

Tilsyn med medieeierskap 2007

Faktaboks 1:

I henhold til medieeierskapsloven skal Medietilsynet:

- Føre tilsyn med markeds- og eierforhold i dagspresse, fjernsyn, radio og elektroniske medier
- Bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier

Faktaboks 2

Medietilsynet vurderte 15 erverv etter medieeierskapsloven i 2007. De fleste sakene kunne avsluttes uten at det ble gjort vedtak. Én sak ble forhåndsklarert etter medieeierskapsloven; ProSiebenSat1s kjøp av SBS Broadcasting Norge AS. Videre har tilsynet registrert tolv etableringer av medier som kan omfattes av medieeierskapsloven, og sju nedleggelse.

Faktaboks 3

Eierskapsbegrensningene i medieeierskapsloven:

§ 10. *Nasjonale eierskapsbegrensninger*

Betydelig eierstilling i mediemarkedet nasjonalt anses normalt å foreligge

- a) ved kontroll av en andel på 1/3 eller mer av det samlede dagsopplaget for dagspressen,
- b) ved kontroll av en andel på 1/3 eller mer av de samlede seertall for fjernsyn,
- c) ved kontroll av en andel på 1/3 eller mer av de samlede lyttertall for radio.
- d) ved kontroll med en andel på 30 prosent eller mer i ett av mediemarkedene nevnt i bokstav a, b eller c og 20 prosent eller mer i ett av de andre mediemarkedene nevnt i bokstav a, b eller c,
- e) ved kontroll med en andel på 20 prosent eller mer i ett, 20 prosent eller mer i ett annet og 20 prosent eller mer i et tredje av mediemarkedene nevnt i bokstav a, b eller c, eller
- f) når et foretak som kontrollerer 10 prosent eller mer i ett av mediemarkedene nevnt i bokstav a, b eller c blir eier eller deleier i et foretak som inngår i en annen gruppering med kontroll over 10 prosent eller mer innenfor samme mediemarked (krysseierskap).

§ 10. *Regionale eierskapsbegrensninger*

Betydelig eierstilling i mediemarkedet regionalt anses normalt å foreligge ved kontroll med en andel på 60 prosent eller mer av det samlede dagsopplaget av region- og lokalaviser i en medieregion.

Oversikt

Norsk presse domineres av aktørene Schibsted, Edda Media og A-pressen. Innenfor TV er NRK den desidert største aktøren, mens TV 2 er størst blant de kommersielle kanalene. Også når det gjelder radio er NRK klart største eier, mens MTG er den klart største kommersielle aktøren gjennom sitt eierskap i P4.

På avissiden var året 2007 i stor grad preget av en enkeltsak – Media Norge-saken (se omtale i Medietilsynets årsmelding for 2007¹). Også andre oppkjøp er verdt å merke seg. Fagforbundet

¹ <http://www.medietilsynet.no/no/Oppslag/Horinger-og-kunngjoringer/Arsmeldinger/>

og forlagene Oktober og Pax kjøpte til sammen 23 prosent av aksjene i *Klassekampen*. Avisa *Dagen* kjøpte 34 prosent av aksjene i *Magazinet*, hvilket la grunnlaget for at det i desember ble vedtatt at de to kristne avisene skulle fusjoneres. *Sunnmørsposten* kjøpte 65 prosent av aksjene i Ørsta-avisa *Møre-Nytt*. Mecom kjøpte 7,13 prosent av aksjene i avisa *Østlendingen* av en lokal eier (Terje Austad) og har etter dette en samlet aksjepost på 66,9 prosent i avisa. Orkla-konsernet solgte sine 19,97 prosent av aksjene i det britiske medieselskapet Mecom til et britisk meglerhus

Innenfor kringkasting var den største saken at ProSiebenSat1 kjøpte 100 prosent av aksjene i SBS Broadcast Norge AS. Dette ga det tyske selskapet kontroll med TVNORGE, samt med en rekke lokalradiostasjoner i storbyene (Radio 1 og The Voice).

Når det gjelder fjernsyn, kjøpte Tidens Krav AS 36 prosent av aksjene i Mediegruppen Møre, holdingselskapet som eier lokal-TV-kanalene TV Nordvest og TV Sunnmøre. En rekke nye TV-kanaler rettet mot et norsk publikum, startet sendingene i 2007. TV 2 SPORT ble lansert i mars. Kanalen er eid av TV 2 Zebra, som igjen er eid av Telenor og TV 2 Gruppen. I forbindelse med åpningen av det digitale bakkenettet i september, ble tre nye kanaler lansert. NRK, SBS Broadcast Norge og Modern Times Group (MTG) begynte sendingene for hver sin nye kanal – henholdsvis NRK3, FEM og Viasat 4. MTG la samtidig ned kanalen ZTV.

På radiosiden var høsten 2007 preget av mange spekulasjoner rundt et mulig salg av Kanal 24, og rett før årsskiftet ble det kjent at SBS Radio skulle kjøpe 77 prosent av aksjene i kanalen fra eieren TV 2. Haugesunds Avis AS kjøpte Karmøy kommunes aksjepost på 10 prosent i Radio 102, og eier etter dette 97 prosent av aksjene i radiostasjonen. Edda Media solgte stasjonen Radio Tango til Appelsin Media AS. Seks nærradioer la ned virksomheten i løpet av årets to siste måneder.

Innenfor nettmediene kan det nevnes at styret i TV 2 Gruppen vedtok å danne et nytt nettselskap sammen med TV 2s eiere Egmont og A-pressen. Videre startet TV 2 og A-pressen i fellesskap *derdubor.no*, en superlokal søketjeneste. ABC Startsidene etablerte en ny nyhetstjeneste; *overblikk.no*. I behandlingen av Media Norge-saken, var Schibsteds sterke eierposisjon innenfor elektroniske medier ett av momentene tilsynet la til grunn for beslutningen om å gripe inn mot fusjonen. Schibsted eier blant annet *vg.no*, som er Norges største nettmedium regnet i antall unike brukere per uke. Andre store nettaviser i Schibsteds portefølje er *aftenposten.no*, næringslivsmagasinet *E24.NO* og *bt.no*.

Dagspresse på nasjonalt plan

Det totale dagspresseopplaget for 2007 er i henhold til Medietilsynets beregninger 2 925 558². Dette representerer et fall på 30 460 siden 2006. En viktig årsak til at fallet er relativt beskjedent, er blant annet at syv nye aviser er tatt med i beregningene for 2007. Generelt fant det sted en nedgang i opplagstallene for en del aviser, spesielt for løssalgsavisene og enkelte riks- og regionsaviser. Det samlede opplagsfallet for disse avisene var imidlertid mye mindre dramatisk enn i 2006; for eksempel falt *VG* med ca. 6 000 og *Dagbladet* med nærmere 11 000, mot henholdsvis 30 000 og 17 000 året før.

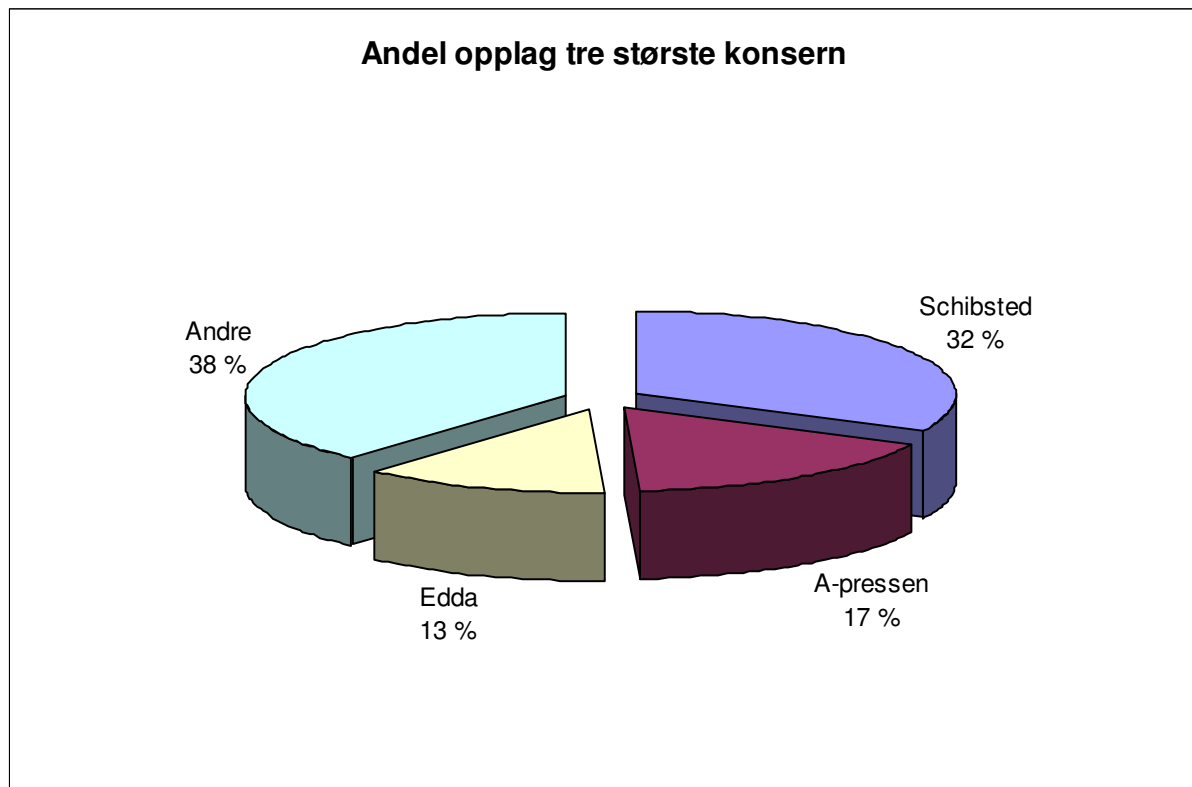
² Beregningene baserer seg på godkjente opplagstall fra MBL og LLA, samt opplagstall innhentet direkte fra aviser som ikke er medlem i disse organisasjonene (gjelder gratisaviser).

På den andre siden opplevde mange riks- og regionsaviser og det store flertall av de mindre lokalavisene, en økning opplaget. *Aftenposten* (morgenutgaven) opplevde en vekst på drøyt 1 500 aviser, og *Dagens Næringsliv* økte sitt opplag med nesten 5 000.

Til sammen faller 237 aviser inn under avisdefinisjonen Medietilsynet legger til grunn for sitt arbeid³, mens tallet for 2006 var 230. Gratisaviser som er tatt inn i beregningene siden fjoråret, er *Gjøviks Blad*, *Karmøybladet* og *Lillehammer Byavis*. Videre er fire nye betalaviser tatt inn i beregningene; *Ås Avis*, *Vestbyavisa*, *Våganavisa* og *Friheten*. Ingen aviser ble nedlagt i 2007, og ingen aviser er tatt ut av beregningene. En oversikt over avisene finnes på www.medieregisteret.no.

Som figur 1 viser, er Schibsted den største aviseieren i Norge, med kontroll over ca. 32 prosent av dagspresseopplaget i 2007. Samlet kontrollerer Schibsted, A-pressen og Edda Media 62 prosent av det totale dagspresseopplaget, en oppgang på ett prosentpoeng i forhold til 2006. Det er Schibsted som står for denne økningen, som i stor grad skyldes oppkjøpet i *Stavanger Aftenblad* i februar 2007 (se omtale av Media Norge-saken i Medietilsynets årsmelding for 2007⁴). For Edda og A-pressens del er tallene uendret fra året før.

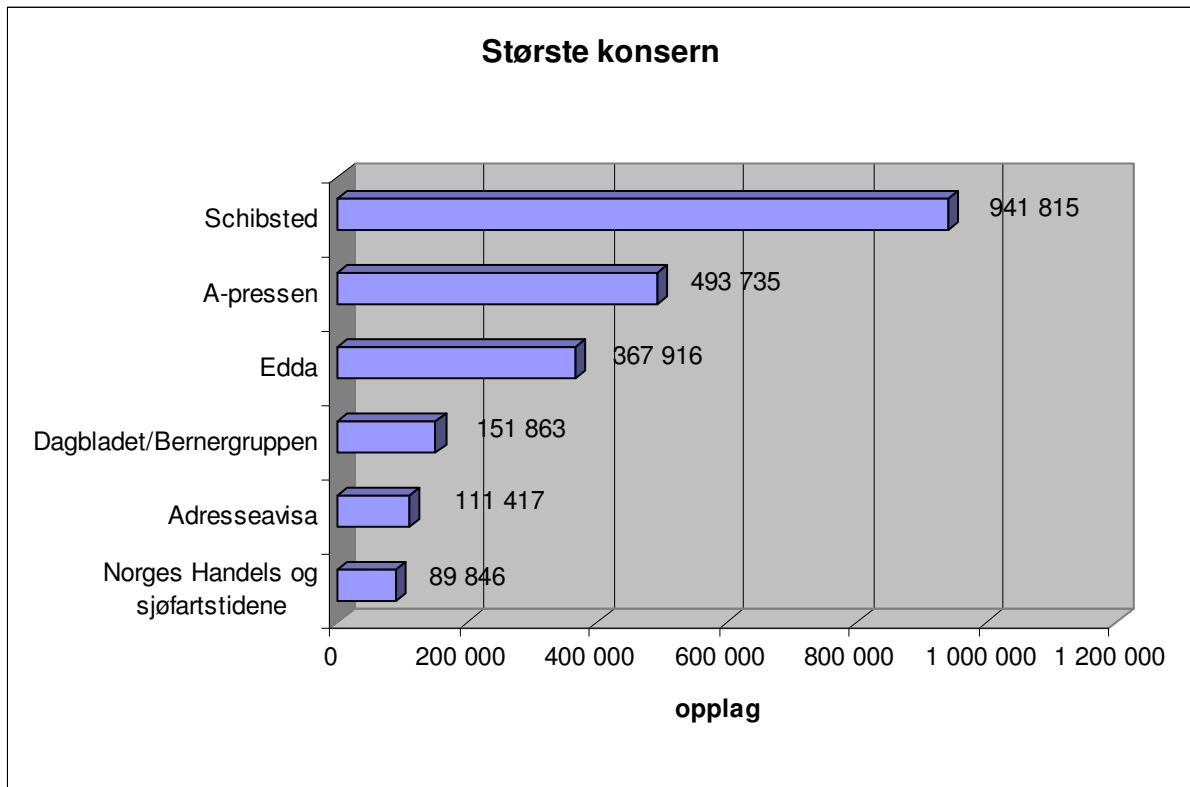
Fig. 1



³ Se Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i medier, pkt. 2. Opplaget til gratisaviser deles på tre i beregningen av dagspresseopplag.

⁴ <http://www.medietilsynet.no/no/Oppslag/Horinger-og-kunngjoringer/Arsmeldinger/>

Fig. 2



Figur 2 viser at etter Schibsted, A-pressen og Edda, følger henholdsvis Bernergruppen, Adresseavisa og Norges Handels og Sjøfartstidende (NHST Media Group AS) som de største aviskonsernene i Norge. Bernergruppen eier *Dagbladet*, og NHST *Dagens Næringsliv*. NHST har også en eierandel på ca. 60 prosent i IntraFish Media AS, som igjen eier avisa *Fiskaren*. Videre er Bernergruppen største enkeltaktør i NHST Media Group AS, med en eierandel på ca. 21 prosent.

På nivået over disse konsernene igjen, finner vi de største bakenforliggende eierne Blommenholm industrier, Telenor Broadcast og LO (figur 3). Telenor og LO har for eksempel hver en eierpost på ca. 45 prosent i A-pressen. Blommenholm Industrier eier ca. 26 prosent av Schibsted og kontrolleres av Tinius-stiftelsen.

Fig. 3

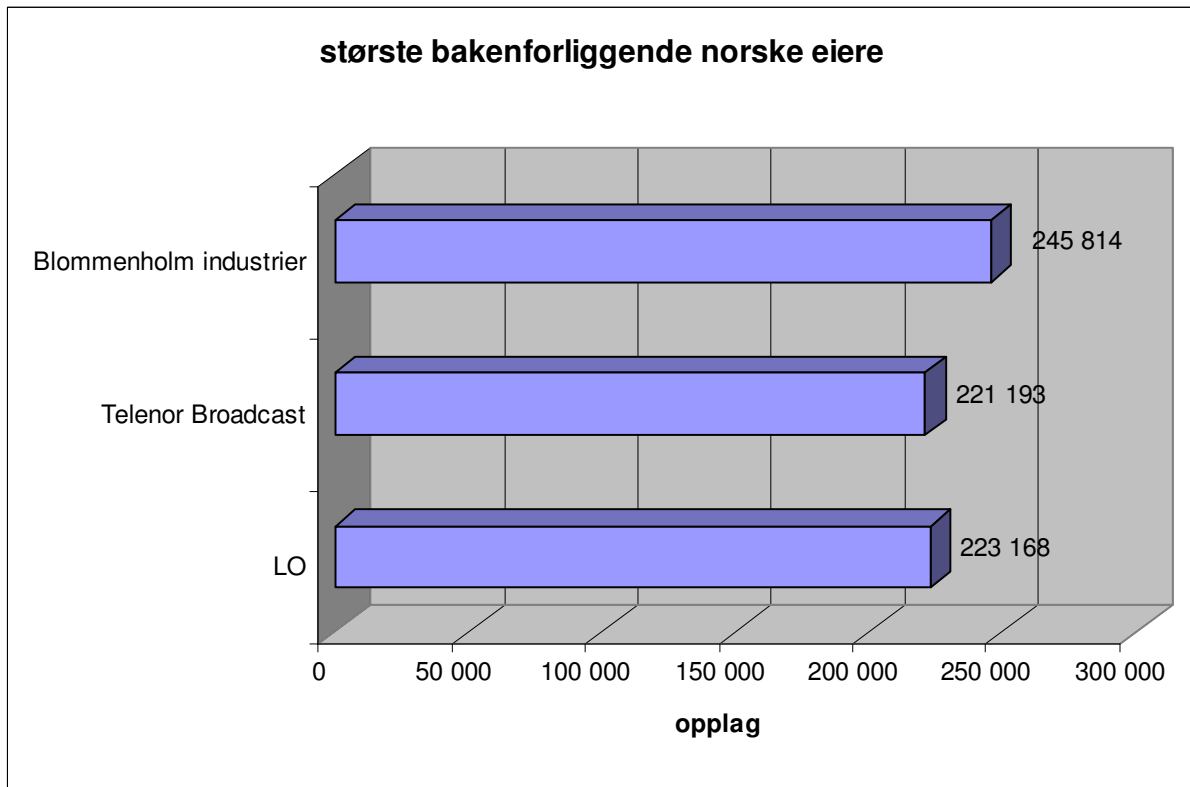


Fig. 4

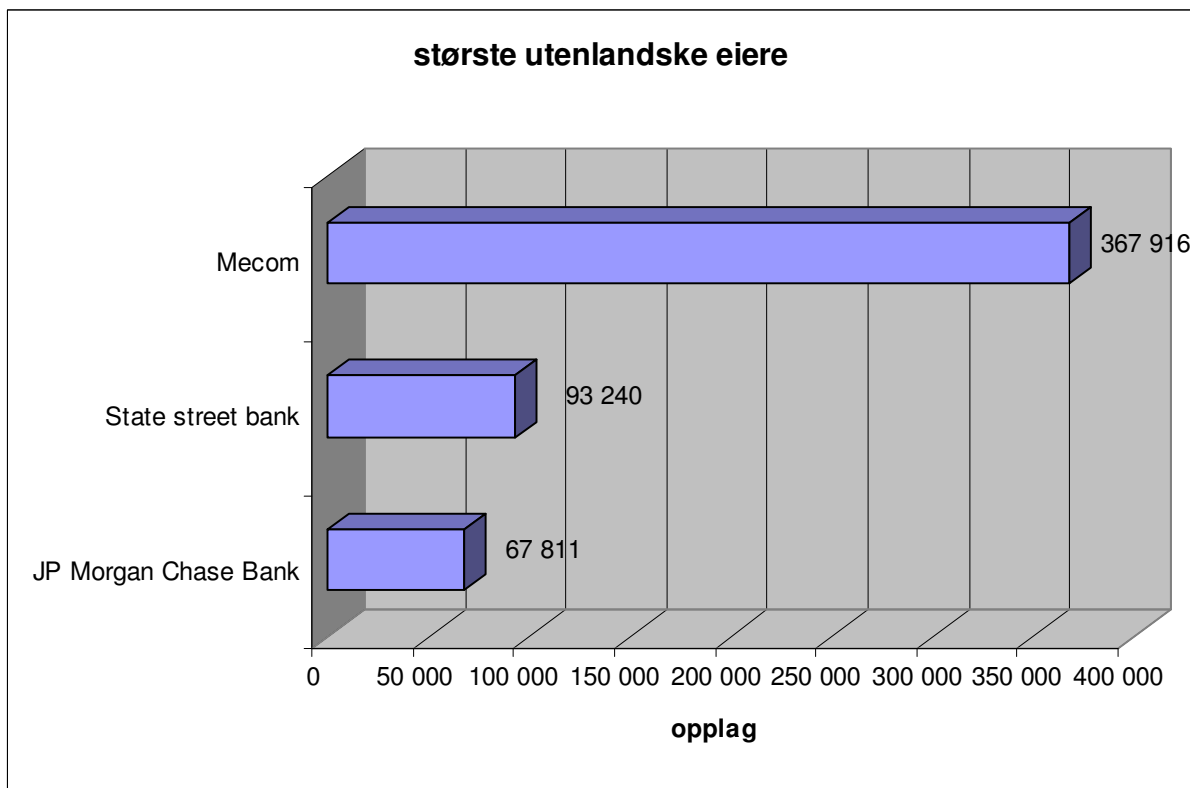
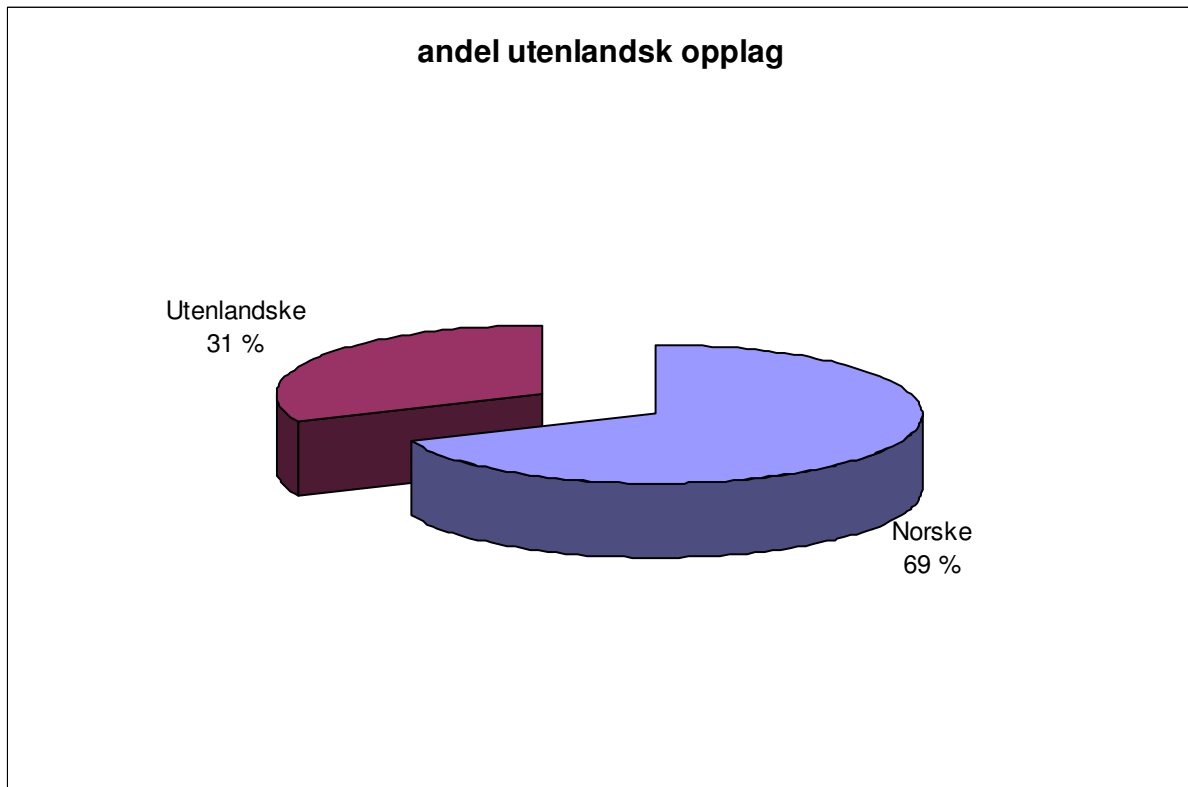


Fig. 5



Som figur 4 viser, er Mecom, State Street Bank og JP Morgan Chase Bank de tre største utenlandske eierne av norske aviser. Edda Media er i sin helhet eid av det utenlandske selskapet Mecom, mens State Street Bank og JP Morgan Chase Bank har aksjeposter i Schibsted. Utenlandsandelen i Schibsted er nå på 55,2 prosent, noe som representerer en økning på 0,5 prosentpoeng fra 2006. Andelen av det nasjonale avisopplaget som eies av utenlandske medieforetak, har gått ned fra 33 til 31 prosent siden fjoråret.

Dagspresse på regionalt plan

Opplaget for medieregionene beregnes ulikt enn for nasjonalt nivå. Kun aviser med utgiversted i regionen skal trekkes inn ved beregningen av opplag.⁵ Aviser som ikke henvender seg til et klart definert dekningsområde, vil ikke omfattes ved beregningen av opplagsandeler på regionalt nivå. Det gjelder *VG, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nationen, Finansavisen, Fiskaren, Fiskeribladet, Morgenbladet, Dagen, Klassekampen, Dag og Tid, Ny Tid, Magazinet, Norge i Dag, Friheten* og *Klar Tale*. I tillegg hører ikke Svalbard til noen medieregion, og *Svalbardposten* regnes således heller ikke med i noen av regionene.

Nord-Norge

Medieregion Nord-Norge har ca. 460 000 innbyggere. Det er 32 aviser i regionen. De største aktørene er A-pressen og Schibsted med kontroll på henholdsvis 53 og 20 prosent av det totale opplaget. A-pressen kontrollerer blant andre de to største avisene, *Nordlys* og *Avisa*

⁵ For nærmere definisjon av medieregionene; se Forskrift om medieregioner av 1. juli 2005 og Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i medier pkt. 3.2.5. Dokumentene er tilgjengelige på <http://www.medietilsynet.no/no/Oppslag/Lover-og-praksis/>.

Nordland, mens Schibsted har kontroll med den tredje største avisa *Harstad Tidende* og eierandeler i fem andre aviser i regionen.

Nord-Norge		A-pressen	Schibsted
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	202 390	107 640	39 919
Markedsandel		53 %	20 %

Trøndelag

Trøndelag har ca. 400 000 innbyggere, og *Adresseavisen* er den desidert største avisa her. Selskapet *Adresseavisen* er også største eier med kontroll på 49 prosent av dagsopplaget i regionen. Totalt er det 26 aviser i medieregion Trøndelag.

Trøndelag		Adresseavisen	Schibsted	A-pressen	Nord-Trøndelag AS	Roll Severin
	Opplag i området	opplag	opplag	opplag	opplag	opplag
Totalt opplag	218 162	105 830	35 922	31 532	29 250	16 729
Markedsandel		49 %	17 %	15 %	13 %	8 %

Nordvestlandet

Medieregionen Nordvestlandet har 24 aviser og ca. 250 000 innbyggere. Edda Media er klart største eier med kontroll på 55 prosent av opplaget i regionen. Selskapet eier blant annet regionens to største aviser, *Sunnmørsposten* og *Romsdals Budstikke*.

Nordvestlandet		Edda Media	A-pressen
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	131 788	71 987	17 483
Markedsandel		55 %	13 %

Vestlandet

Schibsted er største eier i region Vestlandet gjennom sitt eierskap i selskapet *Bergens Tidende* og derigjennom regionens klart største avis, *Bergens Tidende*. A-pressen eier blant annet de to nest største avisene; *Bergensavisen* og *Firda*. Til sammen utgis 26 aviser i regionen, som har omtrent 500 000 innbyggere.

Vestlandet		Schibsted	A-pressen
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	221 494	99 834	59 979
Markedsandel		45 %	27 %

Sørvestlandet

Medieregion Sørvestlandet har 20 aviser, og innbyggertallet er her ca. 410 000. *Stavanger Aftenblad* er den største avisa med et opplag på 66 736, noe som gjør Schibsted til dominerende eier i regionen med en andel av totalopplaget på 39 prosent. Nest største avis er *Haugesunds Avis* med et opplag på 29 696, og denne kontrolleres av Edda Media. En annen stor eier i regionen er Jæren avis, som blant annet eier *Rogalands Avis*.

Sørvestlandet		Schibsted	Jæren avis	Edda Media
	Opplag i området	opplag	opplag	opplag
Totalt opplag	170 673	66 736	31 680	30 242
Markedsandel		39 %	19 %	18 %

Sørlandet

Sørlandet har omtrent 260 000 innbyggere, og til sammen er det 16 aviser i denne medieregionen. To store aviser dominerer – *Fædrelandsvennen* og *Agderposten*. Selskapene til disse avisene er igjen majoritetseiere i henholdsvis to og tre andre aviser i regionen, noe som gir *Fædrelandsvennen* kontroll med 45 prosent og *Agderposten* kontroll med 31 prosent av dagsopplaget. Gjennom sitt eierskap i *Fædrelandsvennen*, er Schibsted den tredje største aktøren i medieregion Sørlandet.

Sørlandet		Fædrelandsvennen	Agderposten	Schibsted
	Opplag i området	opplag	opplag	opplag
Totalt opplag	109 562	49 273	34 207	12 318
Markedsandel		45 %	31 %	11 %

Vestvika

Medieregion Vestvika domineres av Edda Media, som her har passert grensen for betydelig eierstilling på 60 prosent.⁶ Edda kontrollerer 14 av Vestvikas totalt 29 aviser og blant dem de tre største i regionen; *Drammens Tidende*, *Tønsbergs Blad* og *Varden*. Av de øvrige 15 avisene kontrollerer A-pressen 9, noe som gir dette selskapet en andel av opplaget på 28 prosent. Innbyggertallet i Vestvika er på ca. 630 000.

Vestvika		Edda Media	A-pressen
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	246 222	153 167	68 397
Markedsandel		62 %	28 %

Stor-Oslo

Stor-Oslo-regionen preges av én svært dominerende aktør – Schibsted – som kontrollerer 76 prosent av totalopplaget.⁷ Den dominerende posisjonen skyldes hovedsakelig eierskapet i *Aftenposten* og *Aften*. Regionen har ca. 700 000 innbyggere, og det er 7 aviser som har utgivelsessted og henvender seg til dekningsområdet i Stor-Oslo-regionen.

Stor-Oslo		Schibsted	Edda Media
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	321 979	245 469	15 951
Markedsandel		76 %	5 %

Østvika

Medieregion Østvika har omtrent 550 000 innbyggere, og 20 aviser utgis i regionen. De to største avisene er henholdsvis *Romerikes Blad* og *Fredriksstad Blad*. A-pressen er

⁶ Prosentandelen er imidlertid uendret i forhold til 2006.

⁷ Andelen har økt med ett prosentpoeng siden 2006.

dominerende aktør med kontroll på 57 prosent av totalopplaget⁸, og eierskap i 13 av avisene i regionen. Edda Media er også en stor aktør, med kontroll på 4 av avisene og 32 prosent av opplaget.

Østvika		A-pressen	Edda Media
	Opplag i området	opplag	opplag
Totalt opplag	184 032	105 702	59 272
Markedsandel		57 %	32 %

Innlandet

Region Innlandet har 19 aviser og ca. 370 000 innbyggere. De tre største eierne i regionen er henholdsvis A-pressen med 33 prosent, Edda Media med 19 prosent og Gudbrandsdølen med 15 prosent av totalopplaget.⁹ Videre er de to største avisene *Hamar Arbeiderblad* og *Oppland Arbeiderblad*.

Innlandet		A-pressen	Edda Media	Gudbrandsdølen
	Opplag i området	Opplag	opplag	opplag
Totalt opplag	167 816	55 753	32 221	25 344
Markedsandel		33 %	19 %	15 %

Fjernsyn på nasjonalt plan

Figur 6 viser oppslutningen om de fem største fjernsynskanalerne i Norge. Videre viser figur 7 at NRK er største aktør med en seerandel på ca. 41 prosent.¹⁰ Det representerer en nedgang på tre prosentpoeng siden 2006. Nest størst er TV 2 Gruppen, som med sine kanaler kontrollerer omtrent 29 prosent av seeropplutningen. TV 2 Gruppens andel av seeropplutningen er ett prosentpoeng lavere enn året før. Etter oppkjøpet av SBS Broadcast Norge, er ProSiebenSat1/TVNORGE nå tredje største eier innenfor fjernsyn i Norge med sine ca. 10 prosent¹¹. MTG/TV3 har en andel på omtrent 5 prosent.

Figur 8 viser den relative fordelingen av seerandeler mellom de kommersielle kanalene. Når man ser bort fra NRK-kanalenes andeler, er TV 2 den desidert største aktøren med kontroll over 49 prosent av seeropplutningen. Ved utregning av seerandeler etter medieieierskapsloven, skal NRK trekkes inn. Det er således andelene i figur 6 og 7 som er relevante i forhold til eierskaps grensene i loven.

⁸ I 2006 var andelen 58 prosent.

⁹ A-pressens andel har sunket med fire prosentpoeng, og Edda Media og Gudbrandsdølen's andeler med ett prosentpoeng hver, siden 2006.

¹⁰ Tallene tar utgangspunkt i TNS Gallups opplysninger om gjennomsnittlig daglig seertid, og Medietilsynet baserer seg på TNS Gallups utvalg av fjernsynskanaler.

¹¹ ProSiebenSat1s seerandel i figur 3 er basert på den samlede seeropplutningen for TVNORGE og FEM.

Fig. 6

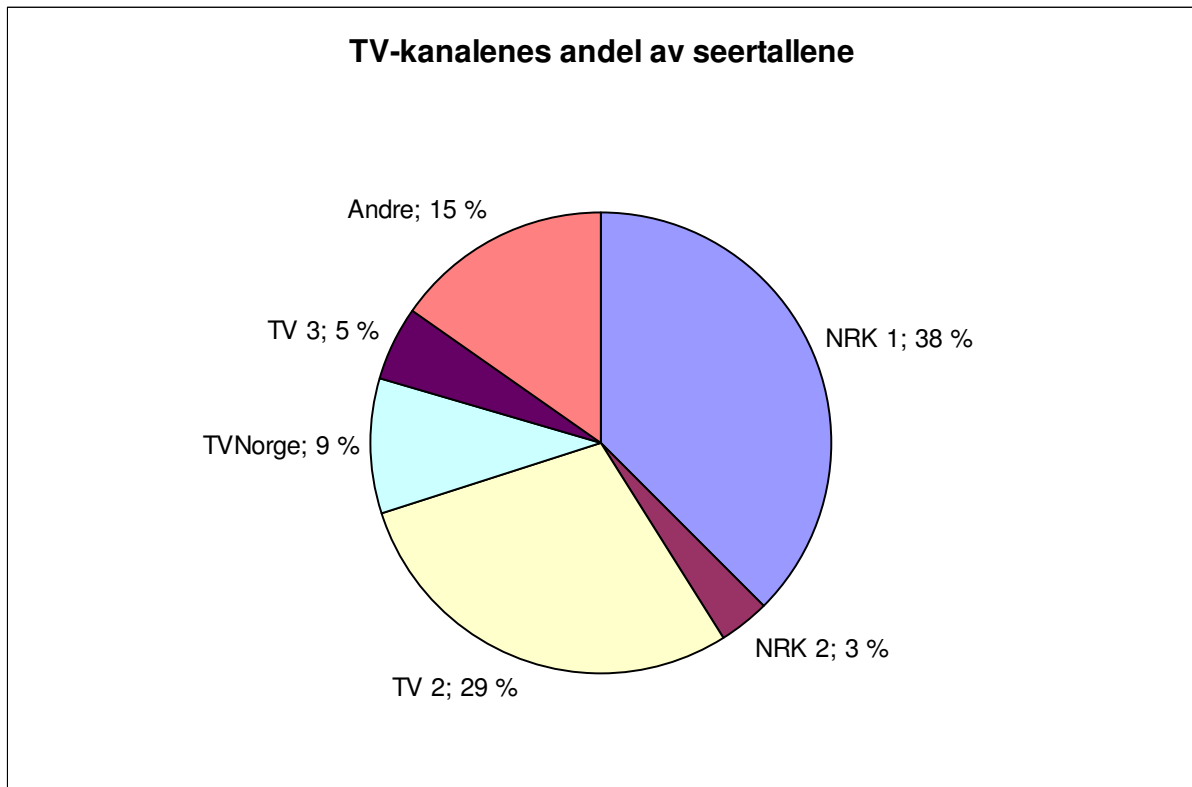


Fig. 7

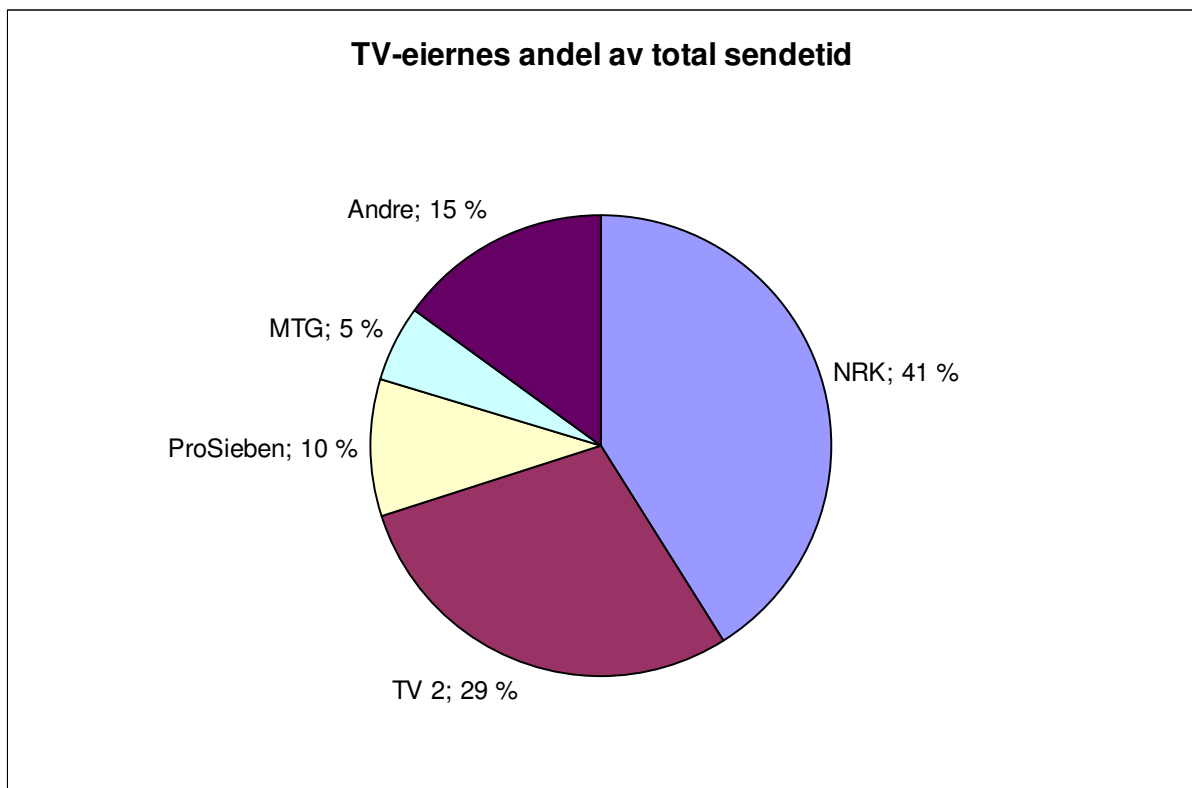
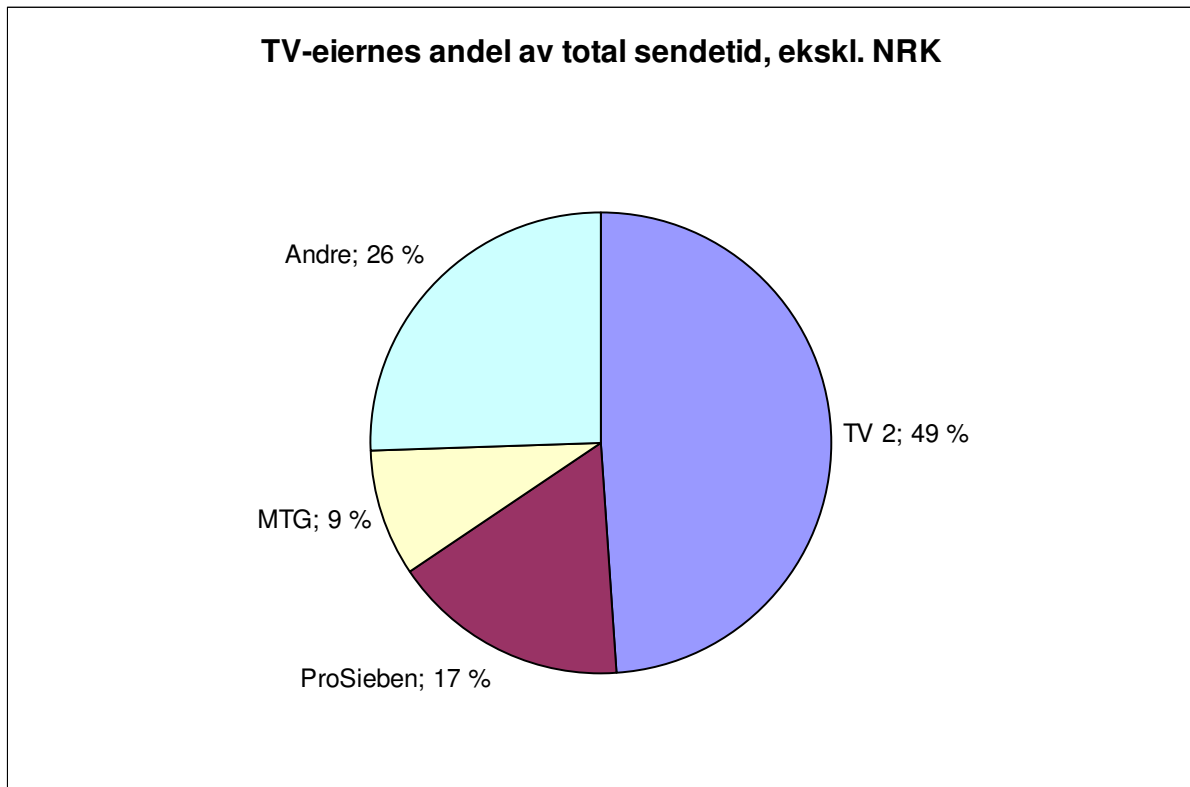


Fig. 8



Radio på nasjonalt plan

Som det fremgår av figurene 9 og 10, er NRK den klart største aktøren innenfor radio med kanalene P1, P2 og P3.¹² I henhold til figurene kontrollerer NRK ca. 62 prosent av lytteroppslutningen, som tilsvarer fjorårets tall.¹³ Videre følger MTG/P4 med ca. 22 prosent av oppslutningen, som hvilket også er tilsvarende som i 2006.

Etter oppkjøpet av SBS Broadcast Norge, har ProSiebenSat1 en lytteroppslutning på ca. 5 prosent gjennom det indirekte eierskapet i storbykanalene Radio 1 og The Voice. I 2006 var lytteroppslutningen ca. 4 prosent for disse kanalene. Også TV 2/Kanal 24 kontrollerer ca. 5 prosent, en oppgang på ett prosentpoeng fra fjoråret. Øvrige lokalradiostasjoner samlet står for omtrent 5 prosent av oppslutningen, en nedgang på ett prosentpoeng siden 2006.

¹² Utregningene for radio er basert på opplysninger om gjennomsnittlig daglig lyttetid, innhentet hos TNS Gallup. Gallups tall er igjen basert på telefonintervjuer gjennomført i tilknytning til den årlige Forbruker & Media-undersøkelsen

¹³ Sammenlignet med TNS Gallups tall fra Forbruker&Media-undersøkelsen 2006.

Fig. 9

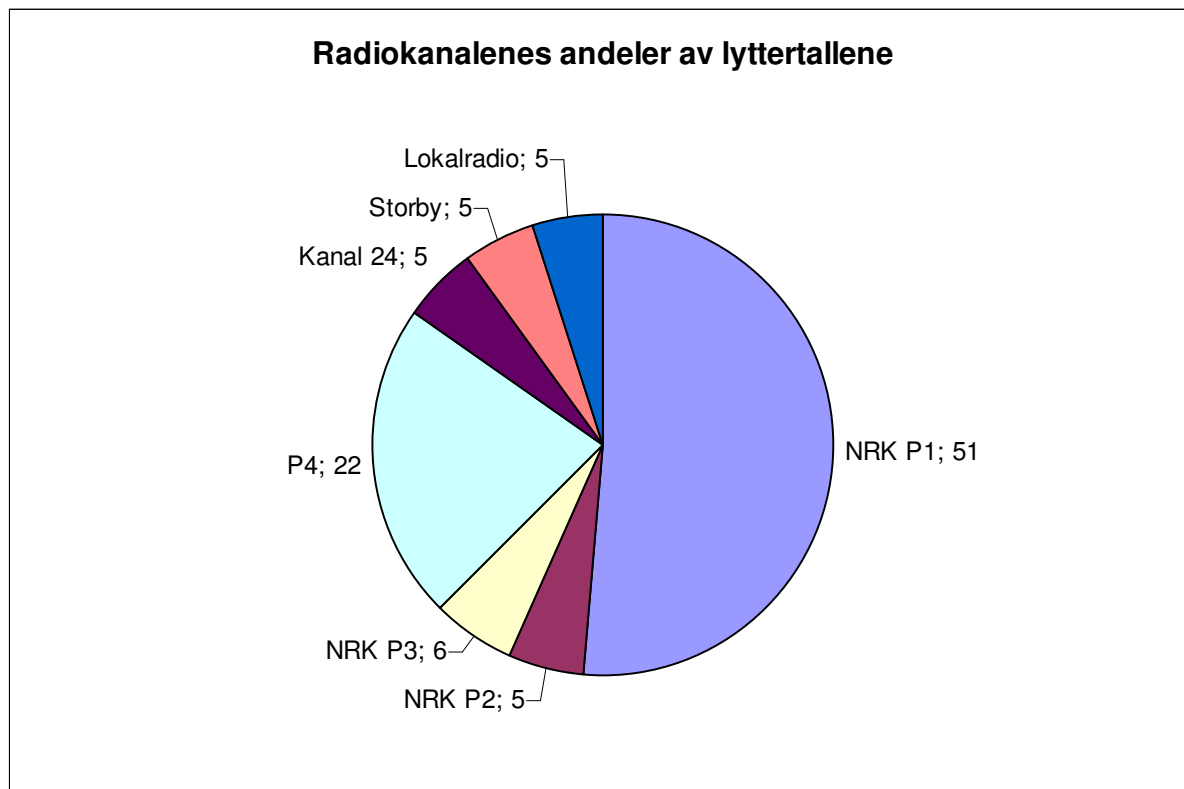
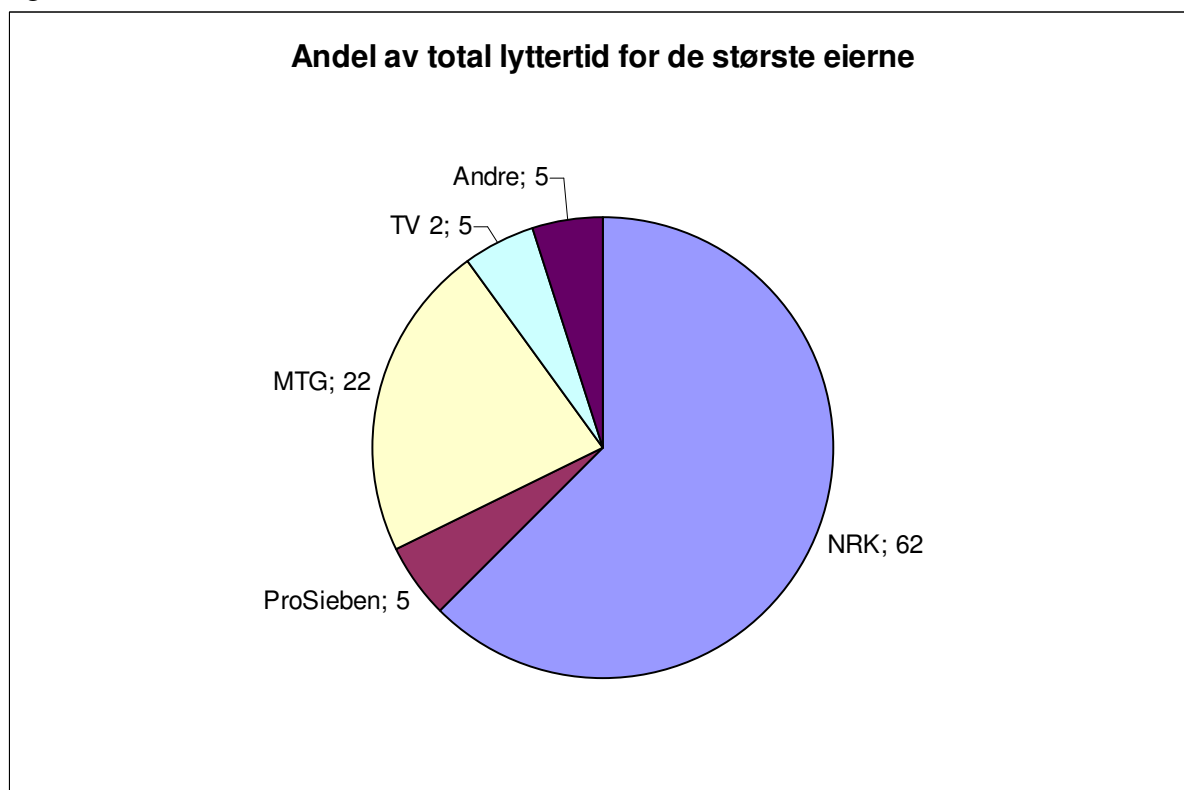


Fig. 10



Dersom man kun ser på kommersiell radio (figur 11), er MTG definitivt størst med en lytterandel på 59 prosent. Deretter følger TV 2 og ProSiebenSat1, som hver har kontroll med

14 prosent av oppslutningen. Ved utregning av lytterandeler etter medieeierskapsloven, skal NRK trekkes inn. Det er således andelene i figur 9 og 10 som er av betydning i forhold til eierskapsgrensene i loven.

Fig. 11

