

ØKONOMISK UTVIKLING FOR  
DAGSPRESSE OG KRINGKASTING I NORGE

2001 - 2005

Medietilsynet, november 2006

## Oppsummering

I 2005 utgjorde dagspressens og kringkasternes økonomi mer enn 1 % av BNP, og det samlede driftsresultatet var på mer enn 1 milliard kroner. Reklame er bransjens viktigste inntektskilde og utgjør noe under halvparten av omsetningen. Bransjen er mangfoldig. Den inneholder alt fra milliardforetak som preger alles hverdag til superlokale virksomheter som drives på frivillig basis for et meget begrenset publikum. Bransjen inneholder også noen av de økonomisk sett mest solide virksomhetene i norsk næringsliv og virksomheter hvis eksistens beror på statlige tilskudd. Dagspresse og kringkastingsvirksomhetene er både viktige kulturinstitusjoner og viktige økonomiske aktører.

Dagspressen står for om lag to tredeler av bransjens omsetning. Det går et klart skille mellom aviser som mottar pressestøtte og aviser som ikke mottar pressestøtte. Avisene som mottar pressestøtte, nummer to avisene og de mindre lokalavisene, står for 10 % av omsetningen i dagspressen. Disse avisene gikk samlet sett med om lag 200 millioner kroner i underskudd før pressestøtte i 2005, en svekkelse på 19 millioner kroner fra 2004. Aviser som ikke mottar pressestøtte er større aviser som stort sett går med overskudd. I 2005 hadde disse avisene 1,2 milliarder kroner i driftsresultat, en økning på 151 millioner kroner fra 2004. Annonser er dagspressens viktigste inntektskilde uavhengig av om avisene mottar pressestøtte eller ikke. Nettavisene utgjør en stadig viktigere del av dagspressens økonomi. Omsetningen i nettavisene økte med nær 60 % fra 2004 til 2005. Driftsresultatet var på 90 millioner kroner i 2005, en tredobling fra året før.

NRK er den økonomisk sett dominerende aktøren blant kringkastingsvirksomhetene i Norge med om lag halvparten av den totale omsetningen. Blant de private kringkasterne går det et skille mellom nasjonale og lokale kringkastere. De nasjonale kringkasterne preges av få og store aktører som, med ett unntak, går med betydelige og stadig økende overskudd. 90 % av de nasjonale kringkasternes inntekter kommer fra reklame. Lokale private kringkastere er en samlebetegnelse for alt fra kommersielle kjederadioer og storby-TV, til små nisjeradioer som drives ved hjelp av ubetalt, frivillig innsats. Kommersiell lokalradio har samlet sett gått med underskudd, mens ikke-kommersiell lokalradio har gått i balanse de siste fem årene. Lokal-TV'ene har samlet sett gått med betydelige underskudd alle år fra 2001 til 2005.

## **Det store bildet – økonomien i dagspresse og kringkasting**

Dagspressen og kringkastingsbedriftene er sentrale i det norske kulturlivet. De er også viktige økonomiske aktører. Denne rapporten gir et bilde av den økonomiske utviklingen i dagspressen og kringkastingsbedriftene fra 2001 til 2005, og er den første av sitt slag som publiseres i Norge. Målet er å gi leseren et innblikk i de viktigste økonomiske faktorene for bransjen. I rapporten gis det både et bilde av utviklingen i bransjen i sin helhet og utviklingen for kringkasting og dagspresse hver for seg. I andre rapporter fra Medietilsynet fokuseres det på aviser og kringkastere som mottar tilskudd over statsbudsjettet.

Medietilsynet har hentet inn opplysninger om dagspressen og kringkastingsbedriftenes økonomi for perioden 2001 til 2005. I materialet inngår årlige regnskapstall for alle nasjonale kringkastere som leverer regnskap i Norge. Det innebærer at TV3 ikke er med i denne rapporten. Videre inneholder rapporten tall fra mer enn 95 % av landets 226 avistitler, mer enn 95 % av landets lokalradioer og alle lokal-TV stasjoner. Tallene er hentet fra virksomhetenes årsmeldinger eller sendt fra virksomhetene selv til Medietilsynet på fastsatte skjema. Medietilsynet har siden 80-tallet hentet inn regnskapstall fra dagspressen, og siden 90-tallet fra lokale kringkastere. Opplysningene fra den enkelte bedrift er konfidensielle. Det er ikke justert for prisstigningen i perioden.

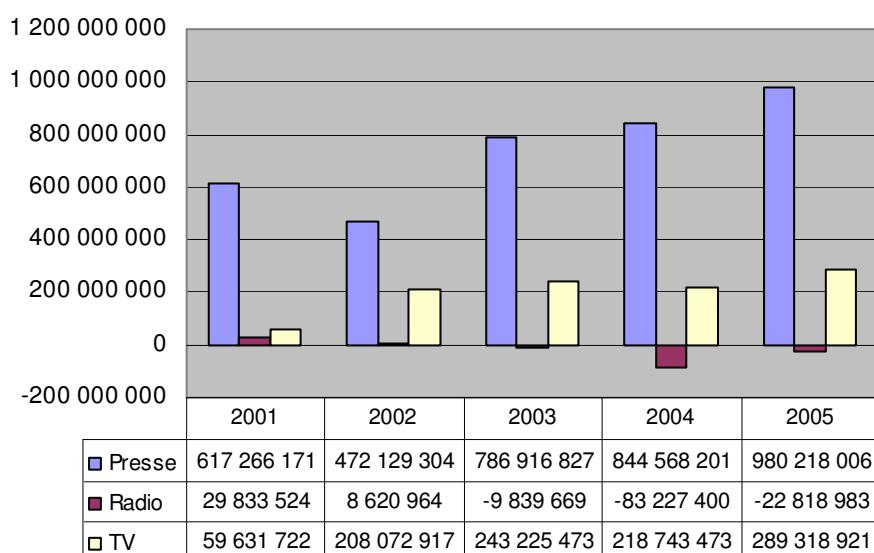
Rapporten fokuserer på primærvirksomhetene, de som produserer det redaksjonelle innholdet. I mange tilfeller har mediebedriftene skilt ut spesielle oppgaver i egne selskaper. Dette gjelder for eksempel trykking, distribusjon av aviser og annonsesamkjøring. Disse selskapenes økonomi er ikke inkludert i denne rapporten. Morselskapene i mediehusene og gratisaviser er heller ikke inkludert. En spesiell utfordring er virksomhetenes nettsatsing.

Innholdsproduksjon for nettdistribusjon er ulikt organisert i mediebedriftene. Enkelte mediebedrifter har skilt nettsatsingen ut i egne selskaper, men for de aller flestes del er den integrert i hovedvirksomheten. Det gjøres nærmere rede for nettsatsingen i avsnittet om dagspressens økonomi.

Variasjonen mellom bedriftene er svært stor. Noen bedrifter er milliardforetak, mens andre har en årlig omsetning på mindre enn 100 000 kroner. Noen bedrifter har store underskudd i hele perioden, mens andre har store overskudd. Denne rapporten gir et samlet bilde av bransjen og skjuler til en viss grad at dette handler om en bransje med svært ulikartede aktører.

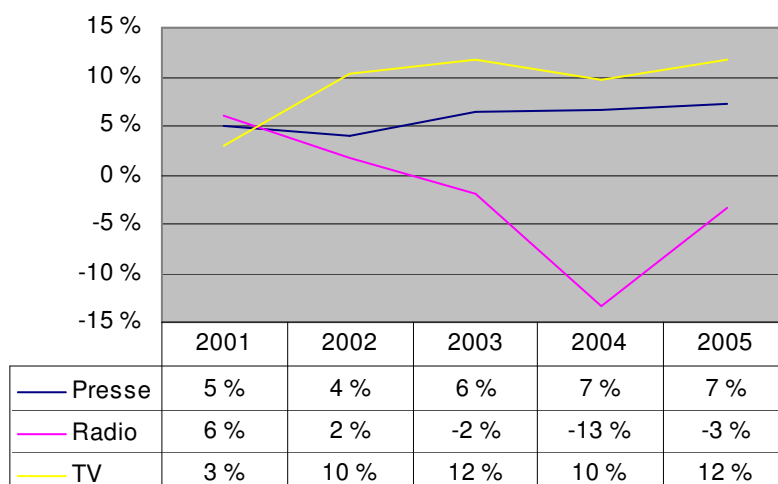
## Lønnsomhet

Mediebransjen er samlet sett en lønnsom bransje. Figuren under viser utviklingen i driftsresultatet i dagspresse, privat radio og privat TV (eksl. NRK). Variasjonene mellom de enkelte virksomhetene er imidlertid stor. Enkelte bedrifter har betydelige negative driftsunderskudd i hele perioden, mens andre bedrifter har overskudd i hundremillionsklassen gjennom hele perioden.



Figur 1: Driftsresultat dagspresse og privat kringkasting 2001 til 2005

Driftsmarginene (eksl. NRK) var 5 % i 2001 og økte til 7 % i 2005. Driftsmargin er definert som driftsresultat i prosent av driftsinntekter etter avskrivninger. Figuren under viser driftsmarginene i dagspressen, radio og TV (eksl. NRK).

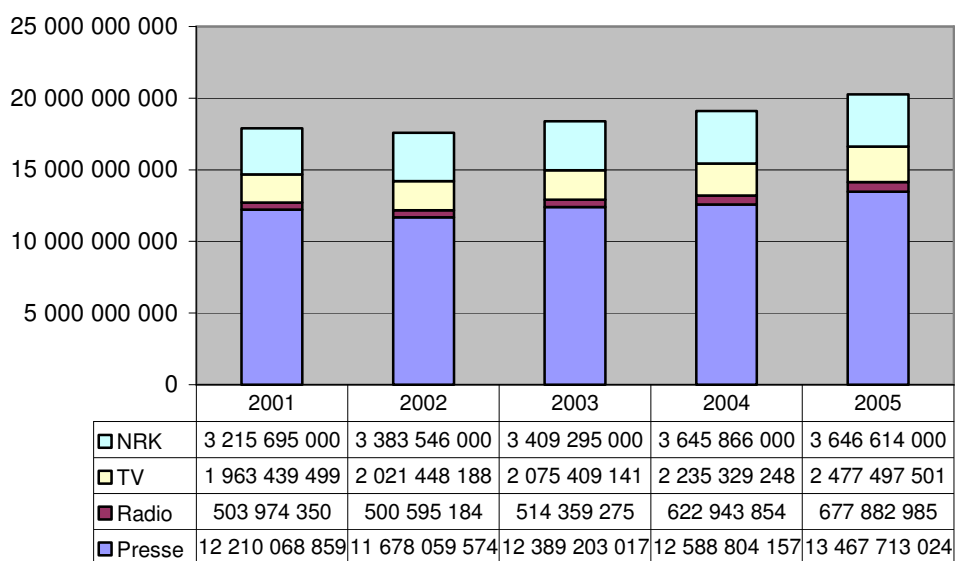


Figur 2: driftsmarginer dagspresse og kringkasting 2001 til 2005

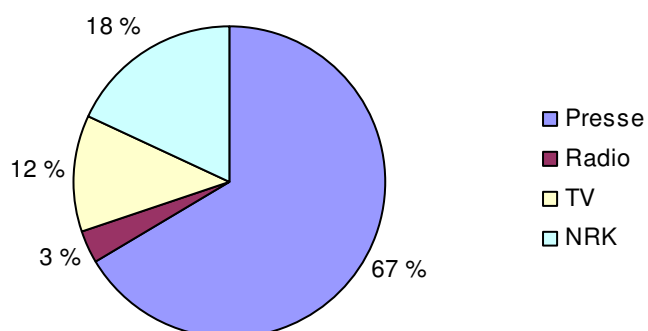
Mens driftsmarginene i dagspressen ligger på et stabilt nivå i perioden, skjer det store endringer i lønnsomheten blant kringkasterne. Driftsmarginene blant radioene svekkes betydelig i perioden. Svekkelsen skyldes underskuddene i Kanal 24. Kanal 24 startet sine sendinger i 2004. Driftsmarginene blant TV-stasjonene styrkes fra 3 til 12 % i perioden. Bedringen skyldes i hovedsak sterkt bedret lønnsomhet i en av de private riksdekkende TV-kanalene i løpet av perioden.

### Omsetning

Dagspresse og kringkasting sto for mer enn 1 % av BNP i 2005. Omsetningen i virksomhetene økte fra 17,9 milliarder i 2001 til 20,3 milliarder i 2005, en økning på 13,4 %. Prisstigningen i perioden var 5,9 % (SSB). Den reelle veksten i bransjens omsetning var 7,5 %. Figuren under viser veksten i omsetningen år for år.



Figur 3: driftsinntekter mediebedriftene 2001 – 2005

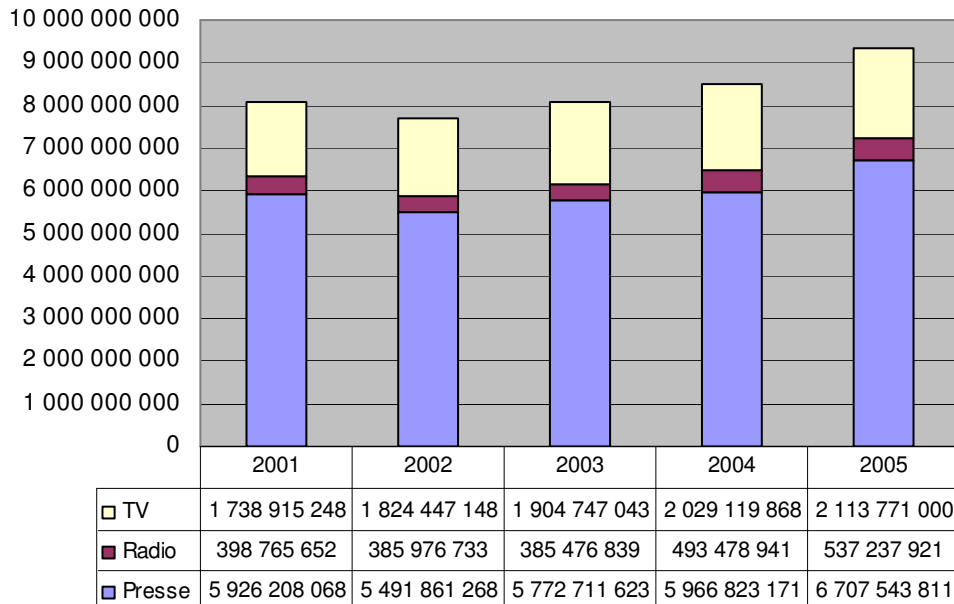


Figur 4: driftsinntekter mediebedriftene 2005

Fordelingen mellom dagspresse, radio og TV er relativt stabil gjennom perioden. Dagspressen står for to-tredeler av omsetningen i bransjen, men andelen reduseres med nesten to prosentpoeng i perioden. Kringkasting har en tredjedel av omsetningen (inkl. lisens til NRK) fordelt med i underkant av en femtedel på NRK, litt over en tidel på private TV-stasjoner og 3 % på privat radio. Private TV-stasjoner har økt sin andel av omsetningen med noe over ett prosentpoeng i perioden.

## Reklame/annonseinntekter

Hovedinntektskildene i bransjen er reklame/annonser og lisens. Figuren under viser fordelingen av reklame/annonseinntekter mellom radio, TV og dagspresse.



Figur 5: reklameinntekter mediebedriftene 2001 – 2005

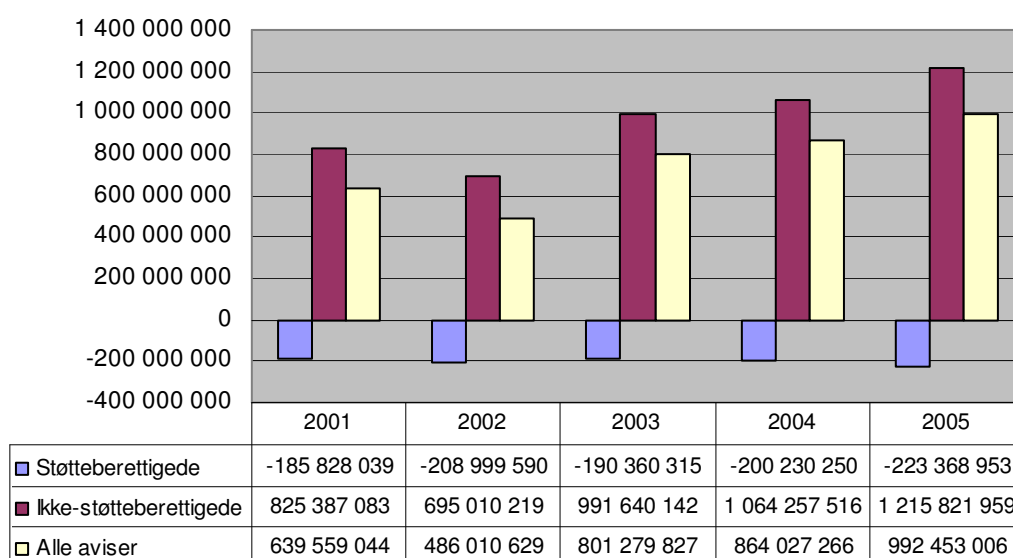
Dagspressens andel av reklameinntektene i de bedriftene som er med i denne undersøkelsen, sank i perioden fra 73 til 70 %. Radioens andel økte med ett prosentpoeng fra 5 til 6 % da Kanal 24 startet sendinger i 2004. TVs andel økte fra 22 til 24 % i perioden.

Utviklingen i NRKs lisensinntekter behandles i avsnittet om de nasjonale kringkasterne.

## Økonomien i dagspressen

Medietilsynet har siden 1980-tallet samlet inn regnskapsdata fra dagspressen. Avisene har sendt inn opplysninger til Medietilsynet på fastsatt skjema. Alle større aviser har levert inn opplysninger for samtlige år i perioden 2001 til 2005.

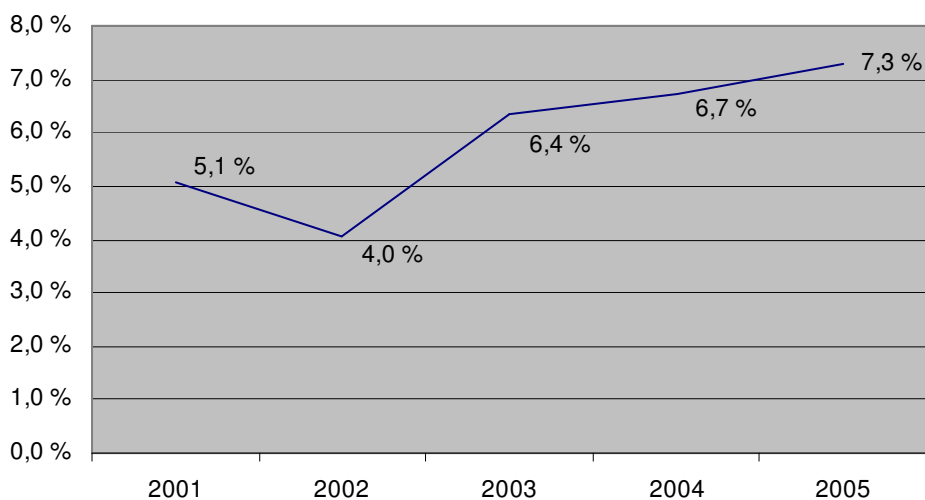
Dagsavisene har samlet sett god lønnsomhet. Det stor forskjell på enkeltaviser, og det store skillet går mellom aviser som mottar pressestøtte og aviser som ikke mottar pressestøtte. Avisene som mottar pressestøtte er i all hovedsak de minste avisene og de minst lønnsomme avisene. Figuren under viser tydelig forskjellen på avisene med og avisene uten pressestøtte. Mens avisene med pressestøtte årlig har samlet negativt driftsresultat på rundt 200 millioner kroner i perioden, har avisene uten pressestøtte et samlet årlig positivt driftsresultat rundt en milliard kroner. Unntaket er 2002 da avisene uten pressestøtte hadde et noe svakere år. Det skyldtes i hovedsak svikt i annonseinntektene.



Figur 6: driftsresultat ulike typer aviser 2001 – 2005

Lønnsomheten i avisene styrket seg noe i perioden. Driftsmarginen var 5,1 % i 2001 og 7,3 % i 2005. Figuren under viser utviklingen i driftsmarginen for alle aviser.

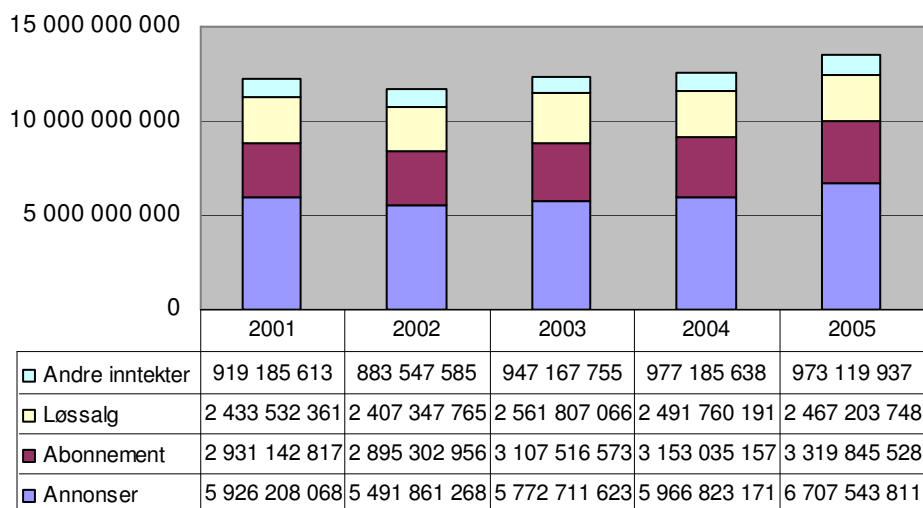




Figur 7: Driftsmargin alle aviser 2001 til 2005

Den samlede egenkapitalandelen i dagspressen økte med to prosentpoeng fra 2001 til 2005. Egenkapitalprosenten var 50 % i 2005.

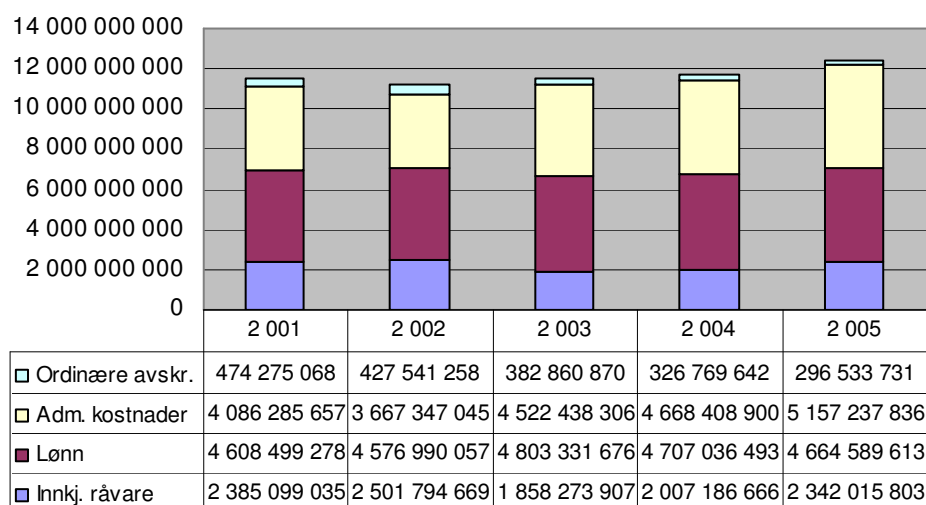
Dagspressens samlede inntekter økte fra 12,2 milliarder kroner i 2001 til 13,5 milliarder i 2005. Det er en økning på 10,7 %. Figuren under viser fordelingen mellom ulike inntektskilder i perioden.



Figur 8: Inntektskilder alle aviser 2001 til 2005

De ulike inntektskildene har en stabil andel av de samlede inntektene fra 2001 til 2004. Annonser står for litt under halvparten, abonnement for om lag en fjerdedel og løssalg for en femtedel av inntektene. Fra 2004 til 2005 økte annonseinntektenes andel av den samlede omsetningen med 2,5 prosentpoeng, mens løssalgsinntektene sank med 1,5 prosentpoeng. Abonnementsinntektenes andel av omsetningen er stabil i perioden.

Dagspressens samlede kostnader økte fra 11,1 milliarder kroner i 2001 til 12,1 milliarder i 2005, en økning på 9 %. Figuren viser fordelingen mellom ulike kostnadssteder i perioden.



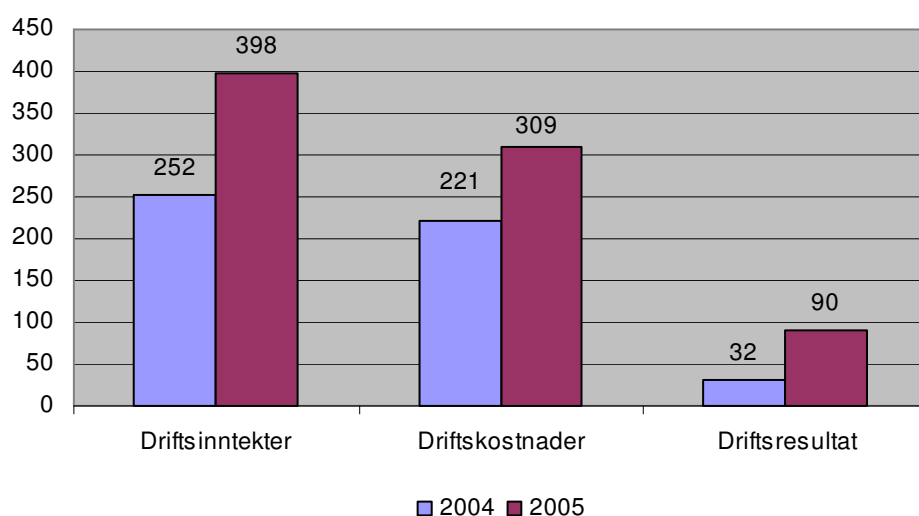
Figur 9: Kostnadsfordeling alle aviser 2001 til 2005

Administrasjon har økt sin andel av avisenes kostnader fra 35 % til 41 % i perioden. De ordinære avskrivningene er redusert med 37 % i perioden. Det antas at de reduserte avskrivningene skyldes at trykkevirksomheten er skilt ut i egne selskaper og at avskrivningen av goodwill i sammenheng med konsernernes oppkjøp av aviser på 90-tallet ble gjennomført i løpet denne perioden. Det kan imidlertid ikke utelukkes at de reduserte avskrivningene også har sammenheng med redusert investeringstakt i avisene.

### Nettavisenes økonomi

Nettavisenes økonomi er i sterk vekst og betyr mye for enkelte avisers økonomi. For løssalgsavisenes del erstatter langt på vei økningen i nettavisenes lesertall papirutgavens opplagsnedgang, og overskuddet i nettavisene oppveier til viss grad svekkelsen av papirutgavens resultater. De aller fleste aviser rapporterer sine nettaktiviteter som en integrert del av avisens totaløkonomi. De største nettavisene er imidlertid skilt ut som egne

selskaper fra avisene. I 2005 ble ni av Mediebedriftens Landsforenings (MBL) medlemsbedrifter klassifisert som nettaviser (FOTNOTE: Aftenposten Multimedia, Bergensavisa Interaktiv, DB Medialab, DN Nye Medier, Norwaylive.no, React Solutions, Stavangerpuls, TV2 Nettavisen og VG Multimedia). De fire største nettavisene sto i 2005 for 85 % av disse nettavisenes omsetning. Driftsinntektene i nettavisene økte med 58 % og driftsresultatet med 180 % fra 2004 til 2005 i følge MBL.



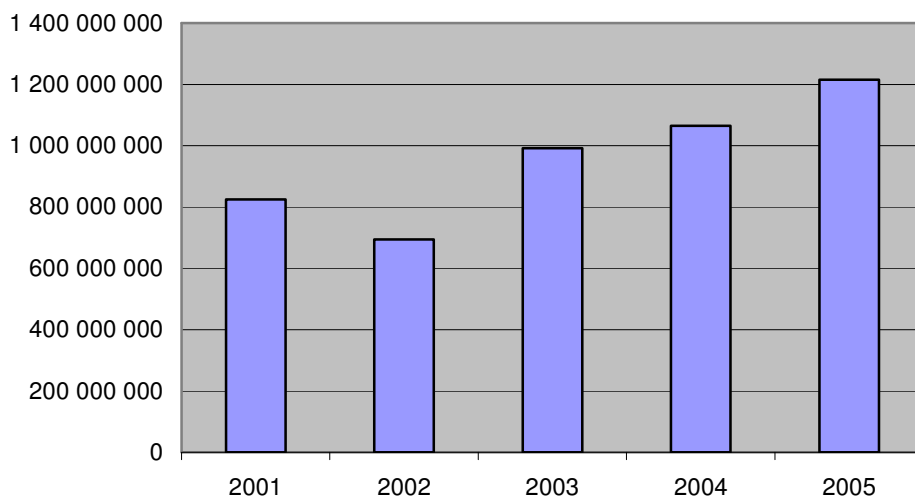
Figur 10: nettavisenes økonomi (tall i millioner kroner) – kilde: Mediebedriftenes landsforening

Nettstedet Finn.no er ikke med i framstillingen over. Finn.no omsetter for omlag 260 millioner kroner årlig.

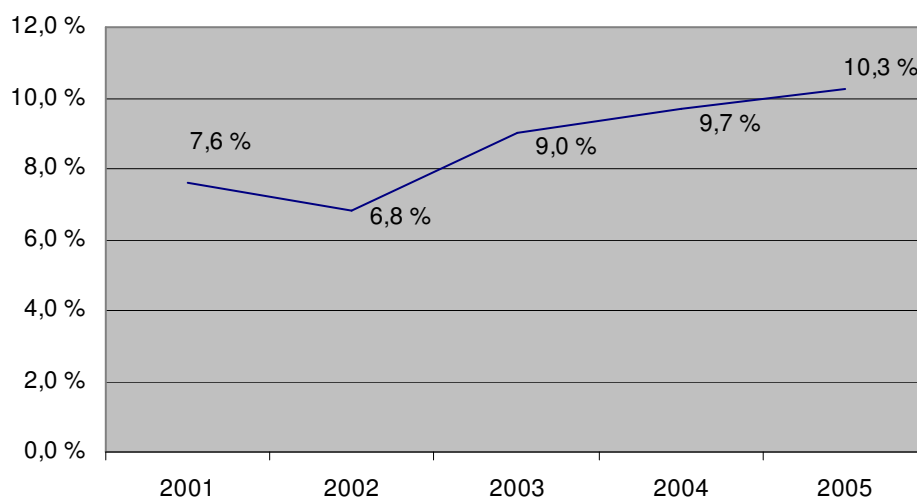
### Aviser som ikke mottar produksjonstilskudd

Medietilsynets datagrunnlag inneholder opplysninger om i underkant av 70 aviser som ikke mottar produksjonstilskudd. Gruppen består av løssalgavisene, regionavisene og lokale nummer 1 og aleneaviser med mer enn 6 000 i opplag.

De ikke-støtteberettigede avisene har stort sett god lønnsomhet. Det store flertall av aviser gikk med overskudd hvert år i perioden. Antall aviser som gikk med underskudd varierer fra en avis i 2004 til fem aviser i 2001. 2002 var relativt sett et svakt år for de ikke-støtteberettigede avisene. De siste tre årene har driftsmarginen samlet sett ligget rundt 10 %. Figurene under viser driftsresultat og driftsmarginer for avisene i perioden.



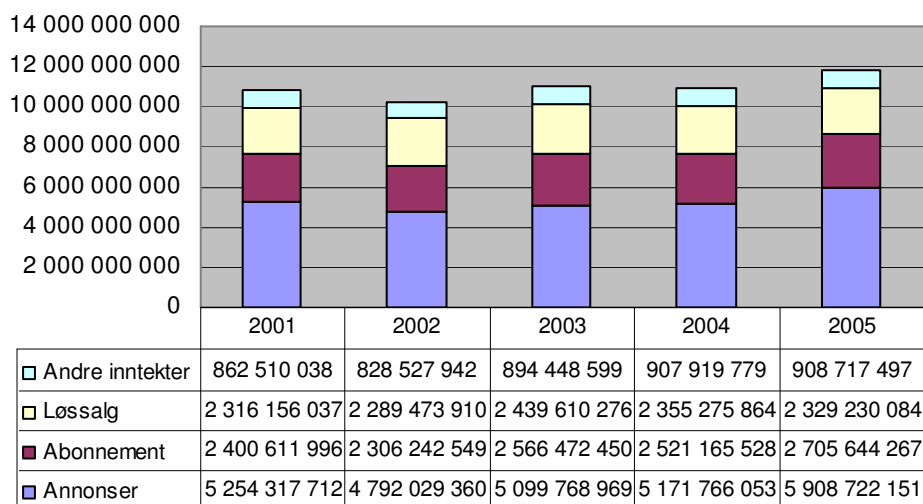
Figur 11: driftsresultat ikke-støtteberettigede aviser 2001 - 2005



Figur 12: driftsmargin ikke-støtteberettigede aviser 2001 - 2005

Ikke-støtteberettigede aviser står for nesten 90 % av omsetningen i dagspressen.

Driftsinntektene har økt med 9,4 % fra 2001 til 2005. Fordelingen av driftsinntekter vises i figuren under.

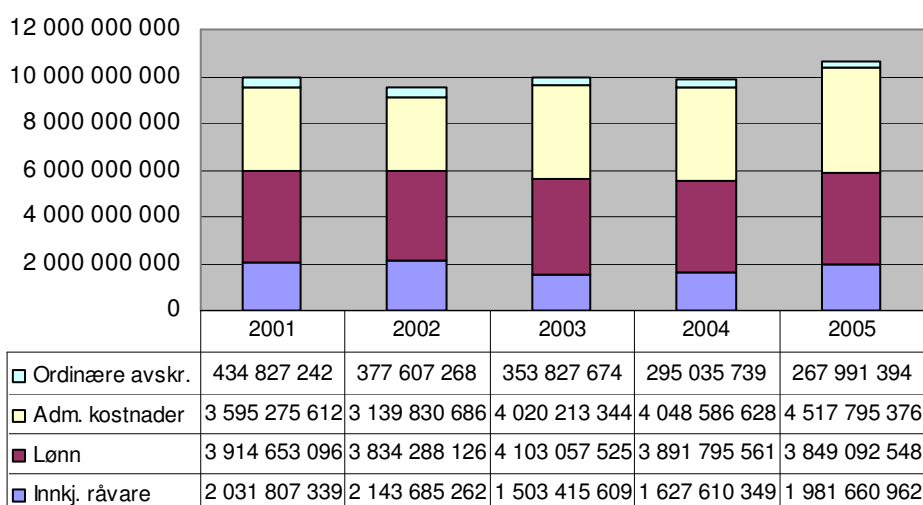


Figur 13: driftsinntekter ikke-støtteberettigede aviser 2001 til 2005

Annonser utgjør nær halvparten av inntektene i aviser som ikke mottar produksjonstilskudd. I 2002 sviktet annonsemarkedet, og annonseinntektene sank med 8,8 % i forhold til 2001. For hele perioden økte imidlertid annonseinntektene med 12,5 %. Løssalg- og abonnementsinntekter utgjør hver seg rundt 20 % av de totale inntektene. Inntektene fra øssalg utgjør en synkende andel av avisenes driftsinntekter. Dette har sammenheng med løssalgsavisenes opplagsfall de seneste årene.

Driftskostnadene i de ikke-støtteberettigede avisene har økt med 6,3 % i perioden.

Driftskostnadene fordeler seg som vist i figuren under.



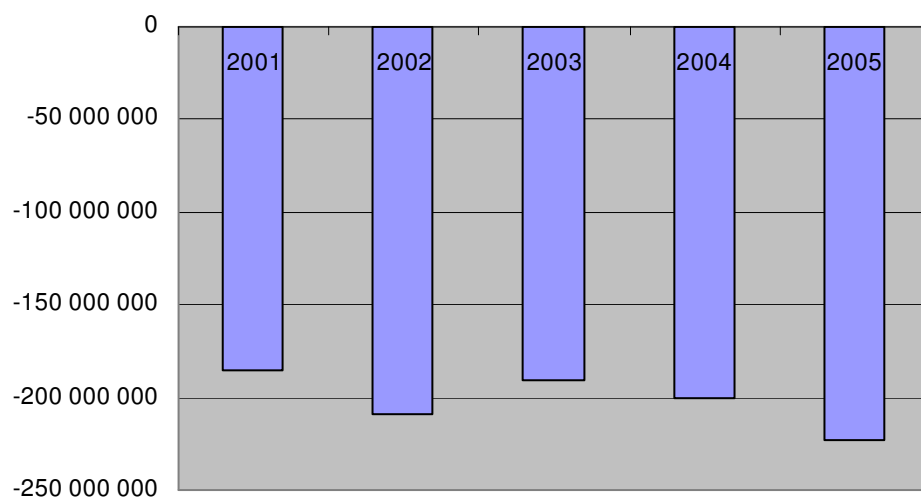
Figur 14: driftskostnader ikke-støtteberettigede aviser 2001 – 2005

Egenkapitalprosenten har ligget stabilt rundt 50 % i hele perioden.

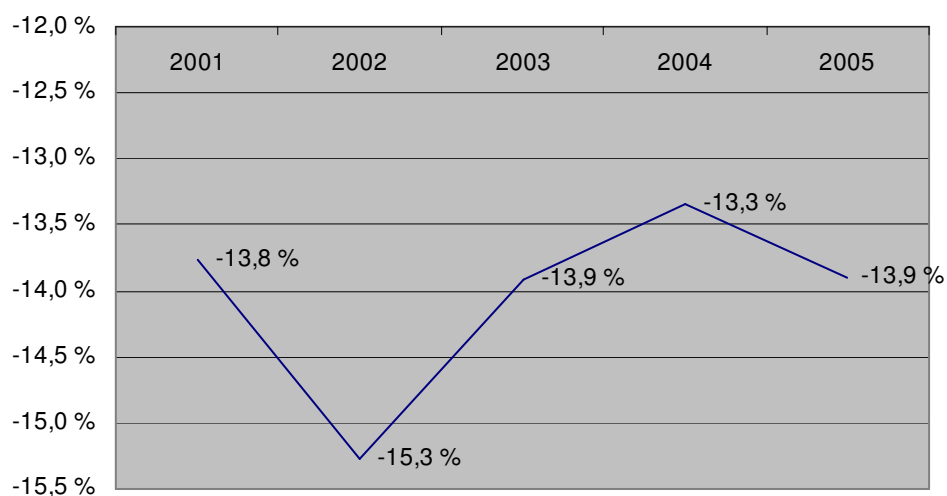
### Støtteberettigede aviser

Medietilsynets datagrunnlag inneholder opplysninger om mer enn 95 % av avisene som mottar produksjonstilskudd. I 2005 mottok 138 aviser produksjonstilskudd.

Lønnsomheten i de støtteberettigede avisene er svak. Figurene under viser driftsresultat og driftsmarginene i avisene for perioden.

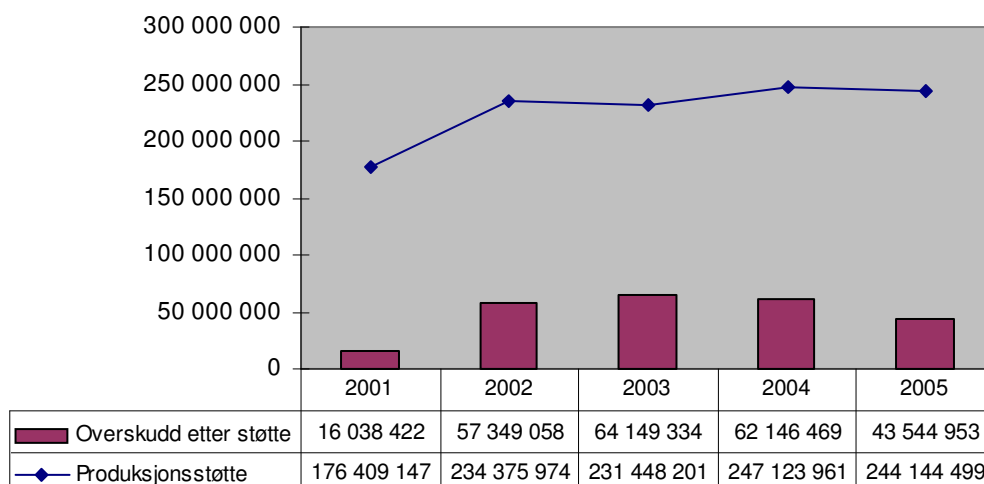


Figur 15 : driftsresultat støtteberettigede aviser 2001 - 2005



Figur 16: Driftsmargin støtteberettigede aviser 2001 til 2005

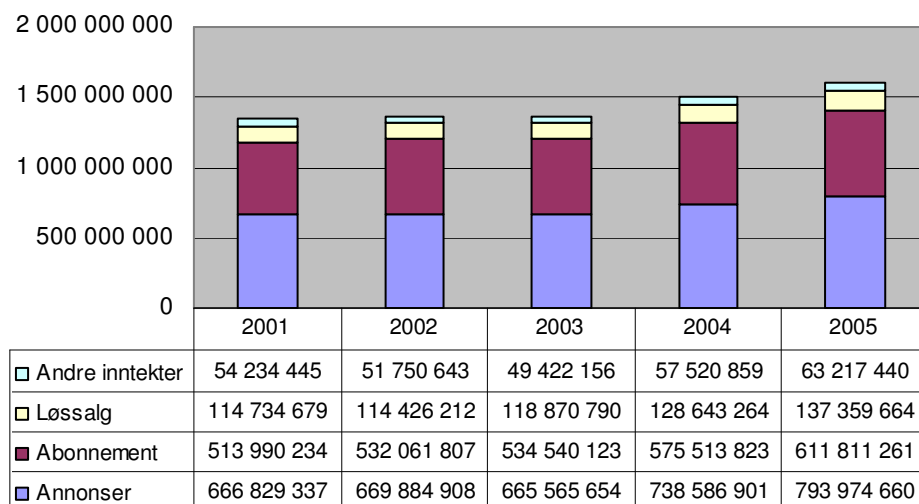
Underskuddet før støtte for aviser som mottar produksjonstilskudd var på 200 millioner kroner i 2005, en svekkelse på mer enn 19 millioner kroner fra 2004. Tar man hensyn til produksjonstilskuddet, går de støtteberettigede avisene samlet sett med overskudd i hele perioden. Figuren under viser utviklingen i overskudd etter støtte og utbetalt produksjonstilskudd i perioden.



Figur 17: Utbetalt produksjonstilskudd og overskudd etter støtte 2001 til 2005

Støtteberettigede aviser økte sin egenkapitalandel på fra 42 % i 2001 til 48 % i 2005.

Driftsinntektene utgjorde 1,6 milliarder kroner i 2005, en vekst på 19 % fra 2001. Figuren under viser inntektsutviklingen i de støtteberettigede avisene fra 2001 til 2005.



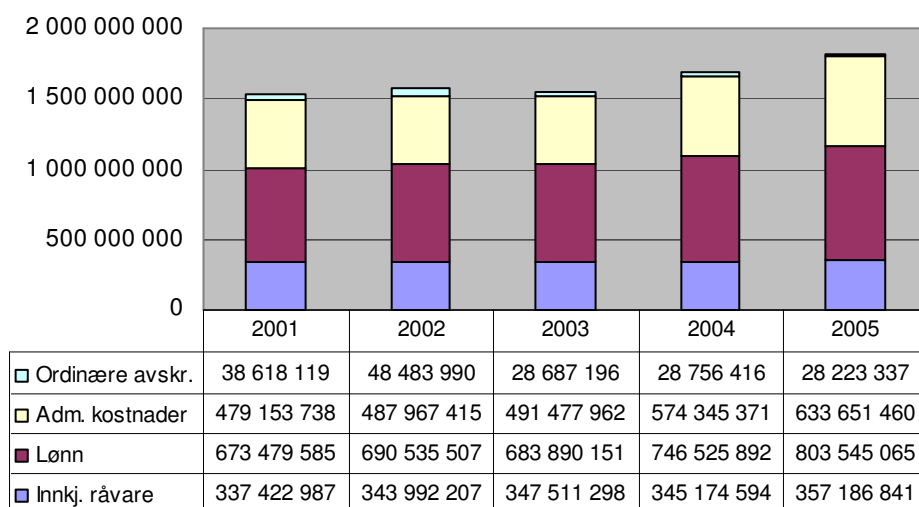
Figur 18: Driftsinntekter støtteberettigede aviser 2001 til 2005

Som for de ikke-støtteberettigede avisene, er annonseinntekter de viktigste inntektene for aviser som mottar produksjonstilskudd. I underkant av halvparten av driftsinntektene er annonseinntekter. I motsetning til de ikke-støtteberettigede avisene, ble de støtteberettigede avisene ikke rammet av svikten i annonsemarkedet i 2002. En forklaring på det kan være at det først og fremst var riksannonsemarkedet som sviktet, mens det store flertall av støtteberettigede avisene sannsynligvis får mesteparten av annonseinntektene fra lokale kilder. En annen forklaring kan være at de støtteberettigede avisene gir større variasjon i rabattene for annonseplass enn ikke-støtteberettigede aviser, og dermed klart å opprettholde annonsevolumet.

De støtteberettigede avisene henter i underkant av 40 % av inntektene fra abonnenter, og mindre enn 10 % fra løssalg. Både abonnements- og løssalgsinntekter har økt i perioden i takt med økt opplag i disse avisene. Utviklingen i driftsinntektene gir ikke grunnlag for å hevde at de støtteberettigede avisene er dårligere tilpasset markedet enn aviser som ikke mottar produksjonstilskudd.

De støtteberettigede avisenes driftskostnader økte med 19,2 % fra 2001 til 2005. Hele oppgangen skyldes økte lønns- og administrasjonskostnader. Figuren under viser utviklingen i driftskostnader for avisene.





Figur 19: driftskostnader støtteberettigede aviser 2001 til 2005

Lønn utgjør den største andelen av driftskostnadene i de støtteberettigede avisene. Andelen ligger stabilt på 44 % av kostnadene i hele perioden. Lønnsandelen i de ikke-støtteberettigede avisenes driftskostnader varierer noe i perioden, men er vesentlig lavere enn i de støtteberettigede avisene og varierer mellom 36 % og 41 % i perioden.

Administrasjonskostnadenes andel av driftskostnadene i de støtteberettigede avisene har økt fra 31,3 % i 2001 til 34,8 % i 2005. Administrasjonskostnadenes andel av driftskostnadene i de ikke-støtteberettigede avisene ligger vesentlig høyere gjennom hele perioden. Den varierer mellom 36 % og 43 %. Avskrivningene viser en synkende tendens også for støtteberettigede avisene. 2002 var et spesielt år i den sammenheng fordi en enkelt avis foretok en ekstraordinær avskrivning på 12 millioner kroner.

Nøkkeltall for aviser som mottar produksjonstilskudd – 2005

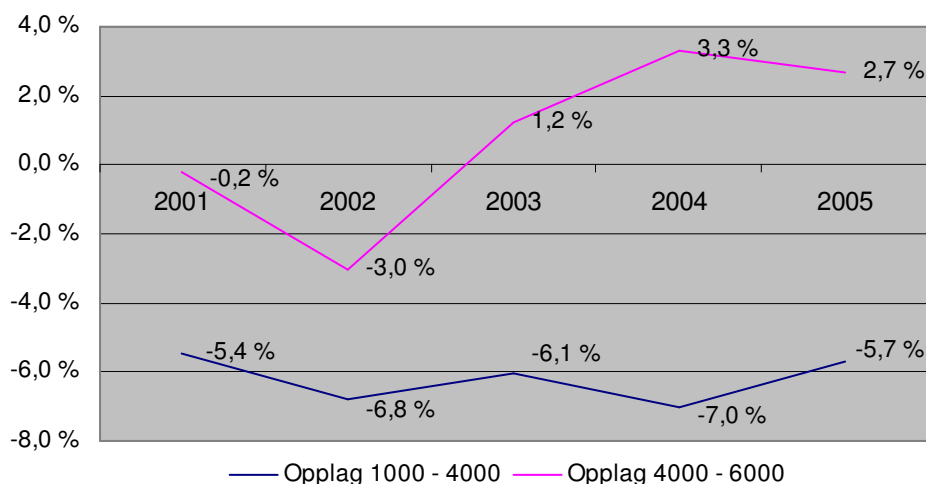
Avistype	Totalt	Riksspredte meningsbærende aviser	Andre nr. 2-aviser	Nr.1- og aleneaviser	herav: Ukeaviser
Antall aviser	136	5	13	118	57
Overskudd før støtte	- 200 mill.	-139 mill.	- 65 mill.	5 mill.	- 17 mill.
Støtte	244 mill.	120 mill.	76 mill.	47 mill.	21 mill.
Overskudd etter støtte	44 mill.	-19 mill.	11 mill.	52 mill.	5 mill.
Driftsmargin før støtte*	- 13,9 pst.	- 51,6 pst.	- 14,8 pst.	- 0,5 pst.	- 10,2 pst.
Egenkapitalandel	48 pst.	31 pst.	45 pst.	55 pst.	35 pst.
Antall aviser med overskudd før støtte	48	0	1	47	12
Antall aviser med overskudd etter støtte	96	0	7	89	43

\*Driftsresultatets andel av driftsinntektene

Nøkkeltallene for 2005 gir et godt bilde av den økonomiske tilstanden blant de forskjellige typene støtteberettigede avisene i hele perioden fra 2001 til 2005.

Nr. 2 avisene går med store underskudd før støtte.

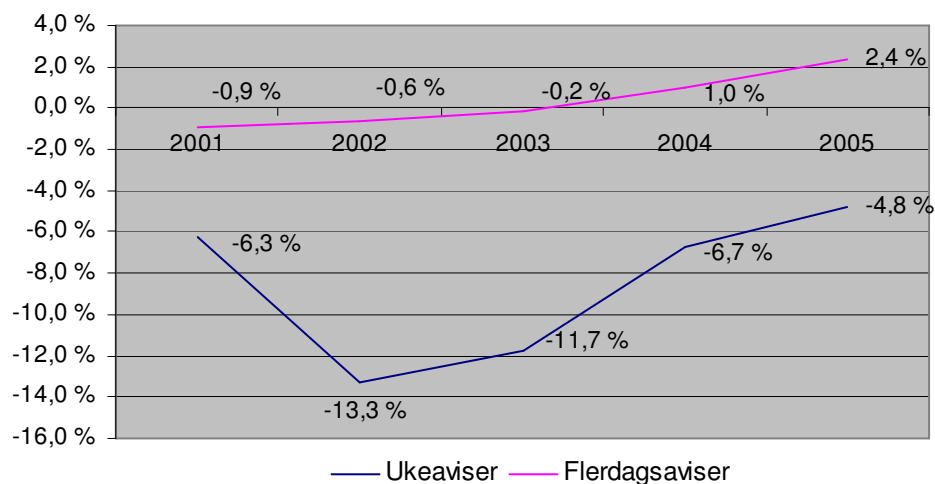
Nr. 1 og aleneavisene som gruppe ligger nær balanse. Det er imidlertid stor forskjell på små og store nr. 1 og aleneaviser. Det er også forskjell på ukeaviser og flerdagsaviser. Figurene under viser driftsmarginene for ulike typer nr. 1 og aleneaviser for årene 2001 til 2005.



Figur 20: driftsmargin nr. 1 og aleneaviser etter opplag

Nr. 1 og aleneaviser med et opplag mellom 1 000 og 4 000 hadde en driftsmargin før støtte på om lag -6 % gjennom hele perioden. Tre-fjerdedeler av avisene med opplag mellom 1 000 og 4 000 hadde et negativt driftsresultat i 2005.

Nr. 1 og aleneaviser med mellom 4 000 og 6 000 i opplag hadde en positiv driftsmargin de tre siste årene i perioden. En tredjedel av avisene hadde et negativt driftsresultat i 2005. De fleste avisene med negativt driftsresultat gis ut i Nord-Norge.



Figur 21: Driftsmargin nr. 1 og aleneaviser etter antall utgivelser

Praktisk talt alle ukeaviser har mindre enn 4 000 i opplag. Driftsmarginen for denne gruppen aviser er negativ i hele perioden, men varierer noe fra år til år. 80 % av ukeavisene hadde et negativt driftsresultat i 2005.

Nr. 1 og aleneaviser som kommer ut flere ganger i uken har en bedre økonomi enn ukeavisene. Driftsmarginen for gruppen ligger rundt null for alle årene i perioden. Halvparten av flerdagsavisene hadde et positivt driftsresultat i 2005.

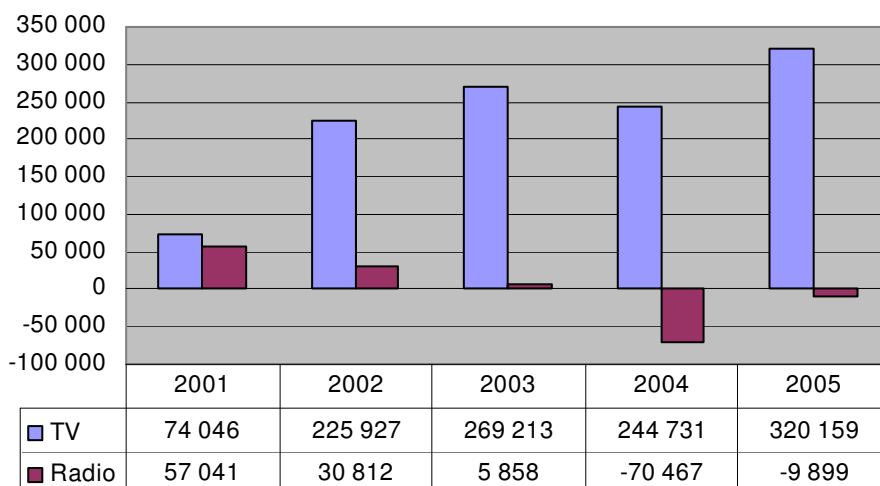
For en detaljert gjennomgang av økonomien i de ulike kategoriene støtteberettigede aviser, vises det til rapporten 'Økonomisk utvikling i presse og kringkasting' Medietilsynet, juni 2006.

## Kringkasting

Kringkasterne står for om lag en tredjedel av bransjens økonomi. Det er naturlig å dele mellom nasjonale allmene kringkasterne og lokale kringkasterne. NRKs står for omlag halvparten av omsetningen blant kringkasterne og vil bli omtalt i et eget avsnitt. De private nasjonale kringkasterne som er med i denne undersøkelsen er TV2 AS, TVNorge AS, P4 Hele Norge AS og Kanal 24 AS. De lokale kringkasterne utgjør til sammen om lag 265 radio (inkl. radiokjeder som Storbyradioen) og TV-stasjoner. De lokale kringkasternes økonomi, utgjorde til sammen mindre enn en tidel av kringkastingsvirksomhetenes samlede omsetning.

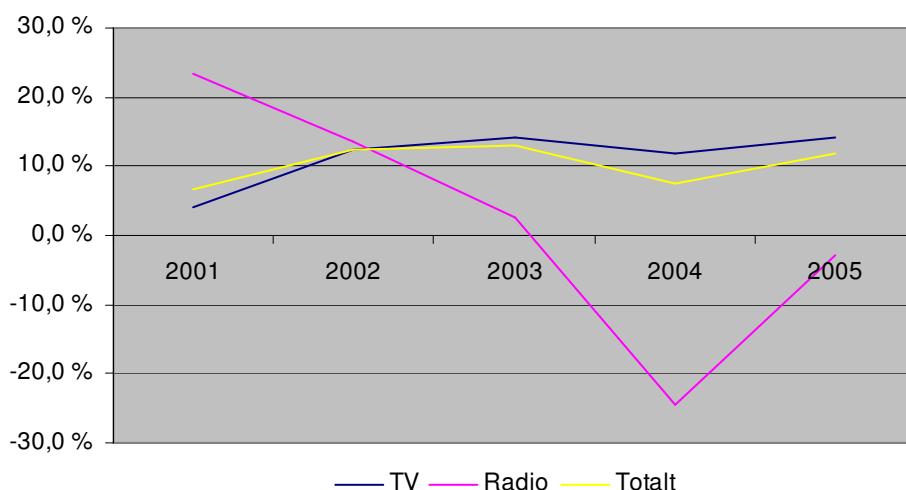
### Nasjonale allmene private kringkasterne

Samlet sett er privat nasjonal kringkasting i Norge en lønnsom virksomhet. Figuren under viser at det er stor forskjell på radio og TV. De svake resultatene for privat nasjonal radio skyldes Kanal 24.



Figur 22: Driftsresultater private nasjonale kringkasterne 2001 til 2005 (tall i tusen)

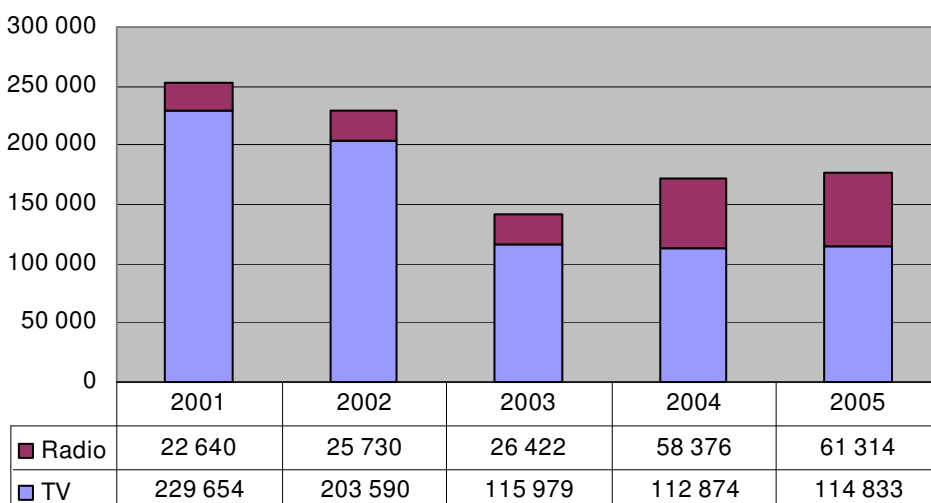
Driftsmarginene i de private nasjonale kringkasterne har, med unntak for 2001, ligget stabilt rundt 10 % i hele perioden. Figuren under viser utviklingen i driftsmarginene for privat radio og TV.



Figur 23: Driftsmarginer nasjonale kringkastere 2001 til 2005 (tall i tusen)

Som man kan se av grafen ligger driftsmarginen for de nasjonale TV-virksomhetene stabilt over 10 %, mens driftsmarginene for nasjonal radio varierer kraftig. De to siste årene har radioenes driftsmarginer vært negative. Dette har sammenheng med Kanal 24s inntreden på markedet.

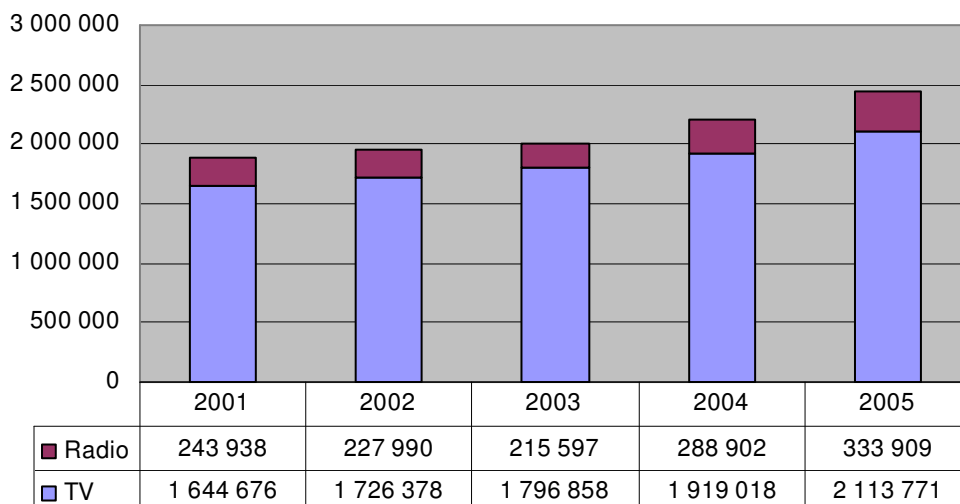
De private nasjonale kringkasternes driftsinntekter har økt fra vel 2 til 2,6 milliarder kroner fra 2001 til 2005, en økning på nesten 30 %. De private radio-stasjonenes andel av inntektene varierer mellom 10 % og 14 % i perioden. Figuren under viser driftsinntekter for det enkelte år.



Figur 24: Driftsinntekter nasjonale kringkastere 2001 til 2005 (tall i tusen)

## Reklame

De private nasjonale kringkasterne er i all hovedsak reklamefinansierte. Radiostasjonene henter alle sine driftsinntekter fra reklame. Reklameinntektene økte med nesten 30 % i perioden, fra 1,9 til 2,45 milliarder kroner. Figuren under viser hvordan reklameinntektene fordeler seg mellom radio og TV.

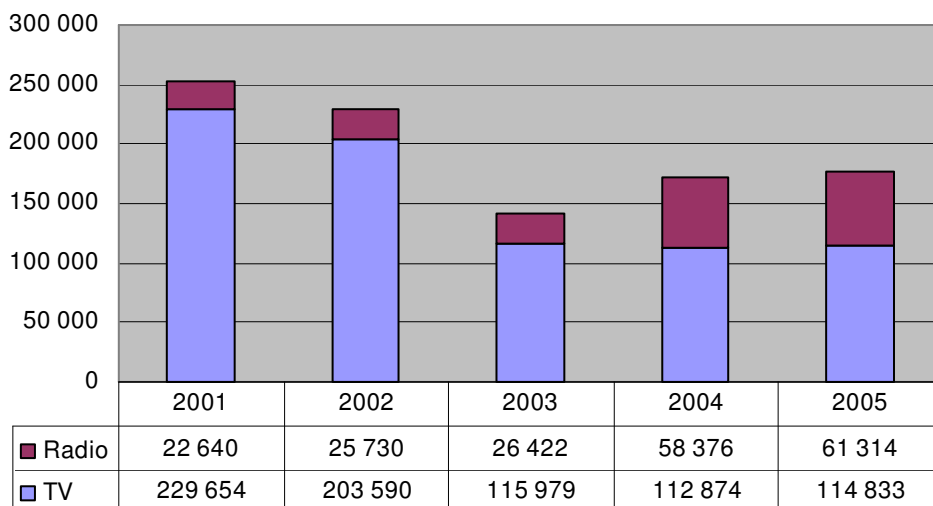


Figur 25: Reklameinntekter nasjonale kringkastere 2001 til 2005 (tall i tusen)

Fordelingen av reklameinntektene ligger relativt stabilt. TV har i underkant av 90 % og radio mellom 10 og 14 % av reklameinntektene i perioden. Radioens andel av reklameinntektene øker noe mot slutten av perioden, noe som kan forklares med Kanal 24s inntreden i markedet.

## Sendekostnader

Kringkasternes sendekostnader er gjenstand for stadig debatt. Sendekostnaden tilsvare grovt sett kostnaden forbundet med å få det ferdige programmet fra studio fram til lytteren eller seeren. Sendekostnadene er redusert med nær 30 % i løpet av perioden. Som man kan se av figuren under har hele kostnadsreduksjonen kommet TV-stasjonene til gode.

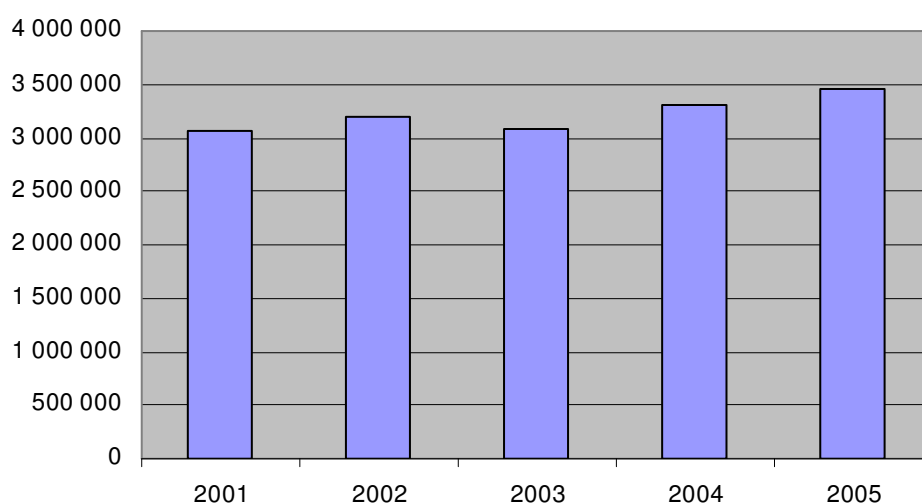


Figur 26: Sendekostnader nasjonale kringkasterne 2001 til 2005 (tall i tusen)

Radio har økt sine sendekostnader med nesten 40 millioner kroner fra 2001 til 2005, noe som for en stor del skyldes at Kanal 24 startet sine sendinger i 2004. Det har blitt noe dyrere men ikke vesentlig dyrere, å distribuere radiosignaler i et riksnett i løpet av perioden.

## NRK

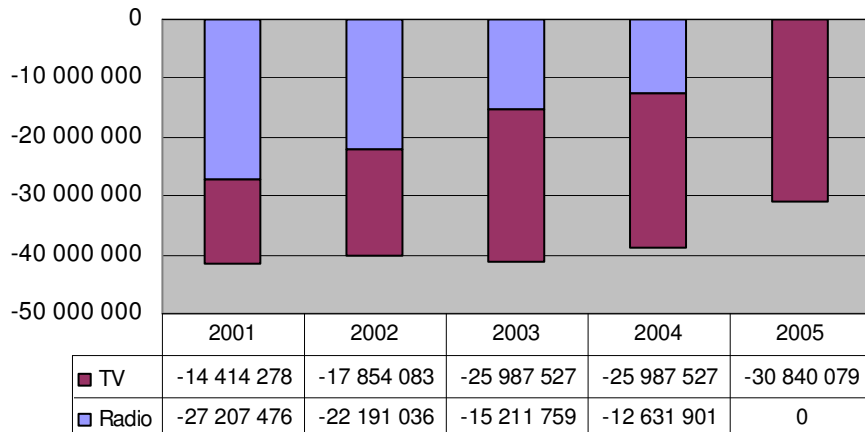
NRK er den økonomisk sett dominerende aktøren blant de nasjonale kringkasterne med rundt 60 % av omsetningen. Det alt vesentlige av NRKs inntekter – 95 % - er innbetalt lisens. Om lag 90 % av landets husholdninger betaler lisens. Figuren under viser utviklingen i innbetalt lisens fra 2001 til 2005.



Figur 27: Innbetalt lisens fra 2001 til 2005

## Lokale kringkastere

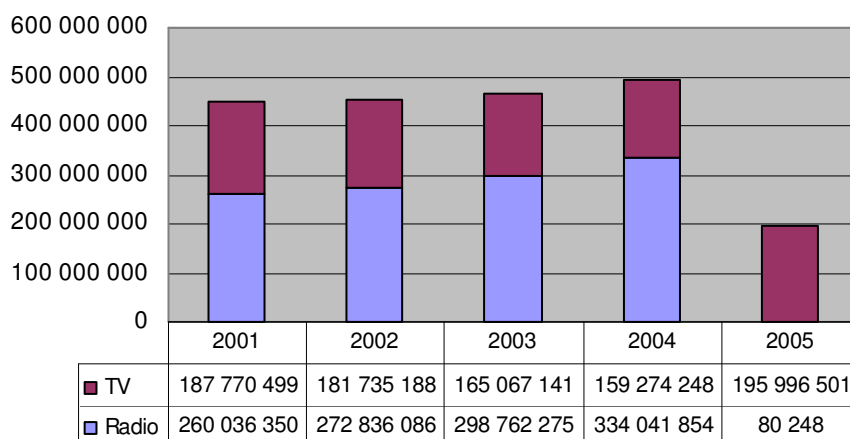
De lokale kringkasterne går med et samlet driftsunderskudd på om lag 40 millioner kroner hvert år fra 2001 til 2005. Figuren under viser hvordan underskuddene fordeler seg mellom lokalradio og lokal TV.



Figur 28: driftsresultat lokal kringkasting 2001 til 2005

Mens lokalradiobransjen styrker lønnsomheten i perioden, svekkes lokal TV betydelig.

Omsetningen hos de lokale kringkasterne har økt med 45 % fra 2001 til 2005. Figuren under viser hvordan driftsinntektene fordeler seg mellom lokalradio og lokal TV.

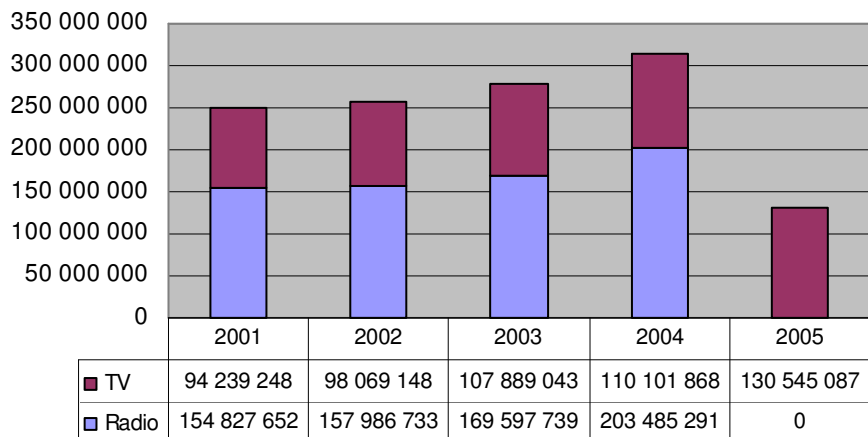


Figur 29: driftsinntekter lokale kringkastere fra 2001 til 2005

Den prosentvise fordelingen av driftsinntektene mellom radio og TV varierer noe, men radio har om lag to tredeler av omsetningen blant lokale kringkastere.



I overkant av 60 % av de lokale kringkasternes omsetning er reklameinntekter. Figuren under viser hvordan reklameinntektene fordeler seg mellom lokalradio og lokal TV.

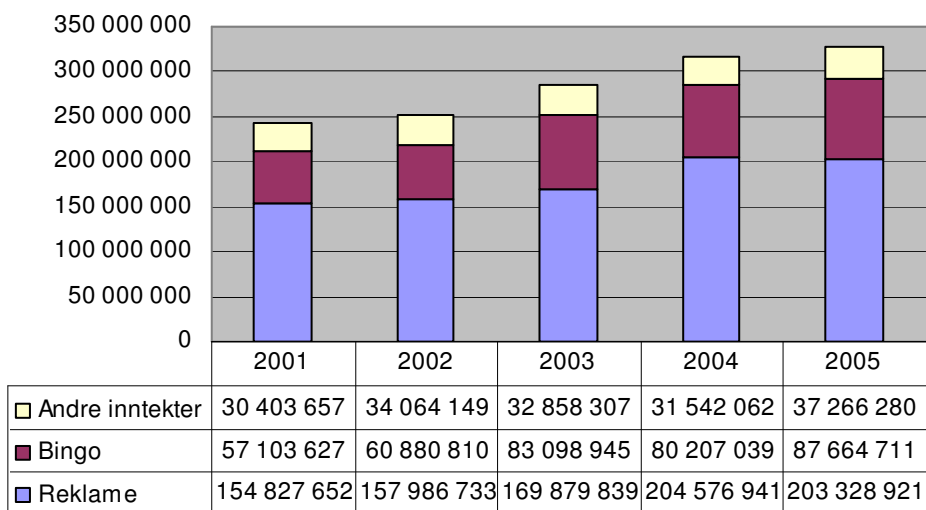


Figur 30: reklameinntekter lokale kringkastere 2001 til 2005

Om lag 60 % av lokal kringkastings reklameinntekter tilfaller lokalradioene.

### Økonomien i lokalradioene

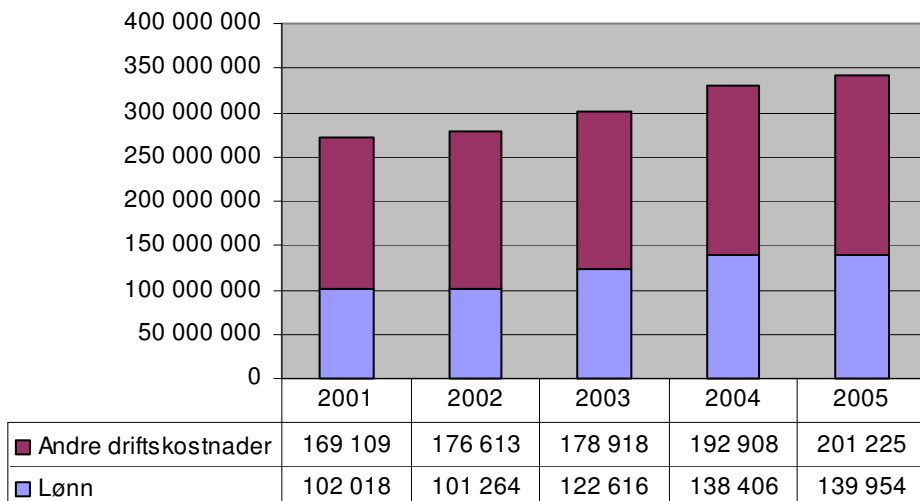
Omsetningen i lokalradioene økte med fra 260 millioner kroner i 2001 til 344 millioner kroner i 2005, en økning på 32 %. Figuren under viser hvordan inntektene fordeler seg i lokalradioene (ekskl. radioer som ikke spesifiserer sine inntekter).



Figur 31: Driftsinntekter lokalradioer 2001 til 2005

Reklame er den største inntektskilden og utgjør noe mindre enn to tredeler av lokalradioenes inntekter. Bingo utgjør noe mer enn en fjerdedel av inntektene. Bingoinntektenes andel av totalinntektene har økt mer tre prosentpoeng i perioden. Frivillige bidrag/frivillig lisens har ligget stabilt på om lag ti millioner kroner i hele perioden.

Figuren under viser hvordan driftskostnadene fordeler seg i lokalradiobransjen.



Figur 32: Driftskostnader lokalradio 2001 til 2005

Lønnskostnadenes andel av driftskostnadene har økt med tre prosentpoeng i perioden.

### Kommersielle og ikke-kommersielle radioer

Lokalradiobransjen er mangfoldig. Et viktig skille økonomisk går mellom kommersielle og ikke-kommersielle radioer. Kommersielle radioer defineres som radioer med 50 % eller mer av inntektene (ekskl. tilskudd til lokalkringkasting) fra reklame og sponing. Ikke-kommersielle radioer defineres som radioer med mer enn 50 % av inntektene (ekskl. tilskudd til lokalkringkasting) fra bingo og frivillige bidrag. Om lag 60 % av radioene lever i hovedsak av bingoinntekter og frivillige bidrag, mens 40 % har kommersielle hovedinntektskilder.

Rundt 20 radioer spesifiserer ikke sine inntekter, og blir ikke klassifisert etter disse kriteriene. Disse radioene hadde samlede inntekter på noe mer enn tre millioner kroner i 2005.

Antall kommersielle radiostasjoner har vært relativt stabilt i perioden fra 2000 til 2003. I 2003 var antall kommersielle radioer 74, mens det var 78 slike radioer i 2004. Antallet økte til 85 kommersielle radioer i 2005.

I 2005 var det 133 ikke-kommersielle radioer. Antall ikke-kommersielle radioer har variert fra 124 til 145 radioer i perioden.

### **Kommersielle radioer**

De kommersielle radioene hadde 213 millioner kroner i inntekter, mens utgiftene var 225 millioner kroner i 2005. Disse radioene har hatt en positiv økonomisk utvikling fra 2004 til 2005. Driftsresultatet er styrket med nær tre millioner kroner, men radioene hadde på tross av dette et samlet underskudd på 13 millioner kroner i 2005. Resultatforbedringen skyldes økning i bingoinntekter og andre inntekter.

I 2005 gikk 44 av 85 kommersielle radioer med underskudd. Tre radioer står for 11 millioner kroner av det samlede underskuddet. 39 radioer gikk med overskudd. Samlet overskudd for disse radioene var i overkant av 13,7 mill. kroner. To radioer gikk i balanse.

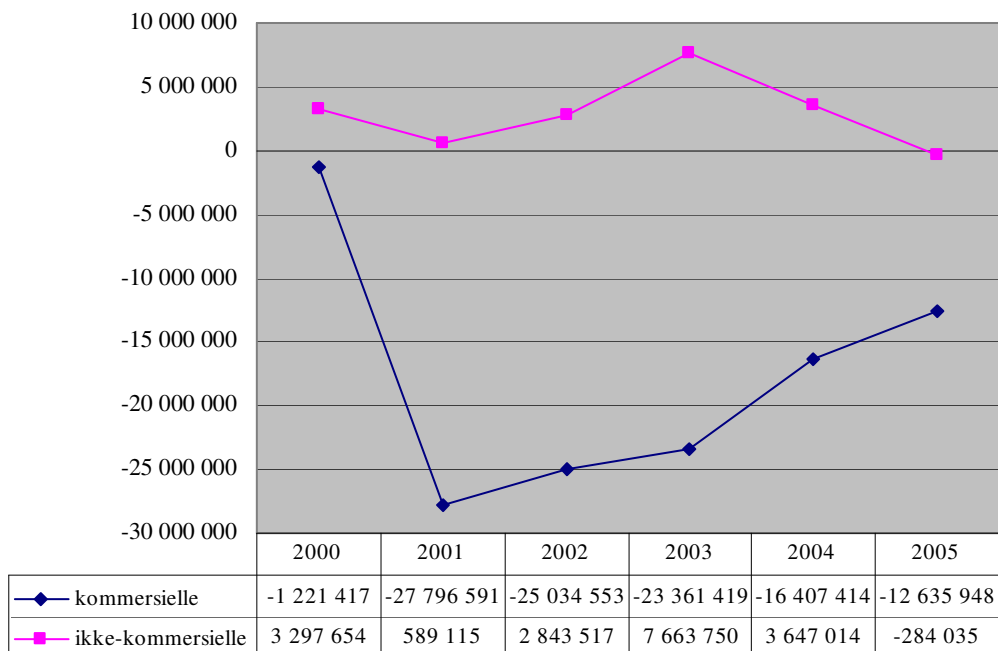
### **Ikke-kommersielle radioer**

De ikke-kommersielle radioene hadde 116 millioner kroner i inntekter og 116 millioner i kostnader i 2005. Radioene hadde samlet sett i et lite underskudd i 2005. Dette er en svekkelse på mer enn fire millioner fra året før. Svekkelsen skyldes i all hovedsak kostnadsvekst. Samlede inntekter økte med fire millioner fra 2004 til 2005. Reklame og sponsorinntekter var på 11 millioner kroner, to millioner mindre enn i 2004. Bingoinntektene var på 81 millioner kroner, en økning på nesten seks millioner kroner fra 2004. Økningen faller sammen med at regelverket for radioenes bingovirksomhet ble liberalisert.

I 2005 gikk 67 av 133 ikke-kommersielle radioer med underskudd. Til sammenligning gikk 49 av 124 ikke-kommersielle radioer med underskudd i 2004. 61 radioer gikk med overskudd i 2005 (samlet overskudd var 4,8 millioner kroner). 70 radioer gikk med overskudd i 2004. Fem radioer gikk i balanse i 2005.

## Resultatutvikling over tid

Figuren under viser resultatutviklingen i kommersielle og ikke-kommersielle radioer fra 2000 til 2005. De kommersielle radioene har som gruppe stort sett gått med underskudd, mens de ikke-kommersielle radioene har gått med overskudd. Figuren illustrerer at de to radiotypene befinner seg på forskjellig utviklingstrinn. Mens de kommersielle radioene er i en investerings- og omstruktureringsfase, er de ikke-kommersielle radioene økonomisk konsoliderte.

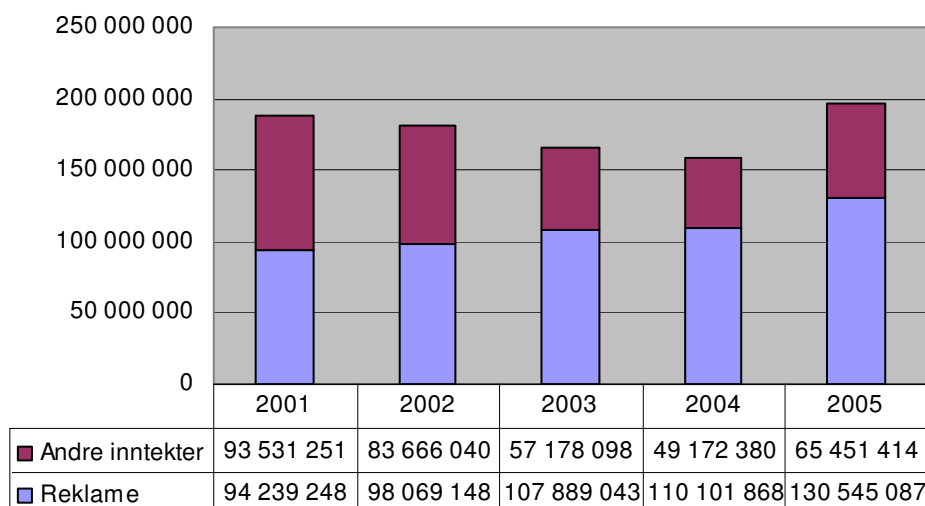


Figur 33: Utviklingen i driftsresultat i lokalradioene – 2000 til 2005

Den nåværende konsesjonsperioden startet i 2001. Mange av dagens lokalradioer startet opp sin virksomhet i 2001, og det forklarer den påfallende svekkelsen i overskuddet til de kommersielle radioene fra 2000 til 2001. Konsesjonsperioden løper ut 2008.

## Økonomien i lokalfjernsyn

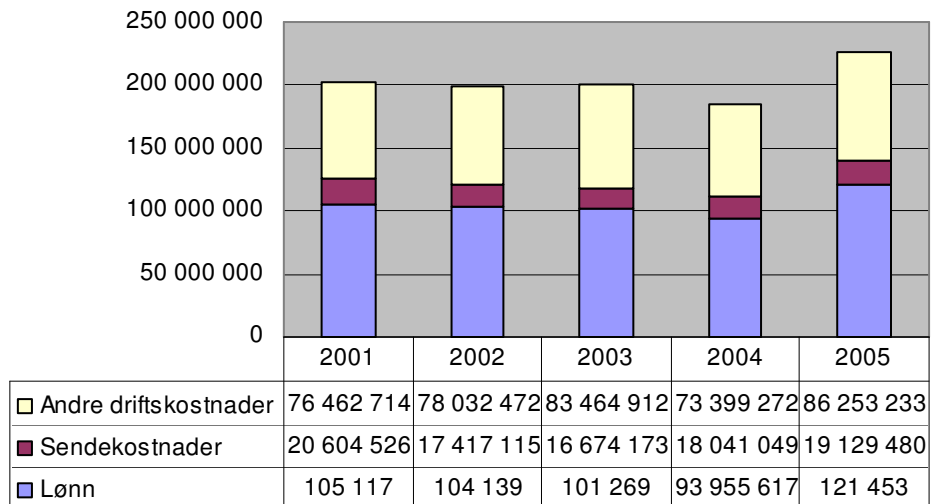
Driftsinntektene i lokal TV bransjen har økt med åtte millioner eller 4 % fra 2001 til 2005. Fra 2001 til 2004 ble inntektene redusert med 29 millioner kroner eller 15 % fordi en rekke stasjoner sa opp avtalene de hadde med TVNorge. Figuren under viser fordelingen mellom lokal TV stasjonenes inntektskilder i perioden.



Figur 34: Driftsinntekter lokal TV 2001 til 2005

Reklameinntektene utgjør en sterkt stigende andel av lokal TVs inntekter. Reklame utgjorde halvparten av inntektene i 2001. Andelen hadde økt til to tredeler i 2005.

Driftskostnadene har i hele perioden vært høyere enn driftsinntektene. Figuren under viser fordelingen av driftskostnader på ulike koststeder.



Figur 35: Driftskostnader lokal TV 2001 til 2005

Lønnskostnadene utgjør i overkant av halvparten de totale driftskostnadene, mens sendekostnader utgjør i underkant av en tittel gjennom hele perioden.