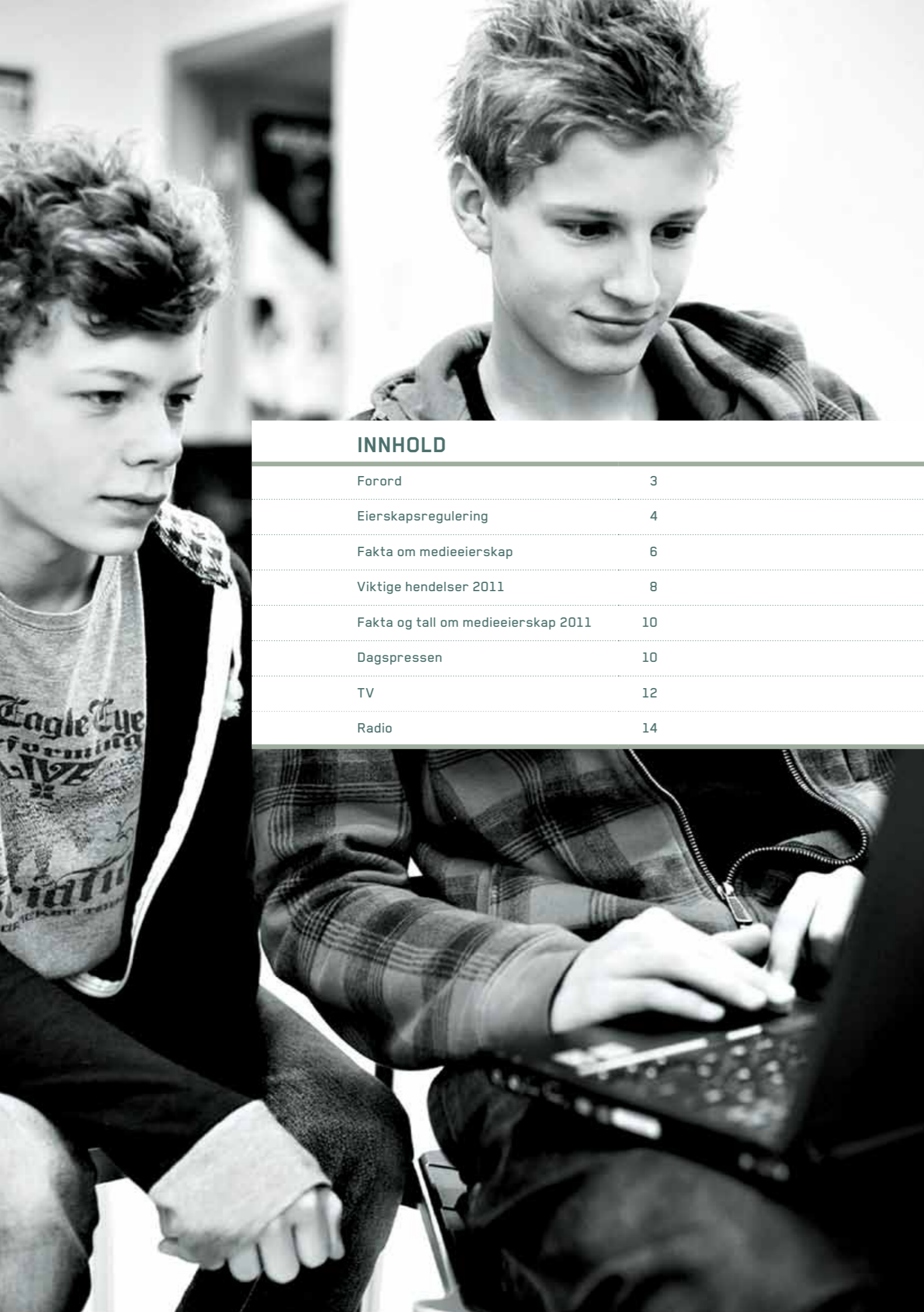


EIERSKAPSMELDING 2011

Medietilsynet mars 2012



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY



INNHold

Forord	3
Eierskapsregulering	4
Fakta om medieieierskap	6
Viktige hendelser 2011	8
Fakta og tall om medieieierskap 2011	10
Dagspressen	10
TV	12
Radio	14

FORORD

De fremste kjennetegn på et åpent og demokratisk samfunn er ytringsfrihet og demokratisk mangfold. Dette er verdier vi antakelig ikke reflekterer over i dagliglivet, men som blir desto mer følbare om vi mister dem. Her spiller mediene en nøkkelrolle.

Norge har solide og ansvarlige medier og medieeiere. Likevel kan truslene være der for mindre mangfold, for alvorlige konsekvenser av tilsynelatende uskyldige tilpasninger, for markedsrett og markedsanering.

Myndighetene har valgt å forholde seg proaktivt til dette. Ved å balansere markedet med pressestøtte. Ved å sette lovgrens mot massivt og monopoliserende eierskap.

Både pressestøtten og eierskapsbegrensningene er under debatt. Det pågår dessuten utredning av eierskapsloven. Medietilsynet hilser det velkommen. Medievirksomhet er både næring, konkurranse og vitalt for kultur og demokrati. Derfor er det viktig at de offentlige virkemidlene er tilpasset den virkelighet vi står i. Og derfor er det viktig at de står under offentlig debatt. Men selv om ting er i endring er det Medietilsynets oppgave til enhver tid å håndheve gjeldende lovverk og virkemidler. Bare slik blir det forutsigbarhet for aktørene, og bare slik oppfyller vi lovgiverens hensikt.

Norske medier er preget av redaksjonell frihet og sunne publisistiske tradisjoner. Likevel kan eierskap gi makt. Og maktkonsentrasjon kan i ytterste konsekvens bli problematisk for mangfoldet. Derfor er kunnskap viktig for å kunne vurdere medienes rolle, også kunnskap om hvem som eier dem. Medietilsynet er gjennom lov forpliktet til å «bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforhold i norske medier». I 2011 har vi hatt flere store saker på eierskapsiden. Media Norge-saken ble endelig avsluttet. Mot slutten av året ble det kjent at A-pressen kjøper Edda Media fra Mecom. Den saken er under behandling i 2012 hos så vel Konkurransetilsynet som Medietilsynet. A-pressen har også solgt sin andel i TV 2 til Egmont.

Alt dette viser at eierskap ikke er noe statisk i den norske medievirksomheten. Medietilsynet mener at kunnskap om dette har betydning for den alminnelige mediekompetanse i samfunnet. Det har også andre markedstrekk, som f.eks. framveksten av elektroniske medier. Og at papiravisene er i en viss tilbakegang, mens gratisavisene øker sin andel av dette markedet.

Medietilsynet håper at Eierskapsmeldingen for 2011 belyser denne delen av medieutviklingen i Norge på en tilfredsstillende måte, og slik bidrar til økt kunnskap og kompetanse om norske medier.

Medietilsynet mars 2012

Tom Thoresen
Direktør



Tom Thoresen
Direktør

EIERSKAPSREGULERING FOR ET MANGFOLD AV YTRINGER

Reguleringen av eierskapet i norske medier har som hovedmål å fremme ytringsfrihet, ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud for den norske befolkningen. Eierskapskonsentrasjon kan virke begrensende på de tilgjengelige kanaler for ytringer, og i neste omgang begrense den demokratiske meningsutvekslingen. Loven er ment å forebygge monopolisering og maktkonsentrasjon i disse kanalene. Diskusjonen rundt lovens formål reises på nytt i Medietilsynets vurdering av A-Pressens oppkjøp av Edda Media.



Tone Gunhild
Haugan-Hepsøe
Rådgiver

Den 5. desember 2011 bekreftet A-pressen at de har inngått avtale med det britiske selskapet Mecom Holding Cooperatief W. A om kjøp av Edda Media AS. Medietilsynet er i gang med å vurdere ervervet i forhold til medieeierskapslovens regler om krysseierskap og regionale eierskapsbegrensninger. Etter medieeierskapsloven vil det foreligge en betydelig eierstilling i det regionale markedet for dagspressen ved kontroll med andel på 60 prosent eller mer av det samlede opplaget av region- og lokalaviser i en medieregion.

I begynnelsen av mars sendte Medietilsynet ut et høringsnotat i saken. I notatet fremgår det at tilsynets foreløpige vurdering er at ervervet strider i mot de regionale, men ikke de nasjonale eierskapsbegrensningene i medieeierskapsloven. A-pressen vil etter gjennomføringen av ervervet eie 14 av 17 aviser i medieregionen Østvik, og 23 av 29 aviser i medieregionen Vestvik. Dette tilsvarer henholdsvis 87,6 og 73,6 prosent av avisopplaget i disse regionene. Dersom tilsynet kommer til at det skal gripes inn mot ervervet, vil A-pressen bli varslet i samsvar med forvaltningslovens regler om forhåndsvarsling. Medietilsynet vil i denne forbindelse åpne for at A-pressen kan komme med forslag til tiltak som kan løse saken. Tilsynet tar sikte på å være ferdig med saksbehandlingen i månedsskiftet mai/juni 2012.

SCHIBSTEDS NEDSALG I POLARIS MEDIA AVSLUTTER MEDIA NORGE-SAKEN

I slutten av september 2011 godkjente Medietilsynet at medieselskapene NWT Media, Norrköpings Tidningar Media og Helsingborgs Dagblad og investerings-selskapet Franklin Enterprises kjøpte SEB Enskilda sine aksjer i Polaris Media.

I vedtaket fra Klagenemnda for eierskap i media fra 2008 var et av vilkårene at kjøperne av aksjene i det som nå er Polaris Media skulle være uavhengige av Schibsted. For å oppfylle dette vilkåret solgte Schibsted i 2009 36,3 prosent av aksjene i Polaris Media til SEB Enskilda. I den forbindelse inngikk partene en avtale om avregning av avkastning knyttet til aksjene. I mai 2011 godkjente Medietilsynet at avkastingsavtalen kunne forlenges til 30. september 2011. Siden Schibsteds salg til SEB Enskilda var forutsatt å være midlertidig, og partene inngikk en avkastningsavtale som skapte en finansiell binding mellom dem, satt Medietilsynet som vilkår at tilsynet også ved videresalg av aksjene måtte godkjenne at kjøperne var uavhengige av Schibsted.

Oppfølgingen av Klagenemndas vedtak i Media Norge-saken ble med dette avsluttet fra tilsynets side.

FRA FIRE TIL TRE STORE MEDIESELSKAP?

Siden 2007 har Norge hatt fire store medieselskap som har eid til sammen rundt 65 prosent av dagspresseopplaget. I 2011 kontrollerte Schibsted 29,5 prosent, A-Pressen 17 prosent, Edda Media 9,7 prosent og Polaris Media 9,4 prosent av dagspresseopplaget. Andre aktører kontrollerer 34,3 prosent av opplaget.

Krysseierskapsreglen i medieeierskapsloven skal bidra til at Norge har minst tre store uavhengige aktører i mediemarkedene. Denne regelen skal være til hinder for at et konsern som kontrollerer mer enn 10 prosent av oppslutningen kan kjøpe et annet uavhengig konsern som også kontrollerer mer enn 10 prosent. En vurdering av krysseierskapsregelen vil imidlertid innebære stor grad av skjønnsutøvelse. Forarbeidene til loven sier også at krysseierskapsregelen ikke skal anvendes dersom det er flere enn tre store uavhengige aktører i markedet.

GRATISAVISER GJØR UTSLAG I MARKEDET

Gratisavisenes andel av det nasjonale avisopplaget har nær doblet seg de seneste årene. Tabellen under viser utviklingen de siste fem årene. Gratisavisene har størst utbredelse på Østlandet.

39 gratisaviser ble vurdert etter medieeierskapsloven og retningslinjene. 17 av disse gratisavisene oppfyller kriteriene for å bli tatt med i opplagsberegningene for 2011. 3 av disse er nye i beregningen; Vestfold Blad, Karmsund Avis og Moss Bymagasinet. To aviser gikk ut av beregningene for 2011; TS-avisen Vest-Agder og TS-avisen Aust-Agder. For å bli tatt med i opplagsberegningene må gratisavisen distribueres til husstander og minimum ha 46 utgaver i året. I tillegg til de to objektive kriteriene gjør tilsynet en kvalitativ vurdering av innholdet i avisene. For å bli regnet med må gratisavisene ha en overveiende del av redaksjonelt innhold.

Det er flere av gratisavisene som er nær ved å bli inkludert i beregningene, men som mangler 2–3 utgaver i året for å oppfylle krav om antall utgivelser.

RADIO

I radiomarkedet var det ingen oppkjøp i 2011 som gjorde utslag for kontrollen med lytteroppslutningen. Med virkning fra inngangen av 2011 kjøpte P4 Radio Hele Norge AS 100 prosent av aksjene i selskapene NRJ Norge AS og Radio Melodi Norge AS fra Energy Holding Norway AS. Selskapene som var omfattet av transaksjonen innehar konsesjoner for drift av lokalradio i Kristiansand, Tromsø og på Nesodden.

I mai skiftet SBS Radio Norge AS eier fra SBS Belgium N.V. til SBS Finance B.V. Både SBS Belgium N.V. og SBS Finance B.V. er begge eiet 100 prosent av SBS Broadcasting Europe B.V., som er et heleid datterselskap av det tyske medieselskapet ProSiebenSat1 Media AG. A-pressen Lokale Medier AS solgte alle sine aksjer i

JærRadioGruppen til Herman Skretting AS. Herman Skretting AS eier nå 100 prosent av JærRadioGruppen.

LOKAL-TV-MARKEDET

Den negative trenden om nedleggelse på lokal-TV markedet ser nå ut til å ha snudd. Selskapet Mediepress Norge AS har i løpet av 2011 styrket sin posisjon med sine TV8 stasjoner. Selskapet sender lokal-TV i seks områder; Oslo, Akershus, Asker og Bærum, Follo, Romerike og Drammen.

I løpet av året fikk de tildelt ytterligere fem konsesjoner til drift av lokal-TV i det digitale bakkenettet; Bergen og Askøy, Hedmark og Oppland, Fauske og Bodø, Salangen og Dyrøy og Nord-Trøndelag. Mediepress Norge AS er eid av selskapet Plastelin AS.

ELEKTRONISKE MEDIER (NETTMEDIER)

Etter medieeierskapsloven skal Medietilsynet føre tilsyn med markeds- og eierforhold i elektroniske medier, og tilsynet overvåker derfor oppkjøp i dette markedet fortløpende gjennom året. Loven inneholder imidlertid ikke terskelverdier for dominerende eierstilling i elektroniske medier, og tilsynet kan ikke gripe inn overfor oppkjøp. Når Medietilsynet vurderer et oppkjøp innenfor eller på tvers av andre mediemarkeder, kan kjøpers posisjon i markedet for elektroniske medier likevel få betydning for vurderingen.

LØPENDE TILSYN OG ÅRLIGE INNHENTINGER

Gjennom daglig tilsyn av mediemarkedene og årlige innhentinger av opplysninger om eierskap fra norske medieforetak, fører Medietilsynet tilsyn med eierforhold i dagspresse, kringkasting og elektroniske medier.

I 2011 vurderte Medietilsynet til sammen tolv oppkjøp etter medieeierskapsloven i 2011. De fleste sakene kunne avsluttes uten at det ble fattet vedtak.

	2007	2008	2009	2010	2011
Totalt gratis opplag	107 435	105 800	104 148	147 936	168 747
Gratisavisens andel av totalt opplag	3,7%	3,7%	3,8%	5,5%	6,4%
Totalt opplag alle aviser	2 925 558	2 842 999	2 739 567	2 696 399	2 648 997



FAKTA OM MEDIEEIERSKAP

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

FORMÅL

Medieeierskapslovens formål er å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud. Loven forvaltes av Medietilsynet. Klager på vedtak går til Medieklagenemnden.

EIERSKAPSBEGRENSNINGER

Eierskapsbegrensninger på nasjonalt nivå ved oppkjøp innenfor markedet for avis, TV eller radio: når en eier får kontroll med minst en tredel av dagsopplaget, seer-

tallene eller lyttertallene. For eiere med virksomhet i to ulike mediemarkeder setter loven begrensninger for oppkjøp ved 30 prosent av oppslutningen i det ene markedet og 20 prosent i det andre. For eiere som opererer i alle tre markeder er grensen 20 prosent i hvert marked.

KRYSSSEIERSKAP

Krysseierskapsregelen: en eier som kontrollerer mer enn 10 prosent innenfor et av markedene, kan ikke kjøpe en annen eier som kontrollerer mer enn 10 prosent i det samme markedet.

BEREGNINGSMÅTE

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.

NASJONALT OPPLAG

Totalopplaget for aviser i 2011 på nasjonalt nivå er 2 648 997 mot 2 696 399 i 2010. Det representerer en nedgang på 47 402. Fra 2009 til 2010 var nedgangen på 43 168. Antall aviser som kom inn under Medietilsynets avisdefinisjon i 2011 er 239, det samme som i 2010. Nye aviser som er med i beregningene er Vestfold Blad, Byavisa Moss og Karmsunds Blad, mens iBalsfjord, TS-avisa Aust-Agder og TS-avisa Vest-Agder 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.

VIKTIGE HENDELSER I MEDIEMARKEDENE 2011



AVIS

JANUAR

FEBRUAR

OVHU Holding solgte 100 prosent av aksjene i Bømlø Nytt til BN-Holding som eies 100 prosent av Bladet Sunnhordland.

MARS

- › Skjåk Mediautvikling AS kjøpte samtlige aksjer av Dølen AS.
- › Sparebank 1 SMN kjøpte 18,8 prosent av aksjene i Polaris Media ASA fra konkursboet til Roll Severin Co AS.

APRIL

MAI

JUNI

A-pressen lokale medier AS kjøpte seg opp i Bladet Nordlys AS og eier nå 99,52 prosent av avisen.

JULI

AUGUST

Papir- og nettavisen Kyst og Fjord kom med første utgave i august

SEPTEMBER

Media Norge-saken ble avsluttet da medieselskapene NWT Media, Norrköpings Tidningar Media og Helsingborgs Dagblad og investeringselskapet Franklin Enterprises kjøpte SEB Enskilda sine aksjer i Polaris Media.

OKTOBER

Betalavisen Hålogaland Avis kom med første utgave

NOVEMBER

- › LO kjøpte 100 aksjer i Klassekampen, men det utgjør ikke en eierprosent av betydning.
- › A-pressen Lokale Medier AS solgte alle aksjene i Rogalands Avis AS til selskapet Tanke Media AS.

DESEMBER

- › A-pressen ASAs kjøp av Mecom Europe AS (Edda Media AS).
- › Betalavisen Hammerfestingen kom med første utgave.
- › Eiker Avis, IBalsfjord og Sirdølen la ned driften ved utgangen av året.



RADIO OG TV

JANUAR

Med virkning fra inngangen av 2011 kjøpte P4 Radio Hele Norge AS 100 prosent av aksjene i selskapene NRJ Norge AS og Radio Melodi Norge AS fra Energy Holding Norway AS. Selskapene som var omfattet av transaksjonen innehar konsesjoner for drift av lokalradio i Kristiansand, Tromsø og på Nesodden.

FEBRUAR

MARS

APRIL

MAI

SBS Belgium N.V. solgte 100 prosent av aksjene i de norske selskapene SBS Radio Norge AS og SBS Norge AS til SBS Finance B.V. Både SBS Belgium N.V. og SBS Finance B.V. er begge eid 100 prosent av SBS Broadcasting Europe B.V., som er et heleid datterselskap av det tyske medieselskapet ProSiebenSat1 Media AG.

JUNI

JULI

AUGUST

SEPTEMBER

OKTOBER

- › A-pressen Lokale Medier AS solgte alle sine aksjer i JærRadioGruppen til Herman Skretting AS. Herman Skretting AS eier nå 100 prosent eier av JærRadioGruppen.
- › TV Norge lanserer tv-kanalen VOX spesielt rettet mot et voksent publikum.

NOVEMBER

DESEMBER

FAKTA OG TALL OM MEDIEEIERSKAP 2011

DAGSPRESSE NASJONALT



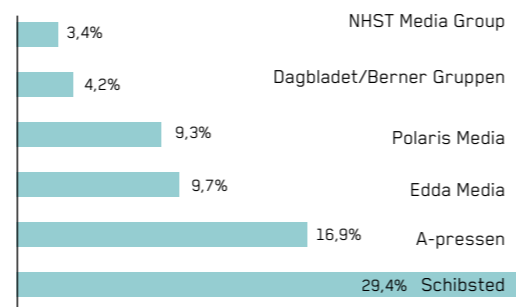
Bjørn Tore Østraas
Seniorrådgiver

Schibsted er Norges største aviseier med A-pressen som en god nummer to. Polaris er i vekst, mens Edda Media har blitt noe mindre. I 2011 var disse to konsernene nær jevnstore med knapt ti prosent av avisopplaget hver seg. For første gang hadde Edda Media mindre en ti prosent av det nasjonale avisopplaget. Figuren under viser utviklingen av de fire største aviseiernes andeler av avisopplaget de siste fem årene.

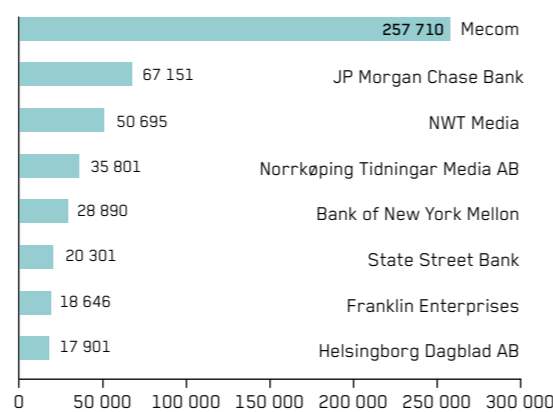
Schibsted, A-pressen og Edda Media har alle en svakt fallende andel av avisopplaget, mens Polaris øker noe på grunn av oppkjøp av aviser. At de øvrige avisene har en økning i andelen av avisopplaget, skyldes at flere gratisaviser er tatt inn i beregningen for opplagsandeler.

Mens de største bakenforliggende eierne av norske aviser; Blommenholm Industrier, Telenor og LO var de samme i 2011 som tidligere år og hadde om lag samme andel av avisopplaget som i 2010, kom det til nye utenlandske eiere i Polaris. Disse var Nya Wermlandske Medier, Helsingborg Dagblad og Norrkøping Tidningar Media. Investeringselskapet Franklin Enterprises kom også inn på eiersiden i Polaris. Figuren under viser de største utenlandske eierne ved utgangen av 2011.

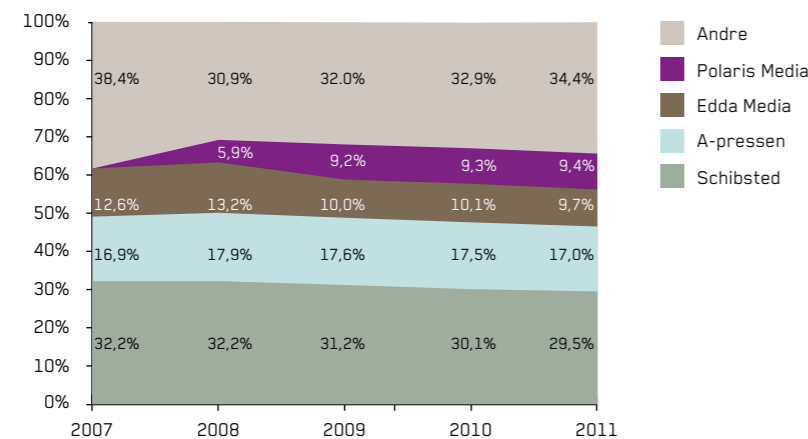
EIERANDELER STØRSTE AVISKONSERN 2011



STØRSTE UTENLANDSKE AVISEIERE I 2011



AVISEIERNES ANDELER AV OPPLAGET 2007 TIL 2011

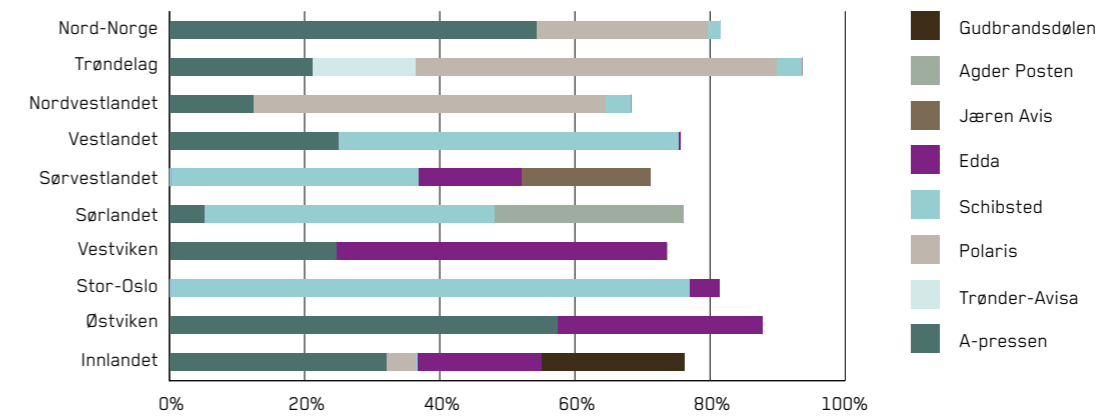


DAGSPRESSE REGIONALT

I tre medieregioner, Sørlandet, Østviken og Vestviken, ble aviseiernes opplagsandeler påvirket av gratisaviser som ble tatt inn eller tatt ut av grunnlaget for beregning av opplagsandeler. I regionen Sørlandet ble TS-avisa Aust-Agder og TS-avisa Vest-Agder tatt ut av beregningsgrunnlaget. Det førte til at Schibsted og Agderposten økte sine opplagsandeler til henholdsvis 43,1 prosent og 27,9 prosent selv om opplaget i disse konsernenes aviser gikk ned. I regionen Vestviken ble Vestfold Blad tatt inn i beregningsgrunnlaget. Det førte til at Edda Media

og A-pressens andeler av avisopplaget sank til henholdsvis 49,1 prosent og 24,5 prosent, en samlet nedgang på nær ti prosentpoeng. I regionen Østviken ble Byavisa Moss tatt inn i beregningsgrunnlaget. Det førte til en mindre nedgang i A-pressens og Edda Medias andel av avisopplaget i den regionen. Samlet sett hadde A-pressen og Edda Media 87,7 prosent av avisopplaget i regionen i 2011. I de øvrige medieregionene var det kun små endringer. Figuren/tabellen under viser de ulike eiernes andeler av opplaget i de ti medieregionene i 2011.

AVISKONSERNENES ANDEL AV OPPLAG I MEDIEREGIONEN



Eier	Nord-Norge	Trøndelag	Nordvestlandet	Vestlandet	Sørvestlandet	Sørlandet	Vestviken	Stor-Oslo	Østviken	Innlandet
A-pressen	54,1%	20,9%	12,2%	24,8%	-	5,0%	24,5%	-	57,3%	32,1%
Trønder-Avisa	-	15,4%	-	-	-	-	-	-	-	-
Polaris	25,6%	53,5%	52,4%	-	-	-	-	-	-	4,3%
Schibsted	1,8%	3,8%	3,7%	50,5%	36,7%	43,1%	-	76,9%	-	0,3%
Edda	-	-	-	0,3%	15,4%	-	49,1%	4,5%	30,4%	18,3%
Jæren Avis	-	-	-	-	19,0%	-	-	-	-	-
Agder Posten	-	-	-	-	-	27,9%	-	-	-	-
Gudbrandsdølen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,2%
Andre	18,5%	6,3%	31,8%	24,3%	28,9%	24,0%	26,4%	18,6%	12,4%	23,9%

TV

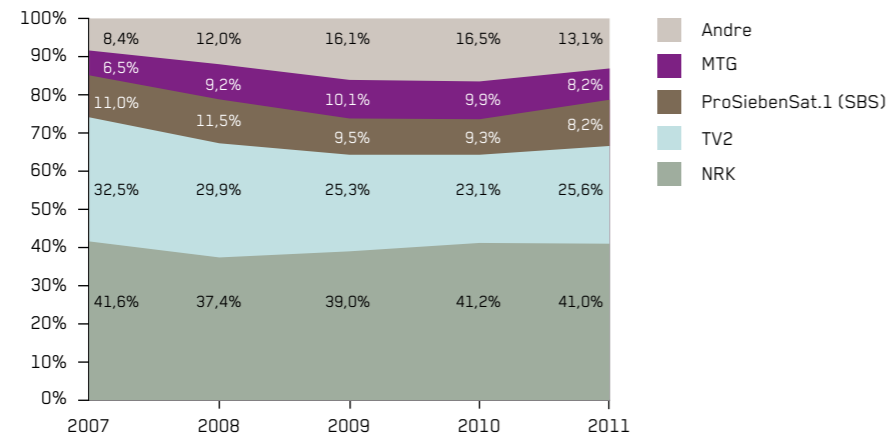
A-pressen solgte ved utgangen av 2011 sin andel av TV2 til Egmont. Egmont eier dermed 100 prosent av TV2. Ingen eierskifter av betydning fant for øvrig sted blant nasjonale TV-kanaler. Figuren under viser de ulike TV-eiernes oppslutning blant seerne de siste fem årene. NRKs markedsandel ligger relativt stabilt rundt

40 prosent av seerne, mens TV2 og ProSiebenSat.1 (TV Norge, FEM og MAX) økte sin markedsandel fra 2010 til 2011 på bekostning av MTG (TV3 og Viasat-kanalene) og andre TV-kanaler. Betal-TV kanalene er ikke med i framstillingen under.

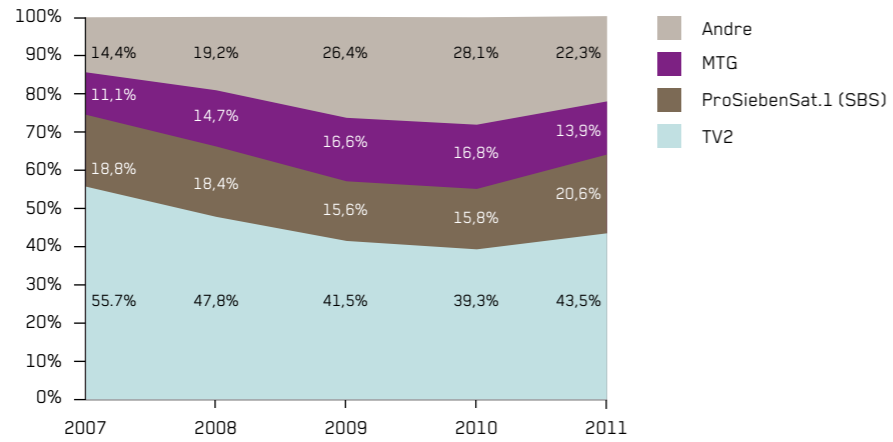
Kilde: TNS Gallup



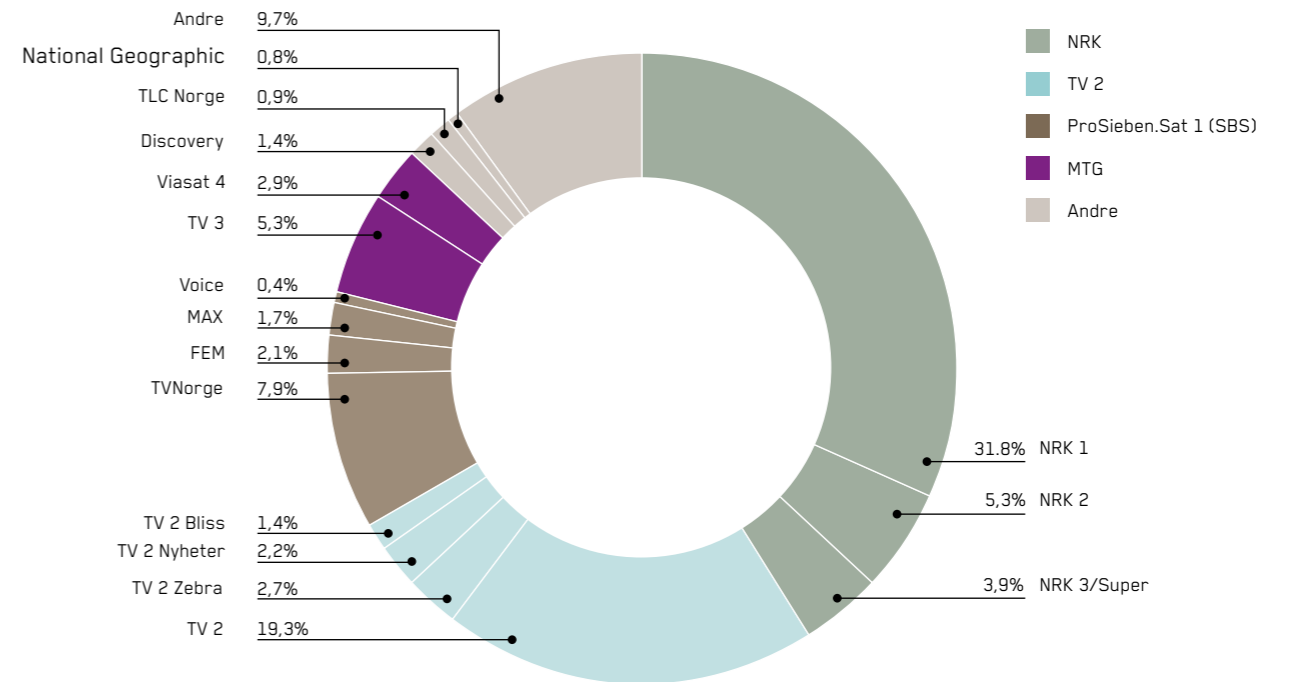
TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID 2007-2011



TV-EIERNES ANDELER AV SEERTID EKSKL. NRK 2007-2011



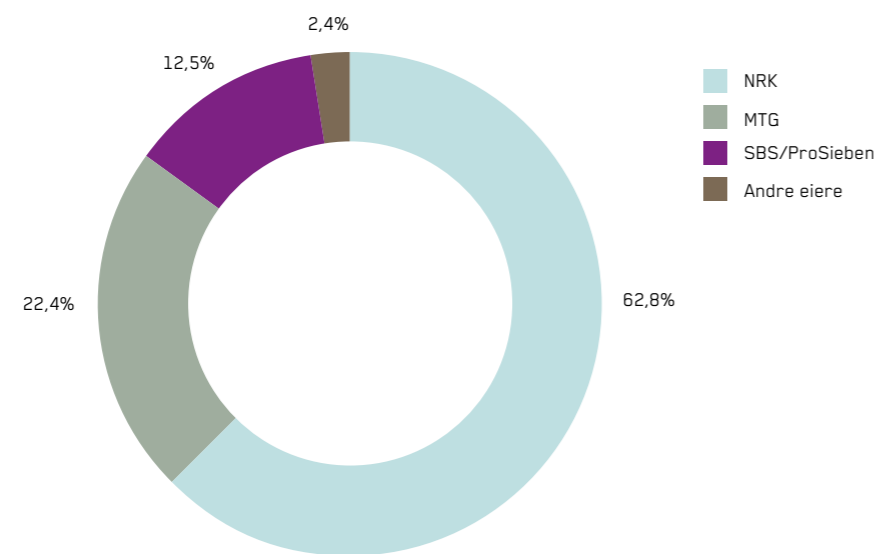
TV-KANALES ANDELER AV SEERTID 2011



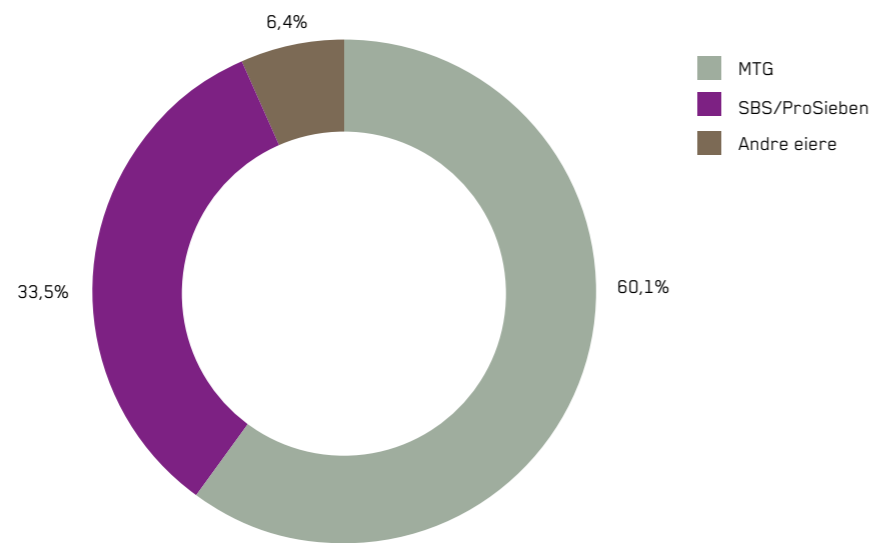
RADIO

Eiersituasjonen i det nasjonale radiomarkedet var preget av stabilitet i 2011. NRKs andel av lytterne går noe tilbake fra 2010 til 2011, mens SBS øker sin lytterandel. Figuren under viser de ulike radioeierens lytterandeler i 2011.
Kilde: TNS Gallup

RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2011



RADIOEIERNES ANDELER AV LYTTERTID I 2011, EKSKL. NRK





Medietilsynet

NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Nygata 4, 1607 Fredrikstad
tlf: 69 30 12 00
faks: 69 30 12 01
www.medietilsynet.no