gross margin and net margin) shows that the national business newspaper Dagens Industri and the regional newspaper company Nya Wermlands-Tidningen maintain the positions as the industry's two most profitable newspaper companies also in 2014.

For the evening tabloid Aftonbladet, the largest individual newspaper company, both revenues and profits decreased during the year. For the largest morning newspaper, Dagens Nyheter, the profit levels continued to rise however. The operating profit recorded in 2014 is the highest since 2000 for the newspaper company. Even though the overall profitability increased slightly for all categories of newspapers, the improvement was particularly noticeable in one group. This was the so-called No 2 papers, for which the press subsidies were originally introduced and intended.

The two largest newspaper units were the newspaper division of the Bonnier Corporation and the Stampen Group, accounting for 25 and 23 per cent respectively of the total revenues of the daily newspaper industry. The third largest newspaper unit was the Schibsted Group with a share of 15 per cent. In fourth place was Norrköpings Tidningars Media, accounting for about nine per cent of the revenues of the industry. This means that the two biggest units accounted for 48 per cent of the industry's revenues and the four biggest for 72 per cent. The Bonnier Group and the Schibsted Group consist of almost exclusively of metropolitan newspapers, while the Stampen and Norrköpings Tidningars Media groups are primarily made up of local papers. As far as mergers and acquisitions are concerned, 2014 included one significant takeover in the Swedish newspaper market. That was the acquisition of Sweden's largest provincial newspaper Helsingborgs Dagblad by the Bonnier Corporation from the Ander (NWT) and Sommelius families.

In a historic perspective, the year 2014 may be regarded a weak year as far as the profitability of the press is concerned. When it comes to the financial performance of the Swedish newspaper companies, the joint profit level of 2014 places below the average of the time period (1976–2014) covered in this report series.



# Bilaga 1. Tidningsföretagens resultat 2014

## TIDNINGAR 1-2 DAGAR/VECKA MED ALLMÄNT DRIFTSSTÖD

Företag	Intäkter tkr	Drifts- stöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
AiP Media AB (anm.)	6 530	8 059	15 251	-662	640	-22	-4,5	-0,2	60	11,8
Arbetaren Tidnings AB	1 106	2 239	5 820	-2 475	-13	-2 488	-74,0	-74,4	5	2,4
Blekinge-Posten	1 515	2 239	3 597	157	4	161	4,2	4,3	31	2,4
Bulletin Bas Blekinge	1 669	2 910	4 400	179	-1	178	3,9	3,9	neg	4,1
Eesti Päevaleht	1 494	1 679	3 379	-206	-19	-225	-6,5	-7,1	12	1,5
ETC-bolagen (anm.)	34 545	24 144	58 153	536	-414	122	0,9	0,2	3	23,8
Feministiskt Perspektiv	1 713	1 819	3 503	29	-6	23	0,8	0,7	neg	2,4
Flamman	2 282	2 910	5 062	130	0	130	2,5	2,5	45	3,5
Folket	4 743	2 239	7 888	-906	4	-902	-13,0	-12,9	13	2,5
Fria Tidningar Ek. Förening (anm.)	17 355	14 740	27 511	4 584	-35	4 549	14,3	14,2	neg	17,3
Hemmets Vän (anm.)	8 422	5 260	13 424	258	-50	208	1,9	1,5	27	10,8
Internationalen	884	1 679	3 064	-501	-13	-514	-19,5	-20,1	neg	2,0
Kalmar Läns Tidning	2 905	2 239	5 477	-333	1	-332	-6,5	-6,5	27	2,3
Kristdemokraten	2 470	2 910	5 557	-177	3	-174	-3,3	-3,2	36	31,0
Liberacion	1 313	2 239	3 533	19	-1	18	0,5	0,5	68	2,2
Länstidningen Värmlandsbygden (anm.)	1 034	2 239	3 537	-264	7	-257	-8,1	-7,9	8	2,4
Länstidningen Östergötland (anm.)	4 497	2 910	6 380	1 027	20	1 047	13,9	14,1	23	3,5
Miljömagasinet	1 358	2 239	3 553	44	1	45	1,2	1,3	neg	2,1
M-L Proletären	2 059	2 239	4 615	-317	-8	-325	-7,4	-7,6	0	3,2
Målarbladet Måsen	3 183	2 910	6 136	-43	4	-39	-0,7	-0,6	8	3,2
Norra Halland	19 117	6 313	21 928	3 502	66	3 568	13,8	14,0	20	9,7
NUJ - Det Liberala Nyhetsmagasinet	5 062	2 910	7 070	902	20	922	11,3	11,6	58	3,5
Nya Tider	1 986	2 239	4 439	-214	1	-213	-5,1	-5,0	neg	3,1
Nyhetsidningen Inblick	7 720	2 910	8 896	1 734	-59	1 675	16,3	15,8	6	4,9
Offensiv	2 675	2 239	4 631	283	-191	92	5,8	1,9	neg	2,4
Ortstidningar i Väst AB (T) (anm.)	82 232	10 566	87 252	5 546	23	5 569	6,0	6,0	33	25,3
Per Texta Förlag AB (anm.)	8 081	5 821	15 374	-1 472	-19	-1 491	-10,6	-10,7	neg	7,4

Forts. Bilaga 1. Tidningsföretagens resultat 2014

Företag	Intäkter tkr	Driftsstöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
Politiken.se	447	1 483	1 927	3	-2	1	0,2	0,1	29	u.s.
Ruotsin Suomalainen	8 080	5 260	12 927	413	-24	389	3,1	2,9	10	9,8
Skaraborgsbygden	9 750	5 260	15 288	-278	33	-245	-1,9	-1,6	54	9,8
Smålandsbygdens Tidning	3 089	2 239	5 706	-378	-1	-379	-7,1	-7,1	16	2,4
Sveagruppen Tidnings AB (anm.)	27 653	13 656	40 721	588	7	595	1,4	1,4	33	15,7
Sändaren (anm.)	7 154	3 582	10 947	-211	0	-211	-2,0	-2,0	-	6,6
Tempus	2 884	2 239	4 732	391	0	391	7,6	7,6	21	2,1
Tidningar i Norr AB (anm.)	15 509	11 640	28 222	-1 073	253	-820	-4,0	-3,0	39	13,1
Tidningen Västsverige	1 503	2 239	3 503	239	-65	174	6,4	4,6	38	2,1
Tranås-Posten (anm.)	5 434	2 239	5 904	1 769	21	1 790	23,1	23,3	66	2,9
Uddevalla Posten	1 285	1 679	2 801	163	-86	77	5,5	2,6	neg	1,6
Växjöbladet/Kronobergaren	5 550	2 239	8 289	-500	-9	-509	-6,4	-6,5	15	2,3
<b>Summa</b>	<b>316 288</b>	<b>176 595</b>	<b>480 397</b>	<b>12 486</b>	<b>92</b>	<b>12 578</b>				

**TIDNINGAR 3-6 DAGAR/VECKA MED ALLMÄNT DRIFTSSTÖD**

Företag	Intäkter tkr	Driftsstöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
AB Nya Länsstidningen i Östersund (anm.)	48 391	15 628	56 489	7 530	470	8 000	11,8	12,5	27	15,4
Dagen	42 112	15 689	57 118	683	533	1 216	1,2	2,1	27	17,6
Dala-Demokraten	40 853	16 861	57 732	-18	558	540	0,0	0,9	8	10,8
Folkbladet Västerbotten	38 879	13 254	53 648	-1 515	301	-1 214	-2,9	-2,3	53	8,7
Laholms Tidning	16 242	0	16 184	58	2	60	0,4	0,4	2	2,5
Lysekilsposten AB (anm.)	11 334	2 790	15 678	-1 554	1 367	-187	-11,0	-1,3	1	3,8
Sydöstran	43 729	14 100	61 476	-3 647	43	-3 604	-6,3	-6,2	41	10,5
Världen idag	17 315	4 442	21 338	419	45	464	1,9	2,1	24	6,1
Värmlands Folkblad Drift AB (anm.)	64 832	19 100	85 835	-1 903	18	-1 885	-2,3	-2,2	3	17,8
Östra Småland AB (anm.)	32 880	13 305	52 025	-5 840	286	-5 554	-12,6	-12,0	64	8,8
<b>Summa</b>	<b>356 567</b>	<b>115 169</b>	<b>477 523</b>	<b>-5 787</b>	<b>3 623</b>	<b>-2 164</b>				

## Forts. Bilaga 1. Tidningsföretagens resultat 2014

### LANSORTSTIDNINGAR UTAN ALLMÄNT DRIFTSSTÖD

Företag	Intäkter tkr	Driftsstöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
Alingsås Tidning	66 242	0	67 894	-1 652	-100	-1 752	-2,5	-2,6	1	10,3
Eskestuna-Kuriren (T+A) (anm.)	176 226	0	167 500	8 726	51	8 777	5,0	5,0	6	28,2
Göta Media AB (T+A) (anm.)	745 775	0	745 914	-139	-113 764	-113 903	0,0	-15,3	53	145,5
Gotlands Media AB (anm.)	91 595	4 478	102 546	-6 473	26	-6 447	-6,7	-6,7	48	18,7
Hallpressen AB (anm.)	488 197	0	465 383	22 814	806	23 620	4,7	4,8	42	87,8
Haparandabladet	11 828	2 239	12 938	1 129	-32	1 097	8,0	7,8	50	3,7
Helsingborgs Dagblad (K) (anm.)	174 308	0	220 540	-46 232	2 930	-43 302	-26,5	-24,8	77	64,0
Katrineholms-Kuriren	49 068	0	51 802	-2 734	42	-2 692	-5,6	-5,5	56	10,3
MittMedia AB (T+A) (anm.)	1 160 799	29 105	1 160 412	29 492	-6 631	22 861	2,5	1,9	3	198,3
Norran (T+A)	147 619	0	149 963	-2 344	9 254	6 910	-1,6	4,7	78	21,7
Norrbottens Media AB (K) (anm.)	320 219	16 861	334 119	2 961	1 005	3 966	0,9	1,2	52	46,8
Nya Lidköpings-Tidningen/NLT	68 655	0	61 800	6 855	300	7 155	10,0	10,4	54	23,5
Nya Wermlands-Tidningens AB (T+A) (anm.)	554 742	0	483 752	70 990	51 039	122 029	12,8	22,0	86	138,0
Piteå-Tidningen (K)	97 623	0	105 144	-7 521	1 843	-5 678	-7,7	-5,8	60	14,3
SkåneMedia AB (K) (anm.)	269 432	0	285 489	-16 057	-368	-16 425	-6,0	-6,1	28	54,9
Stampen Local Media AB (T+A) (anm.)	1 756 464	0	1 787 331	-30 867	-102 565	-133 432	-1,8	-7,6	8	283,0
Svepress i Vimmerby AB (anm.)	69 633	0	68 747	886	-185	701	1,3	1,0	24	11,4
Södermanlands Nyheter (T+A)	124 698	0	126 636	-1 938	118	-1 820	-1,6	-1,5	63	21,5
Tidningsbolaget Promedia i Mellansverige AB (T+A) (anm.)	831 150	15 557	830 002	16 705	5 512	22 217	2,0	2,6	15	135,9
Ulricehamns Tidning	23 005	0	21 863	1 142	280	1 422	5,0	6,2	84	8,2
Upsala Nya Tidning (T+A)	414 941	0	412 985	1 956	11 198	13 154	0,5	3,2	56	42,9
Västerbottens-Kuriren Media AB (T+A) (anm.)	237 659	0	250 483	-12 824	39 731	26 907	-5,4	11,3	74	30,7
Ölandsbladet	24 107	2 239	24 584	1 762	28	1 790	6,7	6,8	35	7,7
Östgöta Media AB (T+A) (anm.)	775 199	7 685	805 717	-22 833	6	-22 827	-2,9	-2,9	21	104,3
<b>Summa</b>	<b>8 679 184</b>	<b>78 164</b>	<b>8 743 544</b>	<b>13 804</b>	<b>-99 476</b>	<b>-85 672</b>				

Forts. Bilaga 1. Tidningsföretagens resultat 2014

**STORSTADSTIDNINGAR MED ALLMÄNT DRIFTSSTÖD**

Företag	Intäkter tkr	Driftsstöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
AB Skånska Dagbladet (anm.)	177 625	38 306	236 625	-20 694	3 770	-16 924	-9,6	-7,8	36	40,4
Svenska Dagbladet (T+A)	879 855	50 800	914 664	15 991	6 472	22 463	1,7	2,4	15	157,8
<b>Summa</b>	<b>1 057 480</b>	<b>89 106</b>	<b>1 151 289</b>	<b>-4 703</b>	<b>10 242</b>	<b>5 539</b>				

**STORSTADSTIDNINGAR UTAN ALLMÄNT DRIFTSSTÖD**

Företag	Intäkter tkr	Driftsstöd tkr	Kostnader tkr	Rörelse- resultat tkr	Finans- netto tkr	Netto- resultat tkr	Brutto- marginal %	Netto- marginal %	Soliditet %	Upplaga 2014 1000 ex
Aftonbladet	2 026 703	0	1 840 870	185 833	51 877	237 710	9,2	11,7	52	u.s.
Dagens Industri (T+A)	880 184	0	710 258	169 926	-6 084	163 842	19,3	18,6	4	89,1
Dagens Nyheter (T+A)	1 905 759	0	1 738 192	167 567	-1 131	166 436	8,8	8,7	44	u.s.
Expressen	1 319 100	0	1 306 774	12 326	-5 335	6 991	0,9	0,5	23	157,3
Sydsvenska Dagbladet AB (T+A)	884 499	0	961 368	-76 869	-3 535	-80 404	-8,7	-9,1	26	95,0
<b>Summa</b>	<b>7 016 245</b>	<b>0</b>	<b>6 557 462</b>	<b>458 783</b>	<b>35 792</b>	<b>494 575</b>				
<b>SAMTLIGA SUMMA</b>	<b>17 425 764</b>	<b>459 034</b>	<b>17 410 215</b>	<b>474 583</b>	<b>-49 727</b>	<b>424 856</b>				

## ANMÄRKNING TILL BILAGA 1

Redovisat företagsnamn	Inkluderade tidningar – anmärkningar
AB Nya Länstidningen Östersund	Länstidningen Östersund och Tidningen Härjedalen.
AB Skånska Dagbladet	Skånska Dagbladet och Norra Skåne.
AiP Media AB	Aktuellt i Politiken, Stockholms-Tidningen och Ny Tid Göteborgsområdet.
Eskilstuna-Kuriren	EKM Försäljnings AB är försäljningsbolag till Eskilstuna-Kuriren Media AB och tidningarna Folket och Katrineholms-Kuriren.
ETC-bolagen	ETC (ETC Konsultation AB), Dagens ETC (ETC Förlag AB), ETC lokaltidning Malmö (ETC lokaltidning i Malmö AB), ETC lokaltidningen Bergslagen (ETC lokaltidning i Bergslagen AB), ETC lokaltidningen Göteborg (ETC lokaltidning i Göteborg AB), ETC lokaltidning Stockholm (ETC lokaltidning i Stockholm AB), ETC lokaltidning Örebro (ETC lokaltidning i Örebro AB) och ETC lokaltidning Jönköping (ETC lokaltidning i Jönköping AB).
Fria Tidningar Ek. Förening	Fria Tidningen, Stockholms Fria Tidning, Göteborgs Fria Tidning, Östhammars Nyheter, Skånes Fria Tidning, Landets Fria Tidning, Nyhetstidningen på lätt svenska och Sesam öppnar dörrar.
Gota Media AB	Borås Tidning, Barometern-OT, Blekinge Läns Tidning och Smålandsposten.
Gotlands Media AB	Gotlands Tidningar och Gotlands Allehanda. Driftsstödsbeloppet har justerats, då årsredovisningens uppgift visat sig vara felaktig.
Hallpressen AB	Jönköpings-Posten, Smålands-Tidningen, Tranås Tidning, Småläningen, Vetlanda Posten, Värnamo Nyheter, Skaraborgs Läns Tidning, Falköpings Tidning och Västgötabladet.
Helsingborgs Dagblad	Helsingborgs Dagblad, Landskrona Posten och Nordvästra Skånes Tidningar. Resultatet avser perioden 2014-01-01 – 2014-07-15 i bolaget Pukslagaren i Helsingborg AB, därefter flyttas tidningsverksamheten till Sydsvenska Dagbladet AB.
Hemmets Vän	Resultatet avser perioden 2013-07-01 – 2014-06-30 för Litzon Press Förlags Aktiebolag.
Lysekilsposten AB	Lysekils-Posten och Orust Tjörn Tidningen. Avser det samlade resultatet för Lysekils Nya Tryckeri AB (2013-07-01 – 2014-06-30) och Lysekilsposten AB (2013-01-24 - 2014-06-30).
Länstidningen Värmlandsbygden	Resultatet avser perioden 2013-09-01 – 2014-08-31.
Länstidningen Östergötland	Resultatet avser perioden 2013-09-01 – 2014-08-31.
MittMedia	Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Dalarnas Tidningar, Hudiksvalls Tidning, Ljusdals-Posten, Söderhamns Kuriren, Ljusnan, Sundsvalls Tidning, Dagbladet i Sundsvall, Tidningen Ångermanland, Östersunds-Posten och Örnsköldsviks Allehanda.
Norrbottnens Media AB	Norrländska Socialdemokraten och Norrbottens Kuriren.
Nya Wermlands-Tidningens AB	Nya Wemlands-Tidningen, Arvika Nyheter, Säffle-Tidningen, Fryksdals-Bygden, Dalsläningen, Provinstidningen Dalsland, Hjo Tidning, Skaraborgs Allehanda, Mariestads-Tidningen, Karlskoga Tidning/Karlskoga-Kuriren, Filipstads Tidning, Enköpings-Posten och Nya Kristinehamns-Posten.
Orstidningar i Väst AB	Kungälv-Posten, Kungsbacka-Posten, Mölndals-Posten och Lokaltidningen Stenungsund.
Per Texta Förlag AB	Skärgården från Grisslehamn till Landsort och Suomen Uutisviikko.
Politiken.se	Resultatet avser perioden 2013-07-01 – 2014-06-30.
Skånemedias AB	Kristianstadsbladet, Trelleborgs Allehanda och Ystads Allehanda.
Smålandsbygdens Tidning	Resultatet avser kalenderåret 2014. 2013 avsågs perioden 2012-09-01 – 2013-08-31.
Stampen Local Media AB	Göteborgs-Posten, Bohusläningen, Strömstads Tidning, Hallands Nyheter, Hallandsposten och TTELA.
Sveagruppen Tidnings AB	Läns-Posten, Dalabygden, Gästriklands Tidning, Upplands Nyheter, Västmanlands Nyheter och Sörmlandsbygden.
Svepress i Vimmerby AB	Vimmerby Tidning/Linköpings Tidning/Kinda-Posten.
Sydsvenska Dagbladet AB	Fr.o.m. 2014-07-16 ingår även Helsingborgs Dagblad, Landskrona Posten och Nordvästra Skånes Tidningar i bolaget.
Sändaren	Resultatet för Sändaren har brutits ut ur Verbum AB:s årsredovisning.

Redovisat företagsnamn	Inkluderade tidningar – anmärkningar
Tidningar i Norr AB	Västerbottningen, Nord-Sverige, Västerbottens Mellanbygd och Lokaltidningen i Sorsele - Storuman - Vilhelmina - Dorotea - Åsele - Lycksele.
Tidningsbolaget Promedia i Mellan-sverige AB	NA, Arboga Tidning, Avesta Tidning, Bärgslagsbladet, Fagersta-Posten, Norrtelje Tidning, Sala Allehanda, VLT, Länstidningen i Södertälje och Nynäshamns Posten.
Tranås-Posten	Resultatet avser perioden 2013-09-01 – 2014-08-31.
Värmlands Folkblad Drift AB	Värmlands Folkblad och Karlstads-Tidningen.
Västerbottens-Kuriren Media AB	Annonsföretaget VK Mediehuset i Umeå AB inkluderar annons- och försäljnings-verksamhet för tidningen Folkbladet Västerbotten.
Östgöta Media AB	Östgöta-Correspondenten, Västerviks-Tidningen, Norrköpings Tidningar, Motala & Vadstena Tidning och Folkbladet Norrköping.
Östra Småland AB	Östra Småland och Nyheterna.

K = Koncern  
A = Annonssbolag  
T = Tidningsbolag

Upplagan redovisas för den i tabellen angivna tidningen. Finns flera tidningar inom samma bolag visas den totala upplagan.  
(Källa: TS Mediefakta AB)

## Bilaga 2. **Upplaga och hushållstäckning per tidning**

Tidning	Upplaga 2014 (tusental)	Hushållstäckning (%)
Aftonbladet	u.s.	u.s.
Aktuellt i Politiken	7,8	0,1
Alingsås Tidning/ Elfsborgs Läns Tidning	10,3	38,5
Arbetsbladet	17,1	12,7
Arbetaren	2,4	0,1
Arboga Tidning	2,8	42,6
Arvika Nyheter	10,2	62,3
Avesta Tidning	5,8	55,3
Barometern med Oskarshamns-Tidningen	39,5	49,0
Blekinge Läns Tidning/Sölvesborgs-Tidningen/Karlshamns Allehanda	31,8	48,2
Blekinge-Posten	2,4	6,4
Bohusläningen	24,5	46,1
Borås Tidning	40,0	49,2
Bulletinen Bas Blekinge	4,1	4,1
Bärgslagsbladet	6,2	39,9
Dagbladet Nya Samhället	6,4	9,3
Dagen	17,6	0,2
Dagens ETC	7,7	0,4
Dagens Industri	89,1	4,0
Dagens Nyheter	u.s.	u.s.
Dala-Demokraten A	9,8	6,5
Dala-Demokraten B	1,0	0,2
Dalabygden	3,0	1,4
Dalarnas Tidningar A	38,7	42,1
Dalarnas Tidningar B	9,4	0,1
Dalslänningen	6,6	72,0
Eesti Päevaleht – Estniska Dagbladet	1,5	0,1
Enköpings-Posten	8,5	43,0
Eskilstuna-Kuriren med Strengnäs Tidning	28,2	41,5
ETC	6,0	0,3
ETC Lokaltidning i Malmö (fd Efter Arbetet)	2,3	0,7
ETC Lokaltidning Stockholm	2,2	0,2
ETC Lokaltidning Örebro	2,2	2,0
ETC Lokaltidningen Bergslagen	1,7	20,3
ETC Lokaltidningen Göteborg	1,7	0,3
Expressen inklusive GT och Kvällsposten	157,3	2,4
Fagersta-Posten	5,5	50,8
Falköpings Tidning	7,6	48,5
Feministiskt Perspektiv	2,4	0,2
Filipstads Tidning – Värmlandsberg	3,4	54,9



Tidning	Upplaga 2014 (tusental)	Hushållstäckning (%)
Flamman	3,5	0,2
Folkbladet Norrköping	5,1	4,5
Folkbladet, Västerbotten	8,7	6,6
Folket	2,5	4,6
Fria Tidningen	4,9	0,2
Fryksdalsbygden	2,7	39,8
Gefle Dagblad	21,1	35,2
Gotlands Allehanda	7,9	31,1
Gotlands Tidningar	10,8	43,5
Gästriklands Tidning	1,7	1,1
Göteborgs Fria Tidning	2,2	0,6
Göteborgs-Posten	176,7	31,7
Hallands Nyheter	26,6	59,5
Hallandsposten	28,2	49,0
Haparandabladet/Haparannanlehti	3,7	45,5
Helsingborgs Dagblad med Nordvästra Skånes Tidningar och Landskrona Posten	64,0	39,8
Hemmets Vän	10,8	0,5
Hjo Tidning	1,8	42,4
Hudiksvalls Tidning	11,5	55,2
Härjedalen	5,6	61,8
Internationalen	2,0	0,1
Jönköpings-Posten/Smålands Allehanda	29,2	40,9
Kalmar Läns Tidning med Nybro Tidning	2,3	1,9
Karlskoga Tidning & Karlskoga-Kuriren	10,1	51,8
Karlstads-Tidningen	2,3	4,1
Katrineholms-Kuriren	10,3	50,0
Kristdemokraten	31,0	0,0
Kristianstadsbladet	25,5	52
Kungsbacka-Posten	4,4	14,5
Kungälv-Posten	9,9	53,9
Laholms Tidning	2,5	23,8
Landet Fria Tidning	1,7	0,0
Liberacion	2,2	0,1
Ljusdals-Posten	5,3	57,6
Ljusnan	9,8	54,5
Lokaltidningen i Sorsele m.fl.	3,4	15,2
Lokaltidningen Stenungsund	4,4	23,8
Lysekilsposten	2,3	28,3
Läns-Posten	3,5	1,8
Länstidningen, Södertälje	11,0	23,5
Länstidningen Värmlandsbygden	2,4	0,7
Länstidningen Östergötland	3,5	1,7
Länstidningen Östersund	9,8	15,7
Mariefreds Tidning med Måsen Nykvarn och Måsen Strängnäs	3,2	16,6
Mariestads-Tidningen	11,5	68,2

Tidning	Upplaga 2014 (tusental)	Hushållstäckning (%)
Marxist-Leninist-Proletären	3,2	0,3
Miljömagasinet Alternativet	2,1	0,1
Motala & Vadstena Tidning	8,7	40,0
Mölnadals-Posten	6,6	23,8
NA	46,5	36,8
NordSverige	3,2	4,6
Norra Halland	9,7	29,4
Norra Skåne	15,2	48,7
Norran	21,7	59,6
Norrbottnens-Kuriren	17,4	32,1
Norrköpings Tidningar	35,9	43,2
Norrländska Socialdemokraten	29,4	21,8
Norrtelje Tidning	13,3	50,4
NU Det liberala Nyhetsmagasinet	3,5	0,1
Ny Tid Göteborgsområdet	1,8	0,3
Nya Kristinehamns-Posten	7,1	59,1
Nya Lidköpings-Tidningen	23,5	72,4
Nya Tider	3,1	0,1
Nya Wermlands-Tidningen A	45,8	43,8
Nya Wermlands-Tidningen B		
Nyhetstidningen Inblick	4,9	1,1
Nyhetstidningen på lätt svenska	1,7	0,1
Nynäshamns Posten	6,7	50,8
Offensiv	2,4	0,2
Orust Tjörn Tidningen (fd Stenungsunds-Posten med Orust-Tjörn)	1,5	16,0
Ölandsbladet	7,7	81,0
Örnsköldsviks Allehanda	13,6	55,6
Östersunds-Posten	19,7	38,1
Östgöta Correspondenten	44,4	39,5
Östhammars Nyheter	1,7	17,2
Östran	8,8	9,4
Piteå-Tidningen	14,3	62,3
Politiken.se	u.s.	u.s.
Provinstitidningen Dalsland	4,1	63,6
Ruotsin Suomalainen	9,8	0,2
Sala Allehanda Östra Länstidningen	6,8	49,1
Sesam öppnar dörrar	1,6	0,1
Skånes Fria Tidning (ansluten Feb 2012)	1,6	0,2
Skånska Dagbladet	25,2	2,3
Skaraborgs Allehanda SLA	21,0	52,1
Skaraborgs Läns Tidning Skara Tidning	5,2	43,3
Skaraborgsbygden	9,8	13,6
SKÄRGÅRDEN från Grisslehamn till Landsort	5,3	0,3
Smålands Folkblad		
Smålands-Tidningen	5,0	51,3
Smålandsbygdens Tidning	2,4	0,9

Tidning	Upplaga 2014 (tusental)	Hushållstäckning (%)
Smålandsposten	34,2	51,1
Smålänningen	10,9	58,7
Stockholms Fria Tidning	1,9	0,3
Stockholms-Tidningen	2,2	0,2
Strömstads Tidning/N. Bohuslän	4,8	59,4
Sundsvalls Tidning	23,8	41,8
Suomen Uutisviikko	2,1	0,0
Svenska Dagbladet	157,8	10,3
Sydöstran Sydöstra Sveriges Dagblad	10,5	11,3
Sydsvenskan	95,0	25,1
Säffle-Tidningen Västra Värmland	5,2	68,5
Sändaren	6,6	0,1
Söderhamns-Kuriren	6,3	51,7
Södermanlands Nyheter	21,5	58,7
Sörmlandsbygden	3,5	4,0
Tempus	2,1	0,3
Tidningen Ångermanland	15,6	50,6
Tranås Tidning	4,4	37,5
Tranås-Posten	2,9	25,2
Trelleborgs Allehanda	8,3	41,9
TTELA Trollhättans Tidning, Elfsborgs Läns Allehanda	22,2	40,8
Uddevalla-Posten	1,6	6,0
Ulricehamns Tidning	8,2	69,9
Upplands Nyheter	2,2	0,9
Uppsala Nya Tidning	42,9	35,0
Vetlanda-Posten	7,0	53,4
Vimmerby Tidning/Linköpings Tidning/Kinda-Posten	11,4	67,9
VLT	31,3	38,7
Världen idag	6,1	0,6
Värmlands Folkblad A	14,1	9,3
Värmlands Folkblad B	1,4	0,6
Värnamo Nyheter	15,3	49,3
Västerbottens Mellanbygd	3,3	4,4
Västerbottens-Kuriren	30,7	42,1
Västerbottningen	3,2	1,0
Västerbygden – Tidningen Västsverige	2,1	0,6
Västerviks-Tidningen	10,2	61,1
Västgöta-Bladet	3,2	53,4
Västmanlands Nyheter	1,8	0,6
Växjöbladet/Kronobergaren	2,3	3,1
Ystads Allehanda	21,1	58,8

## Bilaga 3. Presstöd per tidning

### TIDNINGAR SOM BEVILJATS DRIFTSSTÖD 2006–2014 (TKR)

Tidning	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aktuellt i Politiken	2 762	2 762	2 035	4 141	4 701	4 701	4 141	4 141	4 141	4 141
Arbetarbladet	15 328	15 328	15 328	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861
Arbetaren	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 239	2 239	2 239	2 239
Arbetaren Zenit				2 910	970	2 239				
Blekinge-Posten	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	1 679	2 239	2 239	2 239
Broderskap	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	1 679			
Bulletinen Bas Blekinge	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910		2 910	2 910
Dagbladet	15 066	15 328	15 328	16 861	16 861	16 568	14 993	14 594	12 244	1 500
Dagen	15 328	15 328	15 237	16 861	16 861	15 857	15 040	15 921	15 628	16 309
Dagens ETC	2 035	2 035	2 035	2 910	2 239	2 239	1 679	1 679	7 689	9 094
Dalabygden	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 239	2 910	2 910	2 239	2 239
Dala-Demokraten	15 328	15 328	15 328	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	14 405
Eesti Päevaleht	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679
ETC lokaltidning Malmö (tidigare Efter Arbetet)				2 425	2 910	2 910	2 910	2 239	2 239	2 239
ETC (tidigare ETC.nu)			2 035	2 910	2 239	2 910	2 910	2 910	2 910	3 582
ETC lokaltidning Bergslagen						1 539	1 679	1 679	1 679	1 679
ETC lokaltidning Göteborg					1 539	1 959	2 239	2 239	2 239	1 679
ETC lokaltidning Stockholm				1 866	2 239	2 239	2 910	2 910	2 239	2 239
ETC lokaltidning Örebro				1 679	1 679	2 239	2 239	2 910	2 910	2 239
Feministiskt Perspektiv						1 679	1 679	1 259	1 819	2 686
Finnveden Fredag/ Extra	2 035	2 035	2 035	2 239						
Finnveden Västbo	2 035	1 357								
Flamman	2 035	2 035	2 035	2 239	2 910	2 910	2 239	2 910	2 910	2 910
Folkbladet Jönköping	2 035	2 035	1 357	1 679	1 679					
Folkbladet Östergötland	11 064	10 614	10 165	10 481	9 659	9 306	8 883	8 390	7 685	7 262
Folket	9 930	9 031	8 196	7 826	6 862	6 651	3 917	2 985	2 239	1 026
Fria Tidningen			1 526	2 910	4 182	4 298	4 298	4 298	4 298	3 492
Gotlands Allehanda	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Gotlands Tidningar	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Gästriklands Tidning	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679
Göteborgs Fria Tidning	2 035	2 035	2 035	1 679	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Haparandabladet	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Helsingen	2 035	2 035	2 035	840						
Hemmets Vän	4 030	4 030	4 030	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260
Incumbencia			509	2 239	2 239					
Internationalen	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	2 181
Kalmar Läns Tidning	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	1 679	2 239	2 239
Karlskoga-Kuriren	6 356	6 827	6 741	7 262	7 238	6 582				
Karlstads-Tidningen	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Kristdemokraten	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 239
Kungsbacka Posten	2 975	3 167	3 552	4 301	3 582	4 298	4 298	3 492	3 492	3 492

Tidning	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kungsbacka Tidning	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239				
Laholms Tidning	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	3 924			3 502
Landets Fria Tidning (tidigare Landet runt)					1 679	1 679	1 679	70	1 679	1 679
Liberacion	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Lokaltidningen Sorsele m.fl.							2 239	3 581	2 910	2 910
Lokaltidningen Stenungsund					2 910	3 492	3 492	3 492	3 492	3 492
Lysekilsposten	3 082	3 082	3 017	3 492	3 102	2 327	1 551	776	0	2 686
Läns-Posten	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Länstidningen Södertälje									15 557	14 782
Länstidningen Värmlands- Bygden	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Länstidningen Östergötland	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Länstidningen Östersund		15 328	15 328	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	15 628	13 560
Läsarnas Fria Tidning			2 035	2 239						
Miljömagasinet	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
M-L Poletären	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Mälardagbladet Måsen		2 035	2 035	2 239	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Mölnads-Posten	1 357	678		4 141	4 141	4 141	4 141	3 582	3 582	3 582
Nationell Idag				700	1 679	1 679	1 679	1 679	1 399	
Nord-Sverige	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Norra Halland							5 641	6 313	6 313	6 313
Norrländska Social- demokraten					16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861
NU	2 762	2 762	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Ny Tid Göteborgsområdet			2 035	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679
Nya Tider								1 888	2 239	2 910
Nyheterna	7 832	7 490	7 233	7 332	6 886	6 510				
Nyhetsidningen Inblick						1 698	2 910	2 910	0	2 910
Nyhetsidningen på lätt svenska				2 239	2 239	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679
Offensiv	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Orust Tjörn (f.d. Stenungsunds-Posten)	1 969	1 313	656	2 015	2 015	2 015	1 007	3 023	2 015	
Politiken.se		1 119	1 119	1 231	923	1 230	1 231	1 259	1 483	
Ruotsin Suomalainen	2 762	3 171	3 171	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260
Sesam	2 035	2 035	2 035	1 679	2 239	2 239	2 239	2 239	1 679	1 679
Sjuhäradsbygdens Tidning	1 357	678								
Skaraborgsbygden	2 035	2 035	2 035	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	5 260	4 701
Skånes Fria Tidning							1 434	2 717	2 239	1 679
Skånska Dagbladet	65 408	65 408	65 408	63 908	62 408	59 500	49 799	42 532	38 306	37 571
Skärgården	2 035	2 035	2 035	3 582	3 582	3 582	3 582	3 582	3 582	3 582
Skärgårdsnytt										
Smålands Folkblad						1 306	2 239	2 239	2 239	
Smålandsbygdens Tidning	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
ST Tidningen Torsdag Lördag			2 035	3 492						
Stockholms Fria Tidning	678	2 035	2 035	1 679	1 679	2 239	2 239	2 239	2 239	1 679
Stockholms Tidningen	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239

Tidning	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Suomen Uutisviikko								2 985	2 239	2 239
Svenska Dagbladet	65 408	65 408	65 408	63 908	62 408	59 500	56 600	53 700	50 800	47 900
Sydöstran	15 328	15 328	15 328	16 861	16 861	15 769	14 523	14 664	14 100	13 513
Sändaren						4 701	4 701	4 141	3 582	3 582
Sörmlandsbygden	2 035	2 035	2 035	2 239	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Tempus	2 035	2 035	2 035	1 679	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Tranås-Posten	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Uddevalla-Posten	2 035	2 035	2 035	1 679	2 239	2 239	1 679	1 679	1 679	1 679
Upplands Nyheter	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Uppsala Demokraten					1 399	1 679				
Uppsala Fria Tidning				840	1 679					
Viikkoviesti/Ruotsin Sanomat										
Världen idag	5 393	5 842	5 521	6 110	5 805	5 546	5 193	4 724	4 442	4 324
Värmlands Folkblad	15 328	15 328	15 328	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861	16 861
Västerbottens Folkblad	15 328	15 328	15 328	16 861	16 861	16 861	16 332	15 228	13 254	12 247
Västerbottens Mellanbygd					2 239	2 239	2 239	2 910	2 910	2 910
Västerbottningen	2 035	2 035	2 035	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910	2 910
Västerbygden	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	1 679	2 239	2 239	1 679
Västmanlands Folkblad										
Västmanlands Nyheter	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679	1 679
Växjöbladet/Kronobergaren	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	1 679	2 239	2 239
Ölandsbladet	2 035	2 035	2 035	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239	2 239
Örebro-Kuriren										
Östhammars Nyheter	2 035	2 035	2 035	1 679	1 679	1 679	2 239	2 239	2 239	1 679
Östra Småland	15 066	14 424	13 846	14 147	13 231	12 549	14 758	14 758	13 043	11 821
<b>Summa</b>	<b>412 870</b>	<b>429 467</b>	<b>431 843</b>	<b>486 497</b>	<b>501 899</b>	<b>499 958</b>	<b>472 181</b>	<b>457 952</b>	<b>463 630</b>	<b>436 978</b>

*\*Observera att driftsstödet för 2015 är preliminärt. Slutligt beslut om driftsstöd för 2015 fattas i september. Det är möjligt för tidningar som ej haft driftsstöd att söka stöd under 2015 varför totalsumman för 2015 kan ändras något.*

**DISTRIBUTIONSSTÖD PER TIDNING 2013 OCH 2014 (KR)**

Tidning	2013	2014
Alingsås Tidning	160 310	153 064
Arbetarbladet	684 643	593 716
Arvika Nyheter	156 583	148 003
Avesta Tidning	100 297	96 073
Barometern	1 117 813	1 098 307
Blekinge Läns Tidning	914 720	906 864
Blekinge-Posten	10 037	11 196
Bohusläningen	776 255	739 080
Borlänge Tidning	250 436	228 201
Borås Tidning	1 313 865	1 267 065
Bärgslagsbladet	279 526	274 582
Dagbladet	265 558	185 163
Dagen	30 679	29 683
Dagens ETC		105 591
Dagens Industri	1 460 250	1 504 445
Dagens Nyheter	5 054 715	4 645 978
Dalabygden	7 968	9 480
Dala-Demokraten	366 405	302 119
Dalslänningen	39 977	37 812
Enköpings-Posten	261 033	238 102
Eskilstuna-Kuriren	817 643	802 687
ETC		20 535
Expressen	361	329
Fagersta-Posten	92 527	90 022
Falköpings Tidning	161 745	151 575
Falu-Kuriren	641 645	588 056
Filipstads Tidning	48 763	49 685
Folkbladet Östergötland	163 050	153 474
Folket	12 711	12 059
Fria Tidningen	9 569	2 500
Fryksdals-Bygden	28 454	25 723
Gefle Dagblad	794 776	726 016
Gotlands Allehanda	238 406	226 841
Gotlands Tidningar	329 146	316 122
Gästriklands Tidning	3 221	4 524
Göteborgs-Posten	3 436 430	3 287 669
Hallands Nyheter	788 751	752 340
Hallands Posten	823 091	797 348
Haparandabladet	31 577	30 683
Helsingborgs Dagblad	1 933 228	1 731 343
Hemmets vän	11 177	11 038
Hjo Tidning	18 187	16 505
Hudiksvalls Tidning	365 747	335 986
Härjedalen	13 313	12 070
Jönköpings-Posten	899 209	850 676

Tidning	2013	2014
Kalmar Läns Tidning	11 241	12 304
Karlskoga Tidning	199 776	190 081
Karlskoga-Kuriren	115 422	107 704
Karlstads-Tidning	11 430	11 312
Katrineholms-Kuriren	307 684	298 194
Kristianstadsbladet	770 632	757 983
Kungsbacka-Posten	48 296	44 533
Kungälvsposten	102 822	98 254
Laholms Tidning	81 112	74 622
Ljusdals-Posten	165 388	151 899
Ljusnan	314 032	287 716
Lokaltidningen Sorsele m.fl.	8 538	11 388
Lokaltidningen Stenungsund	47 313	45 282
Lysekilsposten	46 155	41 061
Länsposten Örebro	7 992	2 988
Länstidningen Södertälje	347 141	309 190
Länstidningen Östergötland	15 883	15 661
Länstidningen Östersund	336 415	286 238
Mariefreds Tidning	508	14 022
Mariestads-Tidningen	292 208	267 955
Mora Tidning	139 656	127 935
Motala Tidning	266 030	262 875
Mölnalds-Posten	32 945	33 413
Nerikes Allehanda	1 434 336	1 371 425
Norrbottnens-Kuriren	523 540	498 064
Nordsverige	11 787	12 232
Norra Halland	98 206	97 016
Norra Skåne	482 222	438 784
Norra Västerbotten	666 486	615 582
Norrköpings Tidningar	1 032 157	995 624
Norrländska Socialdemokraten	830 340	807 067
Norrskensflamman	1 415	1 102
Norrtelje tidning	347 610	299 124
Nya Kristinehamns-Posten	108 649	102 968
Nya Lidköpings Tidning	372 514	365 937
Nya Ludvika Tidning	219 055	200 303
Nya Wermlands Tidningen	1 190 987	1 131 083
Nynäshamns-Posten		59 975
Orust Tjörn Tidningen	14 628	14 082
Piteå-tidningen	417 847	408 965
Provinstitidningen Dalsland	58 593	54 771
Sala Allehanda	114 250	115 334
Skaraborgs Allehanda	639 135	588 741
Skaraborgs Läns Tidning	112 202	99 790
Skaraborgsbygden	48 937	45 738



<b>Tidning</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Skånska Dagbladet	854 115	791 935
Smålands Posten	993 099	964 308
Smålands Tidning	788 547	725 509
Smålandsbygdens Tidning	10 432	10 667
Smälänningen	285 686	264 689
Stockholms Fria Tidning	10 373	3 603
Strömstads Tidning	70 539	67 594
Sundsvalls Tidning	815 672	768 192
Svenska Dagbladet	3 156 220	2 809 504
Sydsvenska Dagbladet	2 242 416	2 072 799
Sydöstran	307 520	315 002
Säffle tidning	74 497	70 765
Söderhamns-Kuriren	202 186	184 181
Södermanlands Nyheter	707 262	639 231
Södra Dalarnes Tidning	139 395	124 734
Sörmlandsbygden	19 567	12 525
Tempus	317	307
Tidningen Ångermanland	514 156	462 554
Trelleborgs Allehanda	261 138	245 895
TTELA	725 300	665 015
Uddevalla Posten	7 731	7 835
Ulricehamns Tidning	119 681	119 584
Upplands Nyheter	5 651	4 447
Upsala Nya Tidning	1 454 783	1 374 696
Vestmanlands läns tidning	931 049	873 043
Vimmerby Tidning	336 247	330 282
Världen Idag	34 515	32 036
Värmlands Folkblad	455 720	436 213
Värmlandsbygden	6 616	6 691
Värnamo Nyheter	327 412	302 155
Västerbottens Folkblad	276 149	243 961
Västerbottens Kuriren	853 191	825 543
Västerbottens Mellanbygd	16 016	16 864
Västerbottningen	5 272	5 628
Västerbygden	6 983	7 229
Västervikstidningen	317 018	300 225
Västgötabladet	67 687	63 561
Västmanlands Nyheter	3 512	1 079
Växjöbladet	10 288	10 834
Ystads Allehanda	672 276	632 191
Ölandsbladet	104 038	105 168
Örnsköldsviks Allehanda	449 424	396 823
Östersunds-Posten	624 851	555 685
Östgöta-correspondenten	1 265 976	1 207 570
Östhammars Nyheter	497	2 011
Östran	308 174	278 515
<b>SUMMA</b>	<b>58 145 760</b>	<b>54 652 640</b>

## Bilaga 4. Presstödet per budgetår 1969/70–2014 (Mkr)

År	Produktions- bidrag	Etablerings- stöd	Utvecklings- stöd	Samverkans- bidrag	Samdistribu- tionsrabatt	Lån ur pressens lånefond
1969/70					1,4	24,2
1970/71					5,8	14,7
1971/72	36				10,2	15,4
1972/73	65,5				21,2	5
1973/74	67				22,8	21,8
1974/75	96,5				23,3	13,1
1975/76	100,7				24,2	4,2
1976/77	138,5	2,6	6	1,5	25	16
1977/78	156	1,8	7,2	2,2	52,9	4,6
1978/79	194	2,3	3,2	0,5	62,8	5
1979/80	216,9	3,3	5,4	1	64,1	10,5
1980/81	226,1	1,7	8,8	3,2	63,8	24,3
1981/82	262,6	2,5	4,8	2,1	56,9	2,5
1982/83	298,6	2,8	8,4	1,2	56,3	11,7
1983/84	363,3	3,7	1,7	0,4	56,8	3,9
1984/85	370,8	0,3	7,2	0,2	56,5	8,5
1985/86	369,8	0	2,4	0	57,5	12,5
1986/87	386,7	1,1	7,7	2	57,6	11,6
1987/88	375,5		4,8	1	58,4	11,2
1988/89	408,4		5,8	1,3	58,5	2,8
1989/90	402,5		5,2	3,5	59,5	201,5

Forts. Bilaga 4. Presstödet per budgetår 1969/70–2014 (Mkr)

År	Driftsstöd	Utvecklingsstöd	Distributionsstöd	Distributionsstöd lördagar
1990/91	439,1	24,6	82,4	
1991/92	431,2	34,4	79,5	
1992/93	421,7	30,3	72,3	
1993/94	425,4	18,8	73,1	
1994/95	411,4	3,1	73	
1995/96	850,7	1,8	103	
1997	467,4	0,5	68,5	
1998	469,2		73,8	
1999	454,2		73,1	
2000	438,8		74,9	
2001	420,9		76,1	
2002	410,7		75,5	
2003	412,6	13,4	73,8	10,9
2004	420,6	11,9	74,2	9,5
2005	417,3	4,4	73,7	9,4
2006	429,6		73	9,8
2007	433,4		72,2	
2008	432,5		70,3	
2009	483		68	
2010	502,8		66,8	
2011	499,8		65,4	
2012	474		61,3	
2013	459,9		57,6	
2014	463,6		55,4	

Anm. Det statliga budgetåret 1995/96 omfattade 18 månader och avser driftsstöd för två kalenderår, 1995 och 1996. I bilaga 4 redovisas utbetalat stöd, i bilaga 3 beviljat stöd.

## Bilaga 5. Underlaget

Eftersom de svenska dagstidningsföretagens verksamhet i huvudsak avser dagstidningsutgivning, utgör årsredovisningarna i de flesta fall ett tillräckligt underlag för detaljerade analyser av dagspressens ekonomi. I några fall torde dock till exempel ett lönsamt civiltryckeri eller en lönsam fastighetsrörelse ge en för positiv bild av tidningsutgivningens ekonomi eller kanske rent av dölja att den inte går ihop. De senaste årens satsningar på till exempel radio, television och internet kan också inverka på tidningsrörelsens resultat utan att det av årsredovisningen framgår på vilket sätt och i vilken omfattning. Ett ökande antal tidningsföretag har på senare år av skatteskal gjort annonsavdelningen till ett dotterbolag. I ett antal fall har därför det separata annonsbolagets resultat inkluderats i tidningens resultat i en strävan efter att redovisa ett verkligt resultat. I vissa fall har koncernen valts som analysnivå med följd att även annan verksamhet inkluderats. Sammanläggningar av tidningar i större enheter omöjliggör jämförelser på tidningsföretagsnivå. I bilaga 1 markeras vilket resultat som använts genom ett K för koncernresultat, ett T för tidningsföretagets resultat och ett A för annonsbolagets resultat.

Inför redovisningen av dagspressens ekonomi 1996 gjordes några ändringar med anledning av den praxis som utvecklats i branschen. När det gäller intäkterna räknas driftsstödet till rörelseintäkterna men redovisas separat. När det gäller kostnaderna använder vi oss av företagets uppgifter om planenliga avskrivningar. De ingår i rörelsekostnaderna.

Lönsamhetsmåttan har anpassats till de nya regler som gäller. Med bruttomarginal avses rörelseresultatet inklusive avskrivningar i förhållande till rörelseintäkterna och med nettomarginal resultat efter finansnetto i förhållande till rörelseintäkterna. Soliditet är redovisat eget kapital plus obeskattade reserver minus 22 procent schablonskatt i förhållande till balansomslutningen.

## Bilaga 6. Lönsamhetstabeller

### DAGSTIDNINGSFÖRETAGENS BRUTTOMARGINAL 1976–2014

År	Procent
1976	3,7
1977	4,0
1978	3,0
1979	4,1
1980	3,4
1981	1,6
1982	5,9
1983	6,0
1984	7,3
1985	7,6
1986	7,0
1987	9,8
1988	10,1
1989	7,8
1990	6,1
1991	8,8
1992	8,8
1993	9,5
1994	8,0
1995	7,3
1996	5,1
1997	3,5
1998	5,1
1999	5,9
2000	7,3
2001	3,2
2002	2,6
2003	4,4
2004	5,5
2005	6,3
2006	9,0
2007	8,1
2008	5,0
2009	1,0
2010	6,3
2011	5,1
2012	2,4
2013	-0,8
2014	0,9

### DAGSTIDNINGSFÖRETAGENS NETTOMARGINAL 1976–2014

År	Procent
1976	2,3
1977	3,5
1978	3,4
1979	3,8
1980	3,3
1981	1,4
1982	5,2
1983	5,4
1984	6,6
1985	7,6
1986	6,4
1987	9,1
1988	9,0
1989	7,4
1990	6,3
1991	7,6
1992	8,1
1993	6,8
1994	6,4
1995	4,7
1996	2,2
1997	5,3
1998	6,4
1999	7,1
2000	7,2
2001	4,3
2002	2,3
2003	6,2
2004	6,9
2005	7,6
2006	12,0
2007	9,4
2008	5,5
2009	1,6
2010	8,3
2011	7,6
2012	5,2
2013	0,2
2014	1,9

## Bilaga 7. Den svenska marknaden för tidningsdistribution

Den svenska tidningsdistributionsbranschen präglas på samma sätt som tidningsbranschen i allmänhet av den pågående strukturomvandlingen på den svenska tidningsmarknaden, där allt färre hushåll väljer att hålla sig med en prenumererad dagstidning. I takt med att de tryckta upplagorna faller ökar den relativa kostnaden för distributionen av tidningar. Verksamhetsåret 2014 har också präglats av arbetet med att möta utvecklingen med fallande volymer. Kostnadsbesparande åtgärder i form av exempelvis distriktsomläggningar och mer slimmade utdelningsorganisationer har kombinerats med satsningar inom nya verksamhetsområden.

När det gäller branschens sammansättning kan två förändringar noteras jämfört med fjolåret. I slutet av 2013 bildades bolaget Bring Citymail Stockholm KB, efter en sammanslagning av tidigare Pressens Morgontjänst KB för morgontidningar och Bring Citymail Swedens Stockholmsverksamhet för postdistribution. Det nya bolaget ägs till 50 procent av Bring Citymail Sweden AB, vars yttersta ägare är Posten Norge AS, och till 25 procent vardera av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. I början av 2014 bildades Norrbottens Media Distribution AB. Bolaget, som är ett helägt dotterbolag till Norrbottens Media AB (NTM-koncernen), övertog den 1 mars all distributionsverksamhet i Norrbotten från Tidningstjänst AB. I och med de här båda förändringarna omfattar den svenska tidningsdistributionsbranschen tio företag.

De samlade intäkterna för de tio företagen uppgick under 2014 till 3 706 mkr (se tabell 1). Det är en överskattning av tidningsdistributionens faktiska

**TABELL 1. De svenska tidningsdistributionsföretagen, intäkter och resultat, 2014 (tkr)**

	Intäkter	Bruttoresultat	Nettoresultat	Bruttomarginal, %	Nettomarginal, %
Tidningstjänst AB	1 489 505	13 723	19 986	0,9	1,3
Västsvensk Tidningsdistribution AB	629 930	-1 022	563	-0,2	0,1
Pressens Morgontjänst KB*	519 961	-21 779	-20 589	-4,2	-4,0
Prolog KB	334 586	15 402	15 667	4,6	4,7
NTM Distribution AB	216 940	42 703	42 702	19,7	19,7
Bring Citymail Stockholm KB**	158 232	-7 173	-7 176	-4,5	-4,5
Uppsala Nya Tidning Distribution AB	132 488	19 275	19 614	14,5	14,8
Herenco Distribution AB	119 170	6 721	6 739	5,6	5,7
Norrbottens Media Distribution AB	70 895	217	211	0,3	0,3
Tidningsservice i Nyköping AB	34 000	3 841	3 892	11,3	11,4
<b>Summa</b>	<b>3 705 707</b>	<b>71 908</b>	<b>81 609</b>		

*Kommentar:*

*\* Delar av verksamheten har under året flyttats till Bring Citymail Stockholm KB.*

*\*\*Bolaget är nystartat.*

*Verksamhetsåret omfattar perioden 2013-11-13 till 2014-12-31.*

*Källa: Företagens årsredovisningar.*

omsättning, eftersom flera av bolagen också bedriver andra typer av distributionsverksamhet, exempelvis gratistidningar, direktreklam, post och brev. Distributionsföretagen särredovisar i allmänhet inte intäkterna från tidningsdistributionen, varför det utifrån företagets bokslut inte går att göra en exakt bedömning av marknadens samlade försäljningsvolym.

Av de sju bolag som tillåter en jämförelse med 2013 sjönk omsättningen för fyra. Det samlade rörelseresultatet för bolagen i gruppen uppgick till 71,9 mkr, medan resultatet efter finansiella poster slutade på 81,6 mkr. Den genomsnittliga bruttomarginalen (medianen) slutade därmed på 2,8 procent och nettomarginalen på 3,0 procent. Lönsamheten bland distributionsföretagen var alltså något högre än den för tidningsföretagen.

Av de tio bolagen i gruppen redovisade samtliga utom tre svarta siffror. Högst lönsamhet hade bolagen NTM Distribution AB och Upsala Nya Tidning Distribution AB, vilka båda ingår i NTM-koncernen. Bruttomarginalen uppgick här till 19,7 respektive 14,5 procent. Sämst gick det för det nystartade Bring Citymail samt Pressens Morgontjänst, vilka fick vidkännas bruttomarginaler på -4,5 respektive -4,2 procent.

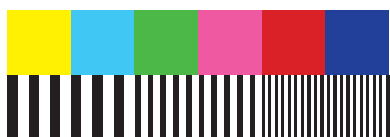








# myndigheten för radio och tv



---

Myndigheten för radio och tv  
Box 33  
121 25 Stockholm-Globen  
Tel. 08-580 070 00  
[www.mrtv.se](http://www.mrtv.se)