

EIERSKAPSMELDING 2012

Mars 2013



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

INNHold

FORORD	3
UTSYN: FOKUS PÅ MEDIEMANGFOLD I EUROPA	4
ØKT EIERKONSENTRASJON I AVISMARKEDET	6
VIKTIGE HENDELSER 2012	8
FAKTA OG TALL OM MEDIEEIERSKAP 2012	10
DAGSPRESSEN	10
TV	12
RADIO	14

MEDIETILSYNET har bidratt til det uttalte målet om å skape økt åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i mediene ved ulike informasjonstiltak. Høsten 2012 var Medietilsynet en aktiv bidragsyter i debatten om revisjon av medieeierskapsloven gjennom kronikker i Dagbladet og Dagens Næringsliv. Medietilsynet mener medieeierskapsloven er et viktig mediepolitisk virkemiddel som skal ivareta ytringsfrihet, ytringsmuligheter og et mangfoldig medietilbud. Konkurranselovgivningen, som også regulerer eierskap, ivaretar ikke disse hensynene spesifikt.

To sentrale løpende informasjonstiltak er årsmeldingen om medieeierskap og utviklingen og driften av medieregisteret.no. I løpet av 2012 har tilsynet også holdt foredrag om medieeierskap, den pågående revisjonen av medieeierskapsloven og internasjonale perspektiver på eierskap og mediemangfold, for ulike grupper som medielærere, mediestudenter og medieledere. I internasjonal sammenheng har Medietilsynet bidratt til en studie i regi av Observatoriet for audiovisuelle medier (Europarådet) om regulering av mediemarkedene, gjennom en landrapport om norske forhold.

FORORD

Tidligere kulturminister Anniken Huitfeldt uttalte for en tid tilbake at å sikre mangfold i media er noe annet enn å selge hatter. Det hun siktet til var mediens viktige samfunnsrolle. Mediene er sentrale for demokrati og samfunnsdeltakelse fordi de er våre viktigste offentlige arenaer for meningsutveksling og meningsdannelse. Det gir mediene visse særfordeler, som for eksempel papiravisenes fritak for merverdiavgift og mediestøtte. Samtidig har mediene også ansvar, forpliktelser og regler.

Mediernes samfunnsrolle reflekteres i Grunnlovens krav til staten om aktivt å medvirke til at individer og grupper har mulighet til å ytre seg. Medieeierskapsloven bygger på en forutsetning om at eierkonsentrasjon i mediene kan medføre en innskrenkning av ytringsmulighetene. For at ytringer skal bli lest eller hørt, må det eksistere tilgjengelige kanaler hvor ytringene får slippe til. Eierskap i medievirksomheter gir makt, og Norge er et av mange land som regulerer eierskap i medier.

Etter medieeierskapsloven anses publikum som borgere og ikke som forbrukere. Formålet med loven er å bidra til å opprettholde demokratiet gjennom borgernes tilgang på alternative informasjonskanaler lokalt og nasjonalt, og ikke minst tilgangen på alternative ytringskanaler.

Derfor er det slik at regulering etter medieeierskapsloven ikke alltid samsvarer med medieeierens kommersielle interesser. Eierskapslovgivningen handler ikke om tilbud og etterspørsel, men er snarere et virkemiddel for å nå sentrale mediepolitiske mål som mangfold, ytringsfrihet og demokrati. Medietilsynet mener medieeierskapsloven spiller en sentral rolle for å nå disse målene. Å eie og drive en medievirksomhet er noe ganske annet enn å selge hatter.

Digitaliseringen har revolusjonert både måten vi som borgere forholder oss til mediene og hvordan medievirksomhetene gjør innhold og ytringsadgang tilgjengelig for oss. Behovet for at lovverk og tilskuddsordninger må tilpasses den nye virkeligheten digitaliseringen representerer, er udiskutabelt. Medietilsynet hilser nytt regelverk velkommen når det måtte foreligge, men har som oppgave å håndheve dagens lover og virkemidler inntil nye regler er på plass.

2012 var et begivenhetsrikt år. Blant annet overtok A-pressen (nå Amedia) de fleste avisene som inngikk i Edda Media. Klagenemnda for mediasaker omgjorde Medietilsynets vedtak i denne saken. Det åpner for en revurdering av hvordan regionale eierskapsbegrensninger skal fortolkes.

Kunnskap om eierforhold i norske medier har betydning for den allmenne mediekompetansen i samfunnet. Medietilsynet er gjennom lov forpliktet til å bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforholdene i norske medier. Tilsynet håper Eierskapsmeldingen for 2012 belyser eierforholdene i mediene på en tilfredsstillende måte.

Medietilsynet mars 2013



Tom Thoresen
Direktør



Tom Thoresen
Direktør

UTSYN: FOKUS PÅ MEDIEMANGFOLD I EUROPA

Hva bør gjøres for å sikre mediemangfold og mediefrihet i Europa i fremtiden? Dette er spørsmål som EU-kommisjonen har bedt ekspertgrupper og forskningssentre om å utrede.



Marita Bergtun
Seniorrådgiver

Avlyttingsskandalen i den britiske avisen News of the World og den omstridte medieloven i Ungarn, er saker som har bidratt til økt oppmerksomhet i EU om betydningen av mediemangfold og mediefrihet. EU-kommisjonen har de senere årene iverksatt en rekke tiltak for å fremme mediemangfold og -frihet i Europa. Høsten 2011 fikk en uavhengig High Level Group i oppdrag å gi sine anbefalinger om hvordan man bør sikre; «respect, protection, support and promotion of pluralism and freedom of the media in Europe». Ekspertgruppen la frem sin rapport *A free and pluralistic media to sustain European democracy* på nyåret i 2013. Blant en rekke ulike forslag anbefaler gruppen tiltak knyttet til overvåking og vurdering av mangfold i mediemarkedene, og regler for offentlig eierskap av mediene. Enkelte forslag, som å innføre bøter for presseetiske brudd, har vekket sterke reaksjoner blant annet i Norge.

NYTT EUROPEISK FORSKNINGSSENTER

Det delvis EU-finansierte forskningssenteret Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) er et annet av kommisjonens initiativ. Senteret ble etablert i starten av 2012 som en del av European University Institute i Firenze. Ifølge nettsidene er senterets mål; «to enhance the awareness of the importance of freedom and pluralism of the media, to contribute to its protection and promotion and to develop new ideas among academics, policy makers, regulators, market stakeholders, journalists, and all other directly involved professionals who take part in the public debate.» Virkemidlene er forskning, debatt, undervisning og

formidling. Senteret har publisert flere rapporter og holdt en rekke seminarer samt en sommerskole.

Nylig publiserte senteret rapporten *EU Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*. Her drøfter eksperter på feltet hvilken kompetanse EU har i dag for å fremme mediemangfold og mediefrihet, og på hvilke områder det er behov for endringer i EUs kompetanse for å sikre mediemangfold og -frihet på en mer effektiv måte i fremtiden. Rapporten presenterer interessante perspektiver knyttet til eierskap, som hvorfor mediemarkedene har tendens til å bli konsentrert. Særlig aktuell er diskusjonen mellom ulike forskere («optimister» og «pessimister») om hvorvidt Internett og nye medier fører til større mangfold eller økt konsentrasjon.

OBSERVATORIET MED RAPPORT OM MARKEDSREGULERING

Også Det europeiske audiovisuelle observatoriet under Europarådet i Strasbourg har nylig satt eierskapskonsentrasjon og markedsregulering på agendaen. I november 2012 publiserte senteret en ny rapport i serien *Iris Special; Converged Markets – Converged Power? Regulation and Case Law*. Rapporten tar for seg reguleringen av de audiovisuelle markedene, på EU-nivå og i 11 europeiske land. Medietilsynet har vært bidragsyter gjennom landrapporten om regulering av de norske markedene.

MEDIETILSYNET DELTAR INTERNASJONALT

Medietilsynet har i 2012 prioritert aktiv deltakelse i internasjonalt arbeid om eierskap og mediemangfold.

«Respect, protection, support and promotion of pluralism and freedom of the media in Europe.»

I tilknytning til arbeidet til EU-kommisjonens High Level Group ble det i juni 2012 arrangert en konferanse i Brussel; *Pan-European Forum on Media Pluralism and New Media*. Temaet for konferansen var mulighetene for, og risikoene knyttet til, mangfold med nye medier. Fra Medietilsynet deltok rådgiver Tone Haugan-Hepsø og seniorrådgiverne Bjørn Tore Østeraas og Stian Lindbøl.

Høsten 2012 deltok seniorrådgiverne Hanne Sekkelsten og Marita Bergtun på en konferanse om mediepolitikk i regi av CMPE. Her diskuterte forskere på feltet hvilke muligheter EU har i dag, og bør ha i fremtiden, for å fremme mediemangfold og mediefrihet.

Det europeiske audiovisuelle observatoriet feiret 20-årsjubileum i november 2012. Jubileet ble markert med en konferanse om medieeierskap; *Towards Transparency 2.0 – Focus on Media Concentration*. Et panel sammensatt av ulike eksperter diskuterte spørsmål som hvordan mediekonsentrasjon er regulert per i dag og hvorvidt reguleringen er tilpasset utviklingen av nye mediemarkeder. Medietilsynet var her representert ved direktør Tom Thoresen og seniorrådgiver Marita Bergtun.

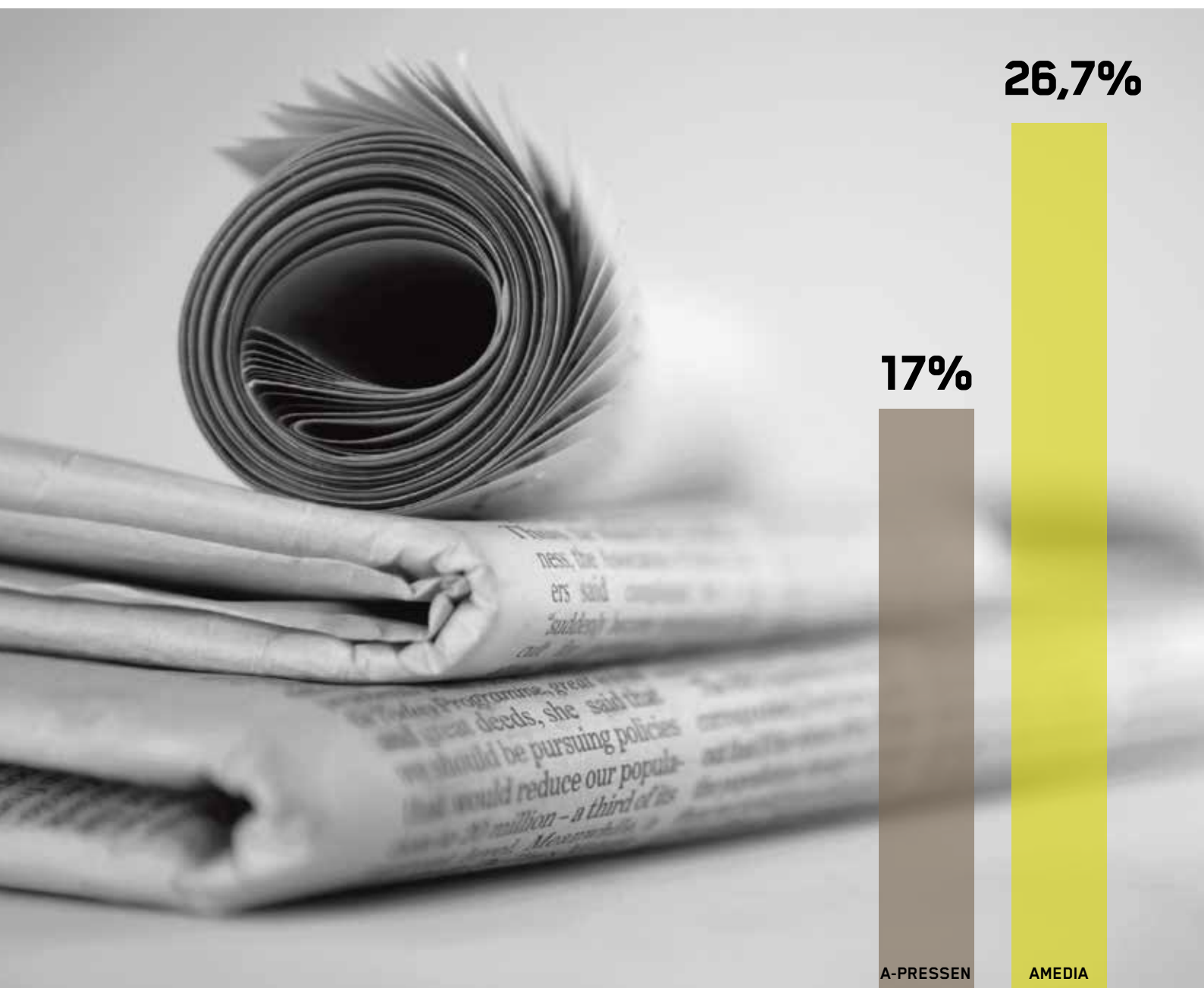
FAKTA

NORGE BEST PÅ ÅPENHET OM MEDIEEIERSKAP

Transparency; gjennomsiktighet eller åpenhet, synes å være et av nøkkelordene i den internasjonale debatten om eierskap og mangfold. I en rapport til EU-kommisjonens High Level Group; *Transparency of Media Ownership in Europe*, skriver Access Info Europe at offentlighetens tilgang på informasjon om medieeierskap er en viktig forutsetning for å fremme og beskytte mediemangfold. Funnene i deres forskningsprosjekt indikerer at åpenheten om medieeierskap er mangelfull i de fleste europeiske land. I rapporten trekkes imidlertid Norge frem som «best practice model» for hvordan man bør sikre åpenhet om medieeierskap.



ØKT **EIERKONSENTRASJON** I AVISMARKEDET



A-PRESSEN

AMEDIA

Den mest sentrale saken etter medieeierskapsloven i 2012 var A-pressens kjøp av Edda Media. A-pressen fikk etter kjøpet en vesentlig utvidelse av sitt eierskap i avismarkedet, og eierskapet i det norske avismarkedet er nå samlet på færre hender. A-pressens kjøp av Edda Media berørte også problemstillinger og grensedragninger som er sentrale i forbindelse med den pågående revisjonen av medieeierskapsloven.

Den 5. desember 2011 inngikk A-pressen AS (nå Amedia AS) avtale med det britiske selskapet Mecom Holding Cooperatief W. A. om kjøp av Edda Media AS. Oppkjøpet medførte at A-pressens opplagsandel i det nasjonale dagspressemarkedet økte fra 17,0 prosent til 26,7 prosent. I det regionale dagspressemarkedet økte eierkonsentrasjonen spesielt i medieregionene Østvikens og Vestvikens. Tidligere hadde A-pressen en opplagsandel på 57,3 prosent i Østvikens og 24,5 prosent i Vestvikens. Etter kjøpet av Edda Media ville A-pressen ha kontroll med 87,6 prosent av opplaget i Østvikens og 73,6 prosent i Vestvikens.

Etter medieeierskapsloven foreligger det normalt en betydelig eierstilling i det regionale markedet for dagspressen ved kontroll med en andel på 60 prosent eller mer av det totale dagsopplaget. Medietilsynet vurderte saken slik at ervervet ville gi A-pressen en betydelig eierstilling i Østvikens og Vestvikens. Medietilsynet mente videre at oppkjøpet ville gi A-pressen vesentlige påvirkningsmuligheter i dagspressemarkedet i disse regionene.

25. april 2012 varslet Medietilsynet A-pressen om at tilsynet vurderte å pålegge salg eller nedlegge forbud mot gjennomføring av ervervet. Etter loven er Medietilsynet forpliktet til å forsøke å komme frem til en minnelig løsning med den som foretar oppkjøpet, før et eventuelt inngrep foretas. Etter flere samtaler kom Medietilsynet og A-pressen frem til en slik løsning. 15. august 2012 fattet tilsynet vedtak om at kjøpet kunne tillates på visse vilkår. Det ble stilt krav om at A-pressen måtte selge avisen Varden

i Vestvikens og avisene Østlandets Blad, Vestby Avis, Enebakk Avis, Ås Avis, Smaalenenes Avis og Rakkestad Avis i Østvikens. Etter gjennomføring av salgene ville A-pressen få en opplagsandel på 62,3 prosent i Østvikens og 64,3 prosent i Vestvikens. Avisen Varden ble solgt i oktober 2012.

A-pressen valgte likevel å påklage vedtaket til Medieklagenemnda. Medieklagenemnda fattet vedtak i saken 21. januar 2013. Nemnda kom til at A-pressen etter oppkjøpet av Edda Media får en betydelig eierstilling og at denne eierposisjonen er i strid med lovens formål. Nemnda er dermed enig med Medietilsynet i at vilkårene for inngrep er oppfylt. Medieklagenemnda kom imidlertid til at det ikke var formålstjenlig med inngrep, og kjøpet ble tillatt uten vilkår om salg av flere aviser enn Varden.

Under behandlingen av saken så Medietilsynet behov for en noe mer fleksibel tilnærming til fordelingen av opplaget på regionene, noe som også samsvarer med Kulturdepartementets forslag til endringer i medieeierskapsloven.



Hanne Sekkelsten
Seniorrådgiver

«Etter loven er Medietilsynet forpliktet til å forsøke å komme frem til en minnelig løsning med den som foretar oppkjøpet, før et eventuelt inngrep foretas.»

VIKTIGE HENDELSER

MEDIEEIERSKAP 2012

RADIO OG TV

JANUAR

A-pressen selger sin andel av TV 2 til Egmont

I januar 2012 ble det gjort kjent at A-pressen solgte sin andel på 50% av aksjene i TV 2 til det danske mediekonsernet Egmont. Egmont eide fra før den andre halvparten av TV 2, og ble etter kjøpet eneeier av TV 2. Samtidig solgte Telenor sin andel på 45 prosent av TV 2 Zebra til TV 2. Telenor har etter salget fremdeles eierinteresser i det norske TV-markedet gjennom sin aksjepost på 35 prosent i C More.

DESEMBER

Discovery kjøper SBS Norge

Amerikanske Discovery Communications kjøpte SBS Nordic i desember 2012. Totalt inkluderer kjøpet av SBS Nordic 12 TV-kanaler i Norge, Sverige, Danmark og Finland. Discovery blir etter kjøpet eier av TVNorge, de tre nisjekanalene Fem, Max og Vox, samt radiokanalen Radio Norge og seks lokalradiostasjoner. Fra før eier Discovery åtte TV-kanaler som distribueres til norske TV-seere. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven.

AVIS

JUNI

Tun Media selger Valdres Media til Gudbrandsdølen Dagningen

Gudbrandsdølen Dagningen kjøpte i juni 2012 Valdres Media av Tun Media. Valdres Media gir ut avisa Valdres. Valdres kommer ut på Fagernes og hadde et opplag på 8 513 i 2012. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven.

Agderposten kjøper Varden og Demokraten

Etter pålegg fra Konkurransetilsynet, solgte Amedia ved utgangen av 2012 den tidligere Edda Media-eide avisa Varden til Agderposten og i juni 2012 sin egen avis Demokraten til Agderposten og Tanke Media. Varden kommer ut i Skien og hadde et opplag på 22 465 i 2012. Demokraten kommer ut i Fredrikstad og hadde et opplag på 5 605. Oppkjøpene var ikke i strid med medieeierskapsloven.

OKTOBER

Schibsted kjøper tilbake deler av Polaris

Norrköpings Tidningar Media og Franklin Enterprises benyttet seg av en salgsopsjon og solgte til sammen 22 prosent av aksjene i Polaris Media tilbake til Schibsted i oktober 2012. Schibsted kontrollerer dermed 29 prosent av opplaget i Polaris. Oppkjøpet var ikke i strid med medieeierskapsloven. Polaris var majoritetseier i 29 aviser ved utgangen av 2012. De fleste av konsernets aviser kommer ut på Nordvestlandet, i Trøndelag og i Nord-Norge.

Nya Wärmlandske Tidningar (NWT) kjøper mer i Polaris

NWT kjøpte 7 prosent av aksjene i Polaris fra Helsingborg Dagblad i oktober 2012. 25. januar 2013 kjøpte NWT 12 prosent av aksjene i Polaris fra Sparebank 1 SMN. NWT kontrollerer etter dette 26,4 prosent av aksjene i Polaris Media. Oppkjøpene var ikke i strid med medieeierskapsloven.

DESEMBER

Aftenposten Aften legges ned

20. desember 2012 kom siste utgave av Aftenposten Aften som egen avis. Aftenutgaven videreføres som et gratis innstikk i morgenutgaven. Nedleggelsen er en del av Schibsteds sparetiltak. Aftenposten Aften ble lansert i 1883.

POLARIS MEDIA ER MAJORITETSEIER I

29 AVISER

ETTER KJØP AV EDDA KONTROLLERER AMEDIA ET OPPLAG PÅ

665 281

SISTE UTGAVE AV AFTENPOSTEN AFTEN

20.12.12

EGMONT KJØPER HELE

TV 2 OG TV 2 ZEBRA

FAKTA OG TALL OM MEDIEEIERSKAP 2012

DAGSPRESSE NASJONALT

Avisieernes andel av opplaget

Avisenes totale opplag i 2012 var 2 515 669, ned med fem prosentpoeng fra 2011. Gratisavisenes opplag var 232 489, eller 9,2 prosent av det totale opplaget. Avishusenes e-aviser/pdf-utgaver hadde et opplag på 30 714, eller 1,2 prosent av det totale opplaget.

Schibsted var Norges største aviseier i 2012. Konsernet kontrollerte 29,1 prosent av avisopplaget. I løpet av året økte konsernet sin eierandel av Polaris fra 7 til 29 prosent. Ved utgangen av 2012 la Schibsted ned Aftenposten Aften, noe som reduserte konsernets andel av det totale opplaget med nær tre prosentpoeng. Amedia (tidl. A-pressen) kontrollerte etter oppkjøpet av Edda Medias aviser 26,7 prosent av avisopplaget. Polaris er tredje største aviskonsernet med 9,5 prosent av avisopplaget. Figuren under viser utviklingen av de fire største aviseiernes andeler av avisopplaget de siste fem årene.

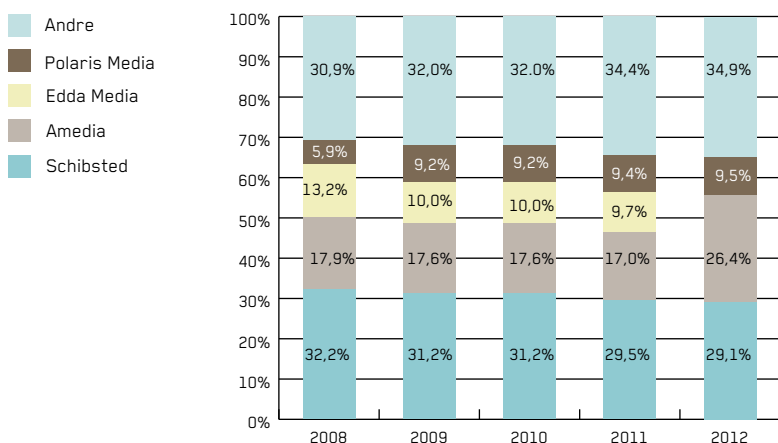


Bjørn Tore Østraas
Seniorrådgiver

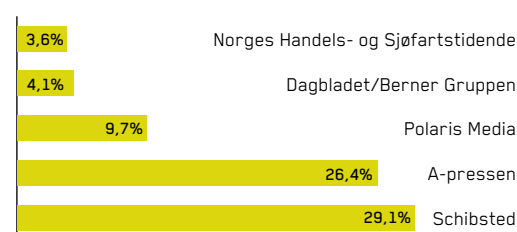
Amedias andel av opplaget økte med nær ti prosent som følge av kjøpet av Edda Media. Schibsted kontrollerer en svakt fallende andel av avisopplaget, mens Polaris øker noe. Når de øvrige avisene har en økning i andelen av avisopplaget, skyldes det at flere gratisaviser er tatt inn i beregningsgrunnlaget for opplagsandeler. Største gratisavis-eiere var i 2012 Schibsted og Lundquist Media.

De største bakenforliggende eierne av norske aviser; Blommenholm Industrier, Telenor og LO var de samme i 2012 som tidligere år. Telenor og LO eier Amedia og økte sin andel av opplaget kraftig i 2012. Mecom, som tidligere var største utenlandske eier i norske aviser, hadde etter salget av Edda Media ingen eierandeler i norske aviser. Største utenlandske eier ved utgangen av 2012 var Nya Wärmlandske Tidningarna (NWT) som eier vel 26 prosent av Polaris og nær 5 prosent av Schibsted¹. Figuren under viser de største utenlandske eierne ved utgangen av 2012.

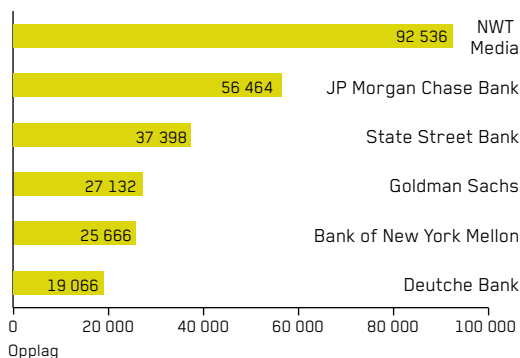
AVISEIERNES ANDELER AV OPPLAGET 2008 TIL 2012



ANDELER AV OPPLAG STØRSTE AVISKONSERN I 2012



STØRSTE UTENLANDSKE AVISEIERE I 2012



1. Inkluderer aksjer kjøpt fra Sparebank 1 SMT 25. januar 2013. Posten utgjør 12 prosent av aksjene i Polaris Media.

DAGSPRESSE REGIONALT

Amedias oppkjøp av Edda Media førte til at Amedias andeler av opplaget økte kraftig i regionene Sørvestlandet, Vestviken, Østviken og Innlandet. I to av regionene fikk Amedia mer enn 60 prosent av opplaget. Oppkjøpet er omtalt i større detalj på side 6–7.

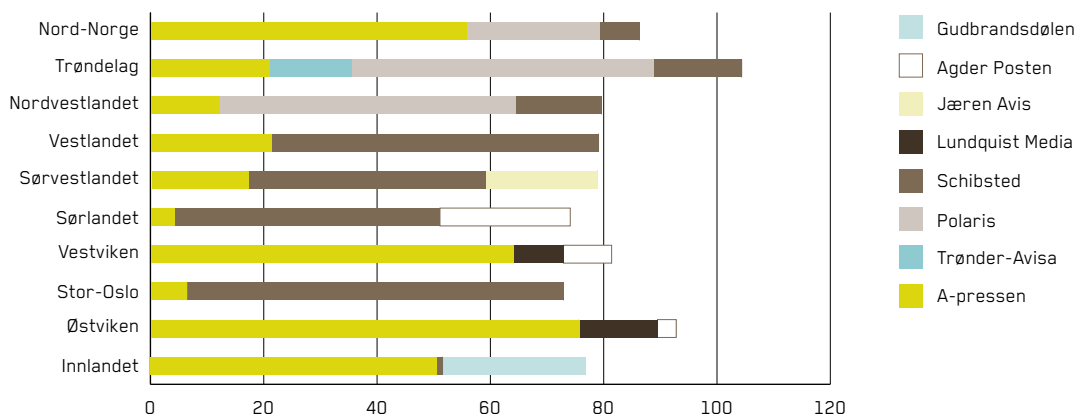
En konsekvens av Amedias oppkjøp av Edda Media var at Agderposten kjøpte Varden og Demokraten. Agderposten fikk dermed eierandeler i regionene Østvika og Vestvika.

Schibsted la ned Aftenposten Aften og reduserte dermed sin andel av opplaget i Stor-Oslo med ti prosentpoeng til 66,6 prosent. Schibsted kjøpte seg opp fra 7 til 29 prosent i Polaris og fikk som følge av det økte andeler av opplaget i Nord-Norge, Trøndelag, Nordvestlandet og Innlandet. Den Schibsted-eide gratisavisen Byavisen Bergen ble tatt inn i beregningsgrunnlaget, og økte konsernets andel av opplaget i regionen Vestlandet med sju prosentpoeng fra 2011.

I tre andre medieregioner, Nord-Norge, Sørlandet og Østviken, ble aviseiernes opplagsandeler påvirket av gratisaviser som ble tatt inn i grunnlaget for beregning av opplagsandeler. I Nord-Norge ble Amedia-eide Byavis Tromsø tatt inn i beregningsgrunnlaget, i regionen Sørlandet ble TS-avisa Aust-Agder og TS-avisa Vest-Agder tatt inn, og i Østviken ble Byavis Fredrikstad og Byavis Sarpsborg tatt inn.

I de øvrige medieregionene var det kun små endringer. Figuren/tabellen under viser de ulike eiernes andeler av opplaget i de ti medieregionene i 2012.

AVISKONSERNEENES ANDEL AV OPPLAG I MEDIEREGIONENE



Eiere	Nord-Norge	Trøndelag	Nordvestlandet	Vestlandet	Sørvestlandet	Sørlandet	Vestviken	Stor-Oslo	Østviken	Innlandet
A-pressen	101 412	42 616	15 864	48 747	24 667	5 709	167 545	11 590	127 134	81 077
Trønder-Avisa	0	29 762	0	0	0	0	0	0	0	0
Polaris	43 400	108 901	68 846	0	0	0	0	0	0	6 049
Schibsted	12 551	31 549	19 945	132 976	60 545	65 439	0	121 522	0	1 752
Lundquist Media	0	0	0	0	0	0	23 333	0	23 333	0
Jæren Avis	0	0	0	0	28 529	0	0	0	0	0
Agder Posten	0	0	0	0	0	32 084	22 155	0	5 523	0
Gudbrandsdølen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40 552
Totalt opplag	182 433	203 975	131 584	229 524	144 075	139 300	261 595	182 569	168 235	160 611

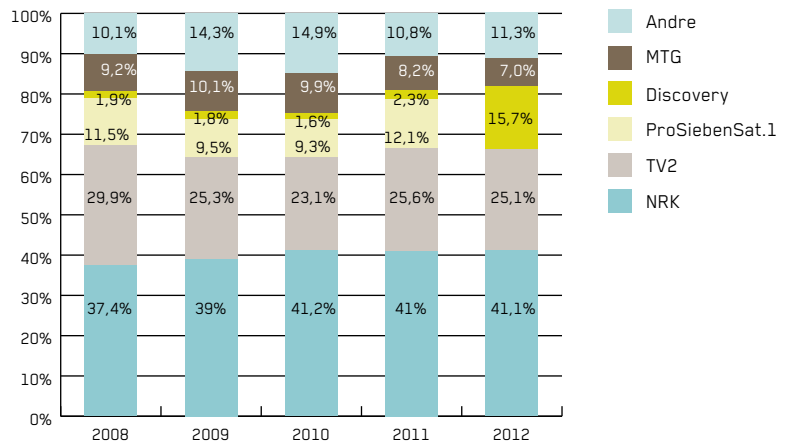
TV

Det danske mediekonsernet Egmonts kjøp av A-presens andel av TV 2 og Telenors salg av sin eierandel av TV 2 Zebra til TV 2, medførte at Egmont kontrollerer alle TV 2s TV-kanaler. Kjøpet påvirker ikke TV 2s andel av seertiden i det nasjonale TV-markedet.

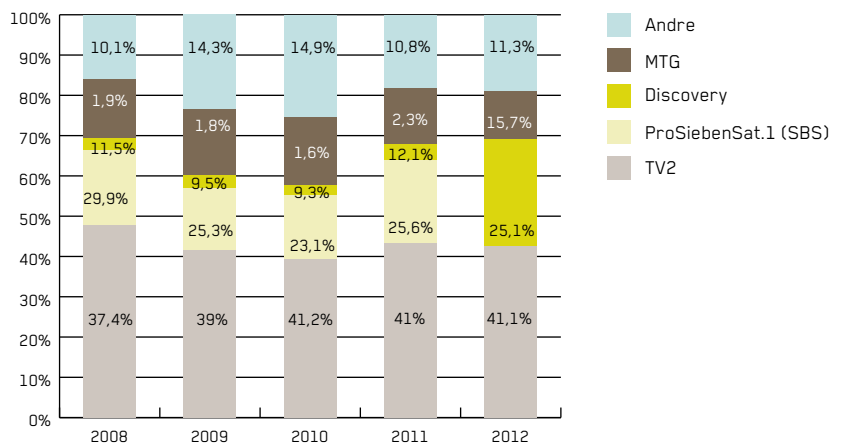
ProSieben.Sat1 solgte ved utgangen av 2012 sin norske virksomhet til Discovery Networks. Eierskapet av TV-kanalene TVNorge, MAX, FEM og VOX går dermed over til Discovery. Fra før eier Discovery følgende kanaler som distribueres i Norge: Discovery Channel, TLC Norge, Animal Planet, Discovery Science, Discovery World, Discovery HD Showcase, Animal Planet HD og Investigation Discovery. Discovery økte dermed sin markedsandel i det nasjonale TV-markedet med 13,2 prosent til 15,7¹ prosent.

Ingen eierskifter av betydning fant for øvrig sted blant nasjonale TV-kanaler. Figuren viser de ulike TV-eiernes oppslutning blant seerne de siste fem årene. NRKs markedsandel ligger relativt stabilt rundt 40 prosent av seerne, mens Discovery økte sin markedsandel fra 2011 til 2012 på bekostning av MTG (TV3 og Viasat-kanalene) og TV 2. Betal-TV-kanalene er ikke med i framstillingen.

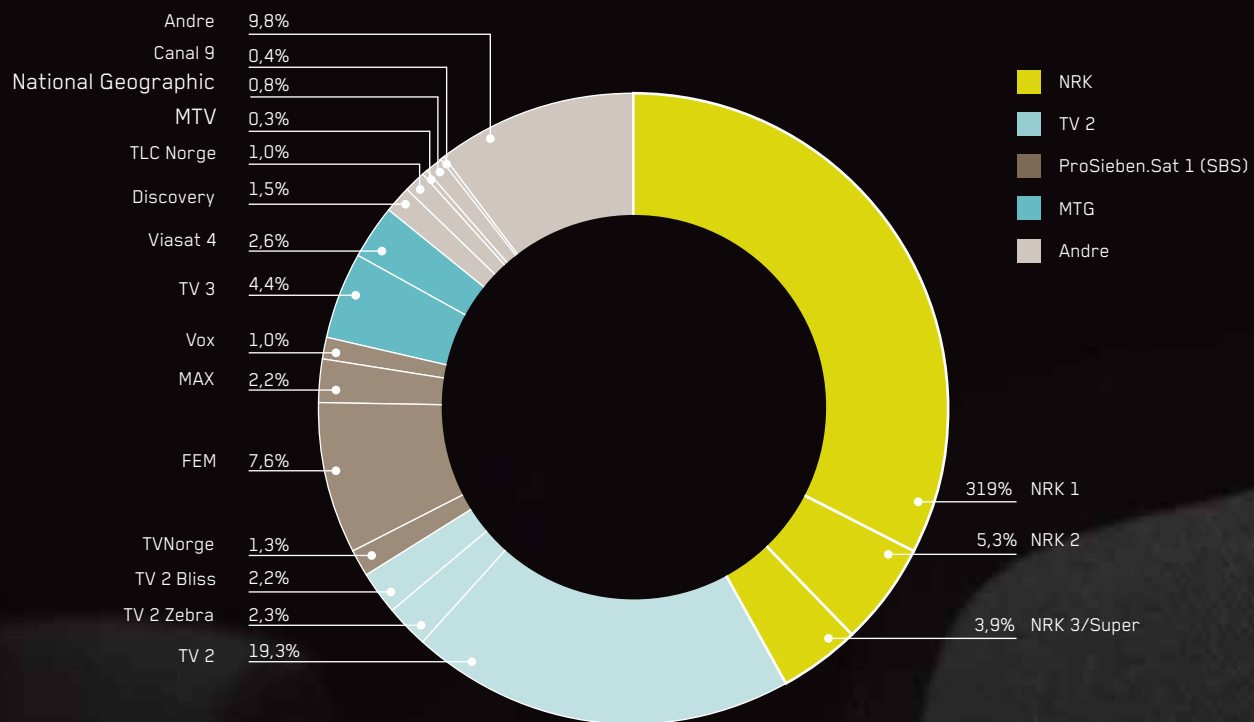
TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID 2008 TIL 2012



TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID 2008 TIL 2012, EKSKL. NRK



TV-KANALENES ANDELER AV SEERTID 2012

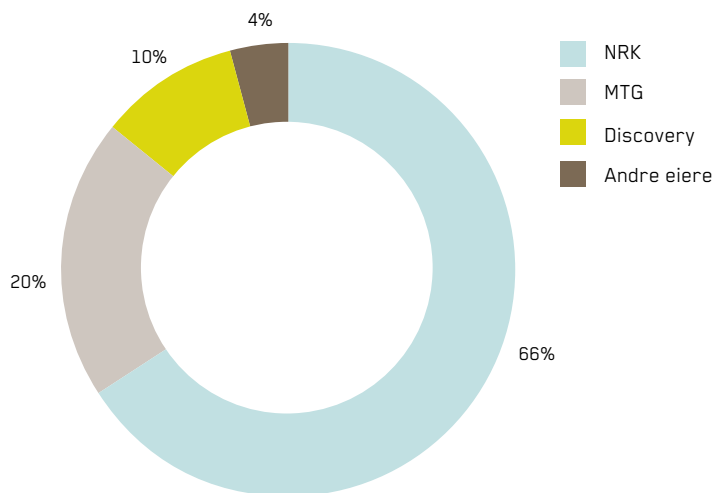


RADIO

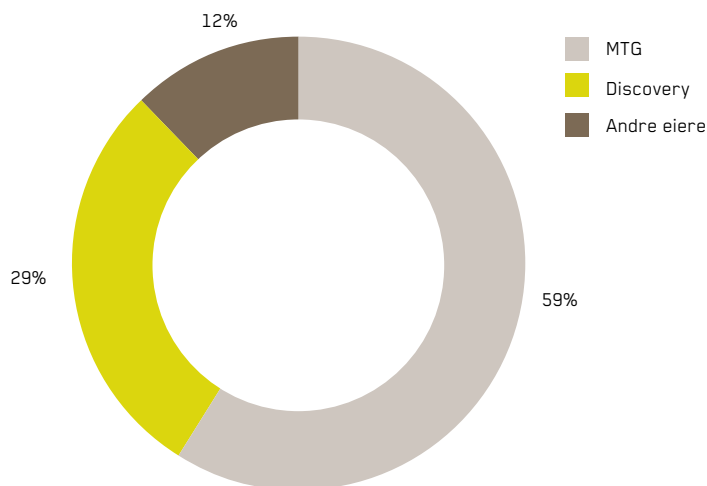
ProSieben.Sat1s salg av sin norske virksomhet til Discovery Networks har også betydning for eierskapet i det nasjonale radiomarkedet. Radio Norge var eid av ProSieben.Sat1, og etter kjøpet av kanalen har Discovery en markedsandel på 9,8 prosent i det nasjonale radiomarkedet².

Den gjennomsnittlige nordmann lyttet mindre på radio i 2012 enn i 2011. NRKs andel av lytterne økte noe fra 2011 til 2012, mens både Radio Norge og MTGs P4 tapte markedsandeler. Figurene viser de ulike radioeierens lytterandeler i det nasjonale radiomarkedet i 2012.

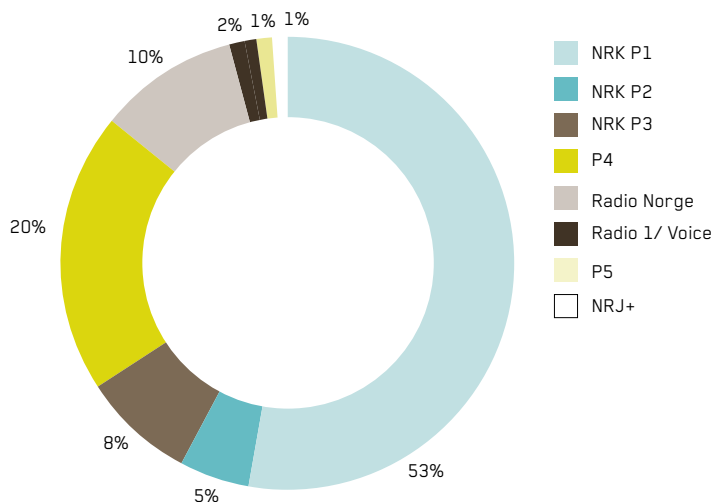
RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2012



RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2012, EKSKL. NRK



RADIOKANALENES ANDELER AV LYTTERTID I 2012



1. TNS-gallup publiserer kun separate seertall for kanalene Discovery og TLC. Seertallene for Discoverys øvrige kanaler kommer inn under kategorien andre.
2. Discoverys kjøp av ProSieben.Sat1s norske virksomhet omfatter også konsesjoner for drift av seks lokalradiostasjoner. Disse omfattes imidlertid ikke av medieeierskapslovens virkeområde.

FAKTA

NASJONALT OPPLAG

Totalopplaget for aviser i 2012 på nasjonalt nivå er 2 515 669 mot 2 648 997 i 2011. Det representerer en nedgang på 133 328. Fra 2010 til 2011 var nedgangen på 47 402.

Antall aviser som kom inn under Medietilsynets avisdefinisjon i 2012 er 243, fire flere enn i 2010. Nye aviser som er med i beregningene er Hammerfestingen, Hålogaland Blad, Kyst og Fjord, TS-avisa Aust-Agder, TS-avisa Vest-Agder, Byavisen Bergen, Byavisa Tromsø, Byavisa Fredrikstad og Byavisa Sarpsborg, mens Aftenposten Aften, Varangeren, Karmøybladet, Lokalavisa Karmsund og Eiker Aviser er tatt ut.

I *Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i medier* kap. 2.2 angis kriteriene som ligger til grunn for hvilke aviser som tas med i beregningene.

REGIONALT OPPLAG

Norge er delt inn i ti medieregioner. Tilsynet benytter aviskatalogen.no som verktøy for å foreta beregninger av aviseierskap på regionalt nivå. I beregningen av regionale opplagsandeler, tas kun aviser med utgiversted i regionen med.

Flere aviser henvender seg til et bredere dekningsområde og publikum og inkluderes ikke i beregningen av opplagsandeler på regionalt nivå, kun nasjonalt. Dette gjelder følgende aviser: VG, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nationen, Finansavisen, Fiskeribladet Fiskaren, Morgenbladet, Dagen, Klassekampen, Dag og Tid, Ny Tid, Norge i Dag og Klar Tale. Svalbard tilhører ingen medieregion, så Svalbardposten regnes ikke til noen region.

BEREGNINGSMÅTE TV OG RADIO

Medietilsynets årlige eierskapsberegninger foretas på bakgrunn av oppslutningstallene for TV, radio og avis (seer-, lytter- og opplagstall). Oppslutningstallene fordeles etter egne regler på de ulike aktørene innenfor hvert marked.



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

NYGATA 4, 1607 FREDRIKSTAD
TLF: 69 30 12 00
FAKS: 69 30 12 01
WWW.MEDIETILSYNET.NO