

# Eierskap i norske aviser og kringkastere

Januar 2019



## Innhold

1. Innledning .....	2
2. Det norske mediemarkedet .....	4
3. Eierskap i markedet for dagspresse .....	5
4. Tv .....	8
5. Radio .....	11
6. Lokale og regionale kringkastere .....	13
7. Kilder/metode for eierskapsoversikten .....	15



ISBN: 978-82-91977-74-4

Kontakt: [post@medietilsynet.no](mailto:post@medietilsynet.no) / [www.medietilsynet.no](http://www.medietilsynet.no)

# 1. Innledning

Medietilsynet er statens forvaltningsorgan på medieområdet og skal bidra til å fremme de mediepolitiske målene ved å legge til rette for mediemangfold og kritisk medieforståelse i befolkningen. Det følger av lov om åpenhet om eierskap i medier at Medietilsynet skal bidra til å skape større åpenhet, oppmerksomhet og kunnskap om eierforholdene i norske medier. For å ivareta denne oppgaven skal tilsynet innhente og systematisere informasjon om eierforholdene, og informasjonen skal gjøres tilgjengelig for allmennheten.

Denne oversikten gir informasjon om eiersituasjonen og dermed også avsendermangfoldet i norske medier i 2017 og delvis i 2018. Bevegelser på eiersiden de siste fem årene omtales også i oversikten.

I det store bildet har det vært stabile eierforhold i norske medier de siste årene. Det norske mediemarkedet kjennetegnes av at en håndfull store mediekonsern eier mange medievirksomheter, samtidig som en rekke mindre eiere kontrollerer én eller noen få medievirksomheter.

I løpet av 2018 har noen større medieforetak skiftet eiere eller lagt ned virksomheter i Norge. Amedia eier nå hele Nettavisen etter å ha tatt over Egmonts eierandel på 50 prosent. Bonnier Media som gir ut magasiner som Tara og Costume, meldte i november i 2018 at konsernet vil legge ned sin virksomhet i Norge. Bonnier planlegger å fortsette å produsere for det norske markedet i samarbeid med den danske delen av konsernet. I november 2018 ble det kjent at P4 vil legge ned sin lokale DAB-kanal i Bergen, P5 Hits. Samme måned ble det klart at Amedia skal overta Nordsjø Medias eierskap i ni lokalaviser i Rogaland og Vest-Agder. I Amedias pressemelding går det fram at overtagelsen forventes å finne sted tidlig i 2019, forutsatt godkjenning av Konkurransetilsynet. I desember 2018 meldte Dagsavisen at selskapet overtar Fredrikstad-avisen Demokraten fra Agderposten Medier fra 1. januar 2019.

## Hvorfor er åpenhet om eierforhold viktig?

I et velfungerende demokratisk samfunn er det av flere grunner viktig med åpenhet og kunnskap om eierforholdene i mediene. Mediene har en viktig funksjon når det gjelder å velge ut hvilken informasjon som skal formidles ut i offentligheten. Et mangfold av medier med stor grad av uavhengighet i forhold til omgivelsene og hverandre, er ansett som en viktig forutsetning for ytringsfriheten. Derfor er det fastsatt et infrastrukturkrav i Grunnloven § 100, der offentlige myndigheter pålegges et ansvar for å legge til rette for de kanaler og institusjoner som utgjør infrastrukturen for offentlig utveksling av informasjon og meninger.<sup>1</sup> Ytringsfriheten har flere sider og omfatter både retten til å ytre seg og retten til å motta ytringer og informasjon.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> NOU 2017: 7 *Det norske mediemangfoldet*, s. 13 fra utvalgets mandat.

<sup>2</sup> Se mer om dette i NOU 1995:3 *Mangfold i media. Om eierkonsentrasjon i massemedia* pkt. 3.2, vedlegg VII utredning av professor Helge Rønning (1994): «Hvilke følger kan eierkonsentrasjon medføre for medienes redaksjonelle innhold?»

Åpenhet og kunnskap om eierforholdene i mediene er også viktig for at mediebrukerne skal være oppmerksomme på hvilke interesser som står bak de ulike mediene. Åpenhet og oppmerksomhet om eierskap i mediene motvirker at skjulte eierinteresser kan utøve innflytelse på samfunnsdebatten, virke forebyggende mot utilbørlig påvirkning av medienes innhold og bidra til å ivareta medienes redaksjonelle frihet.<sup>3</sup>

For å sikre at publikum skal ha tilgang til et variert medietilbud, er det et mediepolitisk mål å legge til rette for både et kvantitativt mangfold i form av flere kanaler, selvstendige redaksjoner og ulike eiermiljøer og et kvalitativt mangfold i form av et innholdsmessig differensiert tilbud som tilbyr ulike perspektiver. Det kvalitative mangfoldet er det sentrale målet i et demokratisk samfunn, og kvantitativt mangfold er et sentralt mediepolitisk virkemiddel for å oppnå dette målet.

Innsikt i den reelle eierkonsentrasjonen i et marked forutsetter oversikt over eierforholdene i de ulike delene av verdikjeden i mediemarkedet. Konsentrasjon i mediemarkedet kan vurderes både horisontalt (eierkonsentrasjon innenfor samme ledd i verdikjeden) og vertikalt (eierkonsentrasjon mellom flere ledd i verdikjeden). Horisontal integrasjon i mediemarkedet forekommer når samme aktør for eksempel eier flere innholdstilbud innenfor radio eller tv. Vi snakker om vertikal eierkonsentrasjon når samme aktør eier flere ulike ledd i verdikjeden – for eksempel innenfor både innholdsproduksjon og distribusjon.

I Norge og flere andre land er det et sentralt mediepolitisk mål å legge til rette for spredning i eierskapet innenfor mediesektoren. Markedsøkonomiske analyser viser imidlertid at økt eierkonsentrasjon i noen tilfeller kan være samfunnsøkonomisk fordelaktig ved at det gir et mer differensiert tilbud. Ulike markedsaktører kan i prinsippet tilby identiske produkter, og ved en fusjon kan det være konkurransestrategisk lønnsomt å endre ett av produktene dersom disse i utgangspunktet er like.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Prp. 39 L (2015-2016) Oppheving av lov om eierskap i medier og ny lov om åpenhet om eierskap i medier

<sup>4</sup> Kind, Hans Jarle og Sørgård, Lars (2011): Samfunnsøkonomisk analyse – regulering av mediemarkedene.

## 2. Det norske mediemarkedet

Det norske mediemarkedet er sammensatt av både større mediekonsern og en rekke mindre eiere som kontrollerer én eller noen få medievirksomheter.

Alle de kommersielle nasjonale kringkasterne i Norge er eid av utenlandske mediekonsern. TV 2 Gruppen, som driver hovedkanalen TV 2 og en rekke andre tv-kanaler, er eid av det danske konsernet Egmont. TVNorge er eid av Discovery Networks Norway, som igjen er eid av det internasjonale mediekonsernet Discovery Communications. P4 er eid av det svenske mediekonsernet Modern Times Group, og Radio Norge eies av det tyske mediekonsernet Bauer Media Group.

Rundt 125 av 223 norske aviser er også eid av et mediekonsern, men i avismarkedet er det kun et begrenset antall utenlandske eiere. Schibsted og Amedia er de to store eierne i det norske avismarkedet.

Mediekonsernene kjennetegnes av at de i tillegg til aviser, nettpublikasjoner, radiostasjoner og tv-kanaler, også eier blant annet trykkerier, distribusjonsselskap, forlag, ukeblader, magasiner, produksjonsselskap for tv-program og film, eventselskap, nettsted for digitale annonser, reklamebyråer og eiendommer. Mediekonsernene representerer ulike grader av horisontal og vertikal integrasjon i mediemarkedet.

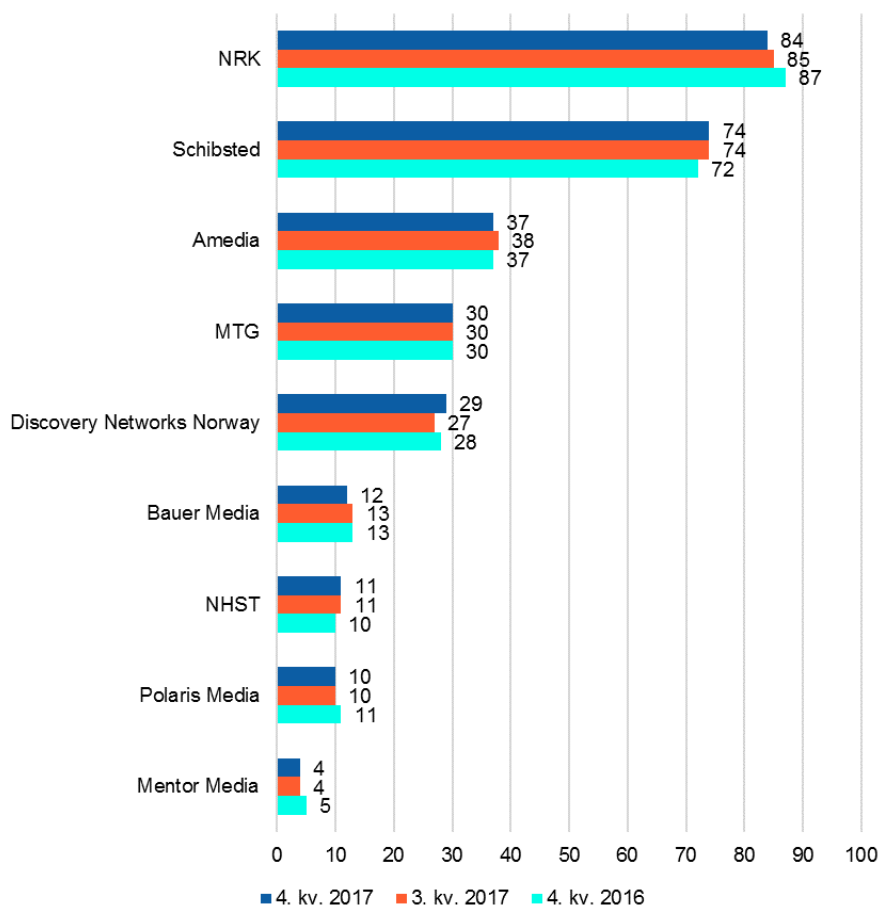
Den offentlig finansierte allmennkringkasteren NRK er en betydelig aktør i det norske mediemarkedet og har en rekke radiokanaler, tv-kanaler og et nettilbud. NRK er organisert som et statlig eid aksjeselskap, og det er staten ved Kulturdepartementet som forvalter eierskapet.

Mediehusrapporten til Kantar TNS inneholder daglige dekningstall for norske mediehus totalt på tvers av medieplattformer. I 2017<sup>5</sup> viste rapporten at NRK hadde 85 prosent daglig dekning i befolkningen etterfulgt av Schibsted med 74 prosent. Amedia hadde 38 prosent daglig dekning, MTG 30 prosent, Discovery Networks Norway hadde 27 prosent og Bauer Media 13 prosent daglig dekning.

---

<sup>5</sup> TV 2 ble fra og med 2017 ikke målt i Kantar TNS sin Forbruker&Media-undersøkelse.

Figur 1 – Daglig dekning i prosent av befolkningen for mediekonsernene (kilde: Kantar TNS)



### 3. Eierskap i markedet for dagspresse

I det norske markedet for dagspresse er det konsernene Schibsted Media Group ASA (Schibsted) og Amedia som er de to største eierne målt ut fra opplag, med til sammen 54,3 prosent. Det er også flere mellomstore eiere der Polaris Media ASA (Polaris) er den største av disse og som sammen med NHST Media Group AS (NHST) og Aller Media Group AS (Aller) kontrollerer 18,1 prosent av opplaget. I tillegg er det en rekke mindre eiere som er uavhengige av disse konsernene og som kontrollerer én eller noen få aviser.

Det børsnoterte selskapet **Schibsted** var i 2017 landets største aviseier målt i opplag. Av det totale avisopplaget kontrollerte konsernet 30 prosent. Tinius-stiftelsen er, gjennom sitt eierskap i Blommenholm Industrier, den største eieren i Schibsted og kontrollerer 25,6 prosent av aksjene med stemmerett. Avisporteføljen inkluderer totalt tolv norske aviser, blant andre VG, VG+, Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen. I tillegg til å eie aviser, eier konsernet digitale rubrikkannonsersteder i mange land i verden. I 2018 ble det kjent at Schibsted deles i to selskaper ved at markeds plassene utenfor Norden skilles ut i et eget børsnotert selskap; Marketplaces International (MPI).

Den nest største aviseieren i Norge er **Amedia** som i 2017 kontrollerte 24,3 prosent av avisopplaget. Ifølge Forbruker & Media-undersøkelsen har konsernet en daglig dekning på 38 prosent i befolkningen og eier 62 lokale abonnementsaviser over hele landet. I tillegg eier Amedia den nasjonale digitale publikasjonen Nettavisen. Amedia AS eies av Amediastiftelsen som er opprettet av Sparebankstiftelsen DNB. 22. februar 2016 inngikk Sparebankstiftelsen DNB en avtale med de tidligere eierne, LO, Telenor og Fritt Ord, om å overta virksomheten.<sup>6</sup>

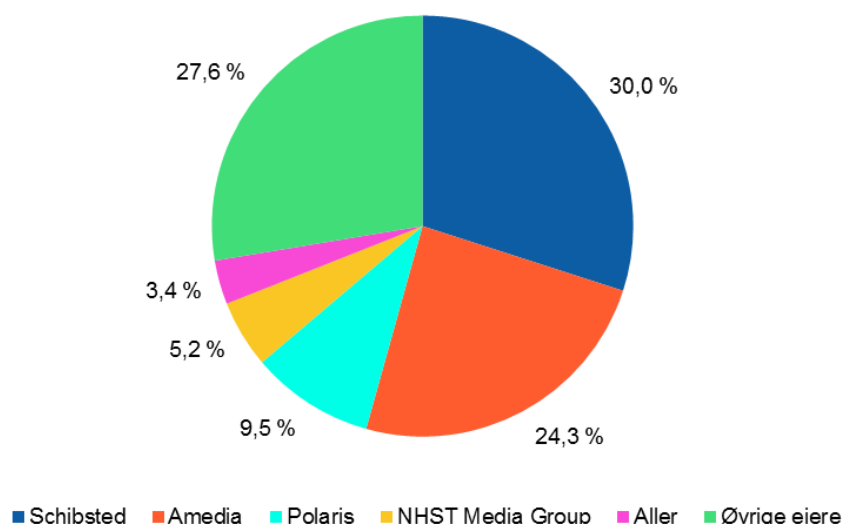
**Polaris** er det tredje største aviskonsernet med 9,5 prosent andel av det samlede avisopplaget i 2017 og er også et børsnotert selskap. Polaris Media eide ved utgangen av 2017 29 aviser, hovedsakelig i Nord-Norge, Trøndelag og på Nordvest-landet. De største eierne i konsernet er Schibsted ASA, NWT Media AS, Must Invest AS og Sparebank 1 SMN Invest AS.<sup>7</sup>

De to øvrige mellomstore konsernene **NHST** og **Aller Media** kontrollerte henholdsvis 5,2 og 3,4 prosent av det samlede avisopplaget i 2017. NHST eier avisene Dagens Næringsliv, Fiskeribladet og Morgenbladet. De største eierne i konsernet er Bonheur ASA og Must Invest AS.<sup>8</sup> **Aller Media** er et norsk bladforlag og eier blant annet avisen Dagbladet. Konsernet er ikke med i Forbruker & Media-undersøkelsen. Aller Media eies av det danske mediekonsernet Aller Holding AS.

De resterende 27,6 prosent av det samlede avisopplaget i 2017 kontrolleres av en rekke eiere som eier én eller noen få aviser hver.

Figur 2 viser hvordan andelene av det totale avisopplaget i 2017 fordeler seg på de største eierne i markedet for dagspressen i Norge.

Figur 2 – Andelene av det totale avisopplaget i 2017 fordelt på de største eierne (kilde: Medietilsynet)



<sup>6</sup> <https://www.amedia.no/om-amedia/eiere/>

<sup>7</sup> 2018, <http://www.polarismedia.no/investorinformasjon/aksjeinformasjon/>

<sup>8</sup> NHST Årsrapport 2017, s. 48.



Sigurd Høst har fram til 2018 publisert rapporten «Avisåret» som beskriver den norske avisstrukturen og omfatter alle norske aviser – også de som ikke er organisert i MBL og LLA. Ifølge siste rapport, Avisåret 2017, ble det ved utgangen av 2017 utgitt til sammen 223 betalte papiraviser som hadde minst én utgave per uke. De to største aviseierne, Schibsted og Amedia, kontrollerte til sammen 74 av disse avisene. De mellomstore eierne Polaris, NHST og Aller kontrollerte 30 aviser (de felleskontrollerte avisene Nettavisen og Dølen er ikke tatt med).

Av disse 223 avisene var det 202 aviser som i tillegg til en betalt papiravis også tok betalt for innholdet i sine nettgaver og dermed fikk beregnet et digitalt opplagstall.

Tabell 1 – Avisåret 2017 har følgende nøkkeltall om opplaget (kilde: Sigurd Høst «Avisåret 2017»)

År	Antall aviser	Digitalt opplag	Papiroplag	Samlet opplag
2017	223	1 677 000 (202 aviser)	1 623 000	2 026 000
2016	227	1 498 000 (200 aviser)	1 749 000	2 018 000

Det totale antallet aviser har holdt seg stabilt siden 2008. Ifølge Sigurd Høst skyldes ikke reduksjonen på fire aviser fra 2016 til 2017 at det har vært ekstra mange nedleggelse i 2017. Av de avisene som har forsvunnet, er kun Hålogaland Avis nedlagt. De andre avisene er fusjonert. Dette gjelder de Polaris-eide avisene Stjørdalens Blad og Malvik-Bladet som har gått sammen og dannet tredagersavisen Bladet og Sortlandsavisa og Vesterålen Online (VOL), som har slått seg sammen og blitt en ren nettavis. Polaris er fortsatt eneste eier. Lokalavisa Verran Namdalseid er heller ikke lenger en selvstendig avis, men inngår nå som en del av Steinkjer-Avisa og inngår i konsernet til Trønder-Avisa.

I løpet av 2017 var det tre oppkjøp i avismarkedet. Bergens Tidende solgte sin andel (50 prosent) av Bydelsavisene Bergen AS (Fanaposten, Sydvesten og Åsane Tidende) til Media Bergen AS. Polaris (Sunnmørsposten) kjøpte den familieeide lokalavisen Vestlandsnytt på Sunnmøre, og Amedia kjøpte lokalavisen Varingen i Akershus. Avisa var tidligere et folkeaksjeselskap.<sup>9</sup>

## Eierskap i gratisaviser

Medietilsynet har eierskapsopplysninger om et utvalg av gratisaviser og nettportaler med nyheter og aktualiteter som er organisert som aksjeselskap, og disse listes opp i tabellen under.

---

<sup>9</sup> Høst, Sigurd (2018) «Avisåret 2017» s.28-29.



Tabell 2 – Utvalg av norske gratisaviser med eierskapsinformasjon

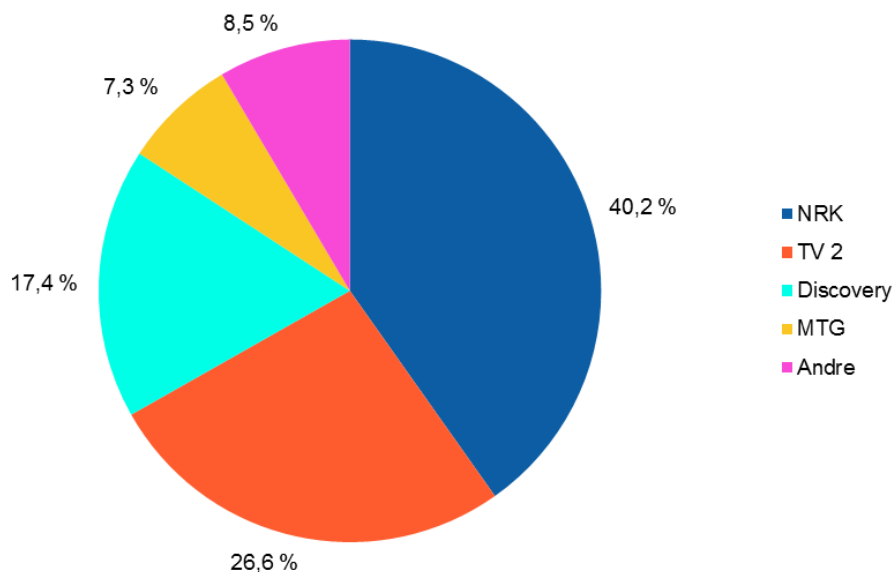
Avis	Type avis	Utgivelsesform	Eier (største)
Nettavisen	Nasjonal	Nett	Amedia utvikling AS (50 %), Egmont Publishing (49,99 %)
Media Vest AS (Nytt i Uka)	Lokal	Papir	Reidar Skarbø (29 %), Berit Fugelsø Nilssen (28,5 %)
Midt-norsk Avisdrift (Stjørdals-nytt)	Lokal	Papir	Stjørdalens Blad A/S (40 %), M3 Invest AS (30 %)
Byavisa Drammen	Lokal	Papir	Content Media AS (100 %)
MVL-media (Totens Blad og Gjøvik Blad)	Lokal	Papir	Hamar Media AS (100 %)
Byavis Lillehammer	Lokal	Papir	Gudbrandsdølen Dagningen AS (100 %)
Karmøynytt	Lokal	Papir	FK Haugesund AS (90,2 %)
Oppegård Avis	Lokal	Papir	Bjørge AS (90 %), Thomas N. Witsø-Bjølmer (10 %)
Byavisene Vestfold	Lokal	Papir	Vibeke Lundquist (50 %), Christer Lundquist (50 %)
Byavisa Moss	Lokal	Papir	Content Media AS (100 %)
Porten.no	Lokal	Nett	Årdalsnett AS (100 %)
Salangen-nyheter	Lokal	Nett	Jon Henrik Larsen (100 %)
Byavisa Tønsberg AS	Lokal	Papir	Vibeke Lundquist (50 %), Christer Lundquist (50 %)
Midtsiden AS	Lokal	Nett	Kjell Vasby Bruarøy (66 %), Schibsted Norge AS (34 %)
Akersposten Media AS	Lokal	Nett	Fredrik Eckhoff (40 %), Vidar Bakken (40 %)
Rørosnytt AS	Lokal	Nett	Eirik Dalseg (17,5 %), Torik AS (47,5 %)
TS-avisene (Tvende Media)	lokal	Papir	Obi Invest AS (49 %) DI Invest AS (41 %)
iElverum	Lokal	Nett	Hamar Media AS (100 %)
Lokalmedia AS (Nordre Aker Budstikke og Sagene Avis)	Lokal	Nett	Kristin Tufte Haga (60 %), Karl A. Kjelstrup (40 %)
Trondheim 24.no (medvind media)	Lokal	Nett	Paul Jostein Aune (50 %), Døssæss AS (50 %)
N247.no	Lokal	Nett	Peder N. Prebensen (100 %)

#### 4. Tv

Eieroversikten for nasjonale tv-virksomheter omfatter alle tv-kanaler som er fritt tilgjengelige gjennom de ulike distribusjonsplattformene (kanaler i grunnpakker, ikke premium- og betal-tv-kanaler da det ikke beregnes seertall for disse). Videre er eierskap og konserntilknytning knyttet til seertall (markedsandeler) hentet fra Kantar TNS «Norsk TV-meterpanel» for 2017. Seing på tv-virksomhetenes strømmetjenester er ikke tatt med.

Fordelingen av markedsandelene for tv-virksomheter i Norge er relativt stabil over tid. Figur 3 viser tv-eiernes markedsandeler i 2017.

Figur 3 – Tv-eiernes markedsandeler 2017 (kilde: Kantar TNS)



**NRK AS** hadde med sine tv-kanaler NRK 1, NRK 2 og NRK 3/Super en samlet markedsandel på 40,2 prosent av det totale tv-markedet i 2017.

**TV 2 Gruppen AS** er nest størst blant tv-eierne og har samlet 26,6 prosent av markedsandelene i 2017 for sine tv-kanaler. I tillegg er TV 2 Zebra, TV 2 Nyhetskanalen, TV 2 Humor, TV 2 Sportskanalen og TV 2 Livsstil med i oversikten. TV 2 Gruppen AS eies av det danske medieselskapet/stiftelsen Egmont. Etter kjøpet av hele TV 2 Gruppen i 2012 og oppkjøpet av Oslo Kino i 2013, er Norge blitt Egmonts viktigste marked.<sup>10</sup>

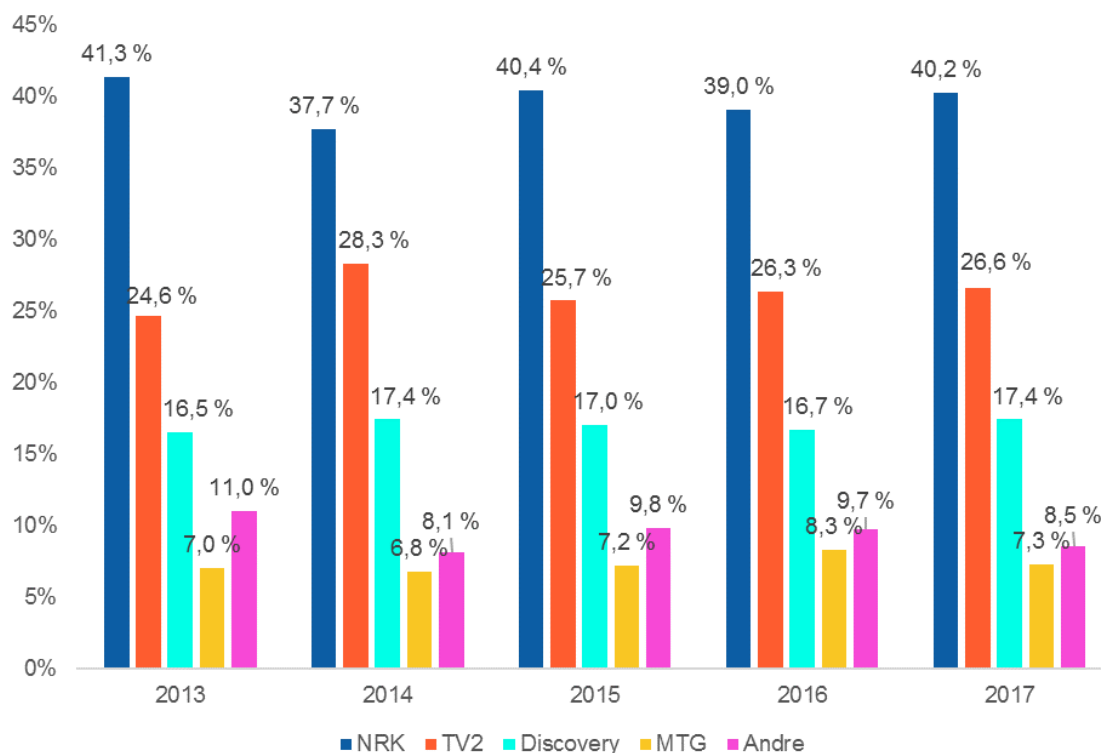
**Discovery Networks Norway** er med sine 17,4 prosent markedsandeler den tredje største tv-eieren i Norge. Markedsandelene inkluderer tv-kanalene TVNorge, FEM, MAX, Vox, Eurosport Norge, Discovery Channel og TLC. Discovery kjøpte TVNorge-kanalene av det tyske medieselskapet ProSiebenSat.1 Media i 2012.

**Modern Times Group MTG AB** kontrollerer 7,3 prosent av markedsandelene i det norske tv-markedet. MTGs andel av fri-tv-markedet inkluderer kanalene TV3, Viasat 4 og Kanal 6.

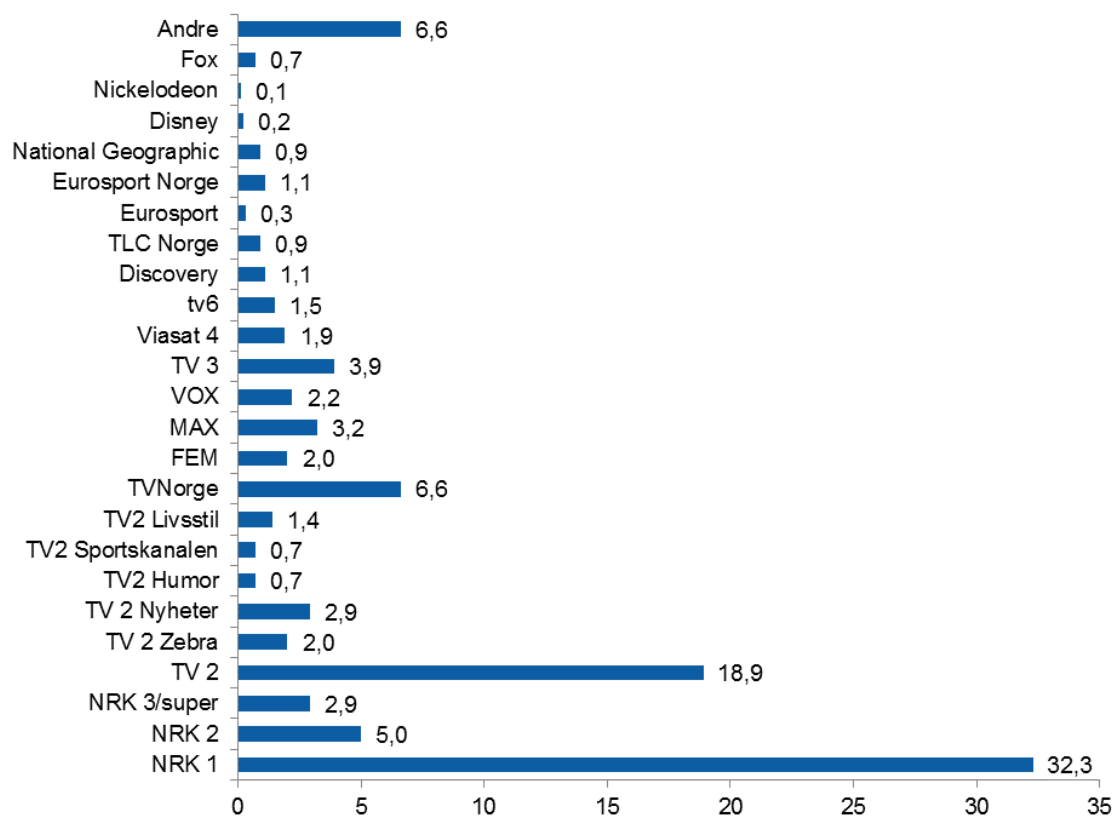
---

<sup>10</sup> Om mediehuset TV 2; <https://www.tv2.no/9160401/>

Figur 4 – Tv-eiernes markedsandeler 2013 til 2017 (kilde: Kantar TNS)



Figur 5 – Tv-kanalenes markedsandeler i 2017 (kilde: Kantar TNS)

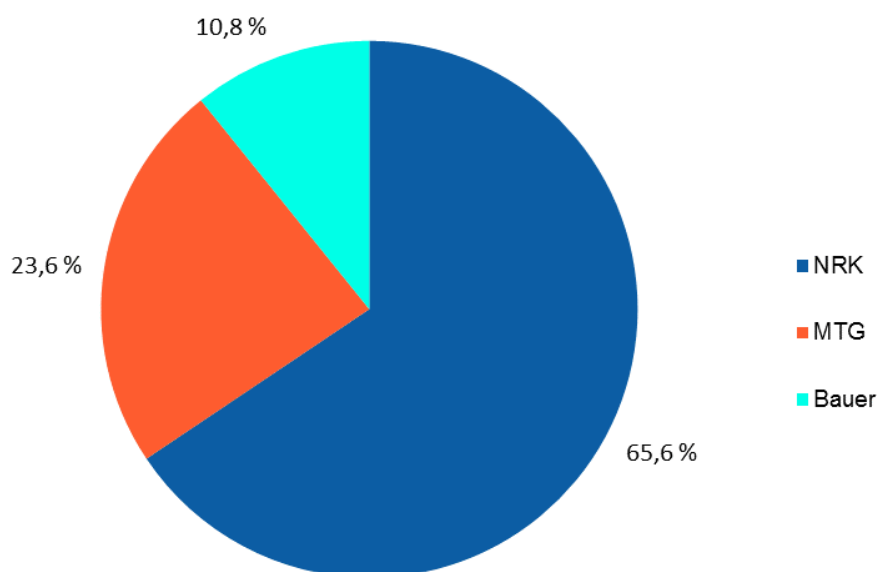


## 5. Radio

Eieroversikten for nasjonale radiovirksomheter omfatter alle radiostasjonene som er tilgjengelige på riksdekkende DAB-nett. Videre er eierskap og konserntilhørighet knyttet til lyttertall (markedsandeler) hentet fra Kantar TNS «PPM-undersøkelsen» for 2017.

Fordelingen av markedsandelene for den nasjonale radiovirksomheten i Norge er stabil over tid. Figur 6 viser radioeierens markedsandeler i 2017.

Figur 6 – Radioeierens markedsandeler i 2017 (kilde: Kantar TNS)

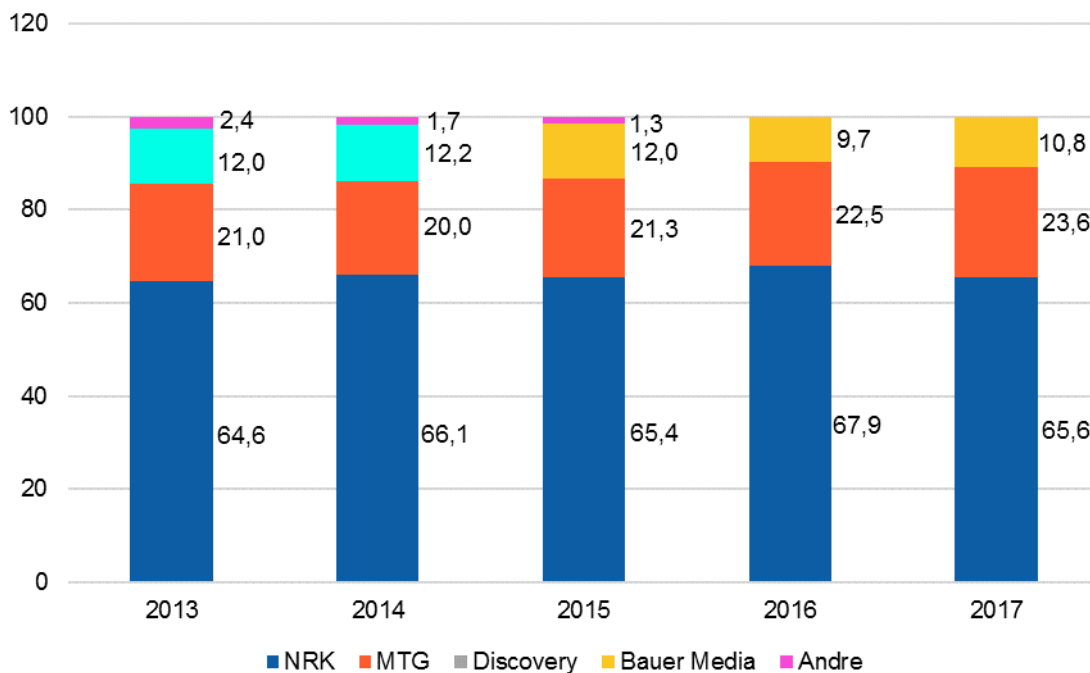


**NRK AS** har en samlet markedsandel på 65,6 prosent av den nasjonale radiolyttingen. NRK Radio inkluderer kanalene NRK P1, NRK P2, NRK P3, NRK P1+, NRK P13, NRK MP3, NRK Alltid nyheter, NRK Super, NRK Klassisk, NRK Sápmi, NRK Jazz, NRK Folkemusikk og NRK Sport.

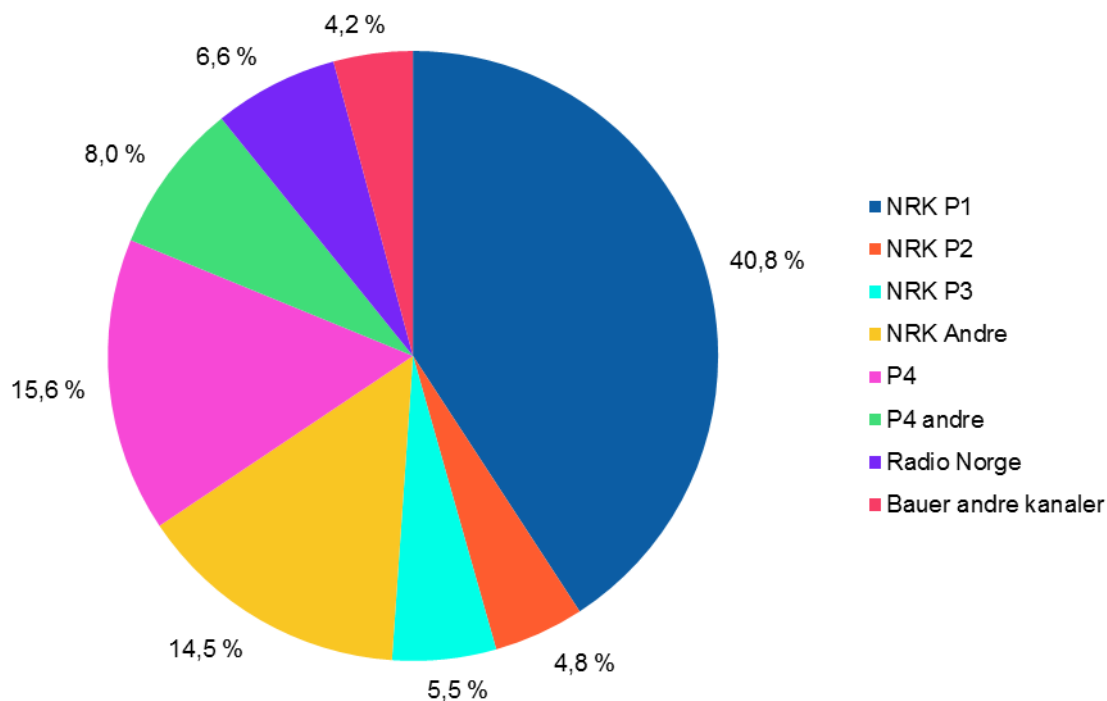
**Modern Times Group MTG AB** kontrollerer 23,6 prosent av markedsandelene i det norske riksdekkende radiomarkedet gjennom sitt selskap Nordic Entertainment Group som eier P4 Radio Hele Norge AS. P4 Radio Hele Norge AS inkluderer radiokanalene P4, 5 Hits, 6 Rock, 7 Klem, 8 Pop, 9 Retro, 10 Country, NRJ og 5 Bergen.

**Bauer Media AS** driver de riksdekkende reklamefinansierte radiokanalene Radio Norge, Radio 1, Radio Rock, Radio Topp 40, Radio Vinyl, Radio Norsk Pop, P24-7 MIX og Radio KISS. Totalt har det tyske selskapet 10,8 prosent av det kommersielle riksdekkende radiomarkedet i 2017. I 2015 kjøpte Bauer Media Group Discoverys norske nasjonale og lokale radiovirksomheter.

Figur 7 – Radioeiernes markedsandeler fra 2013 til 2017 (kilde: Kantar TNS)



Figur 8 – Radiokanalenenes markedsandeler i 2017 (kilde: Kantar TNS)



## 6. Lokale og regionale kringkastere

Her er en oversikt over eiere av lokale radiokanaler i FM og DAB basert på de eierne som har flest radiostasjoner (innholdskonsesjoner). Oversikten over eierforholdene blant lokal-tv-kanaler er basert på de kanaler som har konsesjon til å kringkaste i det digitale bakkenettet.

### Lokal- og distriktsradio

NRK har 15 distriktskontorer. Alle distriktskontorene produserer distriktssendinger, inklusive nyhetsoppdateringer, i radiokanalen NRK P1. NRK har utviklet alle sine sendinger i FM-nettet.

Private lokalradioaktører finnes i alle fylker i landet. Basert på de tallene Medietilsynet har om konsesjonærer på lokalradio i Norge per 10. oktober 2018, er det totalt 340 lokale/regionale innholdskonsesjoner. I januar 2017 startet den første konsesjonsperioden for lokalradiosendinger i Lokalradioblokka i DAB-nettet, og bransjen gikk gjennom store endringer som følge av digitaliseringen. En del aktører flyttet sine sendinger fra FM-nettet og over til DAB-nettet eller distribuerer kanalene parallelt på FM og DAB. Av de 340 innholdskonsesjonene er det per 10. oktober 2018 195 FM-konsesjoner og 145 DAB-konsesjoner. Det samlede antallet radiokonsesjoner er fordelt på 154 konsesjonærer.

I tillegg finnes det stasjoner som distribuerer radio lineært via nettet (nettradio) og som kun trenger å registrere seg som kringkaster hos Medietilsynet. Per 10. oktober 2018 har 70 nettradiostasjoner registrert seg hos Medietilsynet.

Distribuert på DAB er det 36 konsesjonærer som har to eller flere konsesjoner (herunder anleggskonsesjoner) og 33 konsesjonærer som kun har én konsesjon til å sende lokalradio. På FM er det 26 konsesjonærer med to eller flere konsesjoner, mens 127 konsesjonærer har kun én konsesjon. Flere aktører har innholdskonsesjoner for begge plattformer og sender parallelt på FM og DAB.

Blant stasjonene som har konsesjon finnes et bredt spekter av aktører og organisasjoner som opererer innenfor ulike sjangere og målgrupper. Blant radiostasjonene er det lokale kommersielle stasjoner, lokale nisjeradiostasjoner, student- og skoleradioer, stasjoner rettet mot etniske eller språklige minoriteter, livsnysstasjoner m.m.

Det er en stor spredning av konsesjonærer over hele landet. Ifølge årsmeldingene fra 2017 har åtte av 148 konsesjonærer seks eller flere lokale/regionale radiokonsesjoner og utgjør dermed de største aktørene i markedet målt i antall konsesjoner.

Tabell 3 – Lokalradiokonsesjonærer, antall konsesjoner og eierinformasjon - basert på årsmeldinger for 2017 til Medietilsynet

Konsesjonær	Antall konsesjoner	Konsesjon på FM	Konsesjon på DAB	Eier (største)
Radio Metro AS	29	9	20	Exp Group AS
Jærradiogruppen AS	12	8	4	Hermann Skretting
Hedmarksradioene AS	11	5	6	Bjørn-Martin Brandett
The Beat AS	9	5	4	Onefrost Capital AS
Johnsen Gruppen	9	6	3	Jan Johnsen
Radio 3.16 AS	8	0	8	Filadelfia Media AS
P4 Radio Hele Norge AS	7	5	2	MTG
Radio Bø SA	6	4	2	Eget samvirke

**Radio Metro AS** har totalt 29 lokale innholdskonsesjoner, hovedsakelig på Østlandet, og inkluderer radiostasjoner som Radio Metro, Radio Rox, The Beat og Metro Sør. De største eierne av Radio Metro AS er Exp Group AS, Svein Larsen og Venture Factory AS.

**Jærradiogruppen AS** har tolv lokale innholdskonsesjoner, hovedsakelig på Vestlandet og Østlandet, og inkluderer stasjoner som Radio Tønsberg, Radio Sandefjord, Jærradioen, Radio Sandnes, Radio Atlantic, Radio Ålesund med flere. Jærradiogruppen AS eies av Herman Skretting.

**Hedmarksradioene AS** har elleve lokale innholdskonsesjoner, hovedsakelig i Hedmark og Oppland, og inkluderer radiostasjonene Elverumsradioen, Hamarradioen, Solørradioen, Trysilradioen med flere. Hedmarksradioene AS eies av Bjørn-Martin Brandett.

## Regionale og lokale tv-sendinger

Medietilsynet har oversikt over eierforholdene i lokal-tv-kanaler som har konsesjon til å kringkaste i det digitale bakkenettet. Også lokal-tv-bransjen har vært gjennom store endringer som følge av tv-digitaliseringen for ti år tilbake. I 2009 kringkastet 21 lokal-tv-stasjoner i det digitale bakkenettet, mens ti kanaler sendte årsmelding for virksomhet i det samme nettet i 2017.

Markedet for lokale levende bilder er nå for en stor del en integrert del av virksomheten til de lokale mediehusene som en del av tilbudet i nettavisene. Videre er det et antall tv-stasjoner som sender både lineær og ikke-lineær lokal-tv på nett (web-tv). Medietilsynet har ingen samlet oversikt over disse aktørene.



Tabell 4 – Lokal-tv i det digitale bakkenettet (DTT) – stasjoner som har sendt årsmelding for 2017 til Medietilsynet

Kanal	Eier (største)
TV Nord	Polaris Media Nord-Norge AS (83,7 %), Øvrige eiere (16,3 %)
TV Telemark	Amedia Lokal AS (100 %)
HTV	Amedia Lokal AS (100 %)
TVØst	OB Studio Produksjon AS (100 %)
TV Agder	Media Service AS (100 %)
Trønder-TV	TMM Produksjon AS (73 %), Trønder-Avisa (27 %)
TV Vest (Hordaland)	6 eiere med 16,7 % hver
TV Vest (Rogaland)	6 eiere med 16,7 % hver
Huldra Film (Østfold)	Frogner AS (100 %)
Streambird TV	Svein Junge (100 %)

NRK sender også regionale tv-sendinger fra sine distriktskontorer. NRK distriktsdivisjon er delt inn i 15 distriktskontorer som er lokalisert i Buskerud, Finnmark, Hedmark og Oppland, Hordaland, Møre og Romsdal, Nordland, Rogaland, Sogn og Fjordane, Sørlandet, Telemark, Troms, Trøndelag, Vestfold, Østfold og Østlandssendingen. Noen av distriktskontorene samarbeider om de regionale tv-sendingene. NRK Hordaland og NRK Sogn og Fjordane samarbeider om Vestlandsrevyen, Troms og Finnmark samarbeider om Nordnytt og Telemark, Vestfold og Buskerud samarbeider om NRK Østafjells-sendingen. Dette gjør at NRK har elleve ulike distriktssendinger.

## 7. Kilder/metode for eierskapsoversikten

For å måle de ulike eiernes kontroll i markedet, er det vanlig å se på hvilken oppslutning de har innenfor et marked. Oversikten er derfor basert på opplysninger om de ulike eiernes markedsandeler med utgangspunkt i oppslutningstall innenfor markedene for dagspresse og riksdekkende tv og radio.

Kantar TNS har fram til og med 2017 gjennomført mediebruksundersøkelsen Forbruker & Media. De har i den forbindelse utarbeidet Mediehusrapporten som inneholder daglige dekningstall for mediehus og mediekonsern<sup>11</sup>. Mediekanalene som omfattes av undersøkelsen er norske aviser, radiostasjoner, tv-kanaler, internett, mobil, streaming mv. Det beregnes lesertall for om lag 150 aviser som er organisert i MBL. Tall fra Mediehusrapporten er tatt med i den samlede beskrivelsen av eierforholdene i det norske mediemarkedet i Medietilsynets oversikt.

Markedet for dagspressen omfatter både aviser som tar betalt for innholdet gjennom ulike abonnementsløsninger eller løssalg og gratis papir- og nettaviser som hovedsakelig finansieres med reklameinntekter. I oversikten er eierskapsopplysningene for aviser som tar betalt for innholdet, knyttet til opplag og lesertall, og markedsandelene er beregnet på

<sup>11</sup> Se mer om undersøkelsen på Kantar TNS' nettside [www.kantar.no](http://www.kantar.no)

bakgrunn av godkjente opplagstall. Opplagstallene er det gjennomsnittlige netto-opplaget fra ulike publiseringsplattformer (papiraviser og digitale utgaver) og er basert på opplagstall utarbeidet av Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landslaget for lokalaviser (LLA).

For riksdekkende tv og radio er markedsandelene basert på oppslutningstallene i henholdsvis Kantar Medias TV-meterpanel og radiundersøkelse.<sup>12</sup> Oversikten inneholder også opplysninger om eiere av gratis nett- og papiraviser som er organisert som aksjeselskap og om eiere av lokalkringkastingsvirksomheter.

Eierinformasjonen for lokalkringkasterne er basert på Medietilsynets konsesjonærregister for radio på DAB og FM og for det digitale bakkenettet for tv.

I løpet av 2019 vil Medietilsynet sammenstille og tilgjengeliggjøre ytterligere informasjon om eierforholdene i det norske mediemarkedet.

---

<sup>12</sup> <https://kantar.no/globalassets/medier/tv/arsrapport-tv-2017.pdf> og <https://kantar.no/globalassets/medier/radio/arsrapport-radio-2017.pdf>. TV-meterpanelet ga de offisielle tallene for tv-seing i Norge til og med 31. desember 2017, og besto av et landsrepresentativt panel på 1 000 husstander. Radiundersøkelse er basert på PPM-panelet, som rapporterer de offisielle lyttertallene for nasjonale radiokanaler og samkjøringer. Målingene av radiolyttingen foregår elektronisk og er basert på et representativt utvalg av 1 000 personer 12 år+.