



EIGARSKAP  
I NORSKE  
MEDIUM  
2015



Medietilsynet  
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

## Innhold

Dagspresse nasjonalt.....	3
Aviseigarane sin del av opplaget .....	3
Dagspresse regionalt.....	5
Tv .....	7
Radio .....	9

## Dagspresse nasjonalt

Aviseigarane sin del av opplaget

Opplaget til avisene i 2015 var 2 190 433. Amedia selde Stjørdalens Blad, gratisavisa Stjørdals-Nytt, Opdalingen og Malvikbladet til Polaris Media, samt Namdalsavisa til Trønderavisa. Polaris slo saman Levanger-Avisa og Innherreds Folkeblad Verdalingen til ei ny avis, Innherred. Schibsted la ned Bydelsavisa Lyderhorn i Bergen. Norsjø Media kjøpte Agder Flekkefjords Tidene i 2015. Elles gjennomførte ingen av dei store aviseigarane oppkjøp, nedleggingar eller nyetableringar av aktualitet i 2015.

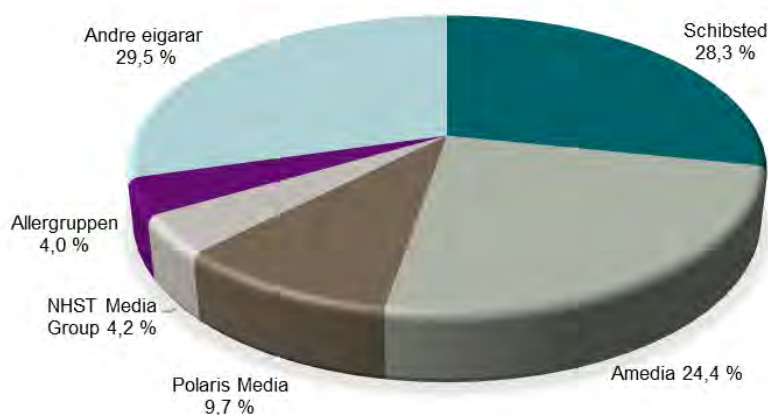
Tre nye abonnementsaviser fekk berekna opplag i 2015, Lyngdals Avis, Yderst og Kronstadposten. Lyngdals Avis blir eigd av Norsjø Media, mens Yderst og Kronstadposten ikkje er konserneigde.

Schibsted var største aviseigar i 2015. Konsernet kontrollerte 28,3 prosent av avisopplaget. Amedia kontrollerte 24,3 prosent av avisopplaget i 2015. Polaris er tredje største aviskonsernet med 9,7 prosent av avisopplaget. NHST Media kontrollerte 4,2 prosent av opplaget, mens Aller-gruppa kontrollerte fire prosent av opplaget. Figur 1 viser dei fem største aviseigarane sine delar av avisopplaget i 2014.

### Berekningsmåte

Medietilsynets årlege eigarskapsberekningar blir utførte på bakgrunn av oppslutningstala for tv, radio og avis (sjåar-, lyttar- og opplagstal). Oppslutningstala blir fordelte etter egne reglar på dei ulike aktørane innanfor kvart marknad.

Figur 1 – Aviseigarane sine delar av opplaget i 2015



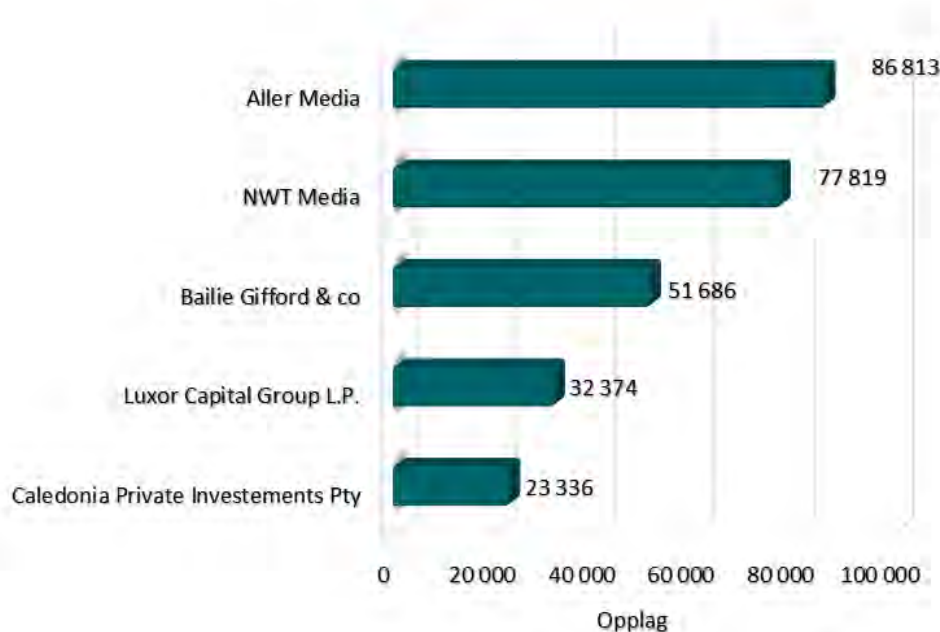
Ei gratisavis er tatt ut av kalkylegrunnlaget for det samla opplaget for 2015 på grunn av for få utgivingar, mens fire gratisavis er lagt til. Opplaget til gratisavisene var 135 069, ned 11 prosent frå 2014. Opplaget til gratisavisene utgjorde 6,2 prosent av det totale opplaget i 2015. Content Media (tidlegare Lundquist Media) var største gratisaviseigar i 2015.

Dei største bakanforliggjande eigarane av norske aviser; Blommenholm Industrier, Telenor og LO, var dei same i 2015 som tidlegare år. Blommenholm Industrier kontrollerer Schibsted, mens Telenor og LO- eigde Amedia ved utgangen av 2015. Schibsted er største eigar i Polaris og kontrollerer 29 prosent av aksjane i selskapet. Største utanlandske eigar ved utgangen av 2014 var Aller-gruppa som eig Dagbladet, og Nya Wärmlandske Tidningarna (NWT) som eig vel 26 prosent av Polaris. Dei andre store utanlandske eigarane er finansielle investorar med aksjepostar i Schibsted og Polaris.

#### Nasjonalt opplag

Totalopplaget for aviser i 2015 på nasjonalt nivå var 2 190 433 mot 2 278 166 i 2014. Tal på aviser som kom inn under Medietilsynets avisdefinisjon i 2015 er 244, mot 241 i 2014. Nye aviser som er med i berekningane er Dagens Perspektiv, Innherred, Yderst, Kronstadposten, Lyngdals Avis, Hamar Dagblad, Askeravisen, Bærumsavisen og Byavisa Sandefjord. Fire aviser blei lagt ned, mens ei gratisavis hadde for få utgivingar til å bli tatt med i opplagsberekninga. Ny Tid gjekk frå å vere vekeavis til å bli månadsavis og er tatt ut av berekninga. I Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eigarskap i medium kap. 2.2, blir dei kriterier som ligg til grunn for kva for aviser som blir tatt med i berekningene angitte.

Figur 2 - Dei største utanlandske aviseigarane ved utgangen av 2015





## Dagspresse regionalt

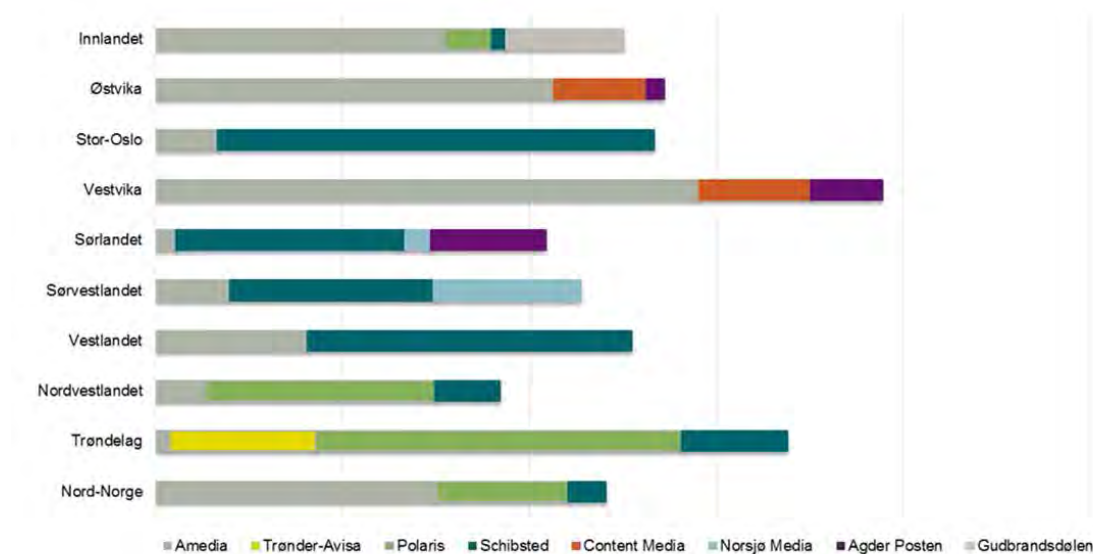
I fjor selde Amedia Stjørdalens Blad, Stjørdals-Nytt, Malvikbladet og Opdalingen til Polaris Media. Til saman hadde avisene eit opplag på 17114 i 2015. Amedia selde også Namdalsavisa til Trønderbladet. Denne avisa hadde eit opplag på 9 503 i 2015. Som følgje av dette sakk Amedias del av opplaget i Trøndelag frå 20,8 prosent i 2014 til 2,3 prosent i 2015. Polaris' del av opplaget auka frå 53,1 prosent i 2014 til 60,7 prosent i 2015, mens Trønderavisas del av opplaget i regionen auka frå 14,7 prosent i 2014 til 24,2 prosent. Den felleskontrollerte gratisavisa Byavisen Trondheim er eigd med 50 prosent av Polaris og Amedia. Byavisen Trondheim hadde for få utgivingar til å bli teke med i opplagsberekninga for 2015.

Nordsjø Media kjøpte Agder Flekkefjords Tidende i 2015. Saman med etableringa av Lyngdals Avis, ga det Nordsjø Media 6,2 prosent av opplaget i medieregion Sørlandet.

I medieregionane Vestvika, Innlandet og Stor-Oslo blei fire nye gratisaviser, Byavisa Sandefjord, Hamar Dagblad, Askeravisa og Bærumsavisa, tatt inn i grunnlaget for berekning av opplagsdelar. Amedia eig 100 prosent i Hamar Dagblad og auker dermed sin del av opplaget i medieregion Innlandet med 6,4 prosent. Gjennom sin eigardel på 31,5 prosent i Asker og Bærums Budstikke får Amedia 31,5 prosent av opplaget i Askeravisen og Bærumsavisen. Dette gir ei lita aukning av Amedias del av opplaget i Stor-Oslo i 2015.

I dei andre medieregionane var det berre små endringar. Figur 3 og tabellen under viser dei ulike eigarane sine delar av opplaget i dei ti medieregionane i 2015.

Figur 3 - Aviskonserna sin del av opplaga i medieregionane



### Regionalt opplag

Noreg er delt inn i ti medieregioner. Tilsynet nyttar aviskatalogen.no som verktøy for å utføre berekningar av aviseigarskap på regionalt nivå. I berekninga av regionale opplagsdelar blir berre aviser med utgivarstad i regionen tatt med. Fleire aviser vender seg til eit breiare dekningsområde og publikum og blir ikkje inkludert i berekninga av opplagsdelar på regionalt nivå, berre nasjonalt. Dette gjeld følgjande aviser: Aftenposten Junior, VG, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nationen, Finansavisen, Fiskeribladet Fiskaren, Morgenbladet, Dagen, Klassekampen, Dag og Tid, Norge i Dag, Dagens Perspektiv og Klar Tale. Svalbard tilhøyrer ingen medieregion, så Svalbardposten blir ikkje rekna til ein region.

Eier	Nord-Norge	Trøndelag	Nordvestlandet	Vestlandet	Sørvestlandet	Sørlandet	Vestviken	Stor-Oslo	Østviken	Innlandet
Amedia	50,2 %	2,3 %	11,1 %	23,4 %	14,3 %	4,7 %	68,6 %	8,6 %	70,8 %	51,8 %
Trønder-Avisa	-	24,2 %	-	-	-	-	-	-	-	-
Polaris	23,5 %	60,7 %	50,5 %	-	-	-	-	-	-	8,3 %
Schibsted	6,8 %	17,6 %	14,4 %	50,1 %	39,0 %	54,5 %	-	61,0 %	-	2,4 %
Content Media	-	-	-	-	-	-	14,1 %	-	16,5 %	-
Norsjø Media	-	-	-	-	28,2 %	6,2 %	-	-	-	-
Agderposten Medier	-	-	-	-	-	27,3 %	9,0 %	-	3,0 %	-
Gudbrandsdølen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,0 %
Andre	26,2 %	12,8 %	38,3 %	26,5 %	18,6 %	7,3 %	8,3 %	30,3 %	9,7 %	18,9 %

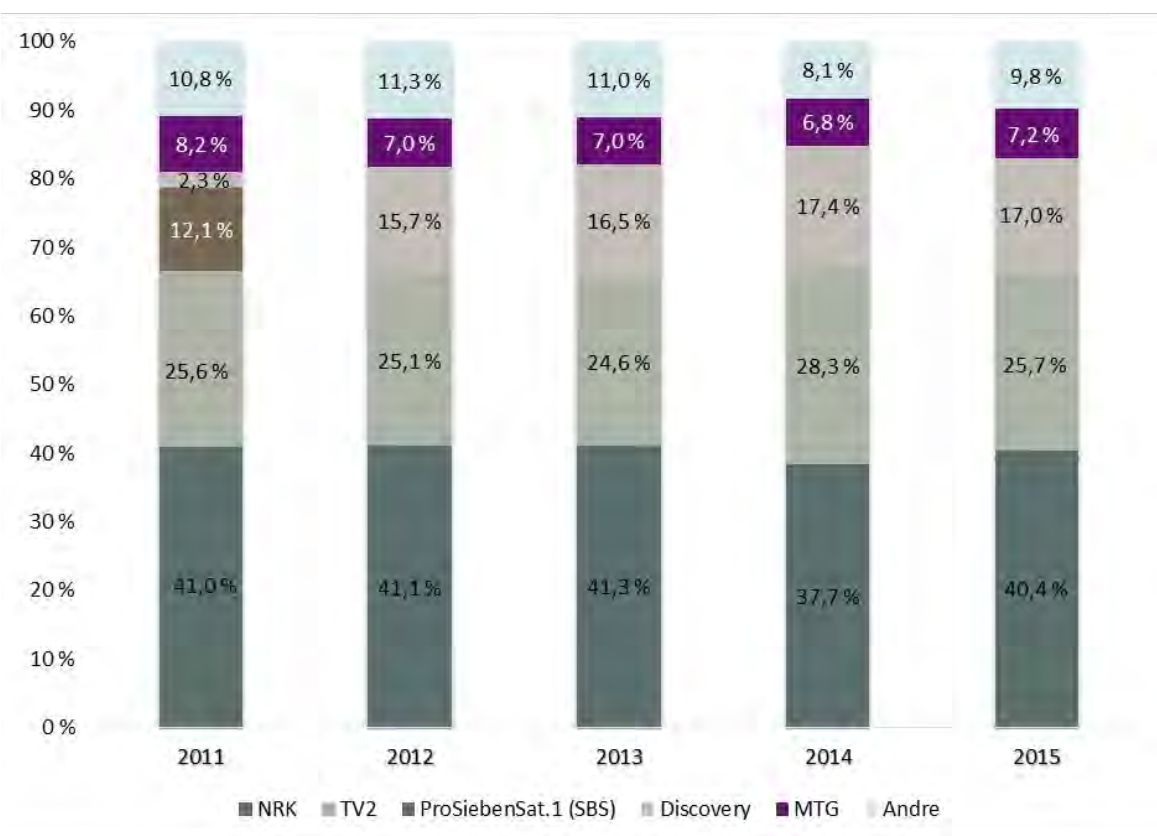
## Tv

I 2012 kjøpte Discovery ProSiebenSat.1 tv-kanalane TVNorge, FEM og MAX. Egmont-eigde TV 2 kjøpte i 2015 Bonnier-eigde C More. TV 2 overtok dermed ein rekke tv-kanalar der sjåarane mot betaling kan sjå filmar, seriar og fotballkampar. Figur 4 viser dei ulike tv-eigarane si oppslutning blant sjåarane dei siste fem åra.

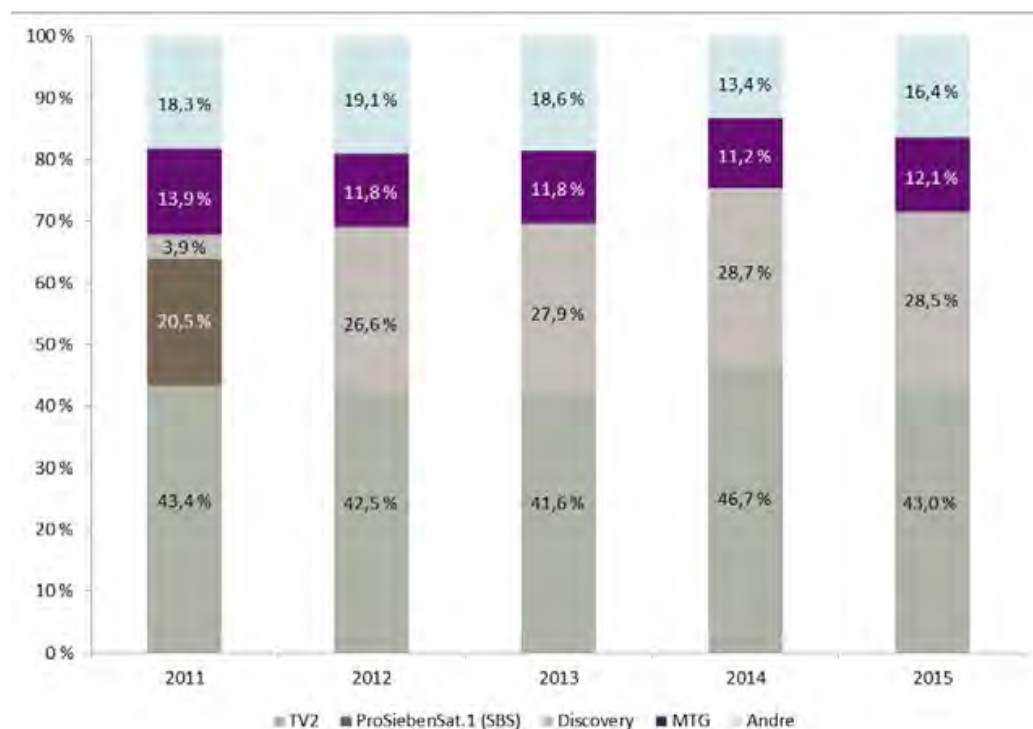
Tv-sjåinga i Noreg er relativt stabil sett over tid. NRKs marknadsdel ligg relativt stabilt rundt 40 prosent av sjåarane fram til 2013, men i 2014 gjekk marknadsdelen ned med 3,6 prosentpoeng til 37,7 prosent. I 2015 hadde NRK igjen ein marknadsdel på over 40 prosent.

Oppslutninga om TV 2s tv-kanalar auka med 3,8 prosentpoeng frå 2013 til 2014, men oppslutninga fall i 2015 tilbake til 25,7 prosent. Det var TV 2s hovudkanal som mist marknadsdelar i 2015. Det var berre mindre endringar for marknadsdelane til dei andre tv-selskapa. Betal-tv-kanalane er ikkje med i framstillinga under. Verknaden av TV 2s kjøp av C More kjem derfor ikkje fram i denne rapporten.

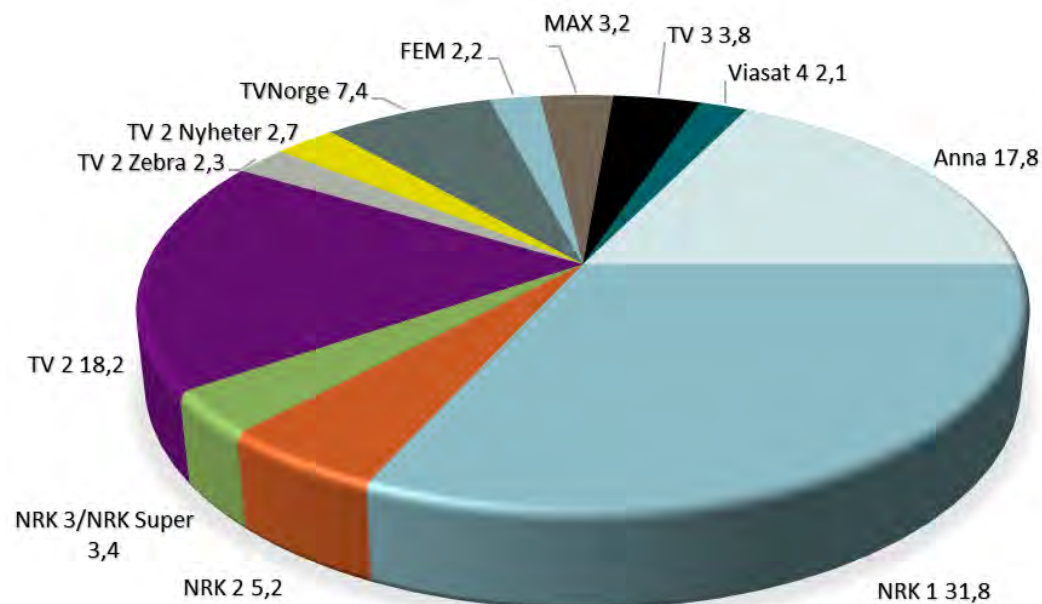
Figur 4 – Tv-eigarane sine marknadsdelar 2011 til 2015



Figur 5 - Tv-eigarane sine marknadsdelar 2011 til 2015 eksl. NRK



Figur 6 - Tv-kanalene sine marknadsdelar i 2015 i prosent\*



\* "Anna" er tv-kanalar med under to prosent marknadsdelar

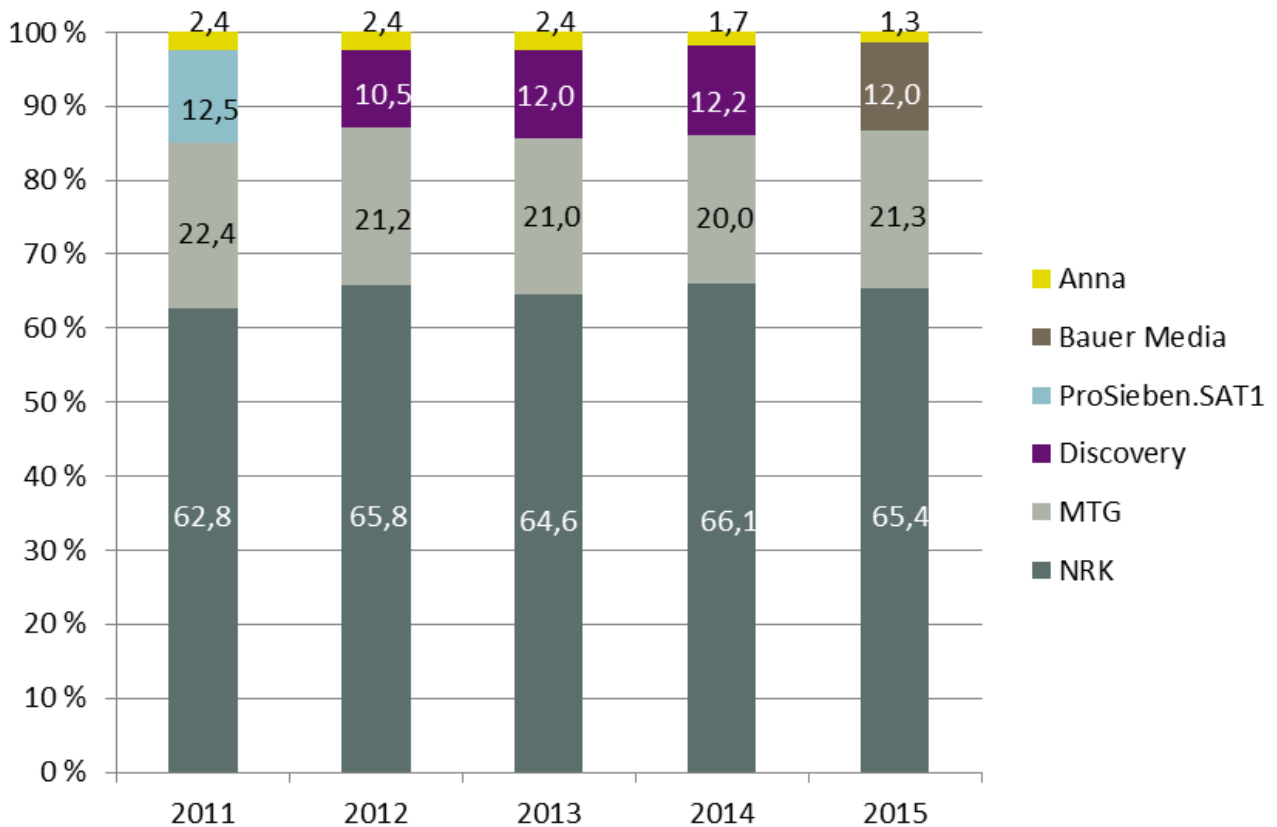


## Radio

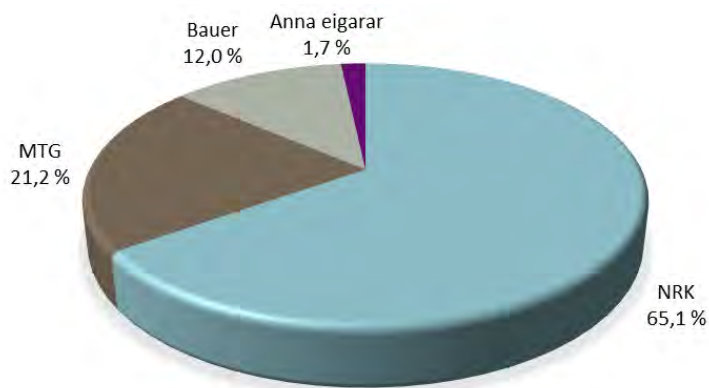
ProSiebenSat1s sal av sin norske verksemd til Discovery Networks i 2012 hadde også tyding for eigarskapet i den nasjonale radiomarknaden. Radio Norge var eigd av ProSieben.Sat1, og etter kjøpet fekk Discovery ein marknadsdel på 10,5 prosent i den nasjonale radiomarknaden, ein del som auka til 12,2 prosent i 2014. I 2015 kjøpte det tyske selskapet Bauer Media Group Discoverys norske nasjonale og lokale radioverksemd.

Radiolyttinga i Noreg er stabil. MTGs del av lyttarane gjekk noko opp frå 2014 til 2015. Ein vesentleg del av aukinga kom fordi det blei publisert lyttartal for fleire av MTGs nisjekanalane frå 2015. Dei andre kanaleigarane sine marknadsdelar sank noko frå 2014 til 2015. Figurane 7, 8, 9 og 10 viser dei ulike radioeigarane sine lyttardelar i den nasjonale radiomarknaden for åra 2011 til 2015.

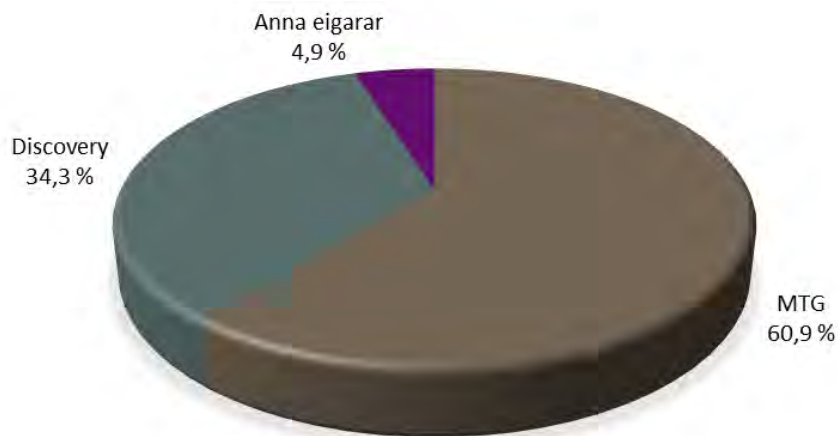
Figur 7- Radioeigarane sine marknadsdelar 2011 til 2015



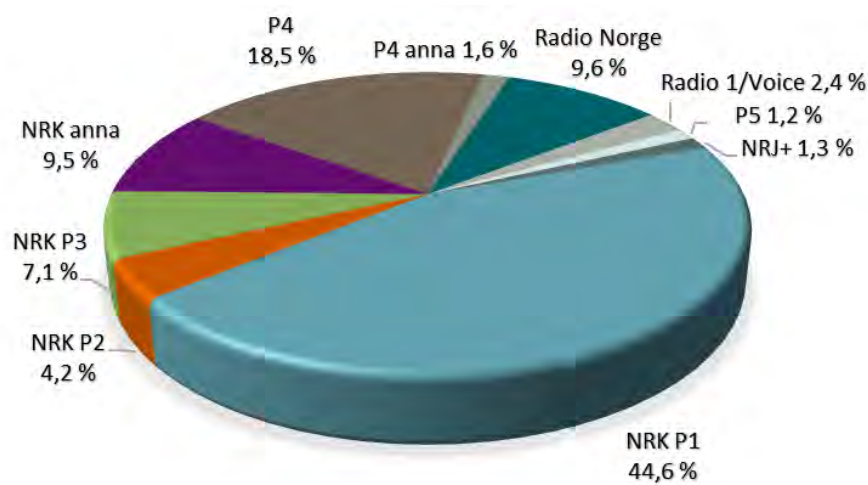
Figur 8 – Medieeigarane sine marknadsdelar 2015



Figur 9 – Medieeigarane sine marknadsdelar 2015, ekskl. NRK



Figur 10 – Radiokanalane sine marknadsdelar i 2015 (inkl. lokalradioar som blir målte i PPM-undersøkinga)





Fredrikstad 3. juni 2016

Ansvarleg utgivar: Medietilsynet

Kontakt:

[www.medietilsynet.no](http://www.medietilsynet.no)

[www.facebook.com/medietilsynet](https://www.facebook.com/medietilsynet)

[www.twitter.com/medietilsynet](https://www.twitter.com/medietilsynet)

[post@medietilsynet.no](mailto:post@medietilsynet.no)

ISBN: 978-82-91977-48-5

