

MEDIE- SVERIGE

mini

2012



**Sammanställd av
Ulrika Facht**

Nordicom-Sverige

Teckenförklaring

* Inte applicerbart

.. Uppgift saknas

– Noll

0 Mindre än 0,5

© Nordicom 2012

Version: 2012-07-02

ISSN: 1104-4829

ISBN: 978-91-86523-47-3

Introduktion

Ulrika Facht

MedieSverige mini är exakt vad den heter. Den är en mindre variant av Nordicoms *MedieSverige – statistik och analys* som publiceras ungefär vart tredje år. Publikationen är ett av resultaten av Nordicoms arbete med att dokumentera medieutvecklingen i Sverige. Fakta och statistik kombineras med analys av forskare inom ämnet. Med åren har det blivit allt tydligare att analyserna har längre livslängd, medan efterfrågan på färsk statistik ökar. För att möta behovet av aktuell data publicerar Nordicom material på hemsidan www.nordicom.gu.se/mediesverige (länk ”statistik”) där användaren själv kan söka upp statistik. Utifrån materialet på hemsidan är det dock svårt att få en överblick. Därför har Nordicom valt att sammanställa en *MedieSverige mini* vilken består av statistik från hemsidan, kompletterad med ytterligare data för att ge användaren en kortfattad översikt av hur medielandskapet ser ut i dag i Sverige.

MedieSverige mini består av ett antal indikatorer för respektive medium. Först om hur det används och därefter – beroende både på angelägenhetsgrad och tillgång till bra data – följer olika indikatorer för ekonomi och/eller struktur för mediet. Redovisningen gör inte anspråk på att vara heltäckande eller strukturerad exakt likadant för varje medium, utan är att betrakta som smakprov av den information som finns tillgänglig.

För att kunna tala om medierna i dag, i går och i morgon måste vi ha kunskap. Och vi måste ha kunskap som bygger på transparent och korrekt information. Det finns alltid intressen som vill visa på det ena eller det andra och det finns alltid kunskapsluckor om det nya såväl som om det gamla. Därför är det värdefullt att det finns information och statistik som är granskad, genomlyst, korrekt bearbetad och presenterad. Detta ingår i Nordicoms uppdrag att dokumentera medieutvecklingen.

Samtidigt som efterfrågan efter aktuell information via hemsidan är stor, kvarstår behovet av den tryckta publikationen. Att ha materialet samlat i sin hand, kunna bläddra och skumma och låta blicken falla på något oväntat eller på just det som vi letade efter. Att ha kunskapen samlad i en volym i bokhyllan, bara för läsaren att sträcka sig efter i stearinljusets sken. Därför har arbetet med en ny tryckt upplaga av *MedieSverige – statistik och analys* inletts. Vilken skepnad den kommer i vet vi någon gång kring årsskiftet 2013/2014.

N.b. Den intresserade läsaren bör även besöka hemsidans utbud av Elektronisk publicering i fulltext som finns under menyn Publikationer.

Företag och reklam

Tabell 1	Ägarsfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt 2010 (miljoner kronor)	8
Figur 1	Reklaminvesteringars fördelning 2011 (procent)	9
Tabell 2	Investeringar i reklam 2009–2011 (miljoner kronor)	9

Hushållens utgifter, tillgång och användning

Tabell 3	Hushållens genomsnittliga utgifter för medier 2010 (kronor)	12
Figur 2	Andel av befolkningen 15–85 år som anser att olika saker är prissvärda i förhållande till vad de kostar 2010 (procent)	12
Tabell 4	Tillgång till olika medier i hemmet i befolkningen 9–79 år 2011 (procent)	13
Figur 3	Tillgång till olika medier i hemmet i befolkningen 9–79 år 1995–2011 (procent)	14
Figur 4	Medieanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)	15
Tabell 5	Medieanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)	15
Figur 5	Användning av fyra medier i olika former en genomsnittlig dag 2011 (procent)	16
Figur 6	Fördelning av befolkningens 9–79 år medietid en genomsnittlig dag 2011 (procent)	17
Tabell 6	Befolkningens 9–79 år tid för olika medier en genomsnittlig dag 2011 (minuter)	17
Tabell 7	Fördelningen av genomsnittlig tid för olika aktiviteter under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/11 (procent samt timmar och minuter)	18
Figur 7	Fördelning mellan olika aktiviteter av fri tid under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/2011 (procent)	19
Tabell 8	Fördelning mellan olika aktiviteter av fri tid under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/2011 (procent)	19

Internet

Tabell 9	Internetanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1998–2011 (procent)	20
Tabell 10	Användning av sociala och traditionella medier på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2009 och 2010 (procent)	20
Figur 8	Olika användningsområden på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)	21
Tabell 11	Privata internetabonnemang efter anslutningsform 2001, 2006 och 2011 (antal)	22
Figur 9	Fördelning av privata internetabonnemang efter anslutningsform 2001, 2006 och 2011 (procent)	22
Figur 10	Domäner under .se 1983–2012 (antal)	23

Dagstidningar

Figur 11	Läsning av morgontidning och kvällstidning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)	26
Figur 12	Läsning av morgontidning och kvällstidning på papper och på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2002–2011 (procent)	26
Figur 13	Tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet i befolkningen 9–79 år 1996–2011 (procent)	27
Figur 14	Dagstidningar 1980, 1995 och 2011 (antal)	27
Figur 15	Betald dagstidningsupplaga på vardagar 1980–2011 (tusentals ex)	28
Tabell 12	Betald dagstidningsupplaga på vardag och söndag 1980–2011 (tusentals ex)	28
Tabell 13	Gratisstidningar och annonsblad 2000, 2005 och 2011 (antal och upplagor)	29

Figur 16	De största ägargrupperna inom flerdagarspress, andel av upplagan 2010 (procent)	30
Tabell 14	Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2010	30
Tabell 15	Tidningsbranschens resultat, i löpande pris 1990–2010 (miljoner kronor)	31
Tabell 16	Statligt stöd till dagspressen efter stödform 1980/1981–2010 (miljoner kronor)	31
Tabell 17	Pris för en dagstidningsprenumeration helår 1960–2011, fast pris i 2011 års prisnivå (kronor, medelvärde)	32

Tidskrifter

Figur 17	Läsning av vecko-/månadstidning och special-/facktidning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)	34
Tabell 18	Läsning av olika typer av tidskrifter i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)	34
Tabell 19	Anskaffning av vecko-/månadstidning bland läsare 9–79 år 2011 (procent)	35
Tabell 20	TS-kontrollerade tidskrifter: antal, upplaga/utgåva och årsupplaga efter segment 2011	35
Figur 18	De största förlagsgruppernas andel av TS-registrerad årsupplaga 2011 (procent)	36
Tabell 21	De största förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2011 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga)	36

Böcker

Figur 19	Bokläsning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag/vecka 1995–2011 (procent)	38
Tabell 22	Läsning av skönlitteratur i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2000–2011 (procent)	38
Tabell 23	Läsning av facklitteratur/kurs-/lärobok i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2000–2011 (procent)	39
Tabell 24	Ljudboksanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)	39
Figur 20	Hur den senast lästa boken införskaffades i befolkningen 9–79 år 2011 (procent)	40
Tabell 25	Bokproduktionen efter kategorier 2002–2011 (antal titlar)	40
Tabell 26	Tryckta volymer efter litteraturkategorier 2002–2010 (tusental)	41
Tabell 27	Översatt litteratur efter språk 2000–2011 (antal titlar)	41
Tabell 28	Nya skönlitterära titlar som originalutgivits efter originalspråk 2000–2010 (procent)	42
Tabell 29	Folkbibliotekens bokbestånd och bokutlåning samt antal lån/ invånare och bibliotekens driftkostnader 2000–2011 (miljoner böcker och miljoner kronor)	42
Tabell 30	Svenska Förläggareföreningens medlemmars fakturerade försäljning efter kategorier av litteratur 2001–2010 (miljoner kronor)	43
Tabell 31	Statligt utgivningsstöd efter litteraturkategorier 2000–2008 (antal titlar som erhållit stöd)	43

Radio

Figur 21	Radiolyssnade i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1990–2011 (procent)	46
Figur 22	Radiolyssnande i olika apparater och på olika plats i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)	46

Tabell 32	Antal sålda radioapparater, freestyle, personliga spelare och kassettbandspelare 1990–2011 (tusental enheter och miljoner kronor)	47
Tablå 1	Det svenska radiolandskapet april 2012	48
Tabell 33	Antal nationella, regionala och lokala radiokanaler 1925–2011 (FM och digitala)	49
Tabell 34	De största radioföretagens räckvidd 2011 (procent)	50

Television

Tabell 35	Tittare på olika former av rörlig bild i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)	52
Figur 23	TV-tittande i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)	52
Tabell 36	Antal sålda TV-apparater 1990–2011 (tusental enheter)	53
Figur 24	Antal tv-kanaler som kan ses av mer än halva befolkningen 1970–2011	53
Tablå 2	Företag som distribuerar tv till konsumenter 2012	54
Figur 25	De tio största tv-programföretagen på den svenska tv-marknaden efter tittartidsandel 2011 (procent)	55
Tabell 37	De fyra största programföretagen på den svenska tv-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2010 och 2011 (procent av tittartiden)	55
Tabell 38	Omsättning inom tv-sektorn 1995–2010, löpande pris (miljoner kronor)	56
Figur 26	Public service-företagens erhållna medel 1995–2010, fast pris i 2010 års nivå (miljoner kronor)	56
Figur 27	Antal grundabonnemang och intäkter för tv-tjänster 2006–2010, fast pris i 2010 års nivå (antal och miljoner kronor)	57
Figur 28	TV-reklamens nettointäkter 1995–2010 fast pris i 2010 års nivå (miljoner kronor)	57
Tabell 39	Avgift för finansiering av SR, SVT och UR: antal och kronor 1980–2011 (kronor)	58
Figur 29	Produktionsursprung i svensk tv 1998–2011 (procent)	59
	Länkar till källor	60

Företag och reklam

Tabell 1 **Ägarsfärer på den svenska mediemarknaden. Medieintäkter i Sverige och totalt 2010 (miljoner kronor)**

Ägarsfärer	Huvudbolag	Medieintäkter		Större företag (varumärken) i Sverige
		Sverige	Totalt	
Familjen Bonnier	Albert Bonnier AB	16 749	30 830	<i>Albert Bonniers Förlag, Wahlström & Widstrand, Forum, Bonnier Carlsen, Bonnier Audio, AdLibris, Bonnier Tidskrifter, Semic, DN, Sydsvenskan, Expressen/KvP/GT, Dagens Industri, TV4, Canal Plus, SF</i>
	<i>Bonnier AB</i>	16 749	30 830	
Svenska staten		11 813 ¹	11 813 ¹	
	<i>SVT, SR och UR</i>	7 365	7 365	<i>SVT, SR, UR</i>
	<i>Teracom</i>	3 852	3 852	<i>Teracom, BoxerTV</i>
<i>Svenska staten (60), Danska staten (40)</i>	<i>Posten Norden AB</i>	1 219	1 219	<i>Tidningstjänst</i>
Familjen Hjärne (87)	Stampen	5 196	5 196	GP, V-TAB, Promedia (12 lokaltidningar), Mediabolaget Västkusten (5 lokaltidningar), GISAB, Stampen Media Partner
Fam. Stenbeck (>50 gn direkt/indirekt ägande)	Stenbecksfären ²	ca 5 400	16 716	
	<i>Modern Times Group</i>	3 950	13 101	<i>TV3, TV6, TV8, V1000, ViaSat, Strix, MTG Radio (Rix FM)</i>
	<i>Metro International</i>	639	2 123	<i>Metro</i>
	<i>CDON Group</i> ³	...	1 492	<i>CDON</i>
Blommenholm Industrier (26), investeringsfonder	Schibsted ASA	4 911	16 406	SvD, Aftonbladet, Blocket, Hitta.se, Sandrew Metronome
Carlyle Group och Providence Equity ⁴	Com Hem	4 317	4 317	Com Hem
Kooperativa Förbundet	KF	2 806	2 806	Akademibokhandelsgruppen, Norstedts Förlagsgrupp, Tidningen Vi, Pan Vision
Norska Staten (54)	Telenor ⁵	1 836	8 184	Canal Digital
Erik och Asta Sundins Stiftelse (70), Axel Johansson Upsala Nya Tidning Förvaltning AB (20)	Norrköpings Tidningars Media	1 757	1 757	NT, Östgöta Correspondenten, Norrländska Socialdemokraten, Norrbottens-Kuriren, UNT (50) + ytterl. 4 lokaltidningar
Egmont Fonden	Egmont International Holding ⁶	1 685	13 549	Egmont Kärnan, Nordisk Film, Egmont Tidskrifter, Vagabond
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	Mittmedia Förvaltnings AB	1 580	1 580	ST, Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Östersunds-Posten, Dalarnas Tidningar + ytterl. 8 lokaltidningar
KKR och Permira (88) ⁷	ProSieben Sat.1	1 479	28 624	Kanal 5, SBS Radio
Familjen Aller	Carl Allers Etablissement	1 377	5 017	Aller Media

¹ SVT:s, SR:s och UR:s avgifter till Teracom är eliminerade.

² Stenbecksfären bedriver genom Tele2 kabel-tv-verksamhet som inte särredovisas.

³ CDON:s medieförsäljning i Sverige uppskattas till 811 miljoner kronor. I CDON:s medieintäkter ingår även försäljning av elektronik och leksaker. Resultatet för medier avser rörelseresultat.

⁴ Com Hem såldes sommaren 2011 till BC Partners.

⁵ Telenor bedriver även distribution av tv via bredband i B2 Bredband. Denna verksamhet särredovisas inte.

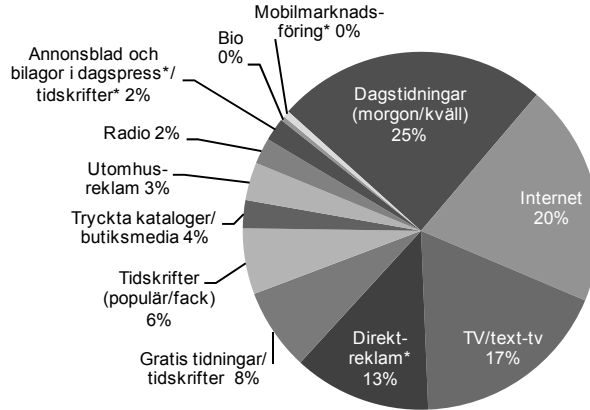
⁶ Uppgifterna för Sverige avser koncernens totala medieintäkter exklusive koncernelimineringar.

⁷ KKR och Permira kontrollerar 88% av rösterna och 51% av aktiekapitalet i ProSieben Sat1.

Anm: Uppgifterna avser det räkenskapsår som till minst sju månader infallit under 2010.

Källa: Årsredovisningar.

Figur 1 Reklaminvesteringars fördelning 2011 (procent)



* Avser distribution.

Källa: Q-rapport 16 feb 2012, Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM).

Tabell 2 Investeringar i reklam 2009–2011 (miljoner kronor)

	2009	2010	2011
Dagstidningar	7 112	7 855	7 859
Storstadstidningar (morgon)	2 544	2 834	2 830
Landsortstidningar (morgon)	3 868	4 199	4 220
Kvällstidningar	700	822	809
Gratisstidningar	1 662	1 904	1 938
Annonsblad	210	201	208
Gratis tidskrifter	387	407	445
Populärpress	673	729	732
Fackpress	1 148	1 214	1 183
Bilagor totalt (dagstidningar och tidskrifter), distribution	431	429	460
Tryckta kataloger	1 564	1 116	704
Oadresserad DR (distribution)	1 775	1 790	1 784
Adresserad DR (distribution)	2 165	2 180	2 195
TV	4 395	5 198	5 741
Text-TV	19	15	12
Radio	628	688	759
Bio	103	119	126
Internet	4 998	5 724	6 455
Mobilmarknadsföring (distribution)	50	62	191
Utomhusreklam	954	1 079	1 102
Butikksmedia	70	84	111
Summa medieinvesteringar	28 345	30 795	32 008
Övriga investeringar i marknadskommunikation	18 532	19 869	..
Produktionskostnader	10 947	11 395	..
Summa totalt för marknadskommunikation	57 824	62 059	..

Källa: Svensk reklammarknad 2010, Q-rapport 16 feb 2012, Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM).

Hushållens utgifter, tillgång och användning

Tabell 3 Hushållens genomsnittliga utgifter för medier 2010 (kronor)

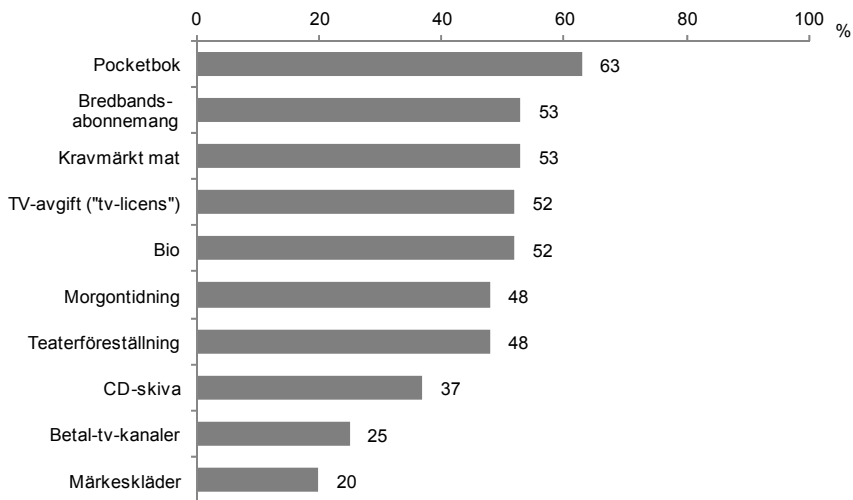
Utgiftspost	Kronor
Tv ¹	2 883
Internet	2 082
Mobiltelefoni	1 982
Dagstidning	1 622
Böcker	1 421
Bio och film (utöver tv)	1 160
Tidskrifter	906
Musik	476
Tv- och dataspel	471
Övrigt	89
Totalt	13 092

¹ Avser radio- och tv-avgift (2010: 2 076 kr), extra kanalpaket och abonnemang för tv.

Anm: Uppgiften bygger på intervjuer med 3 500 svenska hushåll. Utgifter för apparater och hemelektronik ingår inte i beräkningen.

Källa: IRM – Institutet för reklam- och mediestatistik, pressmeddelande 2011-10-22.

Figur 2 Andel av befolkningen 15–85 år som anser att olika saker är prisvärda i förhållande till vad de kostar 2010 (procent)



Anm: För tv-avgiften var formuleringen i frågan om den var mycket eller ganska "väl värd priset" alternativt inte speciellt/inte alls "väl värd priset", för övriga kategorier (ställda i en annan fråga) var formuleringen densamma men alternativet "ingen uppfattning" gavs också. Frågorna ställdes i den nationella SOM-undersökningen.

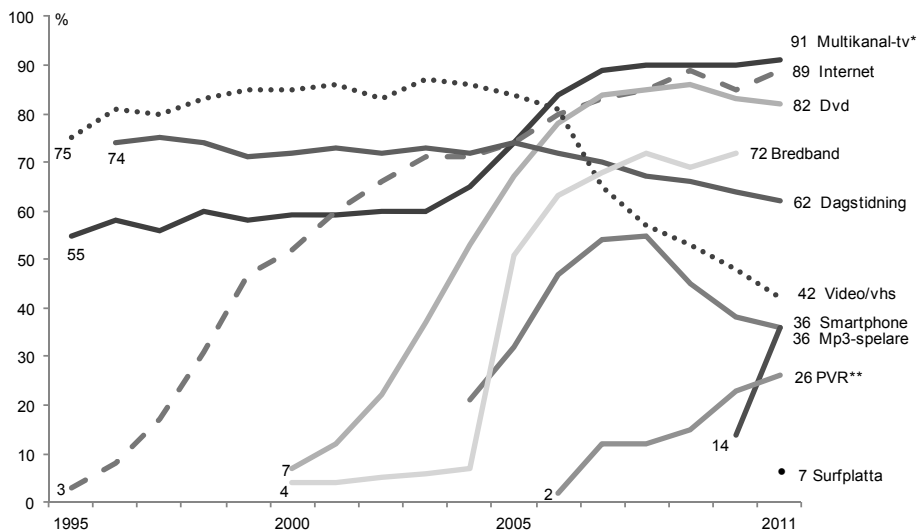
Källa: Wadbring, Ingela, Inflation eller deflation i mediekonsumtionen?, i *Nordicom-Information*, årgång 24, 1/2012, Göteborgs universitet.

Tabell 4 Tillgång till olika medier i hemmet i befolkningen 9–79 år 2011 (procent)

Har i hemmet tillgång till	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Radio	99	99	99	100	98	99	99	100
TV	97	97	98	100	95	96	98	98
via tv-apparat	96	95	96	100	93	92	97	98
via dator/internet	50	49	50	54	62	58	47	32
Multi-tv totalt	91	92	91	81	87	91	95	94
via kabel	34	35	33	16	32	37	36	37
via parabol	23	24	21	21	23	18	26	24
via mark	23	26	20	18	18	23	26	25
via bredband	18	16	19	17	19	20	16	15
Persondator totalt	91	92	91	100	99	98	93	72
Bärbar dator	75	76	75	87	90	87	77	44
Internet (totalt)	89	90	87	85	98	98	92	68
via dator	86	88	85	73	96	97	91	67
via annan apparat	41	45	38	53	65	59	33	11
Dvd-spelare	82	82	82	96	88	86	84	65
Dagstidningsprenumeration	62	60	63	49	49	47	71	81
Videobandspelare	42	41	43	48	41	34	46	45
Konsol för tv-spel	42	46	38	92	68	59	28	4
Smartphone	36	40	33	43	57	56	29	7
Mp3-spelare	36	36	36	53	61	46	27	12
PVR/inspelningsbar disk	26	28	24	25	30	27	28	18
Bärbart spel	15	16	14	47	22	21	8	1
Surfplatta	7	8	6	12	10	9	6	2
Läsplatta	2	2	1	1	2	2	2	1

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

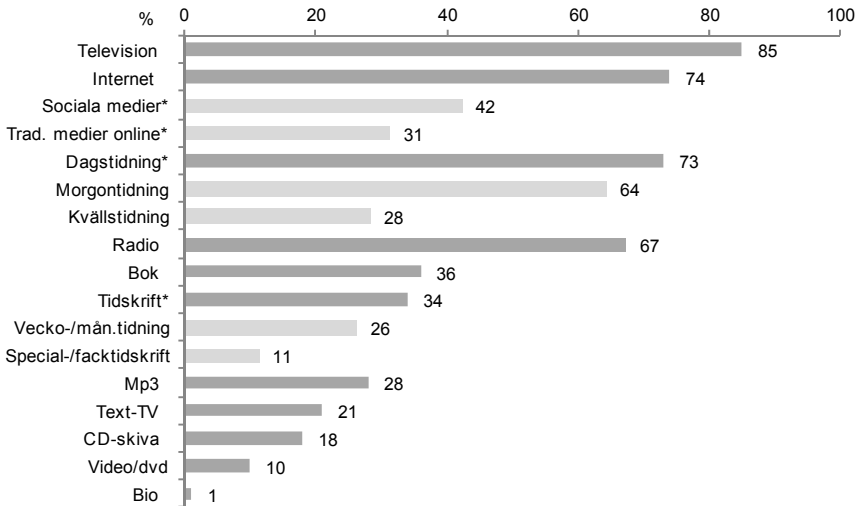
Figur 3 Tillgång till olika medier i hemmet i befolkningen 9–79 år 1995–2011 (procent)



* Med multikanal-tv avses tv med fler än marknätets så kallade frikanaler. Före 2008 avsågs tv med fler kanaler än de tre märksända kanalerna SVT1, SVT2 och TV4.

** PVR/hårddiskmottagare (inspelningsbar hårddisk för tv).

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Figur 4 **Medieanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)**

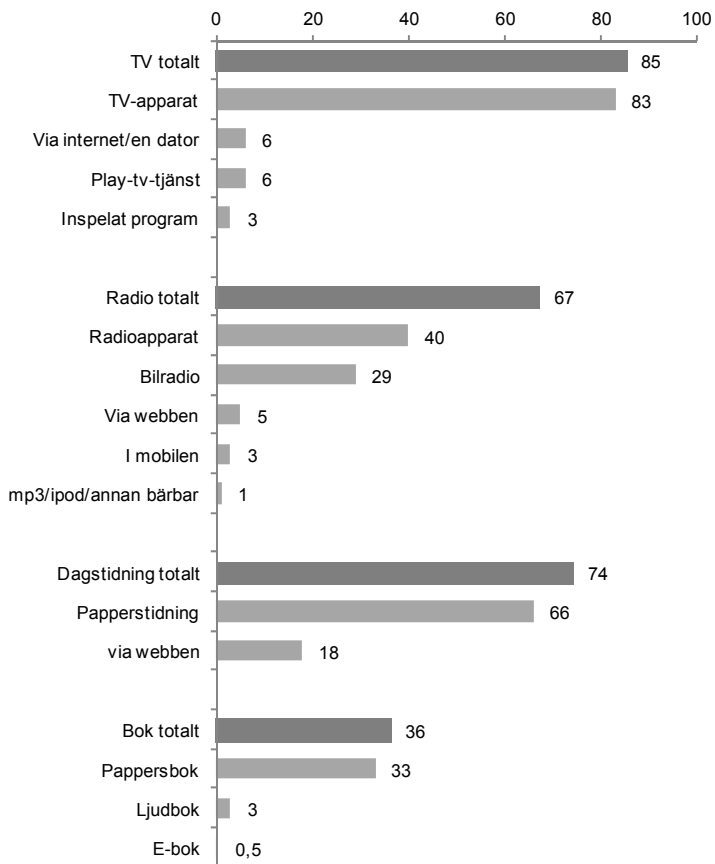
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 5 **Medieanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Television	85	85	85	92	75	81	86	91
Internet	74	75	72	71	94	89	73	44
Sociala medier*	42	40	44	49	86	58	26	11
Traditionella medier på internet*	31	37	26	8	36	47	32	19
Dagstidning*	73	74	73	34	57	70	84	90
Morgontidning	64	63	66	28	45	59	76	84
Kvällstidning	28	31	26	9	24	33	31	30
Radio	67	69	65	44	52	65	75	78
Bok	36	29	43	62	37	30	32	36
Tidskrift*	34	30	37	28	20	30	37	46
Vecko-/månadstidning	26	21	32	26	16	22	27	39
Special-/facktidsskrift	11	13	9	3	5	12	14	13
Mp3	28	31	26	61	68	31	13	5
Text-TV	21	27	16	9	11	22	25	29
CD-skiva	18	16	18	20	11	19	19	16
Video/DVD	10	10	9	16	13	13	7	5
Bio	1	1	1	1	2	1	1	0

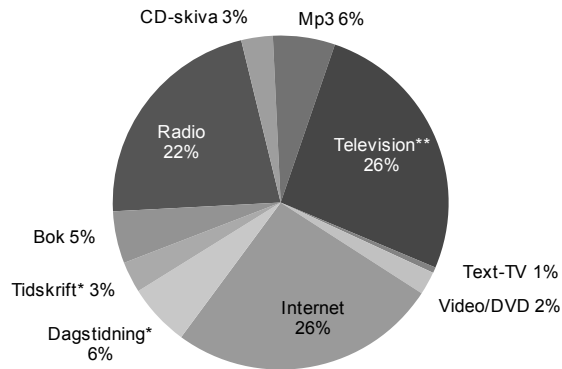
* *Dagstidning* är en sammanslagning av dem som läst morgontidning och/eller kvällstidning. Med *sociala medier* avses här socialt nätverk, community, diskussionsforum, chatgrupp eller blogg. Med *traditionella medier på internet/online* avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv. *Tidskrift* är en sammanslagning av dem som läst vecko-/månadstidning och/eller special-/facktidsskrift.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Figur 5 **Användning av fyra medier i olika former en genomsnittlig dag 2011 (procent)**

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Figur 6 **Fördelning av befolkningens 9–79 år medietid en genomsnittlig dag 2011 (procent)**



Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 6 **Befolkningens 9–79 år tid för olika medier en genomsnittlig dag 2011 (minuter)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Radio	81	80	83	16	43	75	103	114
CD-skiva	9	8	10	6	7	10	11	9
Mp3	22	24	19	31	62	23	9	3
Television**	95	94	96	74	75	85	99	125
Text-tv	3	3	2	1	1	2	3	5
Video/DVD	8	8	7	12	12	11	4	4
Internet	95	106	84	61	179	133	77	30
Dagstidning*	22	22	22	4	8	14	26	43
Morgontidning	18	18	19	3	7	12	21	36
Kvällstidning	4	4	3	1	1	2	5	7
Tidskrift*	12	10	14	7	5	8	13	21
Vecko-/månadstidning	9	7	11	7	4	6	9	17
Special-/facktidning	3	3	2	1	1	2	4	4
Bok	20	15	25	24	26	17	18	20
Totalt	367	371	361	237	418	378	362	374

* Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

** Avser genomsnittlig tid för vanlig tv.

Anm: Tabellen ovan visar hur mycket tid befolkningen mellan 9 och 79 år avsätter för medier en genomsnittlig dag, vilket betyder att även de som inte använder ett medium är inräknade. De som inte tittat på tv räknas följaktligen i tabellen ovan som om de har tittat på tv noll minuter. De som inte har tittat på tv drar alltså ner den genomsnittliga tittartiden i jämförelse med tittartiden bland tittarna.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

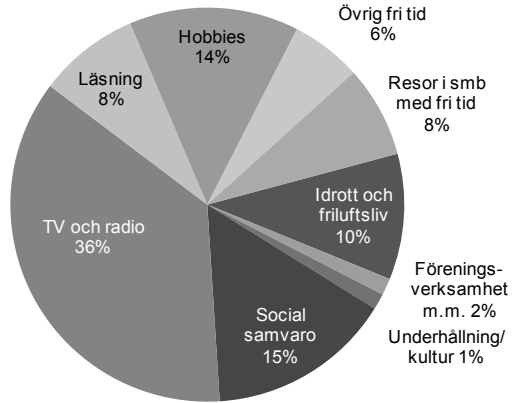
Tabell 7 **Fördelningen av genomsnittlig tid för olika aktiviteter under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/11 (procent samt timmar och minuter)**

	Procentuell andel av dygnet (måndag–söndag)			Tim:min (måndag– söndag)		
	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Förvärsarbete, totalt	13	16	15	3:11	3:48	3:29
Hemarbete, totalt	16	13	14	3:51	3:05	3:29
Hushållsarbete	8	4	6	1:53	1:04	1:29
Underhållsarbete	1	3	2	0:22	0:38	0:30
Omsorg om egna barn	2	1	1	0:25	0:15	0:20
Omsorg om andra	1	1	1	0:09	0:09	0:09
Inköp av varor och tjänster	2	2	2	0:27	0:22	0:25
Annat hemarbete	1	1	1	0:08	0:08	0:08
Resor i smb med hemarbete	2	2	2	0:27	0:29	0:28
Personliga behov ¹ , totalt	45	43	44	10:42	10:25	10:34
Studier, totalt	2	2	2	0:32	0:28	0:30
Fri tid, totalt	23	25	24	5:38	6:07	5:52
Idrott och friluftsliv	2	3	3	0:35	0:37	0:36
Föreningsverksamhet mm	0	0	0	0:04	0:06	0:05
Underhållning, kultur	0	0	0	0:05	0:04	0:05
Social samvaro	4	3	4	0:57	0:49	0:53
TV och radio	8	10	9	1:58	2:18	2:08
Läsning	2	2	2	0:31	0:27	0:29
Hobbies	3	4	3	0:41	0:58	0:49
Övrig fri tid	2	1	1	0:22	0:19	0:20
Resor i smb med fri tid	2	2	2	0:25	0:28	0:26
Övrigt, okodbart	0	1	0	0:06	0:08	0:07
Totalt	100	100	100	24:00	24:00	24:00
Timmar:minuter	24:00	24:00	24:00			
Antal dagboksdagar	3 534	2 943	6 477	3 534	2 943	6 477

¹ Måltider, personlig omvårdnad och resor i samband med detta.

Källa: Statistiska centralbyrån (2012), Tidsanvändningsundersökningen 2010/2011, tabell B1c (bearbetning).

Figur 7 **Fördelning mellan olika aktiviteter av fri tid under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/2011 (procent)**



Källa: Statistiska centralbyrån (2012), Tidsanvändningsundersökningen 2010/2011, tabell B1c (bearbetning).

Tabell 8 **Fördelning mellan olika aktiviteter av fri tid under ett dygn i befolkningen 15–84 år 2010/2011 (procent)**

Aktivitet	Andel av fri tid (%)		Totalt
	Vardag	Veckoslut	
Idrott och friluftsliv	11	10	10
Föreningsverksamhet mm	1	1	1
Underhållning, kultur	1	2	1
Social samvaro	14	17	15
TV och radio	37	36	36
Läsning	9	7	8
Hobbies	14	13	14
Övrig fri tid	6	5	6
Resor i samband med fri tid	7	9	8
	100	100	100
Fri tid, totalt (tim:min)	05:17	07:19	05:52

Källa: Statistiska centralbyrån (2012), Tidsanvändningsundersökningen 2010/2011, tabell B1c (bearbetning).

Tabell 9 **Internetanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1998–2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
1998	21	26	16	20	41	27	16	1
1999	31	35	26	31	45	40	29	4
2000	32	36	28	26	48	46	29	5
2001	35	41	30	29	49	50	31	7
2002	32	36	29	28	44	43	31	8
2003	33	38	29	28	42	43	34	9
2004	35	37	33	23	48	46	35	11
2005	42	46	38	34	54	54	44	15
2006	62	68	57	63	84	73	62	26
2007	64	68	60	64	86	77	65	29
2008	68	72	64	66	86	80	66	39
2009	65	69	61	65	85	78	63	34
2010	68	71	66	59	89	84	69	40
2011	74	75	72	71	94	89	73	44

Källa: Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2010, Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 10 **Användning av sociala¹ och traditionella² medier på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2009 och 2010 (procent)**

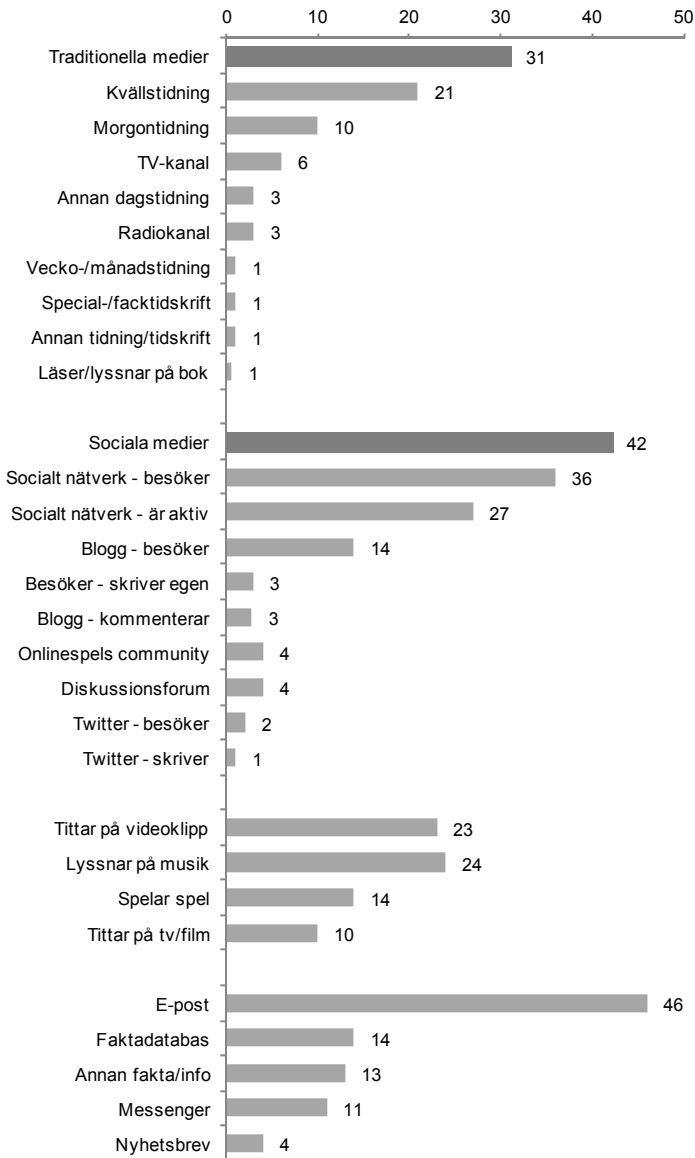
	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Enbart sociala medier ¹	19	17	20	34	47	22	9	3
Enbart traditionella medier ²	13	15	10	2	2	15	19	12
Både sociala ¹ - och traditionella medier ²	16	17	15	6	32	27	11	4
<i>Sociala medier¹</i>								
2009	26	25	26	44	64	32	11	4
2010	35	34	35	40	79	49	20	7
<i>Traditionella medier²</i>								
2009	25	30	22	5	29	39	26	13
2010	28	32	25	9	35	42	30	16

¹ Med sociala medier avses här socialt nätverk, community, diskussionsforum, chattgrupp eller blogg.

² med traditionella medier på internet avses här morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2010.

Figur 8 **Olika användningsområden på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)**

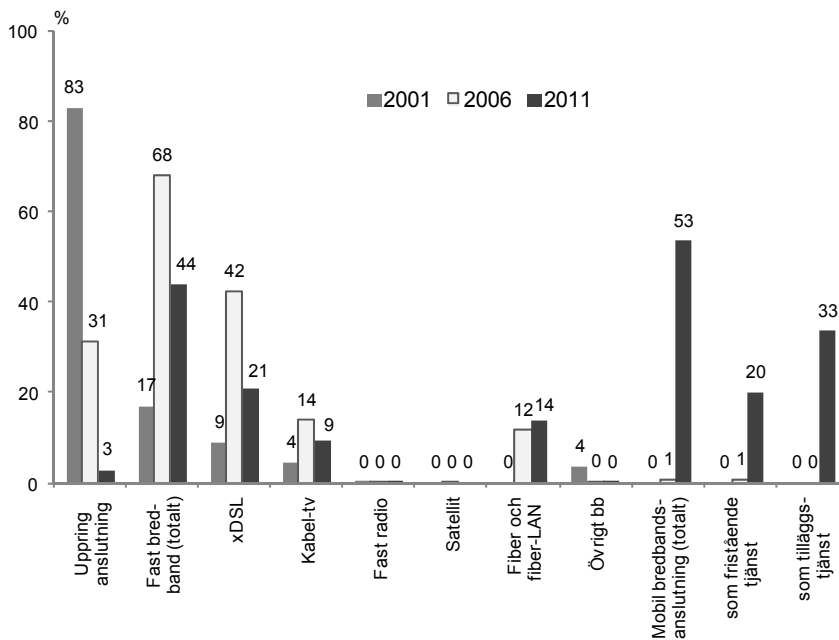


Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

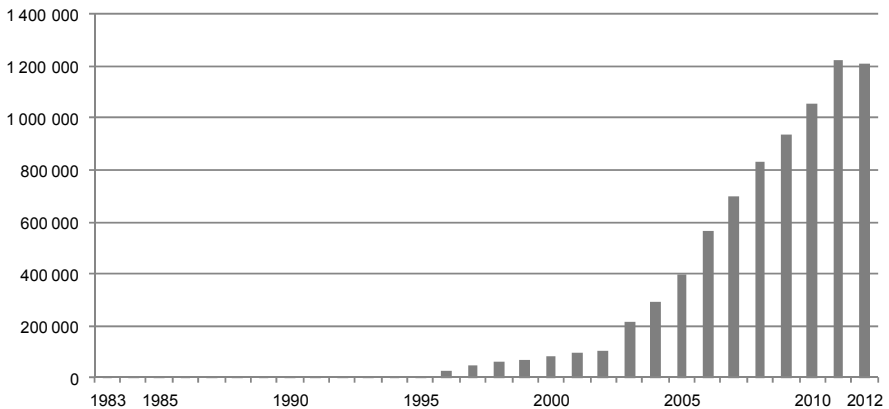
Tabell 11 **Privata internetabonnemang efter anslutningsform 2001, 2006 och 2011 (antal)**

	Antal		
	2001	2006	2011
Uppringd anslutning	2 069	1 022	187
PSTN (modem ≤ 56kbps)	1 996	1 005	187
ISDN	74	17	0
Fast bredband (totalt)	425	2 220	2 857
xDSL	223	1 378	1 356
Kabel-tv	111	453	612
Fast radio	1	4	2
Satellit	0	1	0
Fiber och fiber-LAN	0	379	885
Övrigt bredband	89	6	3
Mobil bredbandsanslutning	0	26	3 486
som fristående tjänst	0	26	1 302
som tilläggs-tjänst	0	0	2 184
Totalt antal privata internetabonnemang	2 494	3 268	6 531

Källa: Svensk Telemarknad 2011, tabell 28, www.pts.se (Post- och telestyrelsen).

Figur 9 **Fördelning av privata internetabonnemang efter anslutningsform 2001, 2006 och 2011 (procent)**

Källa: Svensk Telemarknad 2011, tabell 28, www.pts.se (Post- och telestyrelsen) (bearbetning).

Figur 10 **Domäner under .se 1983–2012 (antal)**

Anm: Avser antal vid årsskifte samt uppgift i mars 2012.

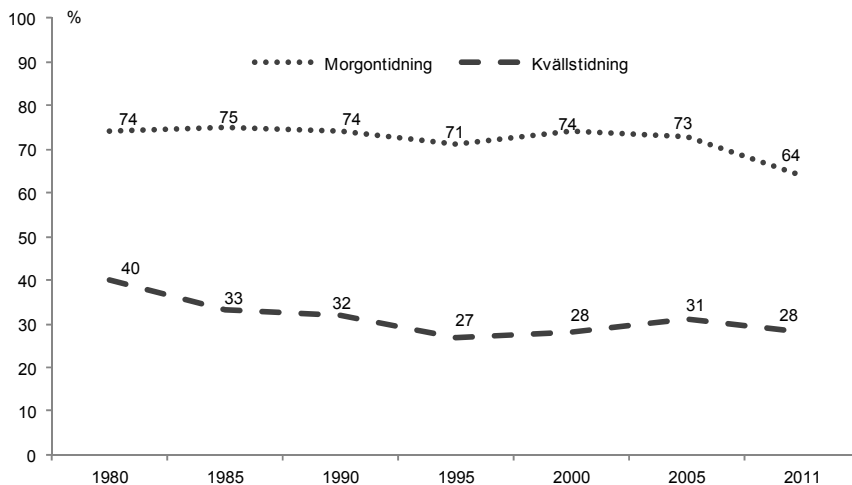
Källa: se Stiftelsen för internetinfrastruktur <https://www.iis.se/domaner/statistik/tillvaxt/> [2012-03-02].

Vill du veta mer om hur befolkningen använder medier?

Läs de årliga rapporterna för undersökningen Mediebarometern. Mediebarometern är en undersökning som består av en unik mängd tidserier, varav de äldsta löper från 1979 till i dag – parallellt med information om den aktuella utvecklingen.

Dagstidningar

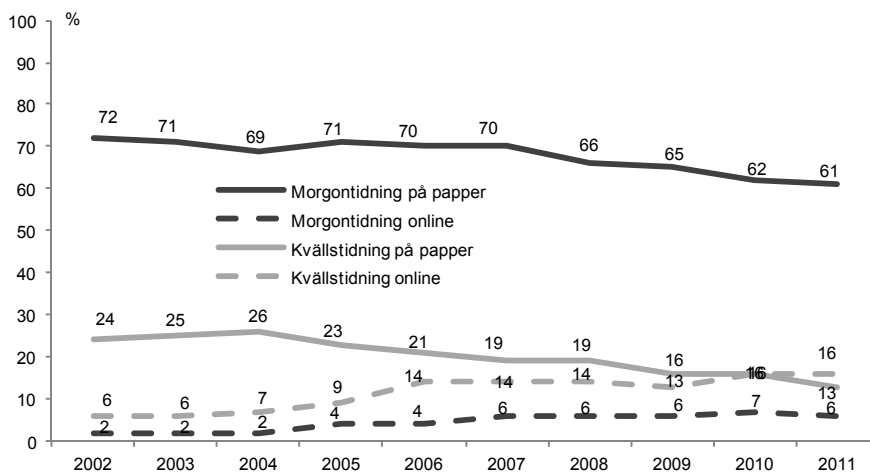
Figur 11 **Läsning av morgontidning och kvällstidning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)**



Anm: Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång i veckan, vilket inkluderar både storstads- och landsortsmorgonpress samt *Metro* och andra dagliga gratisdelade morgontidningar. 1995–1997 ingår *Metro* ej. Med kvällstidning avses någon av *Aftonbladet*, *Expressen*, *GT*, *Kvällsposten* (och *iDAG*).

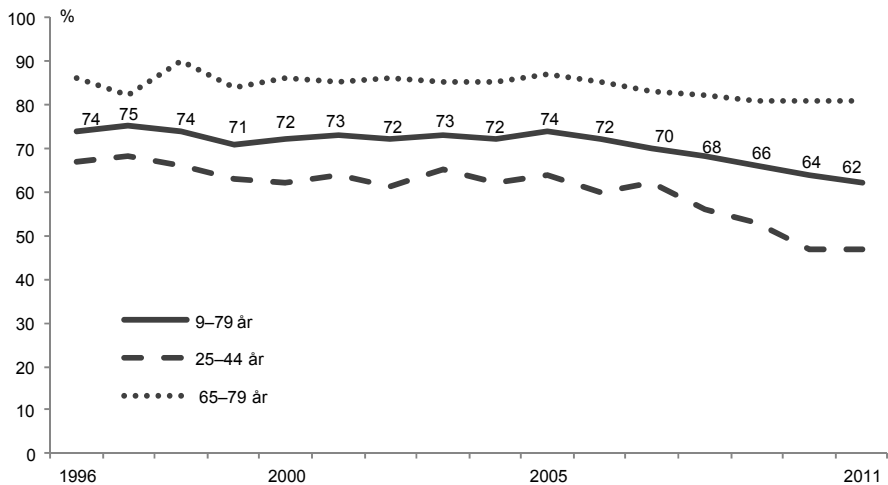
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1998–2011.

Figur 12 **Läsning av morgontidning och kvällstidning på papper och på internet i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2002–2011 (procent)**



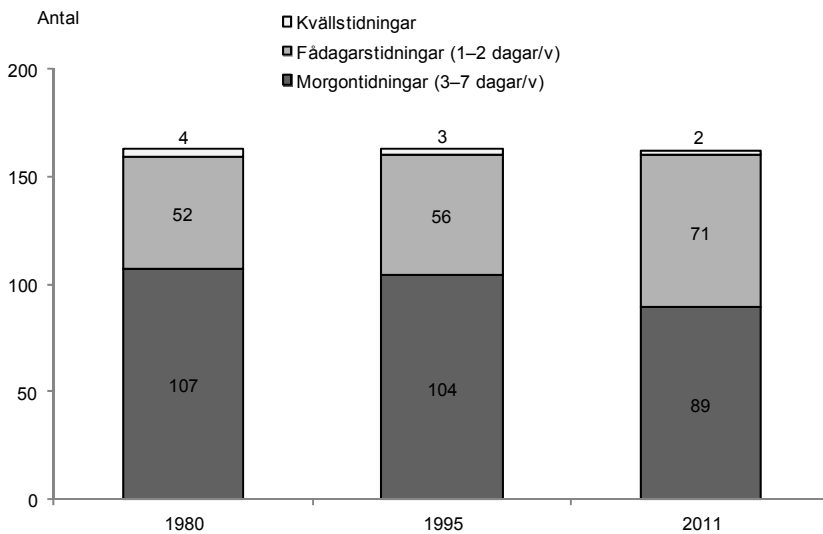
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1998–2011.

Figur 13 **Tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet i befolkningen 9–79 år 1996–2011 (procent)**

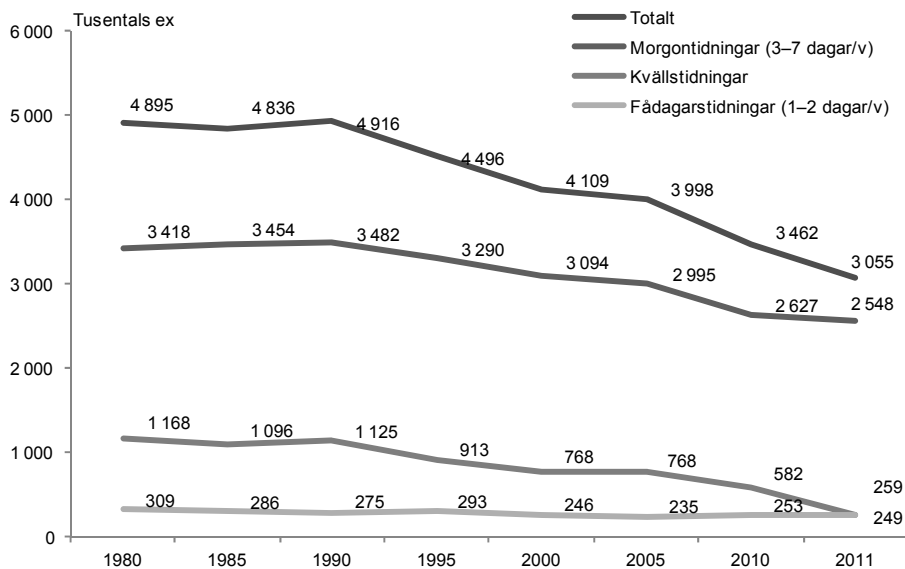


Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1996–2011.

Figur 14 **Dagstidningar 1980, 1995 och 2011 (antal)**



Källor: Nordicom, Presstödsnämnden, Tidningsstatistik AB.

Figur 15 **Betalad dagstidningsupplaga på vardagar 1980–2011 (tusentals ex)**

Anm: Från och med 2011 ingår inte Aftonbladet i den TS-redovisade upplagan. Enligt PWCs medieintyg uppgick Aftonbladets genomsnittliga redovisade upplaga 2011 till 271 675.

Källor: Tidningsstatistik AB, Nordicom, <http://www.pwc.se/sv/media/pwc-medieintyg.jhtml> (bearbetning).

Tabell 12 **Betalad dagstidningsupplaga på vardag och söndag 1980–2011 (tusentals ex)**

	Vardag (måndag–lördag)				Söndag		
	Morgonpress (3–7-dgr)	Kvälls- press	Fädagars (1–2 dgr)	Dagspress totalt	Morgon- press	Kvälls- press	Totalt
1990	3 482	1 125	275	4 916	1 511	1 401	2 912
1995	3 290	913	293	4 496	1 391	1 198	2 589
2000	3 094	768	246	4 109	1 319	992	2 311
2001	3 090	735	243	4 067	1 385	944	2 329
2002	3 055	758	243	4 056	1 379	934	2 313
2003	3 031	777	239	4 048	1 361	933	2 295
2004	3 022	786	224	4 031	1 340	952	2 292
2005	2 995	768	235	3 998	1 387	963	2 350
2006	2 944	743	239	3 926	1 360	910	2 270
2007	2 915	692	234	3 840	1 344	860	2 204
2008	2 815	657	237	3 709	1 320	806	2 126
2009	2 730	625	256	3 610	1 276	772	2 048
2010	2 627	582	253	3 462	1 226	736	1 962
2011	2 548	249	259	3 055	1 185	330	1 514

Anm: Från och med 2011 ingår inte Aftonbladet i den TS-redovisade upplagan. Enligt PWCs medieintyg uppgick Aftonbladets genomsnittliga redovisade upplaga 2011 till 271 675.

Källor: Tidningsstatistik AB, Nordicom.

Tabell 13 **Gratisstidningar och annonsblad 2000, 2005 och 2011 (antal och upplagor)**

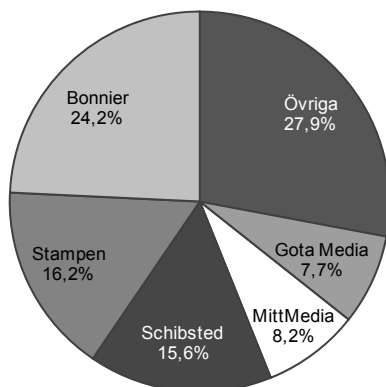
Typ	Antal titlar		
	2000	2005	2011
Dagliga gratisstidningar ¹	3	5	11
Veckoutgivna gratisstidningar ¹	19	43	103
Övriga gratisstidningar ¹	3	–	3
Veckoutgivna annonsblad	13	6	–
Övriga annonsblad	9	16	3
Summa	47	70	120
Typ	Upplaga/utgåva i 1000-tal		
	2000	2005	2011
Dagliga gratisstidningar ¹	383	763	761
Veckoutgivna gratisstidningar ¹	1 614	1 603	3 366
Övriga gratisstidningar ¹	65	–	87
Veckoutgivna annonsblad	460	282	–
Övriga annonsblad	422	395	90
Summa	2 944	3 043	4 305
Typ	Årsupplaga i 1000-tal		
	2000	2005	2011
Dagliga gratisstidningar ¹	105 905	201 247	174 247
Veckoutgivna gratisstidningar ¹	83 440	79 747	155 898
Övriga gratisstidningar ¹	1 558	–	926
Veckoutgivna annonsblad	20 642	10 193	–
Övriga annonsblad	6 316	8 358	1 045
Summa	217 861	291 186	332 117

¹ En gratisstidning ska bestå av minst 25 procent redaktionellt material som i huvudsak utgör allmänna nyheter. Detta skiljer den från att vara annonsblad.

Anm: Tabellen omfattar enbart tidningar och annonsblad som är RS-registrerade, d v s har en RS-kontrollerad distribuerad upplaga.

Källa: Svensk Reklamtaxa 2001, 2006, TS-tidningen 1/2012 (Tidningsstatistik AB) (bearbetning).

Figur 16 **De största ägargrupperna inom flerdagarspress, andel av upplagan 2010 (procent)**



Källa: Bearbetning av TS upplageuppgifter för år 2010.

Tabell 14 **Ägargrupper inom flerdagarspress upplaga (≥3 dagar/vecka) 2010**

Ägare	Företag eller huvudtidning	Antal tidningar	Upplaga helår 2010 vardagar	Andel av total upplaga (%)
Släkten Bonnier	Bonnier AB	6	780 500	24,2
Familjen Hjärne (87)	Stampen AB	16	523 000	16,2
Schibsted	Aftonbladet, Svenska Dagbladet	2	503 000	15,6
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (70)	MittMedia Förvaltnings AB	13	264 700	8,2
Stiftelsen Barometern/ Stiftelsen Tore G Wärenstam	Gota Media	12	258 400	7,7
Erik och Asta Sundins Stiftelse	Norrköpings Tidningar Media	8,5	212 250	6,6
Familjen Ander	Nya Wermlands-Tidningen	9,5	173 350	5,4
Familjen Hamrin	Herenco	7	117 000	3,6
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	Eskilstuna-Kuriren	4	71 700	2,2
Lokala centerrörelsen	Skånska Dagbladet	3	52 100	1,6
Arbetarrörelsen ¹	Värmlands Folkblad, Dala-Demokraten, Piteå-Tidningen	3	50 700	1,6
Stiftelsen VK-Press	Västerbottens-Kuriren	2	47 000	1,5
Familjen Sommelius	Helsingborgs Dagblad	0,5	37 950	1,2
Familjen Hörling	Lidköpingspress	1	25 800	0,8
Axel Johanssons stiftelser	Upsala Nya Tidning	0,5	24 950	0,8
Stiftelsen Skelleftepress	Norra Västerbotten	1	24 800	0,8
Pingströrelsen (28), Vårt land (28)	Dagen	1	17 400	0,5
Familjen Ingemarsson (>50)	Vimmerby Tidning	1	12 200	0,4
Familjen Michelsen	Alingsås Tidning	1	11 900	0,4
Övriga		4	17 400	0,5
Totalt		96	3 226 100	100,0

¹ Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen oberoende av juridiskt ägande.

Anm: Ägaruppgifter avser november 2011. Uppgifter för företag som sålts under 2010 och 2011 har förts till den nya ägaren.

Källa: Bearbetning av TS upplageuppgifter för år 2010.

Tabell 15 Tidningsbranschens resultat, i löpande pris 1990–2010 (miljoner kronor)

	1990	1996	2002 ¹	2004	2006	2007	2008	2009	2010
Rörelseintäkter	14 230	16 616	16 478	17 902	19 663	19 910	19 529	18 551	19 147
Rörelsekostnader	14 511	16 882	16 934	17 430	18 545	18 719	19 008	19 206	18 218
Rörelseresultat	-281	-266	-456	472	1 118	1 191	521	-655	929
Resultat efter finansnetto	-34	-80	-702	654	1 760	1 954	625	-431	1 046
Stöd	500	425	395	404	425	430	434	478	492
Resultat efter stöd	466	345	-307	1 058	2 485	2 384	1 059	47	1 538

¹ I uppgifterna för 2002 ingår ej separata annonsförsäljningsföretag. Med sex tidningsföretags separata annonsförsäljningsbolag inräknade uppgår branschens rörelseintäkter till 16 750 Mkr och resultat efter stöd blir -148 Mkr.

Källor: Dagspressens Ekonomi 1990–2010, promemoria 2003-12-03 (Presstödsnämnden).

Tabell 16 Statligt stöd till dagspressen efter stödform 1980/1981–2010 (miljoner kronor)

	Driftstöd	Utvecklingsstöd	Distri- butionsstöd	Distributions- stöd lördags- utdelning	Totalt	
					Löpande pris	Fast pris
1980/81 ¹					304	823
1984/85 ¹					435	858
1990/91	439,1	24,6	82,4	–	546	729
1994/95	411,4	3,1	73,0	–	488	581
2000	438,8	–	74,9	–	514	598
2001	420,9	–	76,1	–	497	565
2002	410,7	–	75,5	–	486	541
2003	412,6	13,4	73,8	10,9	511	557
2004	420,6	11,9	74,2	9,5	516	561
2005	417,3	4,4	73,7	9,4	505	546
2006	429,6	–	73,2	9,8	513	548
2007	433,4	–	72,2	–	506	529
2008	432,5	–	70,3	–	503	509
2009	483,0	–	67,9	–	551	556
2010	502,8	–	66,8	–	570	570

¹ Endast den totala stödsumman redovisas då stödformerna har omformats.

Anm: Tabellen redovisar de idag befintliga stödformerna. De tidigare stöden var: produktionsbidrag, etableringsstöd, utvecklingsbidrag, samverkansbidrag och samdistributionsrabatt. Etableringsstödet avskaffades efter budgetåret 1986/87.

Presstödet övergick 1990/91 till att bestå av tre stödformer.

Källa: Dagspressens Ekonomi 1990/91–2010 (Presstödsnämnden) (bearbetning).

Tabell 17 **Pris för en dagstidningsprenumeration helår 1960–2011, fast pris i 2011 års prisnivå (kronor, medelvärde)**

	Typ av tidning			Dagspress totalt exkl kvällspress	Storstad kväll ¹
	Storstad morgon	Landsort (3–7 dgr)	Fådagars (1–2 dgr)		
1960	738	514	168	458	671
1972	1 038	846	225	701	1 110
1981	1 281	1 097	253	817	1 361
1990	1 378	1 200	292	1 026	2 539
2000	2 223	1 670	469	1 284	4 565
2005	2 382	1 894	557	1 575	5 275
2011	2 495	2 011	591	1 699	7 750 ²

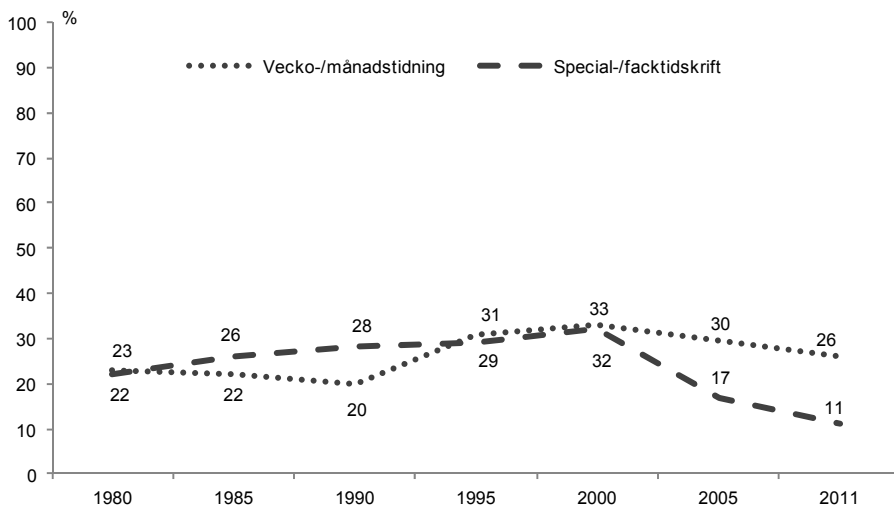
¹ Aktuellt i första hand vid företagsprenumerationer eller prenumerationer utomlands.

² Inkluderar bilagor.

Källa: Nordicoms pressdatabas (1960–2000), Tidningsdatabasen Nya Lundstedt (Kungliga biblioteket) (2005 och 2011). (bearbetning)

Tidskrifter

Figur 17 **Läsning av vecko-/månadstidning och special-/facktidsskrift i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)**



Källa: Mediebarometern 1980–2011 (SR/PUB; Nordicom-Sverige).

Tabell 18 **Läsning av olika typer av tidskrifter i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Någon vecko-/månadstidning	51	42	58	43	37	49	54	60
<i>Typ av vecko-/månadstidning</i>								
Yrkes-/branschtidning	8	10	6	–	2	11	11	7
Organisations-/medlemstidskrift	5	5	5	–	1	5	8	6
Fackförbundetstidning	5	5	6	–	1	5	9	5
Vetenskaplig tidskrift	4	5	4	1	3	5	5	5
Kundtidning	2	1	2	1	1	2	2	1
Personaltidning	1	1	1	–	1	1	1	1
Någon special-/facktidsskrift	27	29	25	5	11	30	39	28
<i>Typ av special-/facktidsskrift</i>								
Yrkes-/branschtidning	8	10	6	–	2	11	11	7
Organisations-/medlemstidskrift	5	5	5	–	1	5	8	6
Fackförbundetstidning	5	5	6	–	1	5	9	5
Vetenskaplig tidskrift	4	5	4	1	3	5	5	5
Kundtidning	2	1	2	1	1	2	2	1
Personaltidning	1	1	1	–	1	1	1	1
Annan typ av tidskrift	4	5	3	1	2	4	6	4

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 19 **Anskaffning av vecko-/månadstidning bland läsare 9–79 år 2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
<i>Anskaffning bland läsare</i>								
Prenumeration i hemmet	59	61	58	53	37	49	64	75
Köpt i kiosk/affär	17	14	19	29	32	19	14	10
Lånat av bekant/släkting	7	6	7	5	8	8	6	6
På arbetet	5	4	5	–	4	8	6	1
Läst i väntrum	3	2	3	1	2	4	3	2
Gratisexemplar	3	3	2	1	4	5	2	1
Läst hos bekant/släkting	2	2	2	1	3	2	1	1
Internet	1	2	0	1	1	2	0	0
Läst på bibliotek	2	2	1	2	3	1	1	2
Annat sätt	3	3	2	5	5	3	2	1

Anm.: Tabellen avser den senast lästa vecko-/månadstidningen bland dem som uppgett att de har läst en vecko-/månadstidning igår eller senaste veckan.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 20 **TS-kontrollerade tidskrifter: antal, upplaga/utgåva och årsupplaga efter segment 2011**

	Fack- tidskrifter	Special- tidningar	Familje-, dam-, herr- och ungdoms- tidningar	Kund- tidningar	Titlar med förenklad upplage- kontroll
Antal titlar	216	116	25	9	28
Upplaga/utgåva (miljoner ex)	7,9	4,8	2,3	5,5	0,7
Årsupplaga (miljoner ex)	103,4	56,0	90,4	47,1	5,0

Anm.: Tabellen omfattar endast titlar vars upplagor är kontrollerade av TS, Tidningsstatistik AB. Indelningen i facktidningar, specialtidningar och familje-, dam-, herr- och ungdomstidningar följer TS kategorisering. Definitionerna är följande:

Facktidningar: Titlar som är inriktade på en viss yrkesgrupp eller bransch. Här ingår även vissa B2B-titlar och medlemstidningar.

Specialtidningar: Titlar med en innehållsprofil inriktad på ett eller ett fåtal specialintressen, till skillnad från fackpressen som är inriktad på en viss yrkesgrupp eller bransch.

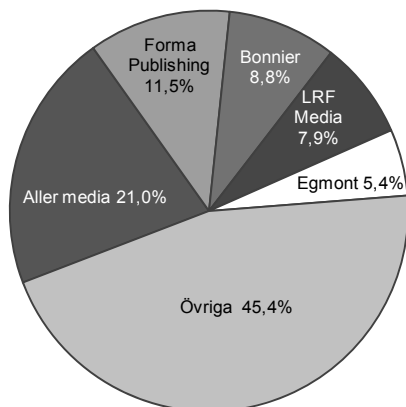
Familje-, dam-, herr- och ungdomstidningar: Till skillnad från specialtidningarnas fokus på ett eller ett fåtal specialintressen, inriktar sig dessa titlar på olika breda befolkningskategorier och flera intressen som kan tänkas tilltala dessa olika grupper. Veckoutgivna titlar ("Veckotidningar") sorterar in i dessa olika kategorier.

Kundtidningar: Kundtidningar särredovisas då de har en mycket stor upplaga som delas ut till 100% som friex och/eller medlemsex för företag eller organisationer som har höga medlems-/kundantal. I TS-statistiken har dessa titlar kategoriserats som specialtidningar.

Titlar med förenklad upplagekontroll: Titlar som har ett förenklat kontrollförfarande för upplagan. För mer information om TS-kontrollerade upplagor läs på Tidningsstatistik ABs hemsida: www.ts.se

Källor: TS-tidningen 1/2012 (bearbetning), MedieSverige 2010. Statistik och analys.

Figur 18 De största förlagsgruppernas andel av TS-registrerad årsupplaga 2011 (procent)



Källor: TS-tidningen 1/2012 (bearbetning), TS-webbtjänst, Sveriges Tidskrifter, förlagens hemsidor.

Tabell 21 De största¹ förlagsgruppernas andelar av den TS-kontrollerade upplagan 2011 (antal titlar, upplaga/utgåva, årsupplaga)

Förlag/-sgrupp	Antal titlar	Upplaga/ utgåva	Årsupplaga	Andel av upplaga/ utgåva (%)	Andel av årsupplaga (%)
Aller media	23	2 057 000	62 938 200	10,0	21,0
Forma Publishing	11	2 637 800	34 352 600	12,8	11,5
Bonnier	36	1 826 800	26 293 400	8,9	8,8
LRF Media	14	774 300	23 590 300	3,8	7,9
Egmont	17	525 200	16 118 800	2,6	5,4
Talentum	6	209 200	7 296 500	1,0	2,4
Mentor Online	23	276 300	5 256 400	1,3	1,8
IDG	6	145 600	4 572 700	0,7	1,5
Förlags AB Albinsson & Sjöberg	11	206 600	2 497 100	1,0	0,8
OK Förlaget	2	131 600	2 218 400	0,6	0,7
Plaza Publishing	7	189 700	1 914 900	0,9	0,6
Docu Group Sweden	9	131 200	1 123 900	0,6	0,4
Övriga	202	11 447 100	111 770 300	53,9	36,5
Totalt	367	20 558 400	299 943 500	100,0	100,0
Titlar med förenklad upplagekontroll					
	28	656 200	4 989 400		
TS-upplaga totalt	395	21 214 600	304 932 900		

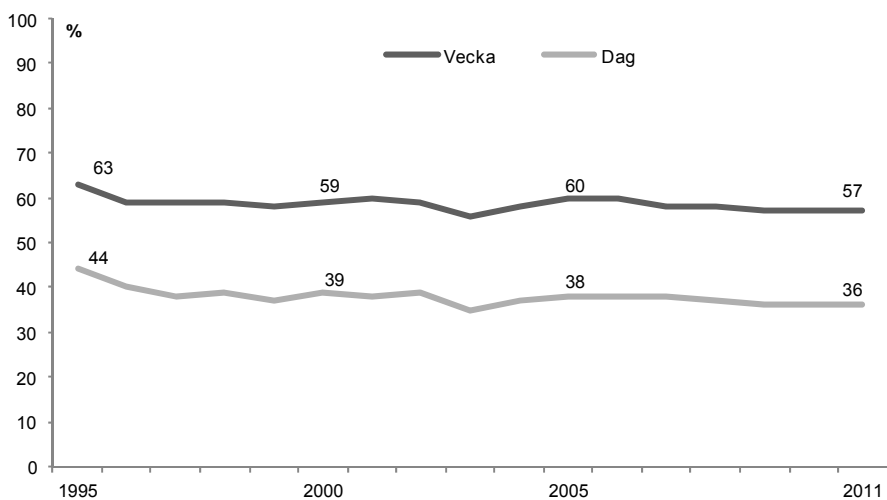
¹ Störst med avseende på upplagan för TS-kontrollerade, förlagsutgivna, titlar.

Anm: Tabellen omfattar enbart titlar som är TS-kontrollerade 2011 och med minst 4 utgåvor under året. Utöver de TS-kontrollerade titlarna finns en rad titlar utgivna av både de angivna förlagen och andra utgivare. Beräkningen är gjord på både upplaga/utgåva och årsupplaga för att göra rättvisa åt de titlar som har högre frekvens (t.ex. veckotidningar).

Källor: TS-tidningen 1/2012 (bearbetning), TS-webbtjänst, Sveriges Tidskrifter, förlagens hemsidor.

Böcker

Figur 19 **Bokläsning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag/vecka 1995–2011 (procent)**



Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1995–2011.

Tabell 22 **Läsning av skönlitteratur i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2000–2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
2000	40	31	49	65	39	42	38	34
2001	45	35	54	68	45	46	40	40
2002	46	35	55	68	45	47	45	39
2003	45	34	54	77	42	42	43	38
2004	46	34	56	72	43	45	43	40
2005	46	35	56	66	45	43	45	41
2006	45	36	54	62	41	44	44	43
2007	44	34	53	64	40	44	41	39
2008	45	37	53	66	38	46	42	43
2009	43	33	51	64	41	41	40	41
2010	42	32	51	59	39	43	41	37
2011	41	31	50	67	35	39	40	38

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2000–2011.

Tabell 23 **Läsning av facklitteratur/kurs-/lärobok i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2000–2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
2000	21	21	21	34	36	24	15	10
2001	18	20	16	25	35	19	12	9
2002	14	14	14	21	26	15	11	7
2003	11	11	11	12	16	13	9	8
2004	12	13	11	13	23	13	9	8
2005	16	17	16	24	26	17	14	9
2006	14	14	14	24	23	14	11	9
2007	12	12	13	22	21	12	10	7
2008	11	11	10	18	19	12	8	6
2009	12	13	11	21	20	13	8	8
2010	11	12	11	24	19	11	7	5
2011	12	12	12	18	21	13	8	8

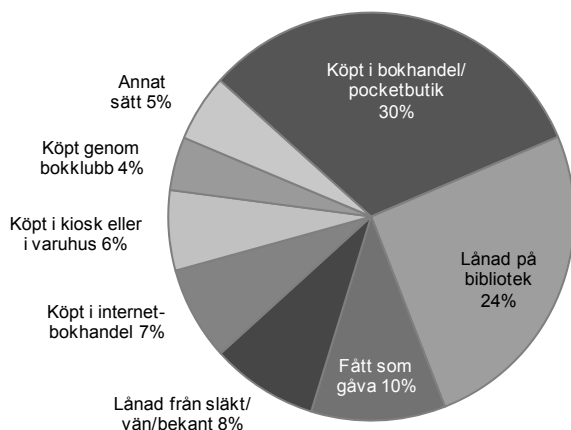
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2000–2011.

Tabell 24 **Ljudboksanvändning i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
2001	3	3	5	4	2	5	3	3
2002	4	3	5	7	1	5	3	3
2003	3	2	4	7	1	4	2	2
2004	2	1	4	4	1	3	2	2
2005	3	2	3	4	2	3	3	3
2006	4	4	5	2	2	5	7	5
2007	5	5	5	3	3	7	7	3
2008	6	6	7	5	3	7	8	6
2009	6	7	6	4	3	7	8	7
2010	7	6	7	2	3	7	8	6
2011	6	5	6	3	3	7	7	6

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2001–2011.

Figur 20 **Hur den senast lästa boken införskaffades i befolkningen 9–79 år 2011 (procent)**



Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 25 **Bokproduktionen efter kategorier 2002–2011 (antal titlar)**

Kategori	2002	2003	2004 ¹	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 ¹
Skönlitteratur	1 929	2 388	2 924	2 537	2 449	2 629	3 111	2 641	3 186	2 712
Barn-/ungdoms-litteratur	1 090	1 191	1 652	1 609	1 556	1 677	1 659	1 490	1 719	1 795
Facklitteratur	7 073	7 593	13 107	17 267	17 760	18 479	21 412	15 698	16 726	8 008
Totalt	10 092	11 172	17 683	21 413	21 765	22 785	26 182	19 829	21 631	14 957
Därav nya verk	8 062	8 960	15 240	19 122	19 247	20 228	23 162	17 505	18 817	12 596

¹ Uppgifterna från och med 2004 omfattar ett större antal tidigare ej redovisade delar i rapportserier, doktorsavhandlingar inom teknik, medicin och naturvetenskap, etc. Av den anledningen är siffran för 2004 högre än tidigare år. Ökningen är särskilt markant inom olika facklitteraturområden. Från och med 2011 tillämpar Kungliga biblioteket återigen en snävare avgränsning av vad som redovisas i Nationalbibliografin (t.ex. ingår inte längre delar av rapportserier), därav lägre siffror från och med 2011.

Anm: Med bok avses publikationer med fler än 48 sidor. Inkluderat i tabellen är även broschyrer som överstiger 16 sidor. Statistiken avser redovisade publikationer under ett år, inte den exakta svenska bokutgivningen under året.

Källa: Kungliga bibliotekets databas, Libris.

Tabell 26 Tryckta volymer efter litteraturkategorier 2002–2010 (tusental)

Kategori	2002	2003 ¹	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Skönlitteratur</i>									
Original	5 680	6 261	6 587	6 549	6 472	6 635	5 549	5 054	4 715
Svensk	2 762	2 876	3 169	2 941	3 438	3 749	3 342	2 917	2 904
Översatt	2 769	3 243	3 253	3 478	2 799	2 782	2 081	2 090	1 738
Lyrik/dramatik	149	142	165	130	234	104	126	47	73
Återutgivning	9 104	10 122	8 727	9 297	9 913	14 857	10 183	8 030	8 507
Summa	14 784	16 383	15 313	15 846	16 385	21 491	15 733	13 083	13 221
<i>Barn-/ungdom</i>									
Original	3 856	6 824	6 768	6 006	5 716	5 658	4 971	4 713	5 642
Återutgivning	1 048	1 174	1 346	1 274	1 204	1 160	889	1 048	1 509
Summa	4 904	7 998	8 114	7 280	6 920	6 819	5 859	5 761	7 151
<i>Facklitteratur</i>									
Original	7 528	8 727	8 436	9 008	7 811	8 448	8 602	7 656	7 362
Återutgivning	1 122	1 611	1 558	1 308	1 776	1 715	2 660	1 752	2 153
Summa	8 650	10 338	9 994	10 316	9 587	10 163	11 262	9 408	9 515
<i>Annan litteratur</i>									
Elektronisk utgivning	6	8	62	8	3	29	49
Ljubböcker	461	804 ²	696	1 099	1 300	1 365	1 417	1 138	970
Uppslagsverk	322	251	222	147	163	159	100
Totalt	29 127	35 532	34 401	34 696	34 358	40 026	34 420	29 391	30 857

¹ 2003 ingår fler förlag än tidigare i underlaget.

² Ett relativt stort antal lågprissatta ljubböcker påverkar siffrorna.

Anm: Tabellen innefattar endast litteratur utgiven av förlag som är anslutna till Svenska Förläggareföreningen, vilka under 1980- och 1990-talen stått för ca 70 procent av den totala bokförsäljningen i Sverige. Vidare omfattar den endast allmänlitteratur, vilket innebär att läroböcker och massmarknads litteratur inte ingår.

Källa: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik 1986/87–2005, 2010 (bearbetning).

Tabell 27 Översatt litteratur efter språk 2000–2011 (antal titlar)

Språk	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Danska	125	111	140	133	151	161	141	136	127
Norska	103	122	190	130	149	179	130	157	150
Engelska	2 028	1 821	2 095	2 141	2 169	2 490	1 897	1 889	1 946
Franska	85	100	127	125	96	151	124	115	164
Tyska	121	116	116	109	118	175	130	113	160
Övriga språk	185	202	307	382	388	448	314	298	351
Antal titlar	2 647	2 472	2 975	3 020	3 071	3 604	2 736	2 708	2 898

Källa: Kungliga bibliotekets databas, Libris.

Tabell 28 **Nya skönlitterära titlar som originalutgivits efter originalspråk 2000–2010 (procent)**

Kategori	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Skönlitteratur</i>											
Svensk	45	47	47	43	43	44	45	41	47	50	54
Översatt	55	53	53	57	57	56	55	59	53	50	46
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal original- utgivna titlar											
	605	623	560	571	572	608	602	623	576	509	442

Anm: Exklusive lyrik och dramatik.

Källa: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik 2000–2010 (bearbetning).

Tabell 29 **Folkbibliotekens bokbestånd och bokutlåning samt antal lån/invånare och bibliotekens driftkostnader 2000–2011 (miljoner böcker och miljoner kronor)**

	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Bokbestånd (miljoner ex)	44,0	43,7	42,2	40,6	40,1	39,5	38,1	36,4	36,3
Boklån (miljoner)	70,1	66,1	63,3	58,6	57,2	58,3	58,4	57,4	57,4
Boklån/invånare	7,9	7,4	7,0	6,4	6,3	6,3	6,3	6,1	6,1
<i>Driftkostnad (Mkr)</i>									
Löpande pris	2 918	3 178	3 308	3 501	3 498	3 575	3 676	3 628	3 729
Fast pris ¹	3 485	3 628	3 690	3 837	3 750	3 704	3 820	3 723	3 729

¹ 2011 års prisnivå.

Källor: *Kulturen i siffror* 2001:4, 2003:4, 2005:2, 2007:5 (Statens kulturråd), Sveriges Statistiska Databaser (SCB), Kungliga bibliotekets biblioteksstatistik.

Tabell 30 Svenska Förläggareföreningens medlemmars fakturerade försäljning efter kategorier av litteratur 2001–2010 (miljoner kronor)

Kategori	2001	2002	2003 ¹	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Skönlitteratur	821,5	871,8	858,3	859,7	844,9	904,2	943,3	806,7	765,2	554,4
Barn- och ungdomslitt.	290,5	265,0	379,6	390,3	389,2	362,7	345,7	302,6	321,3	349,1
Facklitteratur	628,2	740,4	867,0	797,6	811,6	869,0	894,7	892,9	868,1	864,5
Digitala böcker	–	–	–	–	–	–	0,3	0,6	0,8	3,4
Ljudböcker	–	76,0	79,0	96,4	154,5	185,2	195,8	185,2	162,7	122,8
<i>Värde (Mkr)</i>										
Löpande pris	1 790	1 953	2 184	2 144	2 200	2 321	2 380	2 188	2 118	1 894
Fast pris ²	2 034	2 173	2 381	2 331	2 381	2 478	2 486	2 216	2 138	1 894

¹ 2003 ingår fler förlag än tidigare i underlaget.

² 2010 års prisnivå.

Anm: Från och med 2010 är redovisningsprinciperna ändrade, och siffrorna inte jämförbara med tidigare år. Fram till och med 2009 redovisas förlagens nettointäkter vid försäljning till återförsäljare och konsumentpriser vid direktförsäljning. Från och med 2010 redovisas enbart förlagens nettointäkter vid försäljning till återförsäljare samt eventuell försäljning direkt till konsument. Försäljning till februariredan ingår i uppgifterna från och med 2010.

Källa: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik 1986/87–2010 (bearbetning).

Tabell 31 Statligt utgivningsstöd efter litteraturkategorier 2000–2008 (antal titlar som erhållit stöd)

Kategori	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Svensk skönlitteratur	195	194	206	145	174	147	162	134	171
Skönlitteratur i översättning	102	120	80	83	83	95	105	11	154
Barn-/ungdomslitt. ¹	219	258	232	201	220	219	216	261	269
Facklitteratur	166	187	152	119	134	151	136	132	110
Bilderböcker och bildverk ²	45	51	41	61	61	65	57	52	54
Klassisk litteratur	47	71	62	42	41	64	69	90	82
Litteratur på invandrarspråk ^{3,4}	–	–	–	61	50	47	27	24	28
Nationella minoriteter, litteratur och projekt	–	–	–	10	20	12	19	15	24
Elektroniskt publicerad litteratur	4	4	8	4	2	1	–	–	–
Totalt antal titlar	778	885	781	726	785	801	791	819	892

¹ Inklusivt tecknade serier.

² Projektstöd t o m bå 1993/94.

³ Fr o m 1993/1994 från titelstöd till verksamhets- och projektstöd.

⁴ 1991/92 avser litteratur på minoritetsspråk.

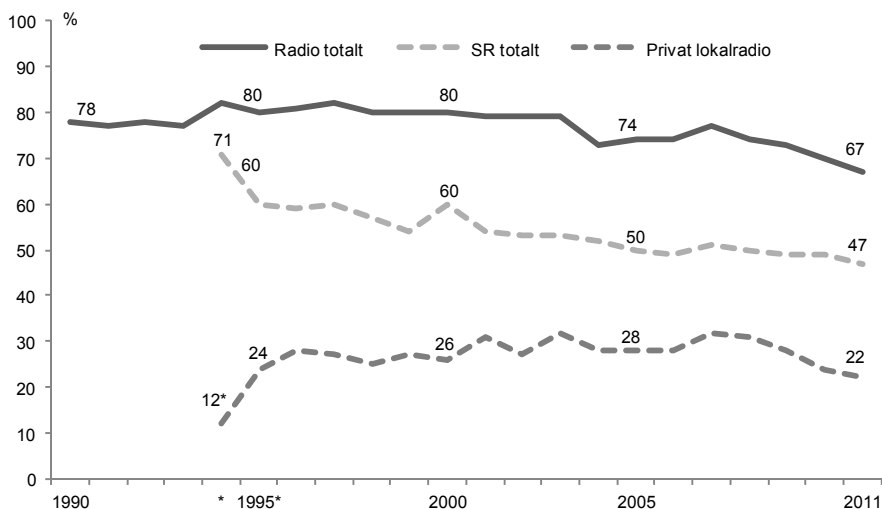
⁵ Avser 18 månader.

Källa: Statens kulturråd, *Kulturen i siffror 2003:7*, Kulturrådets årsredovisning 2005 och 2004–2008 (Statens kulturråd) (bearbetning).

Längst bak i rapporten
hittar du
direktlänkar till källorna
som har använts.

Radio

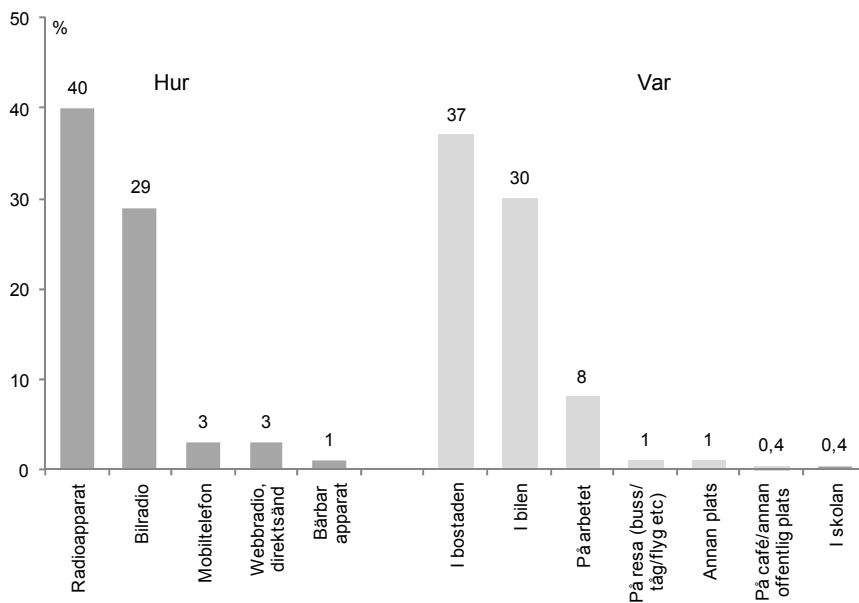
Figur 21 Radiolyssnade i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1990–2011 (%)



* Den privata lokalradio var inte fullt utbyggd under första halvan av 1994 vilket innebar att endast ca 60 procent av befolkningen kunde lyssna på någon privat lokalradiokanal.

Källor: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994–2011, MedieSverige 1999/2000. Statistik och analys (Nordicom-Sverige).

Figur 22 Radiolyssnande i olika apparater och på olika plats i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometern 2011.

Tabell 32 **Antal sålda radioapparater, freestyle, personliga spelare och kassetbandspelare 1990–2011 (tusental enheter och miljoner kronor)**

Lätt audio (1 000-tal enheter)	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Radioapparater ¹	525	395	315	260	233	245	235	250	225	210
Freestyle, analog/digital ²	475	365	655	840	100	100	85	75	50	55
Personlig spelare ³					750	700	540	500	450	400
Kassetbandspelare, mono	35	45	25	18	18	10	5	4	2	–
Totalt antal enheter	1 035	805	995	1 118	1 101	955	865	829	727	665
<i>Försäljningsvärde (Mkr)⁴</i>										
Löpande priser	645	625	875	960	885	725	480	420	325	320
Fasta priser	771	714	976	1 066	970	777	497	436	334	320

¹ Klockradio, portabel radio, kassettradio mono, kassettradio stereo, kassettradio med CD/MD.

Bilstereoapparater ingår ej.

² Fram till och med 2003 endast med optisk disk. Från och med 2006 enbart analoga spelare och CD/MD.

³ Avser personlig spelare, analoga, CD, MD, flash och HDD.

⁴ Exklusive moms, fasta priser i 2011 års prisnivå.

Källa: Rateko & Foto 3/2003, 3/2005, 3/2008, Elektronikbranschen 2/2012 (Svenska Elektronikförbundet/ Elektronikbranschen), Branschkansliets Marknadsinformation AB.

Tablå 1 Det svenska radiolandskapet april 2012

	Huvudägare	Antal stationer	FM-sändning	Direkt-sändning online	Podcast (delar av tablå)	DAB
Privata lokalradio						
Mix Megapol	SBS Radio	35	x	x	x	+
Rix FM	MTG Radio	31	x	x	x	+
Bandit Rock	MTG Radio	11	x	x	x	+
Rockklassiker	SBS Radio	16	x	x		+
NRJ	MTG Radio ¹	3	x	x	x	+
Övriga		7				
Radio1 (Sthlm)	MTG Radio		x	x	x	+
Lugna Favoriter (Sthlm)	MTG Radio		x	x		
Vinyl 107,1 (Sthlm)	SBS Radio		x	x		+
The Voice (Sthlm)	SBS Radio		x	x		+
Radio 107,5 (Sthlm)	SBS Radio		x	x		
East FM (Norrköping)	Norrköpings Radio & Co		x	x		
Radio Guld (Sundsvall)	Mittmedia		x	x		
Sveriges Radio						
P1	Statlig stiftelse		x	x	x	x
P2	Statlig stiftelse		x	x	x	
P3	Statlig stiftelse		x	x	x	+
P4	Statlig stiftelse	1 riks + 25 lokal	x	x	x	+
P4 Radiosporten	Statlig stiftelse		(x)	x	x	
P4 Melodifest	Statlig stiftelse			x		
Alltid nyheter	Statlig stiftelse			x	x	+
Din gata	Statlig stiftelse	lokal	x	x	x	x
SR Metropol	Statlig stiftelse	lokal	x	x	x	
Sisuradion	Statlig stiftelse		(x)	x	x	x
Radioapans knattekanal	Statlig stiftelse			x		x
P2 Musik	Statlig stiftelse			x		+
P3 Star	Statlig stiftelse			x		x
SR c	Statlig stiftelse			x		
P2 Klassiskt	Statlig stiftelse			x		x
SR Minnen	Statlig stiftelse		(x)	x	x	x
SR Sápmi	Statlig stiftelse		(x)	x	x	
P2 Världen	Statlig stiftelse		(x)	x	x	
P6 89,6 SR International/	Statlig stiftelse	lokal	x		x	

¹ Stationerna drivs av MTG Radio men tillstånden ägs av NRJ/Energy.

(x) = Sänder inom ramen för andra kanaler (P1, P2, P3 eller P4).

+ Testsändningar av DAB+ i Gävle, Uppsala och Stockholm. I testsändningarna ingår även webbradiokanalerna Hitzone, Skårgårdsradion, Radio Seven och Dansbandskanalen.

Källor: Programföretagens hemsidor, Teracom, Myndigheten för radio och tv, www.radiofakta.se, Nordicoms databas över ägande i svenska medieföretag, Radionytt.se (2011-04-01).

Tabell 33 **Antal nationella, regionala och lokala radiokanaler 1925–2011 (FM och digitala)**

	Riks (Sveriges Radio)	DAB (digitala) (SR) ²	SR lokala ¹	Privata lokala ³	Närradio
1925	1	–	–	--	
1955	2	–	–	--	
1964	3	–	–	--	
1977	3	–	24	–	–
1979	3	–	24	–	16
1985	3	–	24	–	85
1987	3	–	26	–	113
1993	3	–	26	60	160
1994	4	–	26	83	157
1998	4	1	26	84	171
2003	4	10	26	86	173
2005	4	14	26	90	177
2006	4	6	27	89	177
2007	4	6	27	89	163
2008	4	7	27	89	150
2009	4	7	27	89	149
2010	4	7	27	89	146
2011	4	7 ⁴	27	103	157

¹ Lokalradio började sändas redan under 1970-talet i fönster i P3, 1987 startade kanalen P4 och 1993 blev lokalradion ett eget programområde under P4 lokal.

² De digitala kanalerna sänder även via Internet. Under 2010 genomför Teracom även testsändningar av DAB+ i Gävle, Uppsala och Stockholm.

³ Avser verksamma radiostationer. En del tillstånd är tillbakalämnade eller aldrig köpta (ca fem till tio). Det fanns totalt 91 tillståndsmöjligheter för privat lokalradio fram till december 2010 då ytterligare fjorton tillstånd delades ut.

⁴ Därtill kommer 16 kanaler som testsänder i DAB+ över Gävle, Uppsala och Stockholm.

Källa: Sveriges Radio, Myndigheten för radio och tv (tidigare Radio- och TV-verket). (bearbetning)

Tabell 34 De största radioföretagens räckvidd 2011 (procent)

Ägare (Bolag)	Kanal/Nätverk	Daglig räckvidd (%) hösten 2011
Sveriges Radio (statligt ägd stiftelse)	Sveriges Radio P1, P2, P3, P4 riks, P4 lokal m fl	47,5
	<i>Varav</i>	
	P1	12,6
	P2	1,6
	P3	10,3
	P4 totalt	30,2
MTG Radio (Stenbeck)	Rix FM, Bandit Rock, NRJ, Lugna Favoriter, Radio1	16,9
	<i>Varav</i>	
	Rix FM	11,5
	Bandit Rock	3,2
	NRJ (Sthlm, Gbg, Malmö)	2,4
	Lugna Favoriter (Sthlm)	1,2
	Radio1 (Sthlm)	0,1
SBS Radio (ProSiebenSat.1)	Mix Megapol, Vinyl, Rockklassiker, Studio, The Voice	16,0
	<i>Varav</i>	
	Mix Megapol	10,8
	Rockklassiker	3,8
	Vinyl (Sthlm)	0,7
	The Voice (Sthlm)	1,4
	Radio 107,5 (Sthlm)	0,6

Anm: Räckvidd i procent under ett dygn i Sverige. Målgrupp 9–79 år.

Lyssnande = lyssnat minst 5 min på en station.

Undersökningsperiod 10 oktober – 11 december 2011.

Källa: TNS-Sifo Radioundersökningar, Rapport I/2012.

Television

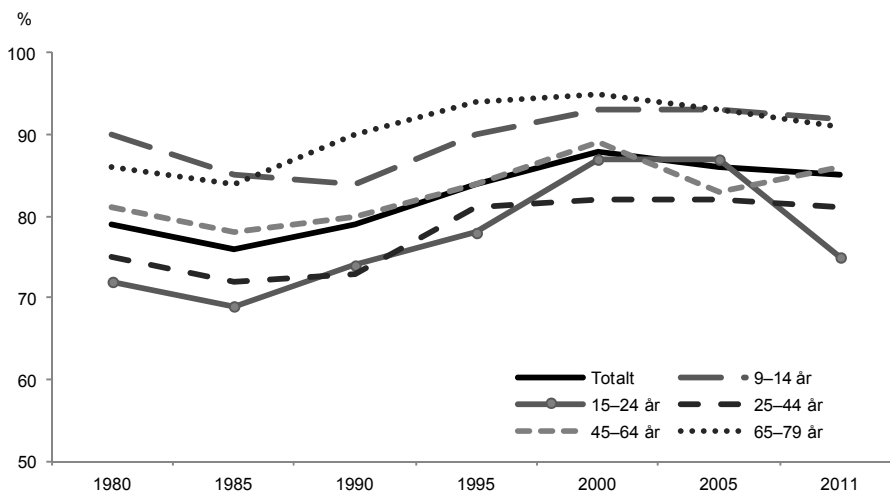
Tabell 35 **Tittare på olika former av rörlig bild i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79
Vanlig tv-apparat	83	82	83	91	70	76	86	91
Video/dvd	10	10	9	16	13	13	7	5
Bio	1	1	1	1	2	1	1	0
Webb-tv ¹	6	8	5	4	9	11	4	2
Play-tv-tjänst	6	6	5	5	9	11	4	2
Videoklipp på internet	23	29	17	41	59	25	9	4

¹ Avser tittande på tv via dator/mobiltelefon/mp3 eller annan apparat.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Figur 23 **TV-tittande i befolkningen 9–79 år en genomsnittlig dag 1980–2011 (procent)**



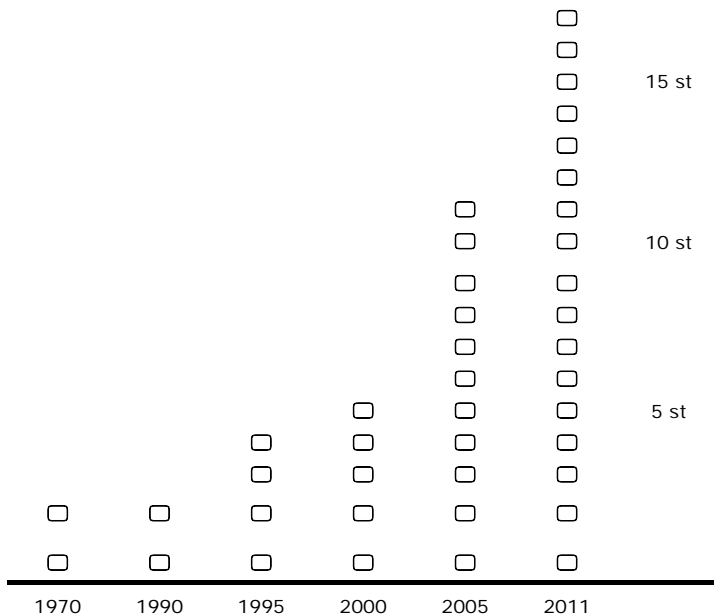
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2011.

Tabell 36 **Antal sålda tv-apparater 1990–2011 (tusental enheter)**

	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
4:3 ≤ 25 tum	210	178	143	111	149	47	20	–	–	–
4:3 ≥ 26 tum	230	210	200	133	–	–	–
Wide-screen (16:9) (ej LCD)	150	187	175	90	36	3	..	–	–	–
LCD	–	–	77	158	425	673	700	743	850	815
≤23 tum	–	–	–	–	–	–	–	57	120	100
24–39 tum	–	–	–	–	–	–	–	402	355	290
≥40 tum	–	–	–	–	–	–	–	284	375	425
Plasma	–	3	35	74	105	126	140	132	145	115
TV-video kombi	85	77	40	20	10	–	–	–
Summa enheter	675	655	670	586	725	885	875	875	995	930
<i>Försäljningsvärde i Mkr¹</i>										
Löpande pris	2 885	3 705	4 450	4 730	7 200	8 435	7 395	7 230	6 490	5 605
Fast pris	3 446	4 230	4 964	5 253	7 889	9 042	7 661	7 514	6 660	5 605
<i>Övrigt (1000-tal enheter)</i>										
Hemmabiosystem	–	35	105	110	105	111	135	115	96	95

¹ Exklusive moms, fast pris är i 2011 års prisnivå.

Källa: Rateko & Foto 3/2003, 3/2005, 3/2008, *Elektronikbranschen* 2/2012 (Svenska Elektronikförbundet/ Elektronikbranschen), Branschkansliets Marknadsinformation AB.

Figur 24 **Antal TV-kanaler som kan ses av mer än halva befolkningen 1970–2011**

Källor: Ivre, 1982 (SR/PUB), *MedieSverige* 1991–2004 (Nordicom-Sverige), *TV-tittandet* 1998–2002 (MMS), Bas-undersökning 2001:2, 2002:2, 2003:3, 2004:2 (MMS), Kanalpenetrationsundersökning, 2005–2011 (MMS).

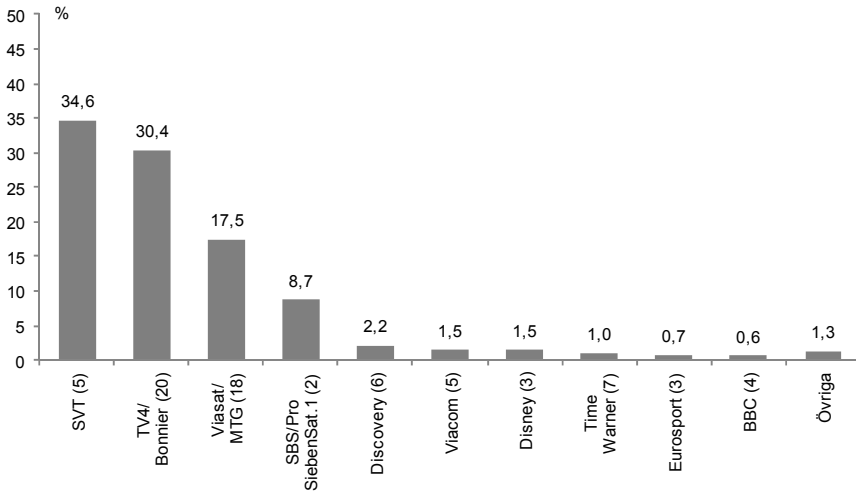
Tablå 2 Företag som distribuerar tv till konsumenter 2012

Företag	Största ägare	Mark	Kabel	Para- bol	SMATV	Bredband			On demand/ video-butik/ play-fjänster/ pay per view	
						adsl	Stadsnät/ fiberian	mobilt		Mobil- telefon
Boxer	Teracom	x				x				
Comhem	BC Partners		x				x		x	
Canal Digital	Telenor		x	x	x				x	
Bredbandsbolaget	Telenor					x	x		x	
Telenor	Telenor								x	
Tele2	Stenbeck		x			x	x	x	x ¹	
Viasat	Stenbeck		x	x	x				x	
Telia	TeliaSonera					x	x	x	x	
Bredband2	B A Lövgren, Vildmarks-stugor i Norrländ AB, L Danielsson						x			
AllTele	AllTele Allmänna Svenska Telefonaktiebolaget						x		x	
IP Sweden	CG Capital S.a R.L. (50%), Megg Invest S.a R.L. (50%)						x		x	
Serverado ²	ålands Nätjänster AB						x		x	
Distra/NetSend AB	Distra/NetSend AB						x			
Bahnhof	K N Telecom AB						x		x	

¹ Hyrfilmsjänst för mobiltelefon. ² Serverado levererar grundabonnemang och hyrfilmsbutik till Krammet/AllTele, IP Sweden, Bahnhof och Viasat.

Källor: Företagens hemsidor och årsredovisningar, Myndigheten för radio och tv, Post- och telestyrelsen, Nordicom-Sverige.

Figur 25 **De tio största tv-programföretagen på den svenska tv-marknaden efter tittartidsandel 2011 (procent)**



Anm: Siffran inom parentes är antal kanaler som ingår i beräkningen/redovisningen.

Källa: MMS (bearbetning), Nordicom-Sverige.

Tabell 37 **De fyra största programföretagen på den svenska tv-marknaden, tittartidsandelar 1997, 2005, 2010 och 2011 (procent av tittartiden)**

Kanalgrupper (antal mätta kanaler/år)	Tittartidsandel (%)				Differens %-enheter	
	1997	2005	2010	2011	2010–2011	1997–2011
SVT (& UR) (2/5/6/5)	47,6	39,9	35,3	34,6	-0,7	-13,0
TV4 (1/5/18/20)	27,7	25,9	28,8	30,4	1,6	2,7
MTG/Viasat (4/13/19/18)	12,0	13,7	17,3	17,5	0,2	5,5
SBS (1/6/2/2)	6,4	9,8	9,0	8,7	0,3	2,3
Övriga	6,4	10,7	9,6	8,8	-0,8	2,2
Tittartid totalt (minuter)	141	146	166	162		

Källa: MMS (bearbetning), Nordicom-Sverige.

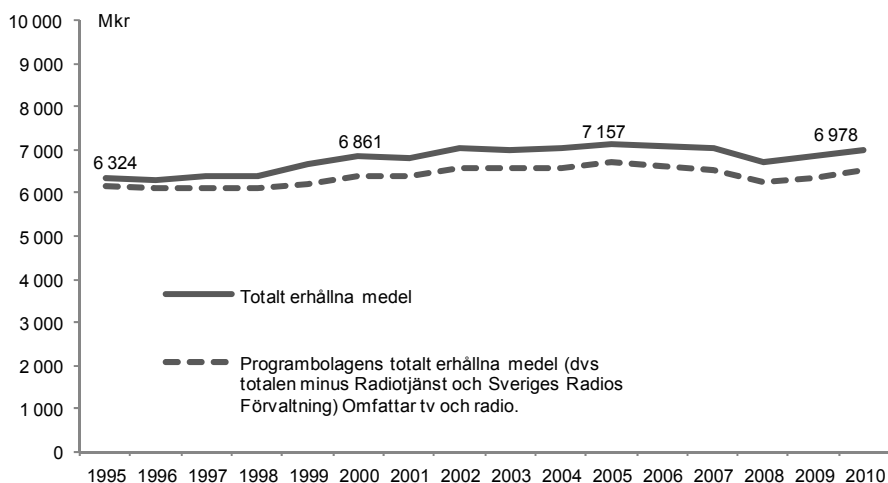
Tabell 38 Omsättning inom tv-sektorn 1995–2010, löpande pris (miljoner kronor)

	Abonnemang Totala intäkter (grund- och tillvalspaket)	Public service		Reklam Nettointäkter från tv-reklam (inkl text-tv)
		Totalt erhållna medel	Program- bolagens totalt erhållna medel ¹	
1995		5 309,8	5 166,7	2 429
1996		5 299,0	5 157,2	2 481
1997		5 428,5	5 184,9	2 928
1998		5 436,2	5 203,7	3 288
1999		5 659,4	5 289,0	3 515
2000		5 894,3	5 510,7	4 038
2001		6 011,6	5 621,4	3 579
2002		6 314,9	5 916,3	3 509
2003		6 408,4	6 014,6	3 571
2004		6 459,7	6 051,8	3 804
2005		6 613,2	6 208,1	4 190
2006	5 246,6	6 621,7	6 190,9	4 589
2007	7 296,3	6 754,4	6 269,1	4 726
2008	8 300,4	6 649,8	6 184,1	4 996
2009	7 937,1	6 772,5	6 306,6	4 403
2010	8 754,5	6 978,1	6 535,2	5 213

¹ D v s total erhållna medel minus Radiotjänst och Sveriges Radios Förvaltning (Programbolagen tilldelas medel från Rundradiokontot – till vilka medlen från radio- och tv-avgiften går – och därefter överför programbolagen medel till Radiotjänst samt Sveriges Radios Förvaltnings AB. Radio- och tv-avgiften finansierar både radio och tv i allmänhetens tjänst – d v s medel till radio ingår i tabellen.

Källor: Bearbetningar av: Årsredovisningar för Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion; Post- och telestyrelsen, 2011; Institutet för Reklam- och Mediestatistik, 2011

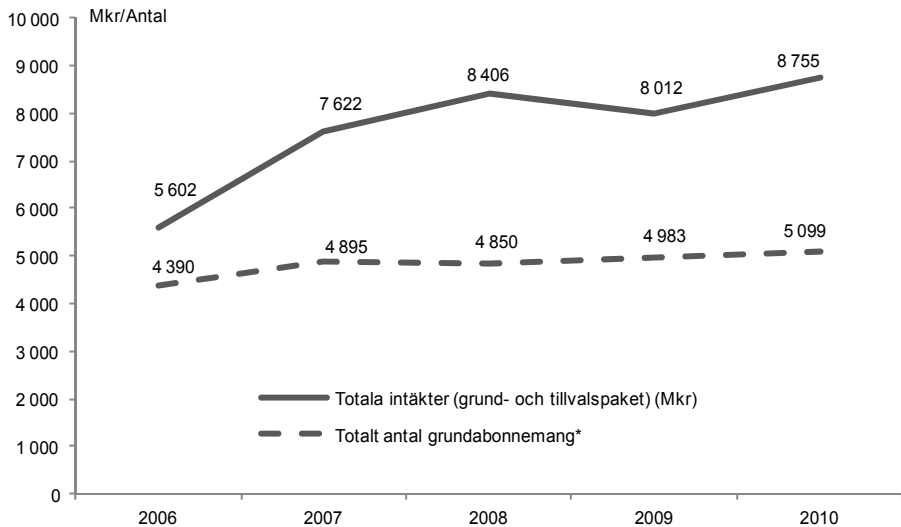
Figur 26 Public service-företagens erhållna medel 1995–2010, fast pris i 2010 års nivå (miljoner kronor)



Anm: Programbolagen tilldelas medel från Rundradiokontot (till vilka medlen från radio- och tv-avgiften går) och därefter överför programbolagen medel till Radiotjänst samt Sveriges Radios Förvaltnings AB.

Källor: Årsredovisningar för Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion.

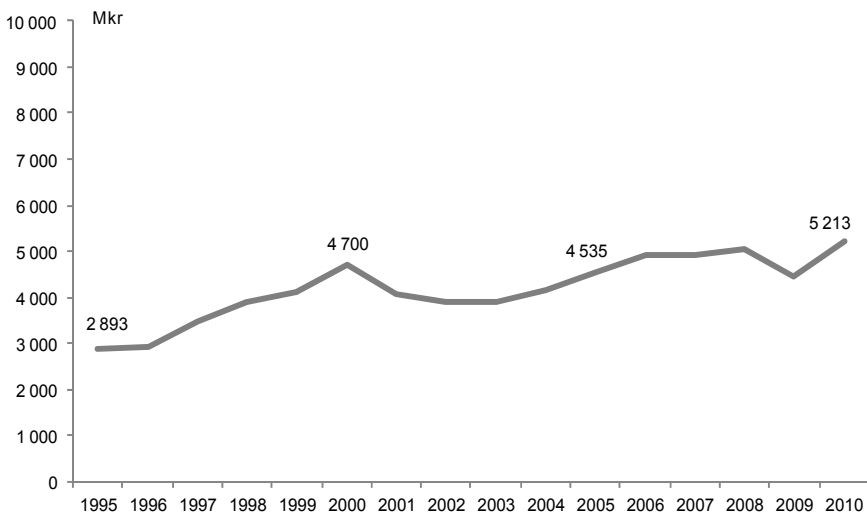
Figur 27 **Antal grundabonnemang och intäkter för tv-tjänster 2006–2010, fast pris i 2010 års nivå (antal och miljoner kronor)**



* Abonnemang avses här ett grundpaket ("basutbud" och liknande, det första paket kunden köper) av kanaler som tillhandahålls slutkunder. Eftersom det är grundabonnemang som avses innebär det att ett hushåll som har ett analogt grundabonnemang via sin fastighetsägare och även tecknat ett individuellt abonnemang om ett digitalt grundutbud räknas såväl under analog som digital kabel-tv.

Källa: Post- och telestyrelsen, 2011.

Figur 28 **TV-reklamens nettointäkter 1995–2010 fast pris i 2010 års nivå (miljoner kronor)**



Anm: TV-reklam inklusive text-tv-reklam.

Källa: Institutet för Reklam- och Mediestatistik, 2011 (bearbetning).

Tabell 39 Avgift för finansiering av SR, SVT och UR: antal och kronor 1980–2011 (kronor)

	Antal avgifter		Avgift i kronor	Total avgift i kronor	
	Totalt	Färg-tv ¹		Löpande pris	Fast pris ²
1980	3 130	2 470	412	572 ¹	1 736
1985	3 248	2 964	648	808 ¹	1 594
1990	3 298	–	1 164	1 164	1 700
2000 ³	3 359	–	1 644	1 644	1 914
2001 ³	3 378	–	1 668	1 668	1 895
2002 ³	3 397	–	1 740	1 740	1 936
2003	3 410	–	1 812	1 812	1 977
2004	3 404	–	1 872	1 920	2 087
2005	3 407	–	1 920	1 920	2 078
2006	3 433	–	1 968	1 968	2 101
2007	3 441	–	1 996	1 996	2 085
2008	3 457	–	2 032	2 032	2 058
2009	3 498	–	2 076	2 076	2 096
2010 ⁴	3 462	–	2 076	2 076	2 076
2011	3 479	–	2 076	2 076	

¹ Varav 160 kronor färg-tv-tillägg. Avgiften avskaffades vid utgången av budgetåret 1987/1988.

² 2010 års prisnivå.

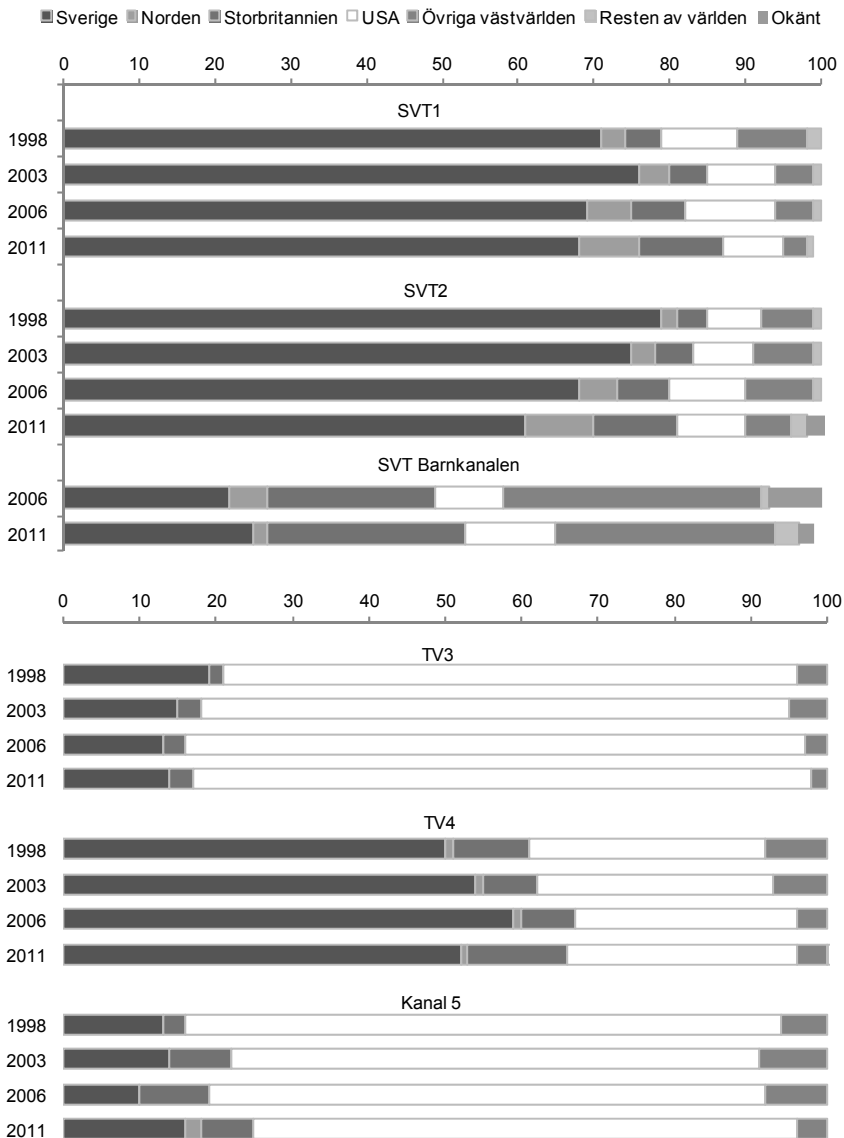
³ För mottagning av SVTs kanaler i det digitala marknätet tillkom 1998 kostnad för settop-box samt avgift till distributören Boxer. Fr o m 2003 är tillgången via Boxer/marknätet kostnadsfri. Avgiften ingår ej i tabellen.

⁴ 2010 ändrades reglerna för hur företag och institutioner betalar radio- och tv-avgift vilket påverkar antalet avgifter.

Anm: Antal avser 31 december respektive år.

Källor: Sveriges Radios verksamhetsberättelser och Radiotjänst i Kiruna AB (bearbetning).

Figur 29 Produktionsursprung i svensk tv 1998–2011 (procent)



Källa: Svenskt tv utbud 1998, 2003, 2006, 2011 (Granskningsnämnden för radio och tv 1999, 2004 och 2007; Myndigheten för radio och tv 2012).

Källor

Namn	Länk
Biblioteksstatistik – Kungliga biblioteket	www.kb.se/bibliotek/Statistik-kvalitet/biblioteksstatistik/
Elektronikbranschen (tidningen)	www.elektronikbranschen.se/tidning/
Institutet för reklam- och mediestatistik – IRM	www.irm-media.se
Kungliga biblioteket	www.kb.se
MMS – Mediämätningar i Skandinavien AB	www.mms.se
Myndigheten för radio och tv	www.radioochtv
Nordicom-Sveriges Mediebarometer	www.nordicom.gu.se/mediesverige
Nordicom-Sveriges Internetbarometer	www.nordicom.gu.se/elektronisk_publicering
Nya Lundstedt – Kungliga biblioteket	www.kb.se/samlingarna/tidningar-tidskrifter/soka/Nya-Lundstedt-tidningar/
Post- och telestyrelsen – Svensk Telemarknad	www.statistik.pts.se/pts2011/index.html
Presstödsnämnden	www.prestodsnamnden.se/publikationer-2/dagspressens-ekonomi/
Price Waterhouse Coopers	http://www.pwc.se/sv/media/pwc-medieintyg.jhtml
Radiofakta	www.radiofakta.se
RadioNytt	www.radionytt.se
SCB – Tidsanvändningsundersökningen	www.scb.se/Pages/Product_12223.aspx
.se Stiftelsen för internetinfrastruktur	www.iis.se/domaner/statistik/tillvaxt/
Svenska förläggareföreningen	forlaggare.se/bokbranschen-i-siffror
Sveriges tidskrifter	www.sverigestidskrifter.se
TS – Tidningsstatistik AB	www.ts.se
Teracom	www.teracom.se
TNS-Sifo – Radioresultat	www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat