

Södertörns Högskola
Journalistik och multimedia
C-uppsats Journalistik VT-05

Bonniers medieägande - ett hot mot demokratin?

Sarah Goodband

Handledare: Karin Stigbrand
Examinator: Jan-Olof Gullö

Abstract

Uppsatsens syfte är att belysa företaget Bonniers ställning på den svenska mediemarknaden och frågan om mediekoncentration i Sverige. Den övergripande frågeställningen är om Bonniers medieäggande är ett hot mot demokratin. Den forskning jag knyter an till tar upp vilken makt olika mediemonopol har och orsaker till mediekoncentration. Slutsatserna från Demokratiutredningen 2000 utgör ett avstamp för mina resonemang om demokrati. Studien innefattar intervjuer med personer från tre läger med olika perspektiv. De jag sökte svar ifrån var journalisten Agneta Lindblom Hulthén (ordföranden i Journalistförbundet), sju politiker (en person från vardera riksdagsparti) och två representanter för näringslivet; Erik Månsson (Bonniers) och Gunnar Strömblad (Schibsted). I studiens resultat framkommer att det finns en oenighet mellan intervjupersonerna när det gäller Bonniers medieäggande och mediekoncentrationen i Sverige. Representanterna för journalisterna, vänsterpartiet och miljöpartiet intar ofta samma hållning medan representanterna från näringslivet och de borgerliga partierna i många frågor tycker lika.

Nyckelord: Bonniers, demokrati, Journalistförbundet, journalistik, mediekoncentration, medierätt, Schibsted

1. INLEDNING	1
1.1 Frågeställningar.....	1
1.2 Disposition av uppsatsen	1
2. BONNIERSLÄKTENS HISTORIA	2
3. BONNIERSFÄRENS FÖRETAGANDE IDAG	4
3.1 Bonnier AB:s fem affärsområden.....	5
4. DEBATTEN OM BONNIERS	6
4.1 Köpet av Svensk Filmindustri 1973	6
4.2 Sydsvenska Dagbladet tas över 1994	8
4.3 Konkurrenslagen och Bonniers	9
4.4 Lagen prövas	10
4.5 Köpet av Svenska Dagbladet strandar.....	10
4.6 Aktier förvärvas i TV4	11
4.7 Gratistidningen Stockholm City startas 2002	13
5. TIDIGARE FORSKNING	14
5.1 Journalisters syn på mångfald.....	14
5.2 Antalet medieägare i Sverige minskar	15
5.3 Mediestructuren i USA är ett hot mot demokratin	15
5.4 Vinstdrivande företag sätter agendan.....	17
5.5 Mediekoncentration och ekonomiska frågor.....	17
6. METOD	18
6.1 Intervjuer	18
6.2 Metodkritik.....	20
7. JOURNALISTERNAS SYN PÅ BONNIERS	20
7.1 Demokratin är i fara.....	20
7.2 Upphovsrätten och det massmediella ägandet	22
7.3 Presstödet - en hjälp till bättre mångfald.....	22
7.4 En oberoende journalistik viktigast.....	23
8. POLITIKERNAS PERSPEKTIV	25
8.1 Bonniers ställning på mediemarknaden.....	25
8.2 Oense om lagstiftning.....	26
9. BONNIERS OCH KONKURRENTEN SCHIBSTED	28
9.1 Bonniers ställning försvagad	28
9.2 Negativa till fler lagar på medieområdet.....	29
9.3 Mångfald sett i ägande och röster.....	31
9.4 Utländskt ägande	33
10. ANALYS OCH DISKUSSION	34
10.1 Bonniers medieägande - ett hot mot demokratin?	34
10.2 Journalistikens utveckling	35
10.3 Mångfald och lagstiftning	35

KÄLLFÖRTECKNING

BILAGOR

- Bilaga 1: Förteckning över Bonniers ägande
- Bilaga 2: Släkträd över Bonnierfamiljen
- Bilaga 3: Intervjumanual

1. Inledning

Företaget Bonnier och begreppet mediekoncentration går ofta hand i hand och jag vill i denna uppsats belysa Bonniers ställning på den svenska mediemarknaden och frågan om mediekoncentration i Sverige.

En ständig diskussion förs bland journalister, politiker och allmänhet om Bonniers medieäggande i Sverige. Många är emot företagets stora medieäggande och det finns en oro för vad som skulle kunna hända om Bonniers sålde hela eller delar av företaget till en utländsk medieäggare som exempelvis Rupert Murdoch och hans medieimperium News Corporation. Oron handlar om huruvida den nya ägaren genom medierna skulle vilja och kunna påverka svenska folket med sina åsikter och indirekt vår demokrati. Samtidigt anser andra att det är en fördel att Bonniers är ett familjeägt företag från 1800-talet och man är förvissad om att familjens strävan är att driva vidare företaget i andan de alltid haft; att ha ett långsiktigt äggande med en vilja att vara publicister och utan ambitioner att vara opinionsbildare.

Mitt intresse för detta ämne väcktes med anledning av de senaste ägarförändringarna som skedde i TV4 under december 2004 och januari 2005, där Bonnier var en av huvudaktörerna. En debatt om Bonniers äggande blossade upp men den tystnade relativt snabbt. Debatten ledde till att jag ville veta mer om Bonniers äggande, andra förvärv företaget gjort och var olika aktörer i det svenska samhället ställer sig i frågan om mediekoncentration.

Syftet med denna uppsats är således att bidra till diskussionen om företaget Bonnier och frågan om mediekoncentration i Sverige.

1.1 Frågeställningar

Mina övergripande frågeställningar är dessa:

- Är Bonniers medieäggande ett hot mot demokratin i Sverige? Vad innebär företagets dominerande ställning på den svenska mediemarknaden?
- Vad anser Journalistförbundet om journalistikens villkor inom Bonnierföretagen?
- Vad anser politiker, Journalistförbundet respektive näringslivets företrädare om dagens mångfald, när det gäller äggare och hörda röster på den svenska mediemarknaden?

Jag vill poängtera att min avsikt med uppsatsen inte är att ta ett helhetsgrepp på demokratin som statvetare utan inom ramarna för denna uppsats vill jag med min första frågeställning undersöka hur demokratin kan hotas av just mediekoncentration och hur detta uppfattas i olika läger.

För att få svar på frågorna har jag intervjuat en representant för journalisterna (ordföranden i Journalistförbundet), en politiker från vardera riksdagsparti och två personer från näringslivet; hos företagen Bonnier och Schibsted.

1.2 Disposition av uppsatsen

Uppsatsen inleds i kapitel 2 med en tillbakablick på familjen och företaget Bonniers historia, kapitel 3 fortsätter med en presentation av företaget Bonnier och dess äggande idag. Hur debatten gått om Bonniers olika förvärv beskrivs i kapitel 4 tillsammans med vilken lagstiftning som finns på medieområdet. I kapitel 5 tar jag upp tidigare forskning med anknytning till uppsatsen och i kapitel 6 beskrivs metoden jag använt för undersökningen. I kapitel 7, 8 och 9 presenteras intervjuundersökningen indelad i tre olika delar; journalister, politiker och representanter för näringslivet. Slutligen analyseras och diskuteras resultatet i kapitel 10.

2. Bonniersläktens historia

Förfadern till den Bonnierska släkten, Gutkind Hirschel, föddes i Dresden år 1778 som det fjärde barnet till Loebel Samuel Hirschel vars ursprung var judiskt. I tonåren bytte Gutkind namn till Gerhard Bonnier. Anledningen till detta vet man inte, men en teori är att det var hans intresse för det franska språket och den franska kulturen som ledde till att han hellre ville beteckna sig som fransman än som tysk och också att han tilltalades av den franska revolutionens ledord: *frihet, jämlikhet* och *broderskap*. Dessa ledord var viktiga för judarna i Tyskland eftersom många av dem var kvarhållna i en låg samhällsställning trots sin höga bildningsnivå.¹

Gerhard Bonnier bosatte sig i Köpenhamn år 1801. Han försörjde sig där som fransklärare för att inom kort starta en bokhandel. Verksamheten satte igång år 1804 genom att han köpte ett lånebibliotek som snart byggdes ut till att också innefatta en bokhandel (med mestadels utländsk litteratur), ett bokförlag och ett boktryckeri.² Det gick bra för hans affärer och år 1816 startade han också en daglig tidning, *Dagsposten*. Tidningen innehöll till största delen politik, utrikes- och inrikesnyheter och den utkom varje dag under två års tid förutom ett par dagar då redaktören låg sjuk.³

Staten Danmark gick i bankrutt på 1820-talet och den ekonomiska depressionen i Köpenhamn var ett faktum. Detta ledde till att Gerhard Bonnier ville se om han kunde utvidga sin verksamhet till grannlandet Sverige och det äldsta av Gerhard och hans fru Esters tio barn, Adolf 21 år gammal, fick då i uppdrag att ta sig till Göteborg med flertalet stora lådor med böcker år 1827. Adolfs resa ledde till att ett lånebibliotek öppnades i Sverige med inriktning på äldre och nyare litteratur på tyska, franska, engelska, danska och svenska. Det dröjde inte länge förrän Adolf startade en liknande verksamhet i Stockholm och han började också ge ut en veckotidning i slutet av år 1834. Tidningen fick namnet *Panorama* och den innehöll artiklar på olika språk såsom franska och tyska, och också uppsatser på utländska språk om Sverige, svensk historia och svensk litteratur. Adolf gav också ut en serie förlagsartiklar av olika klassiska författare såsom Stiernhielm, Lasse Lucidor, Lidner, Anna Maria Lenngren med flera.⁴

År 1835 lät Adolf sin yngre bror Albert komma och bo hos honom och hans fru Esther, två år senare kom också hans yngre bror David Felix och Adolf gav sina bröder undervisning i allt de behövde veta om hur en bokhandelsrörelse bedrivs. Vid sjutton års ålder, år 1838, gav Albert ut sin första förlagsartikel, *Bevis att Napoleon aldrig har existerat*. Den blev så efterfrågad att Albert fick trycka en andra upplaga.⁵

Albert Bonnier grundade år 1842 Stockholms första modetidning på svenska, *Stockholms Mode-Journal*, och tidningen blev genast en succé. En milstolpe i Albert Bonniers historia var år 1844 då han utgav första årgången av *Folkekalendern Svea*, som blev hans ”älsklingsbarn”, och det litterära veckobladet *Stockholms Figaro* som hade Sveriges litterära ungdom som publik. I *Folkekalendern Svea* representerades de flesta av Sveriges, på den tiden, bästa författare och konstnärer.⁶

David Felix Bonnier bodde vid den här tiden i Göteborg där han skötte den Bonnierska bokhandeln.⁷ År 1859 grundade han *Göteborgs-Posten* som trycktes på eget tryckeri och

¹ Bonnier, Åke, (1974), *Bonniers - en släkterörelse (1778-1941)*, sid. 9ff

² Ibid, sid. 17

³ Ibid, sid. 12ff

⁴ Ibid, sid. 24

⁵ Ibid, sid. 24ff

⁶ Ibid, sid. 34ff

⁷ Ibid, sid. 38

tidningen kom efter ett år ut som daglig morgontidning.⁸ Albert Bonnier och hans fru Betty fick tre barn; Karl-Otto, Eva och Jenny. Karl-Otto Bonnier var redan vid födseln den givna arvtagaren till Albert Bonniers bokförlag och vid sexton års ålder började han arbeta i sin fars företag.⁹ Albert Bonniers bror Adolf fick en son, Isidor, som förmodligen mot sin vilja fick överta skötseln av Adolf Bonniers förlag och bokhandel efter sin fars död.¹⁰

En av de många stora författare Albert Bonniers förlag kom i kontakt med var August Strindberg. Deras samarbete inleddes år 1877 genom att förlaget gav ut en liten volym av *Kulturbistoriska studier* skrivna utav Strindberg.¹¹ År 1884 skrev Strindberg *Giftas* som Albert Bonniers förlag gav ut samma år. Boken ledde till ett religionsåtal mot förlaget och författaren. Anledningen till detta beskrevs bland annat som att äktenskapet är ”hånadt och släpadt i smutsen af smädarens råa och kärlekslösa händer”. August Strindberg blev senare frikänd i rätten.¹²

Tidningen *Dagens Nyheter* startades år 1864 av Rudolf Wall och han hade då Albert Bonnier som fadder i både politiska och praktiska frågor. År 1874 blev *Dagens Nyheter* ett aktiebolag och Albert Bonnier köpte ett par aktier för att stödja sin vän trots att han inte riktigt trodde på idén. Albert Bonniers son Karl Otto Bonnier var den som senare tillsammans med sina söner Tor och Åke Bonnier utvidgade företaget Bonniers verksamhet genom att bland annat ta över aktiemajoriteten i *Dagens Nyheter* 1924.¹³

Karl-Otto Bonnier, hans fru Lisen och deras sex barn kom i början av 1900-talet över en tomt nedanför Manillas dövstumsinstitut, invid ”Tolvöresholmen”. På tomten stod en 1700-talsbyggnad kallad Kruthuset och deras hus, ”Nedre Manilla”, byggdes där bredvid med inflyttning år 1910. Nedre Manilla befinner sig än idag i den Bonnierska familjens ägo och i huset finns bland annat en unik samling konst, med författar- och konstnärporträtt, något som Karl-Otto Bonnier lade grunden till. Samlingen har fortsatt att växa och har idag karaktären av förlagshistoria.¹⁴

På grund av sitt judiska ursprung har familjen Bonnier varit utsatt för nazism genom tiderna. I början av 1930-talet, exempelvis, när Hitler erövrade makten i Tyskland drev ett flertal tyska tidningar en våldsam hat- och lögnpropaganda mot ”huset” Bonnier och dess ”seniorchef” Karl-Otto Bonnier. Tidningarna påstod bland annat att Bonniers var en fara för normala förbindelser mellan Sverige och Tyskland, att Bonniers kontrollerade 90 procent av all svensk press och att Karl-Otto Bonnier utgjorde en fara för freden i Europa. Påhoppet besvarades bland annat av styrelserna för Publicistklubben, Svenska Tidningsutgivareföreningen och Svenska Journalistföreningen i Sverige. De sa att det inte fanns grund i påståendet att opinionen i den svenska pressen i stort sett bestämdes av bokförläggare Bonnier. Den tyska regeringen gick dock så långt att den år 1934 inledde en protest hos den svenska statsministern om ”den svåra hets mot Tredje Riket som svensk press låtit sig komma till last”.¹⁵ Hela den svenska pressen med minst ett undantag upprördes över dess agerande, Leon Ljunglunds *Nya Dagligt Allehanda* tyckte däremot att den tyska regeringens

⁸ Bonnier, Åke, (1974), *Bonniers - en släktkrönika (1778-1941)*, sid. 71

⁹ Ibid, sid. 96

¹⁰ Ibid, sid. 96

¹¹ Ibid, sid. 103

¹² Ibid, sid. 114-115 & 122

¹³ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 84

¹⁴ Bonnier, Åke, (1974), *Bonniers - en släktkrönika (1778-1941)*, sid. 191ff

¹⁵ Ibid, sid. 217-218

agerande var befogat. Han skrev själv dag för dag nya gemenheter mot mannen han kallade ”juden Bonnier”.¹⁶

Karl-Otto Bonnier och hans söner Tor och Åke Bonnier utvidgade Bonniers verksamhet ännu mer genom att, förutom att de hade förvärvat aktiemajoriteten i Dagens Nyheter år 1924, köpa distributionsföretaget *Pressbyrån* år 1916 och genom att ta ett steg in i ett nytt medieområde och förvärva tidskriftsförlaget *Åblén och Åkerlund* år 1929.¹⁷ Tor Bonniers son Albert Bonnier Jr var den som år 1944 etablerade *Expressen* tillsammans med Carl-Adam Nycop¹⁸ och den ekonomiska tidningen *Veckans Affärer* startades år 1965.¹⁹ Grunden för Bonniersfären var nu lagd.

År 1837 grundades Albert Bonniers Förlag i Stockholm av dess namne. Förlaget utvecklades sedermera till ett av Sveriges ledande bokförlag. Moderbolaget för familjen Bonniers verksamhet heter, sedan år 1997, ”Albert Bonnier AB” och det ägs av över 70 ättlingar till Albert Bonniers son och sonhustru Karl-Otto och Lisen Bonnier.²⁰ Albert Bonnier AB har ett dotterbolag; Bonnier Holding AB, som i sin tur har ett dotterbolag med namnet Bonnier AB. Det är hos Bonnier AB den övervägande delen av Bonniers medieverksamhet finns.²¹

3. Bonniersfärens företagande idag

I fortsättningen när namnen Bonnier och Bonniers används syftar det på hela Bonnierkoncernen, således Albert Bonnier AB.

År 2001 låg Bonnier på plats nummer 40 i den internationella ligan över världens största mediekonglomerat. Företaget omsatte då cirka 2,15 miljarder dollar (17,2 miljarder sek). Plats nummer 1 innehade AOL Time-Warner i USA som samma år omsatte cirka 38 miljarder dollar. Rupert Murdochs medieimperium News Corporation kom först på plats nummer 5 och omsatte samma år cirka 13 miljarder dollar.²²

Företaget Bonnier började år 1993 investera mer internationellt genom att Marieberg, där Bonniers var delägare, förvärvade delar av den finländska mediekoncernen Alma Media, en koncern som bland annat innefattade det finska TV-företaget MTV och de finska tidningarna *Aamulehti* och *Iltalehti*. Bonnier förvärvade samma år dagstidningen *Diena* i Lettland och *Super Express* i Polen och år 1994 tog de över *Piper Verlag* i Tyskland.²³ Bonnier har idag verksamhet i flertalet europeiska länder och den innefattar bland annat dagliga affärstidningar och bokförlag. Företaget har också instiftat stora journalistpriset i Sverige och Finland och ett liknande pris i Lettland, Estland och Ryssland. Bonniers framhåller i sin verksamhetsberättelse att det i dessa länder är särskilt viktigt att värdesätta och på olika sätt stärka en fri press och journalistik som ett led i arbetet med att bygga ett demokratiskt samhälle.²⁴

Bonniers och företaget Proventus äger idag 50 procent vardera av bolaget ”Nordic Broadcasting Oy”, som i sin tur innehar 23,4 procent av TV4. Bonniers äger också en egen del

¹⁶ Ibid, sid. 219

¹⁷ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 84

¹⁸ Månsson, Erik, informationsdirektör Bonnier AB

¹⁹ Bonnier AB: s verksamhetsberättelse 2003, sid. 2

²⁰ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 84

²¹ Se bilaga 1: Förteckning över Bonniers ägande

²² Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV* sid. 281

²³ Bonnier AB: s verksamhetsberättelse 2003, sid. 3

²⁴ Ibid, sid. 36

i TV4 som är på 29,3 procent. Bengt Braun är Bonnier AB:s VD och koncernchef, och Carl-Johan Bonnier är dess styrelseordförande.²⁵

Verksamheten i Bonnier AB var, tills helt nyligen, organiserad i sex affärsområden: dagspress, affärspress, böcker, underhållning, tidskrifter och affärsinformation.²⁶ Området affärsinformation har dock sålts, i september 2005, till ett nybildat bolag som ägs till 80,1 procent av Ratos och till 19,9 procent av Bonnier AB. Bonnier AB har således fem helägda affärsområden idag. I dem ingår ett hundratal bolag, varav nästan alla är helägda av Bonnier.²⁷

3.1 Bonnier AB:s fem affärsområden

Bonnier Newspapers: Detta är Bonnier AB:s största affärsområde och dess andel är cirka 28 procent av de totala intäkterna för Bonnier AB och cirka 45 procent av Bonnier AB:s totala intäkter på den svenska marknaden.²⁸ Bonnier AB äger idag de svenska dagstidningarna (upplaga vardagar år 2004): *Dagens Nyheter* (363 400), *Expressen* inklusive *GT* och *Kvällsposten* (342 100), *Sydsvenska Dagbladet* (135 600), *Trelleborgs Allehanda* (11 400), *Ystads Allehanda* (26 100), *Kristianstadsbladet* (31 900), *Dagens Industri* (116 700)²⁹, vilken ingår i affärsområdet Bonnier Business Press, samt *Stockholm City* (251 400)³⁰.³¹

År 2001 var Bonniers andel av den totala dagspressupplagan i Sverige 26,3 procent.³² Företagets största konkurrent på dagstidningsområdet i Sverige, Schibsted, hade en andel av totalupplagan på 15,2 procent i Sverige samma år.³³ År 2004 hade Bonniers andel av den totala dagspressupplagan i Sverige ökat till 27,23 procent och Bonniers andel av upplagan för tidningar med utgivning 6 till 7 dagar i veckan var samma år 29,2 procent.³⁴

De tio största ägargrupperna i Sverige hade år 2000 knappt 60 procent av den totala dagspressupplagan. Den helt dominerande gruppen var Bonniersfären, näst största ägare var norska Schibsted och på tredje plats fanns familjen Hjörne. Ett par av ägarna som kom därefter utgjordes av Centerrörelsen, Arbetarrörelsen, familjen Ander och familjen Hamrin.³⁵

Bonniers olika svenska dagstidningar har de förvärvat på följande vis: *Dagens Nyheter* startades av Rudolf Wall med en del hjälp av Albert Bonnier år 1864 och år 1924 fick Bonnier aktiemajoriteten av tidningen. *Expressen* startades år 1944 av Albert Bonnier tillsammans med Carl-Adam Nycop som var dess första chefredaktör³⁶ och år 1976 startades *Dagens Industri*. *Sydsvenska Dagbladet* förvärvades år 1994 likaså *Kvällsposten*, *GT*, *Ystads Allehanda*, *Trelleborgs Allehanda* och *Kristianstadsbladet*. Slutligen startade Bonnier gratistidningen *Stockholms City* år 2002 vilket är företagets senaste förvärv på dagspressområdet. I detta affärsområde, Bonnier Newspapers, finns också delägda tidningsinnehav i Polen och Lettland.³⁷

²⁵ Se bilaga 1: Förteckning över Bonniers ägande

²⁶ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 84

²⁷ Nyrén, Jonas, finansdirektör Bonnier AB

²⁸ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 85

²⁹ Tidningen Stockholm Citys redaktion, (2005-02-10), *Om Stockholm City*. [www].

³⁰ Bearbetning av upplageuppgifter från TS-tidningen, (2005-02-25), *TS-upplaga 2004 jämfört med 2003*. [www].

³¹ Bonnier AB:s årsredovisning 2004, sid. 2

³² Vid en uträkning av denna andel är det brukligt att räkna med alla tidningar som har en utgivning från 3 till 7 dagar i veckan, gratistidningar såsom Bonnierägda *Stockholm City* räknas dock inte med.

³³ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 38

³⁴ Bearbetning av upplageuppgifter från TS-tidningen, (2005-02-25), *TS-upplaga 2004 jämfört med 2003*. [www].

³⁵ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 124ff

³⁶ Månsson, Erik, informationsdirektör Bonnier AB

³⁷ Bonnier AB:s verksamhetsberättelse 2003, sid. 2&20ff

Bonnier Business Press: *Dagens Industri* och den danska ekonomitidningen *Börsen* bildade år 1976 basen för ett nytt affärsområde, Bonnier Business Press, och området utvecklades steg för steg genom att fler dagliga affärstidningar startades runt om i Europa. Idag har Bonnier åtta utländska affärstidningar; i länderna Danmark, Estland, Lettland, Litauen, Ryssland, Österrike, Polen och Slovenien.³⁸

Bonnier Books: Ett flertal förlag ingår i detta affärsområde såsom Wahlström & Widstrand, Månocket, Förlaget Rebus, Forum men också ett flertal förlag utomlands; i Tyskland, Finland, England, Danmark, Frankrike och Norge. I detta affärsområde finns också Bonniers flaggskepp Albert Bonniers Förlag, som i mer än hundra år varit en stor utgivare av kvalificerad skönlitteratur i Sverige.³⁹

Bonnier Entertainment: I detta affärsområde ingår verksamheter som producerar och distribuerar underhållning, såsom Svensk Filmindustri som producerar film; SF Bio som visar film, radiokanalen Mix Megapol och skivbolaget Bonnier Amigo Music Group. Verksamheten bedrivs i Sverige, Norge, Finland och Danmark.⁴⁰ SF Bios har idag 181 salonger i 20 städer och marknadsandelen är cirka 50 procent. SF Bio är också hälftenägare i Svensk Bio som finns på 21 mindre orter i Sverige.⁴¹

Bonnier Magazine Group: I detta affärsområde finns specialtidningar, livsstilsmagasin, affärstidningar och branschtidskrifter. Utgivningen sker i 11 länder och Bonnier AB bedriver också förlagsverksamhet i fyra av dessa: Sverige, Danmark, Spanien och Polen. Resultatet för exempelvis år 2003 blev 367 miljoner kronor och den framgången berodde framförallt på tidningarna *Illustrerad Vetenskap*, *Gör Så Här*, *Allt om Mat* och *Amelia*.⁴²

Tidsam som är den största distributören av tidskrifter i Sverige ingår också i detta affärsområde, Tidsam ägs till 42,5 procent av Bonniers.⁴³

4. Debatten om Bonniers

I detta kapitel skildras ett flertal tillfällen, med tillhörande debatter, då Bonnier utökat sitt medieäggande i Sverige. Här redovisas också hur lagstiftningen på medicområdet ser ut samt vad som hänt när Bonniers blivit anmälda till Konkurrensverket.

4.1 Köpet av Svensk Filmindustri 1973

Bonnierfamiljen avvisade många erbjudanden om tidningsköp i mitten av seklet. Familjen var försiktig för att man bland annat inte ville bli anklagad för maktmissbruk och för att inneha en monopolställning i Sverige. Antisemitismen var också starkt utbredd i Sverige under mitten av seklet och Bonnierfamiljen befارade att kritiken kunde bli hårdare mot dem på grund av dess judiska ursprung. På 1960-talet ökade Bonniers dominans på mediemarknaden så att säga av

³⁸ Bonnier AB:s verksamhetsberättelse 2003, sid. 18

³⁹ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 94

⁴⁰ Ibid, sid. 95

⁴¹ Ibid, sid. 86

⁴² Bonnier AB:s årsredovisning 2003, sid. 2

⁴³ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 94

sig självt då *Dagens Nyheter* och *Expressen* växte medan många mindre tidningar med andra ägare tvingades att lägga ner.⁴⁴

Bonniers gjorde ett misslyckat försök att etablera sig på filmmarknaden under 1920-talet, men år 1973 kom företaget igen och Bonnierägda "Dagens Nyheter-koncernen" köpte då Svensk Filmindustri.⁴⁵ Försiktigheten familjen hade haft i mitten av seklet var nu inte lika stor och medlemmarna började få aptit på att utvidga verksamheten. Kritiken mot Bonnierfamiljens mediedominans tog samtidigt också fart.⁴⁶ Det var i samband med detta köp de första diskussionerna om mediekoncentration började föras i Sverige. Det fanns en oro om hur balansen på mediemarknaden kunde ändras vid hög mediekoncentration.⁴⁷ Så redan på 1970-talet förbereddes en "Lex Bonnier", en lag om ägarbegränsning på medieområdet, som i detta fall skulle stoppa ägaren Bonnier från att dominera en alltför stor del av mediemarknaden. Lagen stoppades dock, bland annat på grund av att de mest inflytelserika i familjen Bonnier insåg faran och själva la band på expansionen.⁴⁸

En del undrade om inte familjen Bonnier nu hade gått för långt i och med sitt förvärv av Svensk Filmindustri. Debatten om mediekoncentration som följde var dock snäll och artig. Den slog fast att ännu var det ingen fara. "Gränsen för det acceptabla var inte nådd, inte än" uttryckte sig journalisten Jesus Alcalá i en debattartikel.⁴⁹ Dagens Nyheters dåvarande chefredaktör Olof Lagercrantz var vid denna tidpunkt en flitig debattör som argumenterade mot Dagens Nyheters köp av Svensk Filmindustri. Han protesterade med "all tänkbar kraft på ledande plats men saken var förstås redan avgjord i DENI⁵⁰ innan den kom i vår styrelse". Han hävdade också att Bonniers aptit på ständigt fler förlag och fler tidningar hade växt ända tills "det nuvarande groteska läget uppstått med en maktkoncentration inom media i Bonnierhänder som torde sakna motstycke i något land".⁵¹ Olof Lagercrantz sa också att det enda köpet ledde till var att den socialdemokratiska regeringen tillsatte en utredning om åtgärder mot massmediekoncentration vilken avstannade när borgerliga regeringar kom till makten.⁵²

Den statliga Mediekoncentrationsutredningen (MKU) tillsattes år 1974. Utredningens uppdrag var att pröva frågan om det behövdes särskilda regler för kontroll av företagskoncentration inom massmediebranschen. Den framtida lagen skulle inte bara förebygga ägarkoncentration utan också göra det möjligt att lösa upp en redan uppkommen monopol- eller oligopol-situation. Utredningen kom med ett betänkande år 1980 där det stod att det fanns en växande koncentration på mediemarknaden men lagförslagen som föreslogs genomfördes aldrig. MKU innehöll bland annat förslag till en lag om motverkande av massmediekoncentration och ett annat förslag som innebar att ändringar måste göras i tryckfrihetsförordningen.⁵³

Reservationer mot förslagen hade Allan Hernelius, medlem i Riksbanksstyrelsen, och chefredaktören Lennart Hirschfeldt. De ansåg att de ägaröverlåtelse som ägt rum under 1970-talet inte hade visats medföra några skadliga konsekvenser på exempelvis

⁴⁴ Lagercrantz, Olof, (1990), *Ett år på sextiotalet*, sid. 125

⁴⁵ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 9

⁴⁶ Lagercrantz, Olof, (1990), *Ett år på sextiotalet*, sid. 125

⁴⁷ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 274

⁴⁸ Ollevik, Nils-Olof, (2005-01-31), *Bonnier drar undan mattan för sig själv*. [www].

⁴⁹ Alcalá, Jesus, (1995-12-08), *Begränsa ägandet*. Dagens Nyheter.

⁵⁰ DENI, Dagens Nyheters Intressenter, är ett ägarbolag där delar av Bonniersläkten ingår.

⁵¹ Lagercrantz, Olof, (1990), *Ett år på sextiotalet*, sid. 125

⁵² Pressens Tidning, (2002-10-04), *Vänsterridning fick många att se rött*. [www].

⁵³ SOU 1980:28, *Massmediekoncentrationsutredningen*, sid. 21ff

yttrandefriheten och åsiktsbildningen. De tyckte istället att man borde utforma lämpliga föreskrifter om yttrandefrihet och åsiktsbildning istället för förbud och de ansåg också att mångfalden ur konsumentens synpunkt var större än tidigare.⁵⁴

Svensk Filmindustri har anmälts till Konkurrensverket flera gånger, bland annat år 1997. Anmälan gällde vid det tillfället ”missbruk av dominerande ställning” och Konkurrensverket yrkade på att Svensk Filmindustri skulle betala en konkurrensskadeavgift på 4 miljoner kronor.⁵⁵ Den högre instansen, Stockholms Tingsrätt, ogillade dock Konkurrensverkets yrkan vilket den beslutade år 2000.⁵⁶

4.2 Sydsvenska Dagbladet tas över 1994

Bonnierfamiljens dagstidningsintresse var länge traditionellt knutet till Stockholm men när en ny generation tog vid i företaget kring år 1990 med Carl-Johan Bonnier i spetsen ändrades familjens strategi. Marieberg, där Bonnier var majoritetsägare, förvärvade år 1994 *Sydsvenska Dagbladet*, ett tidningsköp som följdes av flera såsom *Kristianstadsbladet*, *Ystads Allehanda*, *Trelleborgs Allehanda*, *Kvällsposten* och *GT*. Alla tidningar hade sitt säte i södra Sverige.⁵⁷ Bonnierkoncernen blev nu den enda tidningsgrupp i Sverige som både hade en ekonomisk tyngd men också en nationell utbredning. Av vissa uppfattades det som en ny koncernpolicy att Bonniers också började etablera sig i andra delar av Sverige.⁵⁸

Frågan om mediekoncentration debatterades mindre på 1980-talet och Bonnier stärkte under det årtiondet sin ställning vilket ledde till att företaget i början av 1990-talet hade betydande marknadsandelar inom många sektorer av medieområdet.⁵⁹

Kulturminister Marita Ulvskog (s) har utmärkt sig för att säga vad hon tycker om allt från näringslivstopparnas fallskärmar till mediebolagens maktambitioner, säger journalisten Dan Josefsson. Det har gjort henne till något av en hjälte bland många svenskar, och samtidigt till ett hatobjekt i borgerlig press, menar han.⁶⁰ När Bonnier förvärvade *Sydsvenska Dagbladet* år 1994 tillsatte kulturminister Marita Ulvskog (s) en kommitté, *Rådet för mångfald inom massmedierna*, som hade till uppgift att belysa mångfaldsfrågorna på mediemarknaden. Uppgiften var också att överväga en lagstiftning vars syfte var att motverka skadlig ägarkoncentration.⁶¹

En debatt startade i Sverige när Bonnier förvärvade *Sydsvenska Dagbladet*. Vissa kritiker menade att detta var ett fall för Konkurrensverket på grund av att Bonnier fick en stor andel av dagspressmarknaden i Sverige. Andra hävdade att eftersom de nya tidningarna som förvärvades låg i Skåne gällde det huruvida Bonnier fick en stor andel där. Ett av huvudargumenten till försvar för köpet var att Bonnier garanterade att tidningen skulle stanna i svenska händer. En av parterna begärde prövning hos Konkurrensverket och verket fastslog att köpet inte snedvred konkurrensförhållandena i Malmö och det visade att konkurrenslagen var kraftlös i sammanhanget, i varje fall med en så snäv definition av relevant marknad.⁶² Parten som begärde prövning var Bonnier själva.⁶³

⁵⁴ SOU 1980:28, *Massmediekoncentrationsutredningen*, sid. 305ff

⁵⁵ Konkurrensverket, diarienummer: 878/97

⁵⁶ Stockholms Tingsrätt, mål nummer: T 8-1107-97

⁵⁷ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 85

⁵⁸ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 126

⁵⁹ Ibid, sid. 274

⁶⁰ Josefsson, Dan, (2000-05-03), *De globala mediemonopolen - en lägesrapport i fyra akter*. [www].

⁶¹ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 275

⁶² SOU 1999:126, *Politikens medialisering*, sid. 66

⁶³ Konkurrensverket, diarienummer: 147/94

I anslutning till köpet av *Sydsvenska Dagbladet* sa Bonniers dåvarande VD Carl-Johan Bonnier att företaget inte kunde ta ett politiskt ansvar för att det skulle finnas ett visst antal tidningar på marknaden utan han tyckte att riksdagen behövde engagera sig mer i presstöd för att på så vis behålla mångfalden på marknaden. Han sa också att det inte heller fanns någon anledning att begränsa ägandet, för vem skulle i så fall stå för mångfalden? Han kunde dock tänka sig lagstiftning om en dominerande ägare skulle vilja påverka opinionen. Bonniers var en ägare som respekterade integriteten hos redaktörerna, markerade han. Bonniers drev sina affärer långsiktigt och med respekt för det fria ordet, inte för att sprida en viss typ av åsikt. Han anförde vidare att det i debatten inte heller hade framkommit något som visade att Bonniers ägande var negativt. Många hävdade tvärtom att det varit bra att ha svenska medieägare med långa traditioner. Han visste däremot inte om Bonnier skulle ha förvärvat *Sydsvenska Dagbladet* om man vetat vilken debatt det skulle starta.⁶⁴

4.3 Konkurrenslagen och Bonniers

När parterna i en affärsuppgörelse har en årsomsättning som tillsammans överstiger 4 miljarder kronor ska förvärvet anmälas till Konkurrensverket för prövning. En part har alltid rätt att frivilligt anmäla ett förvärv till Konkurrensverket oberoende dess årsomsättning. Enligt Konkurrenslagen ska ett företagsförvärv förbjudas om det skapar eller förstärker en dominerande ställning. Vilken också väsentligt hämmar eller är ägnat att hämma förekomsten eller utvecklingen av effektiv konkurrens inom hela eller stora delar av landet.⁶⁵

När Bonnier genom Marieberg förvärvade *Sydsvenska Dagbladet* år 1994 anmälde Bonnier således själva förvärvet (se 4.2) till Konkurrensverket som inte hade något att invända mot affären. Verket ansåg att eftersom morgontidningar huvudsakligen har en regional eller lokal förankring blir den relevanta marknaden det område där dessa har sin huvudsakliga försäljning och inte hela landet. Konkurrensverket gjorde bedömningen att den relevanta marknaden för *Sydsvenska Dagbladet* var sydvästra Skåne med Malmö och Lund.⁶⁶

Konkurrensverket gör i varje enskilt fall en bedömning av hur konkurrensen ser ut på den relevanta marknaden. Verket bestämmer dels produktmarknaden och dels den geografiska marknaden. Den geografiska marknaden är hela den svenska marknaden eller en avsevärd del av den, exempelvis ett landskap, ett län eller en storstadsregion. Det kan också vara en relevant geografisk marknad som är större än Sverige.⁶⁷

En företags dominerande ställning på en marknad grundas på ett flertal omständigheter. Marknadsandelen av den relevanta marknaden är särskilt viktig men även andra faktorer är av betydelse. Enligt praxis i EG-rätten tyder en marknadsandel som understiger 30 procent inte på en dominerande ställning förutom under speciella omständigheter. Vid marknadsandelar mellan 30 och 40 procent så föreligger inte dominans, om det inte finns andra faktorer som har betydelse, till exempel finansiell styrka, teknologi och annan kunskapsmässig överlägsenhet, konkurrenternas storlek och styrka. Procenttal över 40 procent ger tydliga tecken på dominans och en marknadsandel på 50 procent tyder på att företaget har en marknadsdominerande ställning. Om marknadsandelen överstiger 65 procent är företagets position i princip omöjlig att kasta omkull.⁶⁸

⁶⁴ SOU 1995:3, *Svenska medieägare - Ägarförändringar och samarbetsprojekt 1995 av Staffan Sundin*, sid. 85

⁶⁵ SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, sid. 172

⁶⁶ Ibid, sid. 173

⁶⁷ Ibid, sid. 169ff

⁶⁸ Ibid, sid. 173

4.4 Lagen prövas

Några exempel nämns här för att visa hur anmälningar kan gå till och vad de kan resultera i.

Tidskriftdistributören Tidsam har anmälts till Konkurrensverket ett flertal gånger, bland annat år 1994 av Epix Förlag, Moto Press och Media Press. Tidsam ägdes år 1994 av Bonnier till 42,5 procent, Allerssfären till 28,5 procent, Egmontsfären till 14,5 procent och Förlags AB Albinsson & Sjöberg till 14,5 procent och anmälan gällde huruvida Tidsam vägrade att åta sig distribution av vissa tidskrifter. Anmälarna yrkade på att Konkurrensverket skulle sätta in åtgärder. Konkurrensverket fann dock att Tidsam inte bröt mot något av förbuden i konkurrenslagen och det blev ingen åtgärd. Epix Förlag gick vidare med frågan till Stockholms Tingsrätt men förlorade målet där.⁶⁹

Tidningen *Metro* gjorde en anmälan till Konkurrensverket i oktober år 1996 gällande otillåten samverkan mellan Bonnierägda *Dagens Nyheter* och då Investorägda *Svenska Dagbladet*. Anmälan gällde huruvida Pressens Morgontjänst, som ägdes till 80 procent av *Dagens Nyheter* och 20 procent av *Svenska Dagbladet*, missbrukade en dominerande ställning på marknaden genom att inte vilja distribuera *Metro*, vars ägare var MTG. Konkurrensverkets beslut blev att samarbetet inte var fel eller ett missbruk av en dominerande ställning. Således gjordes ingen åtgärd med stöd av konkurrenslagen.⁷⁰

4.5 Köpet av Svenska Dagbladet strandar

Bonnierägda *Dagens Nyheter* planerade att köpa den hårt sargade tidningen *Svenska Dagbladet* i juni år 1998 på grund av att ägarna, Investor, tröttnat på att år efter år täcka förlusterna av tidningen. Investor ville att en branschkundig och långsiktig ägare skulle ta över och därför inleddes förhandlingar med Bonnier. Uppgårelsen gick ut på att tidningarnas avdelningar för administration, teknik och distribution skulle samordnas och för att slutföra affären ville Bonnier att regeringen skulle ge en garanti för att affären inte skulle ligga Bonnier till last i framtiden. Marita Ulvskog (s) som vid denna tidpunkt var kulturminister ville dock inte ge en sådan garanti eftersom den helt skulle gå emot regeringens mediepolitiska mål att motverka ägarkoncentration. Bonnier drog sig då tillbaka och *Svenska Dagbladet* såldes efter ett par dagar till det norska medieföretaget Schibsted.⁷¹

Erik Månsson, informationsdirektör på Bonnier AB, hade en lite annan version av hur uppgörelsen såg ut. Han berättade att affären nästan var klar när Marita Ulvskog (s) helt plötsligt i en intervju gick ut med att detta köp omöjligt skulle kunna äga rum på grund av Bonniers redan stora ägande. Innan hade hon just haft diskussioner med Bonnier om det möjliga i att låta denna affär bli av. Till saken hör också att Bonniers i samband med det eventuella köpet av *Svenska Dagbladet* diskuterat med Ulvskog (s) om möjligheten att träffa en liknande uppgörelse mellan Bonnierägda *Sydsvenska Dagbladet* och den socialdemokratiska tidningen *Arbetet* i Skåne. Idén, även för dessa tidningar, var att ha gemensam administration, teknik och distribution. Ulvskog uttryckte en önskan att Bonnier skulle undersöka om det var en möjlig lösning för att rädda *Arbetet* från konkurs, men således gick ingen av affärerna igenom och *Arbetet* fick kort därefter läggas ned medan *Svenska Dagbladet* såldes till det norska företaget Schibsted.⁷²

⁶⁹ SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, sid. 186ff

⁷⁰ Ibid, sid. 190ff

⁷¹ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 23

⁷² Månsson, Erik, (2005-05-20), egen intervju

Företaget Schibsted är således norskt och för utländskt ägande av svenska medier finns vissa regler. I den svenska tryckfrihetsförordningen står det att ägaren till en tidskrift i Sverige som har regelbunden utgivning ska vara svensk medborgare eller svensk juridisk person men i vanlig lag står det att även utländska medborgare eller utländska juridiska personer, med hemvist i Sverige, får vara ägare till en sådan skrift. Idag har utländska medborgare och utländska juridiska personer i en stat *inom* EES-området⁷³ rätt att äga periodiska skrifter som trycks i Sverige. En utländsk fysisk eller juridisk person *utanför* EES-området får däremot inte direkt äga en svensk periodisk skrift. Ingenting hindrar dock en sådan person från att bilda eller förvärva aktiemajoriteten i ett svenskt bolag som äger eller förvärvar en svensk periodisk skrift. I ett svenskt bolag måste dock verkställande direktören och minst hälften av styrelseledamöterna vara bosatta inom EES-området, om inte Patent- och registreringsverket meddelar undantag.⁷⁴

4.6 Aktier förvärvas i TV4

När TV4 fick rätten att bedriva marksänd TV år 1991 avstod Bonnier från att lägga ett anbud, troligtvis av hänsyn till de reaktioner om ägarkoncentration det skulle kunna skapa. Att köpet av *Sydsvenska Dagbladet* år 1994 inte var en tillfällighet utan att Bonnier ville stärka sin ställning på den svenska mediemarknaden bekräftades sedermera när företaget kort därefter, år 1997, köpte två större aktieposter i TV4 genom Mariebergskoncernen och finska Alma Media, där Bonnier var största delägare.⁷⁵ Under år 2002 gjorde Bonnier fler förvärv i TV4 vilket ledde till att företaget, genom Marieberg och Alma Media, fick kontroll till 45 procent över TV4 och hade majoriteten av platserna i styrelsen.⁷⁶

Kulturministern vid den här tidpunkten, Marita Ulvskog (s), var emot att Bonnier gick in i TV4. Hon gick till angrepp mot företaget och dess sätt att öka sin redan överlägsna dominans på den svenska mediemarknaden och hon anklagade också TV4 för att ha brutit mot sitt avtal med staten som sa att kanalen inte fick göra ägarförändringar som påverkade balansen på mediemarknaden. Ulvskog (s) ville få hela TV4:s sändningstillstånd indraget men anmälan uteblev. Anledningen tros vara att processen skulle ha blivit för långdragen, SVT fick istället 500 extra miljoner för att på så sätt stärka public service i konkurrensen med TV4, säger journalisten Dan Josefsson. Han säger också att en annan teori är att anmälan mot TV4 aldrig gjordes för att processen antagligen skulle ha sträckt sig över ett riksdagsval då socialdemokraterna skulle ha varit beroende av exempelvis TV4 och Bonniers dagstidningar.⁷⁷

Marita Ulvskog (s) tillsatte en mediekoncentrationskommitté år 1997 på grund av att hon tyckte att det behövdes en lag mot ägarkoncentration eftersom TV4 uppenbart struntade i avtalen företaget hade med staten.⁷⁸ Mediekoncentrationskommittén tog över arbetet efter *Rådet för mångfald inom massmedierna*, som tillsattes år 1994 (se 4.2), och utredningens förslag, som fick namnet *Yttrandefriheten och konkurrensen*, blev färdigt i februari år 1999. Det gick ut på att en ändring borde göras i grundlagen så att samma lagar som hindrar monopol i andra branscher också borde gälla mediebranschen. Medieföretag som vill göra fler tidningsförvärv skulle således inte längre kunna hänvisa till yttrandefrihetsgrundlagen som säger att alla har rätt

⁷³ EES-området består av alla länder inom EU och Efta.

⁷⁴ SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, sid. 319ff

⁷⁵ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 275

⁷⁶ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 65

⁷⁷ Josefsson, Dan, (2000-05-03), *De globala mediemonopolen - en lägesrapport i fyra akter*. [www].

⁷⁸ Ibid.

att etablera en tidning. År 2001 fanns ett regeringsförslag utarbetat som innebar att även tidningsmarknaden skulle omfattas av konkurrenslagen för att förhindra skadlig ägarkoncentration. Förslaget, som krävde en förändring av tryckfrihetsförordningen, lades dock aldrig fram på grund av det inte skulle få majoritet i riksdagen.⁷⁹

Karin Johansson (kd), Olle Wästberg (fp) och Anders Björck (m) skrev i en artikel på Dagens Nyheters debattsida att förslaget var ett attentat mot öppna medier. Alla tre hade också suttit med i mediekoncentrationskommittén men reserverat sig mot förslaget. De skrev att balansen mellan statsmakt och medier i och med förslaget skulle förskjutas på ett skrämmande sätt och att fria medier nu var hotade och att överheten skulle få ett svärd i sin hand. Anders Björck (m) hade enligt samstämmiga uppgifter från andra ledamöter, säger journalisten Dan Josefsson, försökt sabotera utredningens arbete genom att redan innan betänkandet var klart skrivit debattartiklar om att det eventuella lagförslaget skulle få allvarliga följder för yttrandefriheten i Sverige och att ”gamle Stalin skulle ha gillat upplägget”.⁸⁰

En orsak till att de statliga mediekoncentrationsutredningar som gjorts inte lett någonstans kan vara att politiska krafter gynnas av det rådande systemet, spekulerar Dan Josefsson. Dagstidningsmarknaden är till 80 procent borgerlig, så varför skulle borgarna vilja ändra strukturen?⁸¹

De som varit negativa mot mediekoncentrationslagar har ofta varit det på grund av att de inte vill att ändringar ska göras i grundlagarna tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). Tryckfriheten har länge varit skyddad i Sverige, den nuvarande TF trädde i kraft år 1950, och den har under årens lopp utvecklats till ett unikt detaljerat grundlagsskydd. Tryckfrihetens syfte är att säkerställa ett fritt meningsutbyte och en allsidig upplysning, alla ska ha rätten att uttrycka sina tankar och åsikter i skrift. Tryckfriheten skyddar dock inte alla former av yttranden i tryckta skrifter. Den som utövar tryckfriheten har en skyldighet att hålla sig inom de ramar som TF sätter upp till skydd för enskildas rätt och allmän säkerhet. TF har vissa grundsatser, en av dem är etableringsfrihet och den innebär att alla svenska medborgare har en frihet att starta och driva tryckeriverksamhet och att ge ut och sprida tryckta skrifter i Sverige. Således gäller det oavsett hur många dagstidningar någon redan äger.⁸²

År 1992 trädde YGL i kraft och den innebär att de grundsatser som gällt för tryckta medier också ska gälla för nyare medier såsom radio, television och liknande överföringar samt för filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar.⁸³

Medieområdet är således den enda bransch i Sverige som är grundlagsskyddad.

Massmedieforskaren Jens Cavallin säger att det av vissa ses som ett problem att grundlagen så att säga blir ett hinder för yttrandefriheten, på grund av att YGL inte hindrar bekämpning av privat maktkoncentration i medier.⁸⁴

Ägandestrukturen i TV4 förändrades ytterligare under december år 2004 och januari år 2005. Schibsted och Proventus gick in som nya ägare och förvärvade 20,7 respektive 15 procent av TV4. Schibsted förvärvade också en option att köpa LRF:s andel på 6 procent.⁸⁵ Optionen utnyttjades den 20 maj 2005 och ökade Schibsted ägande till

⁷⁹ Josefsson, Dan, (2000-05-03), *De globala mediemonopolen – en lägesrapport i fyra akter*. [www].

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, sid. 147ff

⁸³ Ibid, sid. 153

⁸⁴ Josefsson, Dan, (2000-05-03), *De globala mediemonopolen – en lägesrapport i fyra akter*. [www].

⁸⁵ TV4 [www].

26,7 procent av TV4.⁸⁶ Bonnier äger idag 29,3 procent av TV4 och tillsammans med Proventus äger Bonnier 23,4 procent som de förvärvade av Alma Media till ett gemensamt ägt bolag, Nordic Broadcasting Oy.⁸⁷ Bonniers sammanlagda ägande är således 41 procent och Proventus sammanlagda ägande är 26,7 procent.

TV4 hamnade i och med de senaste ägarförändringarna på börsens observationslista. Där hamnar ett företag om ägarspridningen i bolaget är för låg. Allmänheten måste äga minst 25 procent av aktierna i ett bolag och i TV4:s fall äger allmänheten bara ett par procent. Om man inte gör en ägarförändring i ett bolag som har dålig ägarspridning inom cirka 6 månader avnoteras företaget från börsen. TV4 avnoterades den 22 juli år 2005 vilket ledde till att TV4:s aktieaffärer nu görs på listan "Nya marknaden".⁸⁸

Journalisten Nils-Olof Ollevik tror att när TV4 väl är borta från börsen kan det komma att innebära att företaget längre fram blir ett helägt bolag i Bonnierkoncernen tillsammans med bland annat *Dagens Nyheter*, *Expressen*, *Dagens Industri*, *Sydsvenska Dagbladet*. Då lär diskussionerna om en "Lex Bonnier" åter bli aktuell, spår han.⁸⁹

I samband med TV4:s senaste ägaromstrukturering i slutet av år 2004 var kulturminister Leif Pagrotsky (s) bekymrad över koncentrationen i mediasverige. Han ansåg att TV4:s sändningstillstånd borde ses över. Marita Ulvskog (s), den förre kulturministern, höll med och sa att det var utan tvivel att ägarkoncentrationen i medierna ökat påtagligt nu när dessa affärer gått igenom.⁹⁰

För sändningar av radio- och TV-program genom kabel råder etableringsfrihet vilket framgår i yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) och inga krav på tillstånd får ställas. I lagen står att friheten emellertid får begränsas för att bland annat ge utrymme för vissa program i den utsträckning de behövs. Allmänhetens intresse av tillgång till allsidig upplysning är således skyddad i YGL. Sändningar av radio- och TV-program på annat sätt än genom kabel, som hos TV4, får däremot regleras genom lag som innehåller regler om tillstånd och villkor för att sända.⁹¹

Verksamheten i TV4 bygger således på ett av staten utfärdat sändningstillstånd där vissa huvudprinciper för sändningarna anges. TV4 har ensamrätt på att sända reklam i marksänd TV i Sverige och för denna rätt betalar kanalen en årlig avgift till staten.⁹² Sändningstillståndet innehåller ett tjugotal paragrafer, varav paragraf 16 är mest aktuell när det gäller ägarkoncentration. I paragraf 16 står det att ägarförhållandena och inflytandet i TV4 inte i sin helhet får påtagligt förändras så att ägarkoncentrationen inom medierna ökar.⁹³ Det är denna paragraf man hänvisar till när TV4:s ägarförändringar diskuteras, och paragrafen brukar tolkas på olika sätt.

4.7 Gratistidningen Stockholm City startas 2002

Bonnier startade gratistidningen *Stockholm City* i oktober år 2002 för att man ville få en del av gratistidningsmarknaden och möta konkurrensen från *Metro* på annonsmarknaden.⁹⁴ Kort efter lanseringen anmäldes Bonnier och *Stockholm City* till Konkurrensverket, av tidningen

⁸⁶ Öhlin, Henrik, (2005-05-20), *TV4: Schibsted utnyttjar option, LRF säljer hela innehavet*. [www].

⁸⁷ TV4 [www].

⁸⁸ Stockholmsbörsen [www].

⁸⁹ Ollevik, Nils-Olof, (2005-01-31), *Bonnier drar undan mattan för sig själv*. [www].

⁹⁰ Boman, Erik, (2005-01-24), *Bonnier tar greppet om TV4 - Pagrotsky kritisk*. [www].

⁹¹ SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, sid. 223ff

⁹² SOU 1999:126, *Politikens medialisering*, sid. 34

⁹³ TV4 [www].

⁹⁴ Hadenius, Stig & Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier - En bok om press, radio och TV*, sid. 115

Metro, för prisdumpning men ärendet avskrevs. I april år 2004 anmäldes *Stockholm City* ännu en gång till Konkurrensverket av *Metro*, som hävdade att *Stockholm City* bara tog en tredjedel betalt för annonseringen jämfört med *Metro*. *Stockholm City* hävdade däremot att man bara låg 20 procent under Metros priser. ”Konflikten” mellan *Metro* och Bonnier går tillbaka ända till år 1996 då Bonnierägda *Dagens Nyheter* anmälde Storstockholms lokaltrafik (SL) till Konkurrensverket för dess avtal med *Metro*. *Metro* svarade då med att anmäla Pressens Morgontjänst, som ägdes av *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet*, till samma instans, vilket nämns under 4.4.⁹⁵

5. Tidigare forskning

Mycken tidigare forskning tangerar de områden denna uppsats rör sig inom. Studierna handlar om vad som skapat mediekoncentrationen i Sverige, ekonomiska förhållanden i medieföretag och hur demokratin i ett land kan påverkas vid för hög mediekoncentration.

Karl Erik Gustafsson, professor i massmedieekonomi, är en av de forskare i Sverige jag inspirerats av. Han har länge haft intresse för massmediernas ekonomi i ett historiskt perspektiv. Frågeställningar i hans forskning rör såväl press- och etermedier som reklam och nya elektroniska medier. Det är dock dagspressens villkor som ligger honom varmast om hjärtat.⁹⁶

Den globala mediekoncentrationen har ofta stått i fokus i den svenska debatten. Nio stycken av de största konglomeraten i världen var verksamma i Sverige år 2003 men sedan millennieskiftet har de största mediekoncernerna minskat sin direkta närvaro på den svenska mediemarknaden. De nio mediekonglomeratens omsättning uppgick till cirka 650 miljoner kronor i Sverige år 2001, vilket låg i nivå med bland annat Centertidningars omsättning samma år. Några av mediekoncernerna var Vivendi Universal, Bertelsmann, Disneykoncernen, Sony och Viacom. Mediemogulen Rupert Murdoch och hans News Corporation har endast ett par bolag för film- och videodistribution i Sverige.⁹⁷

Min uppsats rör sig på svenskt territorium men jag har ändå valt att ha med tre forskare som undersökt situationen för medierna i USA. Forskarnas teorier visar hur situationen skulle kunna se ut i Sverige i framtiden och därför är de av värde för uppsatsen.

5.1 Journalisters syn på mångfald

I undersökningen *Journalist 2000* fick journalister svara på frågan om de ansåg att det år 1999 fanns en större eller mindre mångfald i det samlade medieutbudet jämfört med tio år tidigare. Journalisternas syn var att mångfalden i det svenska medieutbudet hade förändrats de senaste tio åren. Andelen som ansåg att mångfalden hade ökat var 60 procent medan 30 procent ansåg att mångfalden minskat. Journalister med lägre utbildning ansåg i högre utsträckning än sina högtbildade kollegor att mångfalden ökat.

Om man ser till journalisternas politiska åsikter ansåg 57 procent av dem som sympatiserar med vänsterpartiet och socialdemokraterna att mångfalden ökat, motsvarande siffra för borgerliga sympatisörer var 66 procent och miljöpartisterna 71 procent. Förklaringarna journalisterna hade till en ökad mångfald var bland annat tillkomsten av nya medier, ökad

⁹⁵ Leijonhufvud, Jonas, (2005-04-04), *Mångsidig strid mellan gratistidningar*. [www].

⁹⁶ Carlsson, Ulla (red.), (2003), *Pennan, Penningen & Politiken - Medier och medieföretag förr och nu*, sid. 7

⁹⁷ Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*, sid. 11

konkurrens och nya medieägares inträde på marknaden. De som ansåg att mångfalden minskat pekade på ett ökat ekonomiskt tänkande bland medieägarna, och ökad ägarkoncentration.⁹⁸

5.2 Antalet medieägare i Sverige minskar

I demokratiutredningen *En uthållig demokrati* från år 2000 tas mediekoncentrationsfrågor upp i liten utsträckning trots det faktum att medierna är viktiga medel i en demokrati.

Demokratiutredningen föregicks av 13 stycken forskarvolymmer och 32 stycken skrifter inom områden kopplade till demokrati. När det gäller mångfald av medier har författarna kommit fram till att mångfalden i kanaler för mediedistribution inte motsvaras av en lika stor mångfald i perspektiv när det gäller skildringar av verkligheten eller framförandet av åsikter.⁹⁹

Etableringsfriheten har sedan andra världskriget lett till att en handfull bestående flerdagarstidningar etablerats, och bara på 16 utgivningsorter i landets 289 kommuner är det fler än 1 ägare som ger ut tidningar. Således är det bara på ett par utgivningsorter som konkurrensläget kan sägas vara jämnt mellan olika tidningsägare, menar utredarna. Tidningsutgivning bedrivs idag i ökad utsträckning på villkor som innebär att företagsekonomisk lönsamhet har prioritet och även detta förhållande bidrar till att påverka den faktiska mångfalden och förutsättningarna för det offentliga samtalet. Idag har åtskilliga lokalredaktioner avvecklats, ibland den enda på orten, och på allt fler orter i Sverige svarar en enda tidningsredaktion för all regelbunden journalistisk bevakning, enligt utredarna.¹⁰⁰

Utredningen kom också fram till att medierna i större utsträckning än förr ägnar sig åt underhållning och ytliga diskussioner, och färre upplysande och eftertänksamma samtal. Utredarna hävdar att mediernas roll i demokratin måste få en ökad politisk uppmärksamhet, men hur den statliga mediepolitiken eventuellt ska förändras står det inget.¹⁰¹

Utredarna anser vidare att ägarkoncentration kan leda till mediemonopol och att monopol kan vara till skada för demokratin och yttrandefriheten. I ett pluralistiskt samhälle där enskilda tidningsföretag är skyddade från statens ingrepp, har den ansvarige utgivaren ensamrätt när det gäller att avgöra det slutliga redaktionella innehållet och detta är en grundläggande princip. Det bör stå var och en fritt att i egna medier ta parti för sin sak i konflikt med andra och det stora värdet av denna princip för demokratin gör det emellertid också angeläget att politiken formas så att ingen mediemarknad helt domineras av en enda, eller ett fåtal, ägare. Där ett enda företag helt får dominera finns ingen marknad, där råder monopol.¹⁰²

5.3 Mediestrukturen i USA är ett hot mot demokratin

Forskaren Robert McChesney skriver, i sin bok *Rich media, poor democracy - Communication politics in dubious times*, om krisen inom medierna i USA och i resten av världen. Hans lösningar på krisen är främst att få till stånd en diskussion om spänningarna som finns mellan dels de vinstdrivande företagen i mediabranschen och dels en av grundstenarna i en demokrati; behoven av kommunikation. McChesney säger att om vi alla menar allvar med tanken på att fortsätta leva i demokratier så måste vi reformera den mediestruktur som finns idag. Det är

⁹⁸ JMG Granskaren, nummer 2-3 2001, sid. 32

⁹⁹ SOU 2000:1, Demokratiutredningen *En uthållig demokrati*, sid. 76

¹⁰⁰ Ibid, sid. 79ff

¹⁰¹ Ibid, sid. 76

¹⁰² Ibid, sid. 79

också viktigt att akademiker inom media och kommunikation ska kunna känna att det de gör är viktigt och kan vara avgörande för att demokratisera media.¹⁰³

Det har aldrig varit ett sådant flöde av information som det är nu under vår tid, menar McChesney. De som befinner sig högst upp i "the golden web" är en handfull enorma företag, vars storlek är tio gånger större än de största medieföretagen var för femton år sen. Dessa företag är globala imperier som tjänar mycket pengar på att publicera nyheter och underhållning till människor i hela världen. Oberoende av statlig kontroll tillhandahåller de valmöjligheter för oss konsumenter, val som var omöjliga för en eller två generationer sedan.¹⁰⁴

McChesney säger att många affärer på medieområdet gjorts sedan han blev färdig med den första amerikanska upplagan av *Rich media, poor democracy - Communication politics in dubious times*. Viacom har förvärvat CBS och skapat världens tredje största mediekonglomerat, AOL har förvärvat Time Warner i den största sammanslagningen genom historien och bolaget är värderat till omkring 160 miljarder dollar. Tribune Company har köpt Daily Mirror vilket betyder att alla stora dagstidningskedjor i USA nu ingår i ett större mediekonglomerat.¹⁰⁵

Fler sammanslagningar kommer att ske de närmaste åren i USA, spår McChesney. I synnerhet om de få återstående federala begränsningar i fråga om medieäggande blir mindre strikta. År 1999 beslöt FCC att ett företag får äga mer än en TV-station på samma marknad. När de federala förbuden mot att äga en dagstidning och en TV-station eller ett kabelsystem och en TV-station, på samma marknad, upphävs kan vi vänta oss en ny våg av kolossala affärssuppgörelser, så att konglomeraten i det övre skiktet växer sig ännu starkare, säger McChesney. Han säger också att det inte bara är det att ägarkoncentrationen blir större i USA, utan journalistiken hamnar på undantag och journalistikens förfall fortsätter med oförminskad hastighet. Det kan bland annat förklaras med det ökade tryck som storföretagen utövar för att få journalistiken att generera enorma vinster. Därför koncentrerar man sig på lättskrivna triviala reportage och en nyhetsinriktning som slår an hos överklassen och övre medelklassen.¹⁰⁶

Forskaren Ben Bagdikian kom redan år 1983 med varningar om hur mediaföretag flyttade fram sina ägarpositioner. Vissa kritiker kallade honom alarmist men sedan dess har företagen som äger USA:s press, radio, TV, böcker minskat från femtio till tio. De stora företagen har således flyttat fram sina positioner rejält.¹⁰⁷ Under de sista fem åren har ett litet antal av USA:s största industriföretag fått mer makt när det gäller media än något annat privat företag någonsin har haft i världshistorien, säger Ben Bagdikian i boken *The media monopoly*. Det handlar inte om produktion av en enskild vara såsom kylskåp eller kläder. Det handlar om att kunna påverka nyheterna som omger oss alla. En makt över orden och intrycken som når oss genom diverse media. "And with that power comes the ability to exert influence that in many ways is greater than that of schools, religion, parents, and even government itself".¹⁰⁸

Hjälpta av den digitala revolutionen och att de själva ansvarar för varje steg i den massmediala processen, från skapandet av innehåll till distribueringen till hemmen, så har mediakartellerna utövat en förbluffande påverkan över den nationella lagstiftningen och de

¹⁰³ McChesney, Robert, (1999), *Rich media, poor democracy - Communication politics in dubious times*, sid. ix

¹⁰⁴ Ibid, sid. 1

¹⁰⁵ McChesney, Robert, (2001), *All makt åt medierna - eller ge folk vad folk vill ha?* (svensk upplaga av: *Rich media, poor democracy - Communication politics in dubious times*), sid. 17ff

¹⁰⁶ Ibid, sid. 17ff

¹⁰⁷ Bagdikian, Ben H., (1997), *The media monopoly*, sid. 290

¹⁰⁸ Ibid, sid. ix

styrande instanserna. En påverkan som för tjugo år sedan skulle ha kallats skandalös eller olaglig, säger Bagdikian. Han säger också att mediakartellernas expansion varit möjlig på grund av ett myndigheternas tillbakadragande. De hade tidigare en strävan efter att vilja skydda konsumenterna, och samtidigt hade myndigheterna en önskan om förändring av innehåll och ägande i massmedierna. Regeringens passivitet har gjort det möjligt för de nya mediala storföretagen att projicera nyheter, reklam och bilder in i det medvetna och omedvetna hos i princip alla amerikaner.¹⁰⁹

5.4 Vinstdrivande företag sätter agendan

Forskaren Noam Chomsky vill krossa myten i *Necessary Illusions* om att medier är oberoende och att journalister vill avslöja sanningen till varje pris. Han visar att medierna i praktiken går de statliga och privata intressenas ärenden. När enskilda journalister strävar efter professionalism och hög kvalitet på sitt arbete så är det i slutändan deras arbetsgivare, mediaföretaget, som slutgiltigt bestämmer agendan av vad vi ser, hör och läser.¹¹⁰

Noam Chomsky tycker därmed det bedrivs alldeles för lite forskning i frågan om vems ärenden medierna egentligen går. Hans personliga åsikt är att varje medborgare i en demokrati borde ta en kurs i intellektuellt självförsvar. Det behövs för att kunna försvara sig mot manipulation och kontrollerande i medierna. Var och en kan därmed hjälpa till att lägga grunden till en mer meningsfull demokrati.¹¹¹

Forskaren Jostein Gripsrud anser att medierna har en avgörande betydelse i våra demokratier. Medierna utvidgar vår självständighet och vårt rum för kritiskt tänkande och ger oss de grundläggande rättigheterna i demokratiska samhällen, såsom informations- och yttrandefrihet. Han säger att mediepolitik i grund och botten handlar om hur man på bästa sätt bevarar och stärker befolkningens informations- och yttrandefrihet i vid mening. Det råder dock stridigheter om i vilken grad och på vilket sätt som politiska myndigheter ska - och *kan* - ingripa i och styra mediernas interna förhållanden och ägarnas ekonomiska handlingsfrihet.¹¹²

Eftersom de ekonomiska villkoren så effektivt sätter sin prägel på vad medierna erbjuder sin publik är åtgärder riktade mot monopoliseringstendenser och andra strukturella förhållanden även av stor betydelse för mediernas innehållsliga kvaliteter. Här handlar det om åtgärder som måste beröra mediebranschen på internationell och global nivå, säger Gripsrud.¹¹³

5.5 Mediekoncentration och ekonomiska frågor

Att se till de ekonomiska aspekterna i ett medieföretag är viktigt när mediekoncentration diskuteras. Att medieägarna koncentrerats till några få i Sverige idag kan till viss del förklaras av att ägarna, som hållit sig kvar, har en bra och välskött ekonomi.

Forskaren Tomas Lappalainen säger att den största delen av mänsklighetens göranden och låtanden har med ekonomi att göra, och när ekonomin omgestaltas förändras också "livet i dess finaste porer". Därför är det värdefullt att ställa ekonomiska frågor när man studerar annat än själva ekonomin. Tomas Lappalainen redogör i artikeln *Tidningsekonomi och politisk opinionsbildning* för en teori som kan förklara varför den västliga idémarknaden i dagspressen

¹⁰⁹ Bagdikian, Ben H., (1997), *The media monopoly*, sid. 8ff

¹¹⁰ Chomsky, Noam, (1989), *Necessary Illusions*, sid. 423

¹¹¹ Ibid, sid. viii

¹¹² Gripsrud, Jostein, (2000), *Mediekultur, mediesambälle*, sid. 384

¹¹³ Ibid, sid. 385

domineras av borgerliga politiska värderingar. Huvudtanken är att systemet med annonsfinansiering av pressen producerar en mycket starkare efterfrågan på politiska idéer som uttrycker kapitalintressen än på idéer som uttrycker andra intressen.¹¹⁴

Denis McQuail uttryckte dessa tankar redan år 1983 när han sa att man nog skulle, utan större svårighet, kunna belägga att västsamhällets viktigaste massmedier inte är mer benägna att kritiskt behandla kapitalismens grundsatser än vad Östeuropas medier var när det gällde att ifrågasätta rättvisan bakom deras dåvarande ekonomi och samhälle.¹¹⁵

En annan aspekt när det gäller den växande mediekoncentrationen inom dagspressen i Sverige är minskandet av "Arbetspresstidningar". Från att ha varit den näst största ägaren av dagspress i Sverige har A-pressen i det närmaste försvunnit. Vilket är en anledning till att mediekoncentrationen så att säga vuxit av sig självt. A-pressen finansierades stort av bland andra fackföreningsrörelsen, som redan på 1980-talet blev kärvare i sin syn på dessa tidningsföretag. Lars Engwall nämner detta i sin artikel *Ägar- och ledningsformers betydelse för den socialdemokratiska pressens utveckling*. Han skriver att man inte längre ville bidra till den i vissa fall lättsinniga attityd som en del A-presstidningar hade utan nu skulle tidningarna själva få planera verksamheten inom vissa ramar och utan att kunna förvänta sig pengar från fackföreningsrörelsen. A-pressen har ända sedan 1850-talet haft problem med att få annonsörer, vilket lett till att A-pressen hela tiden haft svårigheter med ekonomin.¹¹⁶

6. Metod

För att svar på frågeställningarna i denna uppsats blev en intervjuundersökning ett naturligt val. Denna metod lämpade sig bäst för ändamålet. Jag ville undersöka hur olika grupper i samhället ser på företaget Bonnier och frågan om mediekoncentration idag, och de tre grupperna som valdes ut; journalister, politiker och näringslivet i form av Bonnier och konkurrenten Schibsted, kändes också självklara med tanke på frågorna jag hade.

6.1 Intervjuer

För att få reda på hur journalister tänker valde jag att intervjua Journalistförbundets ordförande Agneta Lindblom Hulthén och få hennes syn. Jag är medveten om att journalister kan tycka olika i dessa frågor men att valet föll på henne var på grund av att Journalistförbundet är journalisternas fackliga organisation och att förbundets åsikt därmed kan anses stå för medlemmarna.

Mitt urval av politiker baserades på en artikel i Pressens Tidning, nr 5-05, om vilka i de olika partierna som är ansvariga talesmän i mediefrågor. Trots innehållet i den artikeln hamnade jag inledningsvis fel hos flera partier och blev skickad vidare. De intervjuade blev efter många turer: Dan Kihlström (kd); Gustav Fridolin (mp); Tobias Krantz (fp); Rossana Dinamarca (v); Birgitta Sellén (c); Johan Andersson (s) och Kent Olsson (m).

Att en representant på företaget Bonnier är intervjuad kräver ingen vidare förklaring eftersom företaget är fokus i min uppsats. Hos Bonnier intervjuades informationsdirektör Erik Månsson. Att valet föll på honom var naturligt eftersom han i egenskap av

¹¹⁴ Carlsson, Ulla (red.), (1988), *Ekonomiska perspektiv i forskning om massmedier*, sid. 75

¹¹⁵ McQuail, Denis, (1983), *Masskommunikationsteori*, sid. 203

¹¹⁶ Carlsson, Ulla (red.), (1988), *Ekonomiska perspektiv i forskning om massmedier*, sid. 54ff

informationsdirektör hade all information jag behövde och Erik Månsson ställde gärna upp på en intervju snabbt.

Att intervjua en konkurrent till Bonniers var väsentligt för min uppsats eftersom svaren är av intresse i debatten om Bonniers medicägande. Valet föll på det norska företaget Schibsted eftersom det företaget är Bonniers största konkurrent i Sverige när det gäller dagspress och företaget äger också en stor andel i TV4, precis som Bonnier. Schibsted ägde också den svenska filmkedjan Sandrews, konkurrent till Bonnierägda SF Bio, fram till 3 veckor innan tidpunkten för min intervju. Sandrews såldes till Triangelfilm den 2 maj år 2005.¹¹⁷ Företaget är också en av de största aktörerna i hemlandet Norge. Representanten för Schibsted som intervjuades var Gunnar Strömblad, VD på Schibstedägda Svenska Dagbladet. Jag hänvisades till honom när jag kontaktade Schibsteds huvudkontor i Norge.

Frågorna jag ställde bestod av mina huvudfrågeställningar för uppsatsen men också ett flertal underfrågor som hör nära samman med de första. Frågorna var i stort sett desamma till alla respondenter. Några undantag var nödvändiga.¹¹⁸ Bland annat fick Bonniers representant Erik Månsson ett par frågor som specifikt gällde Bonnier, likaså fick Journalistförbundets representant Agneta Lindblom Hulthén en fråga som specifikt gällde henne. Frågan var hur hon ser på journalistikens utveckling inom Bonnierföretagen. Anledningen till att bara hon fick denna fråga var att Journalistförbundet av naturliga skäl bäst kan besvara denna fråga och att jag var ute efter just hennes svar på frågan och inte politikernas eller näringslivsrepresentanternas.

Intervjuerna med Erik Månsson, Gunnar Strömblad och Agneta Lindblom Hulthén spelades in på bandspelare. Intervjuerna med politikerna valde jag att göra per mail. Dels för att respondenterna inte hade den tid som behövdes för en personlig intervju och dels av tidsbrist för egen del inom ramen för denna uppsats. Två av politikerna ville inte svara på frågor per mail, Johan Andersson (s) och Kent Olsson (m), så intervjuerna med dem gjordes per telefon.

När man vill dra generella slutsatser av ett material är det normalt att göra flera intervjuer med olika personer inom samma ämne för att få ett tillräckligt stort material att dra slutsatser ifrån.¹¹⁹ Mitt arbete grundar sig dock inte på att jag ska dra generella slutsatser utav mina intervjuer. Istället ska jag genom var och en av dem få en inblick i var aktörerna står i denna fråga idag, därav det begränsade antalet intervjuer.

För att minska risken för feltolkningar av intervju svaren har jag i de fall där det behövs, två riksdagspolitiker som blev intervjuade på telefon, kontaktat respondenten efteråt. Jag har också visat de utskrivna intervjuerna för samtliga respondenter, så att de har fått möjlighet att korriger eventuella missuppfattningar.

Eftersom intervjuerna inte ska fungera som material för en sociolingvistisk eller psykologisk analys är de bandade intervjuerna inte återgivna i ordagrann form med exempelvis alla ”hm” och pauser som förekommer i ett intervjusamtal. Avvikelser från ämnet är också borttagna. Meningen har varit att visa intervju personens åsikter så tydligt och koncentrerat som möjligt.¹²⁰ Meningen har inte varit att registrera de visuella aspekterna av intervjuerna

¹¹⁷ Tidningen Ingmar, (2005), *Triangelfilm tillsammans med partners köper Sandrew Metronomes biografier i Sverige*. [www].

¹¹⁸ Se bilaga 3: Intervjumanual

¹¹⁹ Krag-Jacobsen, Jan, (1993), *Intervju - konsten att lyssna och fråga*, sid. 19

¹²⁰ Kvale, Steinar, (1997), *Den kvalitativa forskningsintervjun*, sid. 156ff

såsom ansiktsuttryck och kroppshållning. Mitt val att ha bandspelare var för att ämnet skulle komma fram ordentligt och att dynamiken i intervjuerna skulle bli den bästa.¹²¹

6.2 Metodkritik

Att intervjua per mail visade sig vara en sämre metod än jag väntat mig. I de flesta fall svarade intervjupersonerna väldigt kortfattat, vilket kan tolkas som att de tycker ämnet är svårt eller känsligt men också helt enkelt på grund av tidsbrist. I vissa fall dröjde svaren länge men kom efter påminnelser. En personlig intervju tror jag skulle ha gett mer utförliga svar.

Meningen var att frågorna till intervjupersonerna skulle ha varit väldigt öppna men i efterhand märkte jag att en del frågor dock gick att besvara kortfattat, vilket en del som intervjuades per mail valde att göra.

7. Journalisternas syn på Bonniers

Resultaten från min intervjuundersökning redovisas i följande tre kapitel med början i journalisternas syn. Det efterföljs av politikernas syn i kapitel 8 och slutligen presenteras resultaten från intervjuerna med näringslivets företrädare i kapitel 9.

I redovisningen av intervjuerna har jag skalat av upprepningar, svåra formuleringar med mera. Det som är kvar är kärnan i intervjuerna indelade i avsnitt. I detta kapitel finns intervjun med Journalistförbundets ordförande Agneta Lindblom Hulthén. Hon intervjuades personligen och allt bandades.

7.1 Demokratin är i fara

Agneta Lindblom Hulthén anser att Bonniers har en dominerande ställning på den svenska mediemarknaden men hon tycker inte att det enbart är Bonniers som har det. Hon nämner också Schibsted och Stampen som två företag med i princip lika dominerande ställningar. Just Stampen är mer diskreta med sitt ägande än Bonniers och företaget finns inte i medvetandet på samma sätt av historiska skäl som Bonniers gör, hävdar hon.

– Generellt sett anser vi på Journalistförbundet att den ökande massmediekoncentrationen via den ökande ägandekoncentrationen är av ondo av demokratiska skäl, säger Hulthén. Hon menar att med den mediestruktur som vi har idag i Sverige så förfogar medieföretag över oerhört stor makt.

Hulthén framhåller att Bonniers medieinflytande som sträcker sig ifrån annonser, påverkan, lobbying till ren produktion av utbildningsmaterial är stort och hon påpekar att om man samlar så mycket makt i ett företag som skulle kunna påverka demokratin, då är det en fara om man inte är medveten om det som ägare. Hon menar dock inte att just Bonniers inte är medvetna.

– Om vi jämför med hur det ser ut utomlands så är Bonniers en liten fläkt i vinden i jämförelse med de stora mediekonglomeraten som Warner Brothers, Disney med flera, säger Hulthén. Hon tror att Bonniers, Schibsted och Stampen nog själva ser sig som garanter för att Sverige kan ha ett fortsatt nationellt ägande. Hon menar samtidigt att man kan se det på ett helt annat sätt, vilket hon tycker är oroande.

¹²¹ Kvale, Steinar, (1997), *Den kvalitativa forskningsintervjun*, sid. 147ff

– För vad gör de stora medieföretagen egentligen? De förpackar den svenska medievärlden väldigt prydligt. Därmed blir den lätt att köpa upp av de stora mediemogulerna utomlands. I de lägena är det faktiskt bara pengarna som räknas, säger Hulthén. Hon tar det inte för otroligt att vi skulle kunna hamna i en situation där den välförpackade svenska medieindustrin inklusive journalistiken, det redaktionella och publicistiska, blir uppköpt av ett stort internationellt bolag. Vilket skulle betyda, enligt henne, att vi i Sverige får en situation där de urval av nyheter som de svenska medborgarna får veta görs någon helt annanstans i världen, redaktionellt sett. Problemet är inte bara Bonniers, utan gäller lika mycket för Stampen som NSD (Norrländska Socialdemokraten) eller Schibsted.

Hulthén uttrycker sin oro för att man idag korsäger varandra på ett väldigt intrikat sätt vilket för med sig att det är samma lilla grupp som styr i stort sett hela medieägandet i Sverige. Bonniers, Schibsted och Stampen äger för det första hälften av marknaden i Sverige. Sedan äger Stampen i sin tur delar inom Bonnier och Bonnier äger delar inom VLT (Vestmanlands Läns Tidning) och så vidare, menar hon.

– Det är ett massmediemonopol vi närmar oss i och med allt korsäggande mellan medieföretagen. Det är farligare ur demokratisk synvinkel än andra monopol, säger Hulthén. Hon tar som exempel om ägaren i Stampen-koncernen, som har ärvts i tre generationer, inte vill driva företaget vidare så kommer det att bjudas ut på marknaden och då är det de ekonomiska krafterna som styr. Hulthén kan inte se att den lagstiftning vi har idag kan hindra en sådan försäljning. Hon menar att det idag finns begränsningar när det gäller att utse tidningsutgivare men inga begränsningar när det gäller ägare. På det området är vi enligt Hulthén oerhört mycket liberalare än andra länder i världen.

– Jag anser att vi av demokratiska skäl borde ta ett helhetsgrepp på det här med mediekoncentration, säger Hulthén. Hon tar som exempel tidsrymden från 1400-talet när Johannes Gutenberg tryckte den första Bibeln, fram till när internet slog igenom ungefär i mitten av 1990-talet med vad som hänt under tidsrymden från år 1993 fram tills nu. Utvecklingen har verkligen gått fort framåt den senaste perioden. På något sätt har det blivit för övermäktigt att förhålla sig till det i det demokratiska samhället, menar hon.

– När jag pratar med politiker uppfattar jag en rädsla för området. Det verkar som om man är rädd för den makt medierna har och då vågar man inte förhålla sig till dem på något sätt, säger Hulthén. Hon anser att den enda som har jobbat och drivit de här frågorna är den förre kulturministern Marita Ulvskog (s). Hon kan inte alls uppfatta samma sak med nuvarande kulturministern Leif Pagrotsky (s).

När det gäller en eventuell framtida lagstiftning på medieområdet så har det skett en viss attitydförskjutning inom Journalistförbundet, berättar Hulthén. Hon medger att förbundet tidigare agerat lite som politikerna på grund av att medieägande är ett svårt område, som handlar om principer. Det leder till att man hellre har en luddig åsikt än att man ska tvingas försvara något, som kan bli svårt att försvara. Hon säger också att etableringsfriheten varit helig, vilket lett till att förbundet tidigare alltid varit emot en lagstiftning när det gäller massmediemonopol och ägarkoncentration.

– Etableringsfriheten har blivit en frihet för de redan etablerade vilket innebär att du som företag redan måste finnas på marknaden. Du måste ha pengar för att kunna expandera och etablera ytterligare, säger Hulthén. Det är praktiskt taget omöjligt för nya aktörer att komma in på mediemarknaden.

Hulthén berättar att resonemang fördes på Journalistförbundets kongress i juni 2005 om att i fall det skulle komma ett förslag, och det beror naturligtvis på hur det ser ut, som handlar om att begränsa massmediekoncentrationen och ägarkoncentrationen så tror hon att förbundet idag skulle ställa sig positiva till det.

7.2 Upphovsrätten och det massmediella ägandet

Agneta Lindblom Hulthén anser att upphovsrätten hänger nära samman med massmediekoncentrationen. Hon säger att Tidningsutgivarna (TU) vill att en arbetsgivare fritt ska kunna förfoga över en journalistisk text utan ett speciellt avtal mellan arbetsgivaren och den anställde, vilket är fallet idag.

– Så vad arbetsgivaren idag vill ha är det totala förfogandet över individens upphovsrätt. Det ser redan ut så i flera länder, bland annat i Tyskland. Tänker man strikt företagsekonomiskt, exempelvis när det gäller Bonniers som äger medier i stora delar av Sverige, så är vinsten stor om man kan använda samma material i flera tidningar, säger Hulthén. Ekonomimaterial, featurematerial och nöjesreportage kan ösas ut och användas överallt.

– Äger man ett flertal olika medier, som exempelvis Warner Brothers gör, som både producerar underhållning, skriver om underhållning och kan rapportera om den likadant i alla sina produktionsformer så har man marknadsmässigt sett en väldigt bra affärsidé, säger Hulthén. Det är dock ingenting som befrämjar mångfalden, demokratin eller ger medborgarna möjlighet att påverka. Det är inte heller någonting som stimulerar nytänk i mediebranschen.

– Därför slåss vi för att man inte ska kunna använda upphovsrätten på det sättet. Det vore en katastrof för mångfalden. Konflikten är dessvärre klassisk och verkar inte lösbar, säger Hulthén. Upphovsrätten hör ihop med ägandet. De driver så att säga varandra. Ju mer du har och äger desto viktigare att ha hela upphovsrätten. Då får du mer pengar över och kan ge mer till aktieägare. Om de anställda inte kan förvara sin upphovsrätt så är frilansarna illa ute. Då kan arbetsgivarna ställa upp vilka villkor som helst.

Hulthén anser att sådana avtal egentligen finns redan idag på exempelvis veckotidningar där journalister förmodligen inte får sälja sin artikel om de inte skriver på ett kontrakt som säger att tidningen kan ha artikeln i alla sina veckotidningar i världen.

– Dessa avtal bryter mot lagen men anställda vill inte klaga. Troligtvis eftersom de då senare kan bli svårare att få jobb. Arbetsmarknaden för journalister är hård. Det har nog aldrig varit så tufft som det är nu. Det verkar finnas en strävan här i Sverige mot att det ska bli som i de anglosaxiska länderna, det vill säga sämre villkor för journalisterna. Hon tar ett exempel på hur ett kontrakt såg ut i England redan för tio år sen och hur det kan se ut i Sverige idag, och det är att en arbetsgivare har rätten till materialet från en journalist i alla tider och i alla världar.

– I praktiken kan det innebära att arbetsgivaren har rätt att publicera materialet på Mars om femtio år, säger hon.

7.3 Presstödet - en hjälp till bättre mångfald

– Vi är överens inom Journalistförbundet att presstödet, som man nu håller på att utreda, borde ändra inriktning. Idag främjar det kvantitet istället för kvalitet, säger Agneta Lindblom Hulthén. Det är fånigt, tycker hon, att en del anser att journalistisk kvalitet inte går att definiera. Själv är hon alldeles övertygad om att det går.

Inom förbundet vill man att presstödet ska kunna användas till nya ägare. Om jätten gluff-gluff inom eller utom Europa kommer och handlar här i Sverige är det viktigt att det finns lokala och regionala medier, säger Hulthén.

Hulthén säger att det skulle vara väldigt kul om det fanns någonting utanför korsägandet av medierna. Ledande farbröder i Tidningsutgivarna (TU) viftar exempelvis bort stiftelser för att de tycker att de är omoderna och att man där inte kan ha ordentliga avkastningskrav.

– Vad de då accepterar är att journalistik är vilken vara som helst. De kunde lika gärna sälja marmelad eller bildäck, varor vi visserligen vill ha, men de har inte samma demokratiska funktion. Hulthén anser att man ibland ställer högre avkastningskrav på journalistiken än man gör inom vanlig industri, som hos banker exempelvis. Hon tar som exempel de Schibstedägda företagen som har ett avkastningskrav på fjorton procent vilket dels ska gå direkt tillbaks till aktieägarna och dels investeras. Bankerna ligger ungefär tio procent lägre.

– Man kan se en attitydförändring, säger Hulthén. Idag betraktar många journalistiken som vilken vara som helst och det tycker jag att vi av demokratiska skäl inte har råd att göra. Hon menar att vi måste bevara mångfalden och kunna använda våra gemensamma pengar till att slå vakt om nationella, regionala och lokala medier. Lokala medier är viktiga för att människor ska kunna påverka sin vardag.

Hulthén anser att man ofta gör huvudlöst fel, exempelvis i LO:s massmedieprogram. Där ser man opinionsbildningen enbart som vad som skrivs på ledarsidorna och definierar mångfald med att de rösterna ska finnas.

– Men om man tittar lokalt på dem som bor i exempelvis Östersund så tror jag att du som medborgare struntar i vad som står på Östersundspostens ledarsida. Däremot är läsaren intresserad av att veta om det händer något positivt eller negativt i kommunen, säger Hulthén. Hon anser att var man än bor i Sverige ska man ha tillgång till lokal rapportering om sin nära verklighet, och man ska ha det åtminstone från två olika utgångspunkter.

– Vad medieägarna nu gör utifrån den mediepolitik som Socialdemokraterna och LO drivit är att man fusionerar och lägger ner. Man så att säga köper in sig på en ledarsida i ett annat kommersiellt bolag. På så vis har man definierat mångfalden, säger Hulthén.

– Fortsätter utvecklingen som den gör nu med att de demokratiska aktörerna inte bryr sig om mediefrågorna är det mycket möjligt att exempelvis något av de norska medieföretagen Schibsted eller Orkla är ägare till hela mediemarknaden i Sverige om tio år, tror Hulthén.

Det är inte det att det inte produceras bra, annorlunda, spännande journalistik i det här landet, menar Hulthén, men de som satsar på det överlever inte speciellt länge.

– Är du för liten åker du inte heller med det stora distributionssvepet. Då är det svårt att komma ut med sin tidning, säger Hulthén.

7.4 En oberoende journalistik viktigast

– Jag bryr sig om inte om vilket land medieägarna kommer ifrån, bara de är intresserade av journalistiken och publicistiken. Det är det som är kärnverksamheten. De får komma från Mars om de så vill men bara om de är intresserade av att utveckla fri, oberoende regional och lokal journalistik, säger Agneta Lindblom Hulthén. Utvecklingen inom Disney, Warner Brothers eller hos Berlusconi i Europa sympatiserar hon inte med.

– Sådana ägare önskar vi naturligtvis oss inte. Vad skulle hindra att exempelvis någon köper TV3, och har samma politiska ambitioner som exempelvis Berlusconi? TV4:s sändningsvillkor exempelvis kan ju också förändras i morgondag i riksdagen. Hon tycker att

det är bra att vi har ett självsanerande regelverk som ligger ovanför tryck- och yttrandefrihetslagstiftningen men hon anser att medierna måste ta det självsanerande ansvaret på större allvar än de gör idag eftersom det annars kommer att bli en mycket rigidare lagstiftning.

– Om man tittar på journalistiken idag så lever den i många fall på undantag. Makten har flyttats ifrån publicisterna till ekonomerna som styr genom tekniken. Den gör det lättare att mångfaldiga och skicka runt material, säger Hulthén. Hon menar att det ena trycket på journalistiken är det kommersiella och det andra är lagstiftningen, en lagstiftning som inte handlar om att stimulera mångfald utan en lagstiftning som vill inskränka när det gäller yttrande- och tryckfrihet.

– De senaste tio åren har vi haft ett par förändringar i grundlagen som innebär inskränkningar. Alla är besvärliga och slarviga och om man skulle få en annan politisk sammansättning i Sverige skulle de lätt kunna missbrukas. Hulthén anser att detta aldrig skulle ha hänt tjugo år tillbaka i tiden utan diskussion. Då fanns det en yttrande- och tryckfrihetsmaffia, en kunskap och ett engagemang i riksdagen ifrån yttersta vänstern till yttersta högern där man sa ”rör inte de lagarna eftersom de är demokratins fundament”.

– I riksdagen verkar det inte längre finnas en medvetenhet om värdet av den yttrande- och tryckfrihet vi har. I varje fall är det ingen som står upp och slåss för den.

Hon påpekar att det ska vara två beslut och ett riksdagsval emellan innan en grundlagsändring kan göras, trots det lyckas man idag göra ändringar ändå.

– Man ser inte hur ändringarna kan användas i ett annat samhällsklimat.

Hon nämner de nya reglerna angående passbilder som säger att de inte är offentliga handlingar längre och att det har varit drygt sjuttio inskränkningar i sekretesslagen för att öka sekretessen. Likaså i sekretessförordningen, som regeringen förfogar över, har vi också haft enbart inskränkningar, säger Hulthén.

Den sista ändringen som gjordes i grundlagen är att skriverier om hotbrott har blivit ett tryckfrihetsbrott, vilket innebär att man inte får skriva något som kan förstärka ett hot mot någon. Gränsen för vad man *får* skriva är härfin och Hulthén säger att om hon skulle vara ansvarig utgivare idag skulle hon inte veta vad hon skulle kunna trycka när det gäller hotbrott.

– Det är viktigt att vi rapporterar om att hoten ökar och då är det inte bra att lagen är luddig angående frågan om *hur* vi får rapportera. Det kan leda till att en tidning inte publicerar en nyhet eftersom man inte vet om det kan kallas för ett tryckfrihetsbrott, säger Hulthén.

Hon berättar att Journalistförbundet och Tidningsutgivarna (TU) försökte få igång en diskussion i medierna om problemet gällande rapportering av hotbrott men att ingen brydde sig. Till sist, säger hon, fick vi in en artikel på DN-debatt, men jag misstänker att det var för att Jan Guillou hade skrivit under den.

Det blir en pessimistisk syn på journalistiken om ingen annan än vi på Journalistförbundet bryr sig om dessa frågor, menar Hulthén. Hon nämner att det man ser i andra länder angående medier är skrämmande; exempelvis informationsklyftan som finns i USA eller proletariseringen av journalistyrket i Europa.

Hulthén berättar att i Tyskland idag har hälften av journalisterna ingen anställning. De är frilansare som ofta är ”beroende uppdragstagare”. Det vill säga att de bara får ha en enda uppdragsgivare vilket leder till att de blir helt beroende av den. Det finns vare sig en trygghet som anställd eller frihet som frilansare i Tyskland, menar hon.

– Journalister är ingen bristvara vilket leder till att många journalister blir benägna att skriva på ”slavkontrakt”. Det systemet vet vi att vi *inte* vill ha i Sverige, säger Hulthén. Hon nämner att lagstiftningen inom EU faktiskt stärkt journalisternas position. Juridiskt är journalisterna starka, däremot inte marknadsmässigt.

Hulthén sitter i styrelsen för TCO. Där har man blivit mer intresserad av mediefrågorna, bland annat efter att hon kom med. Det är viktigt att fler blir intresserade utifrån ett demokratiskt perspektiv, understryker hon.

8. Politikernas perspektiv

I detta kapitel presenteras resultaten från intervjuerna med sju riksdagsmän, en från vardera parti, varav fem intervjuer gjordes per mail och två per telefon. Som tidigare intervju har jag också här skalat av upprepningar, svåra formuleringar med mera så att det som är kvar är kärnan i intervjuerna. De intervjuade är: Dan Kihlström, (kd) per mail, Gustav Fridolin (mp) per mail, Tobias Krantz (fp) per mail, Rossana Dinamarca (v) per mail, Birgitta Sellén (c) per mail, Johan Andersson (s) per telefon och Kent Olsson (m) per telefon.

8.1 Bonniers ställning på mediemarknaden

Dan Kihlström (kd) anser att Bonniers har en stark ställning på den svenska mediemarknaden och han tror att deras vision är att inom olika medieområden leda utvecklingen. Kihlström tror att Bonniers har ambitioner gällande exempelvis mänskliga rättigheter och miljöfrågor.

Han framhåller att det är viktigt att det finns många aktörer och olika kanaler för yttrandefrihet, förmedling av nyheter, kultur med mera.

– Jag tror att demokratin kan hotas om mediekoncentrationen går för långt. För långt är för mig om det bara finns en kanal eller en ägare, vilket också kan vara staten, som har tillgång till kanaler för information. Det finns alltid en risk i ett litet land som Sverige att det blir några få aktörer på medieområdet, säger Kihlström.

Gustav Fridolin (mp) tror definitivt att demokratin kan hotas om mediekoncentrationen går för långt.

Tobias Krantz (fp) har ingen speciell synpunkt när det gäller Bonniers ställning. Varken han eller Folkpartiet har synpunkter på vad enskilda aktörer gör i det korta perspektivet på mediemarknaden.

– Folkpartiet värnar yttrande- och tryckfriheten. Vi vill ha generella spelregler som slår vakt om fria medier. Därför har vi ingen uppfattning om lämpligheten i att olika personer eller aktörer äger olika medieföretag, säger Krantz (fp).

Rossana Dinamarca (v) anser att Bonniers ställning på mediemarknaden i Sverige är stark och hon tror att företagets mål är att bli ännu starkare.

– När mediemakten koncentreras till ett fåtal är det självklart problematiskt ur ett demokratiskt perspektiv. ”Sanningen” tillverkas av några få och vi får inte hela bilden. Gränsen är redan nådd, säger Dinamarca (v). Hon anser att det aldrig är bra när ett fåtal äger makten över media, och i sådana fall ska det inte finnas tvivel om vems ärende man går.

Birgitta Sellén (c) anser att Bonniers är starka men att det också finns andra, utländska, medieföretag som är stora i Sverige. Hon ser inga direkta problem med Bonniers ställning. Bonniers har säkerligen opinionsbildande ambitioner men hon kan inte peka på specifika frågor där det märks.

Johan Andersson (s) anser att Bonnier är en stor aktör men hans parti vill aldrig lägga sig i ett specifikt bolags affärer. Läget på den svenska mediemarknaden är inte akut eftersom det finns många aktörer, menar han.

– Tendenserna till mediekoncentration finns dock där, säger han.

Hur mycket Bonniers försöker driva opinion kan han inte svara på.

– Medieägare får i princip driva opinion. Problemet uppstår om en opinionsbildare får en för stark ställning, säger Andersson (s).

Kent Olsson (m) säger att Bonniers har ett stort inflytande på mediemarknaden men att det finns fler stora ägare i Sverige.

– Bonniers har varit duktiga på att utveckla sin verksamhet och idag har vi fri konkurrens och ett flertal stora medieföretag i Sverige. När det gäller opinionsbildande ambitioner så tror inte jag att Bonniers blandar sig i sina medier, säger Olsson (m). Expressen exempelvis driver opinion men han har känslan av att den chefredaktören har stor frihet gentemot ägaren Bonnier.

– Allt är bra så länge inte Bonniers missbrukar sin stora ställning. Om tio år tror jag företaget har samma ställning i Sverige som idag. Bonniers kommer antagligen att självsanera så att de inte blir för stora, eftersom det då kan bli kritik mot att företaget innehar en monopol- eller oligopolställning, säger Olsson (m). Han tror också att företaget troligtvis är nöjda med hur det är idag.

Han anser inte att Bonniers medieäggande är ett hot mot demokratin och han tror inte heller att exempelvis den utländska medieägaren Rupert Murdoch skulle vara så intresserad av Sverige om det fanns en möjlighet att göra förvärv här på medieområdet.

8.2 Oense om lagstiftning

Dan Kihlström (kd) kan inte ange någon procentsiffra på hur mycket han tycker att ett ensamt medieföretag ska kunna äga av mediemarknaden. I nuläget finns det heller ingen anledning att skärpa lagstiftningen, hävdar han.

Inom en snar framtid, tror Kihlström (kd), att den svenska marknaden kan bli för liten för aktörerna och att vi får mer internationell inblandning i de svenska medierna.

Annonsmarknaden är exempelvis redan för liten på reklamsidan i TV. Han tycker man kan göra en jämförelse med på vad som skett på radio och TV-sidan.

– Det är inte så längesedan man inte ville ha närradio eller att enskilda skulle få skaffa parabol, men idag finns privatradion, ett antal satellitkanaler och internet, vilket gör att man som enskild trots allt har fler kanaler att välja mellan, säger han.

Kihlström (kd) tror på ett så lokalt ägande som möjligt. Han ser hellre att en svensk aktör äger en stor del av mediemarknaden än att utländska ägare kommer in.

Gustav Fridolin (mp) tycker att Sverige behöver en mediekoncentrationslagstiftning redan idag, eftersom en sådan lag troligen skulle begränsa Bonniers ägande.

– Bonniers mål är naturligtvis affärsmässiga men de kolliderar med samhällsintresset av att ha bredd inom ägandet av media. Därför anser jag att det behövs en mediekoncentrationslag, säger Fridolin (mp).

När det gäller hur stor andel av mediemarknaden någon ska kunna äga tycker han att de förslag på koncentrationslagar som arbetats fram tidigare ska genomföras. Utländskt ägande kan vara ett problem om det blir för stort men han ser ingen principiell skillnad i jämförelse med svenskt ägande. Det viktigaste är att ingen växer sig för stark.

Tobias Krantz (fp) konstaterar att frågan om en lag mot mediekoncentration har utretts nyligen. Förslaget stöp på att den diskuterade lagstiftningen inte gick att förena med centrala tryckfrihetsrättsliga principer. Något nytt försök är han inte beredd på.

– Jag anser att mediemarknaden idag präglas av en allt större mångfald, i form av nya uttrycks- och distributionsformer, aktörer och åsikter. Sverige har under de senaste decennierna gått från en situation med mediekoncentration och monopol till en med mer mångfald. Inte minst internet har lett till en explosion av nya aktörer och åsikter. Inom just tidningsbranschen är gratistidningarna, som blir allt vanligare i olika delar av landet, ett nytt fenomen, säger Krantz (fp).

Avskaffandet av radio- och TV-monopolen som genomfördes på liberalt fp-initiativ är ett exempel på ökad mångfald, menar Krantz (fp). Att dessa monopol brutits upp är positivt och bra för demokratin. Riktningen mot ökad mångfald kommer att fortsätta och antalet aktörer, åsikter, uttrycks- och distributionsformer kommer att öka. Konvergensen mellan olika medier såsom radio, TV, tidningar, internet kommer också att öka, spår Krantz (fp). Utländska ägare är inget problem så länge de följer svenska regler och bestämmelser.

Rossana Dinamarca (v) säger att vänsterpartiet inte är tillfreds med hur lagstiftningen på medieområdet ser ut idag. Partiet vill att regeringen lägger fram förslag om en skärpt lagstiftning mot maktkoncentration på mediaområdet. Förslagen i mediekoncentrationsutredningen "Yttrandefriheten och konkurrensen" från år 1999 ser hon som en bra grund.

– Mediekoncentrationsutredningens modell innebär bland annat att en sammanslagning kan stoppas om den "befaras vara ägnad att hämma ett fritt meningsutbyte och en allsidig upplysning" plus en del andra kriterier, säger Dinamarca (v).

Hon anser att mångfalden idag har minskat. Arbetarpressen har i det närmaste försvunnit och utanför storstäderna slås landsortstidningar ihop, exempelvis har Trollhättans Tidning gått ihop med Elfsborgsläns Allehanda så nu finns det bara en tidning i det området. Sådana affärer leder till att man bara får en vinkel på vad som händer, menar hon.

Dinamarca (v) tycker inte att nationaliteten på medieägare är så viktig. Det väsentliga är att det finns bredd, mångfald och kvalitet i media, samt möjlighet för så många som möjligt att utnyttja sin grundlagsfästa yttrandefrihet.

Birgitta Sellén (c) anser att den konkurrenslagstiftningen som vi har idag i Sverige bör tydliggöras. Idag är det de företag som har mycket pengar som har möjlighet att komma in på mediemarknaden. De små företagen behöver få bättre möjlighet att konkurrera. Det är inte bra om det finns bolag som är så stora att de hämmar konkurrensen.

– Då påverkas medieutbudet av vad de stora företagen lyfter för frågor. Det kan bli för enkelriktat, säger hon.

Mångfalden har förändrats på ett negativt sätt de senaste åren, anser Sellén (c). Det är vad som sänds i TV:s såpor som verkar vara de stora nyheterna. Ett exempel är Michael Jacksons rättegång som hon anser genomsyrade alla medier under en period, som om det skulle ha varit den största händelsen på jorden under flera månader.

– Det kvällstidningarna skriver om verkar vara riktlinjer för vad som är intressant att förmedla även i andra medier, säger hon.

Utländskt ägande av svenska medier anser hon vara helt okej.

Johan Andersson (s) tycker att det ska finnas så generella lagar som möjligt och inga speciella lagar för just medieområdet, men om vi i framtiden skulle hamna i en ren oligopol- eller monopolsituation måste vi givetvis tänka om, säger han.

Idag är det en mer begränsad opinionsbildning i Sverige än det var för 15 år sedan, anser Andersson (s). A-pressen har exempelvis minskat stort och bara i Skåne-regionen har cirka sju-åtta tidningar lagts ner de senaste 15-20 åren, däribland Arbetet.

– Mångfalden krymper, säger han.

Angående utländska medieägare i Sverige anser Andersson (s) att det är bra att det kommer in fler ägare i Sverige, ju fler ägare desto bättre.

Kent Olsson (m) tycker inte att det behövs några fler lagar mot mediekoncentration just nu. Det räcker med de vi har. När det gäller exempelvis tidningar och TV anser han att olika uppfattningar kommer fram. I framtiden tror han dock det finns en risk att antalet tidningar kommer att minska och att fler tidningar kommer slås ihop.

Angående utländska medieägare anser Olsson (m) att vi redan idag har en internationell mediemarknad i Sverige.

– Vi har exempelvis det norska företaget Schibsted som en stor ägare och så länge de eller någon annan utländsk medieägare inte stör det fria ordet i Sverige ser jag inget negativt med utländskt ägande, säger Olsson (m).

9. Bonniers och konkurrenten Schibsted

I detta kapitel presenteras resultaten från intervjuerna med Erik Månsson, informationsdirektör hos Bonnier AB och Gunnar Strömblad, VD på Schibstedägda Svenska Dagbladet. Dessa två intervjuer utfördes personligen och de bandades. Som tidigare intervjuer har jag också här skalat av upprepningar, svåra formuleringar med mera. Det som är kvar är kärnan av intervjuerna.

Företaget Bonniers är redan presenterat sedan tidigare så här följer en kort presentation av dess norska konkurrent Schibsted. Företaget har funnits i Norge sedan år 1839 och ägandet består bland annat av de två största dagstidningarna i Skandinavien; Aftonbladet i Sverige och Verdens Gang i Norge, men också av Svenska Dagbladet i Sverige. Schibsted ger också ut gratistidningar i ett flertal länder i Europa. När det gäller television så äger Schibsted 33,34 procent av TV2 i Norge¹²² och 26,7 procent av TV4 i Sverige¹²³. Schibsted kan sägas vara den största medieaktören i Norge precis som Bonnier är i Sverige.

9.1 Bonniers ställning försvagad

Bonniers har tvåhundra företag i tjugo länder som spänner över alla möjliga mediaformer och mediaaktiviteter, berättar Erik Månsson (Bonnier). Alla verksamheter och aktiviteter vill utvecklas och sättet att utveckla utgår från de enskilda företagen. Där finns allt ifrån att starta nya aktiviteter, hitta på nya tjänster, förbättra det man gör, bredda sin verksamhet men också förvärv. Det är en ”ongoing process”.

– Målet för Bonniers är rent allmänt att bedriva publicistisk verksamhet, sälja annonser och vara förläggare. Det är grunden för allt, säger han.

Det som hänt med den tekniska utvecklingen och internationaliseringen på mediemarknaden är att Bonniers ställning försvagats på flera områden, menar Månsson (B). Konkurrenten har ökat genom att det sker en fragmentisering på mediemarknaden totalt.

¹²² Schibsted [www].

¹²³ TV4 [www].

Tittar man till exempel på Nordicoms statistik som kom häromdagen visar den väldigt tydligt att mediadagen, den tid vi svenskar använder för att konsumera media, inte har ökat. Den är konstant.

– Men om man tittar, de gör själva jämförelsen med år 1975 tror jag, så är det en dramatisk skillnad. Tårtbitarna på mediemarknaden var betydligt större år 1975. Nu är tårtbitarna fler och mindre. Konkurrensen är hårdare. Valmöjligheterna är samtidigt mycket större, säger Månsson (B). Även på annonsmarknaden är konkurrensen hårdare därför att andra områden kommit in som konkurrerar med tidningsannonser, som exempelvis TV, direct mail och outdoor.¹²⁴

Den tekniska utvecklingen och internationaliseringen påverkar konkurrensen. Idag har vi internationella aktörer på den svenska marknaden inom alla områden; TV, dagstidningar, tidsskrifter, radio och så vidare.

– Så för Bonniers som aktör så har det blivit tuffare och den utvecklingen kommer att fortsätta, tror Månsson (B).

Bonniers satsar inte på att bli börsnoterade utan snarare tvärtom. En anledning är, säger han, är att Bonniers är familjeägt sedan tvåhundra år. Det är unikt i Sverige och princip i världen. Idag har sju, åtta, nio generationer passerat och Bonniers är fortfarande hundra procent familjeägt. Ambitionen är att fortsätta vara det.

– Bonniers styrelseordförande Carl-Johan Bonnier har särskilda studieprogram för de yngre i familjen Bonnier. När de kommer upp i tonåren ska de lära sig vad Bonnier är för något, om traditionen och medieverksamheten. De får också möjlighet att praktisera i olika verksamheter och träffa personer såsom direktörer och redaktörer. De ska förstå hur man bedriver företaget och vilka regler som gäller, säger Månsson (B).

När Carl-Johan Bonnier startade ett nytt gäng på en sju åtta stycken så sa han till dem att ni är Bonniersläkt, men att ni är ägare innebär inte att ni är rika utan det innebär att ni har en förpliktelse. Det är ungefär så man ser det. Man har en förpliktelse att vårda de här företagen och man har en förpliktelse att lämna över dem till nästa generation i gott skick. Sedan ska man naturligtvis tjäna pengar på det, men det är en annan sak, säger Månsson (B).

Gunnar Strömblad (Schibsted) säger att Bonniers har en stark ställning i kraft av att de varit aktiva länge och haft tid att bygga en stark position. Han anser att Bonniers är den främsta aktören på svenska mediemarknaden idag.

– Den publicistiska traditionen är bra på många sätt men syftet med verksamheten är givetvis att tjäna pengar. Det är inget fel på det. Det är förståeligt, säger Strömblad (S). Han anser också att Bonnier har en liberal grundhållning i sina tidningar men han uppfattar inte att familjen äger tidningar för att driva en politisk linje.

9.2 Negativa till fler lagar på medieområdet

Konkurrenslagen i Sverige är Bonniers helt tillfreds med, säger Erik Månsson (Bonniers). Han menar att Bonniers inte kommer i närheten, i något av de verksamma områdena, av de gränser som konkurrenslagen sätter upp. Skulle företaget bryta mot lagen är inställningen att man ska följa de begränsningar och de tak som finns i konkurrensbegränsningslagen, det vill säga ägande av en viss procent av marknaden.

När det gäller hur stor andel en medieägare ska få äga av mediemarknaden, såsom press, radio och TV, anser han att det är svårt att definiera mediemarknaden som just press, radio

¹²⁴ Stora reklamtavlor utomhus

och TV. Bonniers finns på många områden. Ta exempelvis film. Ska man mäta sin andel i förhållande till övrig nationell produktion? Eller ska man mäta det i förhållande till all film som visas? Om man tittar på olika delar var för sig har vi inom företaget samma uppfattning som lagstiftningen, menar Månsson (B).

Bonniers är för den fria konkurrensen, säger Månsson (B). Vare sig Bonniers eller Schibsted är i närheten av att komma upp i det tal där en konkurrenslagstiftning skulle bli aktuell. I tryckfrihetsförordningen (TF) står det att vem som helst har rätt att starta en tidning och om någon har cirka 40 procent av marknaden för dagspress och vill starta en ny tidning så antyder konkurrenslagen ett nej medan tryckfrihetsförordningen säger ja.

– Bonniers delar uppfattningen att det är viktigt för yttrandefriheten att man alltid har rätt att starta en tidning och uttrycka sina åsikter. Bonniers har gjort ett par förvärv på tidningsområdet och vid varje tillfälle har man självmant låtit konkurrensverket pröva dem. Hittills har myndigheten inte haft några invändningar ur konkurrensrättslig synvinkel. Så enligt gällande lagstiftning finns inga problem. Sedan, säger han, är det en del som tycker att Bonniers är för stora men det är en annan diskussion och per definition är alltid någon störst aktör på en marknad.

På dagstidningsområdet i Sverige finns dagliga affärstidningar som Dagens Industri, kvällstidningar som Expressen och Aftonbladet, lokaltidningar som Hallandsposten, mer regionala tidningar som Göteborgs Posten och rikstidningar som Dagens Nyheter. Man kan diskutera om det är *en enda* marknad, menar Månsson (B).

Graden av mediekoncentration i Sverige är låg jämfört med de flesta andra jämförbara länder, konstaterar Månsson (B). Bonnier har exempelvis 15,5 procent av mediemarknaden i Sverige och 7 procent av marknaden i Norden. Han menar att det således finns gott om utrymme för tillväxt för Bonnier, både i Sverige och i övriga Norden.

– Det största medieföretaget i Sverige är SVT, som ägs av staten. Den högsta graden av ägarkoncentration finns således inom TV-området där staten är dominerande ägare, en liknande situation finns inom radio, menar Månsson (B).

Gunnar Strömblad (Schibsted) är negativ till fler lagar mot ägarkoncentration. Han anser att konkurrenslagen räcker.

– I Norge finns det hårdare lagar och där ser man en del negativa effekter. Framgångsrika företag som Schibsted, Orkla och A-pressen tillåts inte expandera på sin hemmamarknad Norge. Det är en uppenbar nackdel. Jag har svårt att förstå behovet av en sådan lagstiftning och jag tror inte att sådana lagar skulle vara bra för Sverige, säger Strömblad (S). Det kan leda till absurda regelverk där byråkrater ska sitta och bestämma, dela in landet i spridningsområden och fatta beslut om hur stor marknadsandel man får ha i dessa.

– Det är inte bra. Jag tycker inte att det ska vara mer statlig inblandning. Det är skadligt för branschen. Det finns en del tendenser idag angående just statlig inblandning i medierna, bland annat när Göran Persson uttalade sig om att han ville lagstifta om sexualiseringen i media. Det finns fler exempel på att staten vill göra ingrepp i tryckfriheten och det är allvarligt, säger Strömblad (S).

När Schibsted började investera i Sverige var den hårda lagstiftningen i Norge en anledning, säger han, men företaget hade troligtvis börjat investera i Sverige ändå.

9.3 Mångfald sett i ägande och röster

När man pratar om mångfald och mediekoncentration, vad är det man menar? Är det ägandet i sig eller är det antalet röster som kan höras, undrar Erik Månsson (Bonniers). För honom är det obegripligt att man inte ser mer till antalet röster som kan höras.

Han tar som exempel när Bonniers ville köpa Svenska Dagbladet år 1998. Tidningen gick dåligt och man ska komma ihåg att tidningen fortfarande går dåligt, säger Månsson (B). Den klarar sig på plus minus noll tack vara ett statligt stöd på 65 miljoner om året. Ägaren var år 1998 ett svenskt storföretag i näringslivet, Investor, som inte ville vara ägare längre. Företaget tog således kontakt med Bonniers, berättar Månsson (B), och ställde frågan om det fanns något sätt för Bonniers att driva Svenska Dagbladet vidare.

Bonniers började då undersöka olika modeller. Det fanns bland annat modeller i USA som redan hade använts i Sverige. De gick ut på att tidningen som tas över får en gemensam administration och distribution med den nya ägarens andra tidningar. I Sverige finns det flera fall där borgerliga tidningar förvärvat A-presstidningar på det sättet, säger Månsson (B).

– I fallet med Bonniers och Svenska Dagbladet var idén att man skulle ha en särskild styrelse för den redaktionella delen, fristående från Bonniers. Sedan sa Bonniers också att de kunde garantera utgivningen av tidningen, inte för all evighet, men låt oss säga 25 år.

– Bonnier var dock inte beredd att göra det här, om alla var emot det, och om det i slutändan skulle beskrivas som att Bonniers tuggar i sig medieföretag och vill utöka sin mediemakt med mera.

Bonniers hade i samband med detta kontakt med dåvarande kulturministern Marita Ulvskog (s). Hon visade i början förståelse för denna lösning för Svenska Dagbladets framtid. Även om hennes spontana inställning var negativ så kom hon senare med ett förslag, nämligen att denna uppgörelse mellan Bonnier och Svenska Dagbladet kunde accepteras om Bonniers också var beredda att titta på samma modell för en tidning som då fortfarande fanns, nämligen den socialdemokratiska tidningen Arbetet i Skåne vilken gick med stor förlust.

– Vår VD på Bonnier sa att vi aldrig har gett ut någon socialdemokratisk tidning, det ligger inte i vår tradition, men vi ska titta på om det går att skapa en likadan konstruktion där man säkerställer tidningen Arbetet och samtidigt har en oberoende styrelse för den redaktionella delen. Så Bonniers kontaktade omedelbart sin VD för Sydsvenska Dagbladet och bad honom sätta igång en utredning om hur en uppgörelse mellan Arbetet och Sydsvenska Dagbladet skulle kunna se ut.

– Bara två tre dagar senare gick kulturministern ut i en intervju i TV och sa att det här med att Bonniers skulle äga Svenska Dagbladet var något alldeles förfärligt. Det fick absolut inte hända. Bonniers ville sedermera inte gå vidare med affären, säger Månsson (B). Det var inte för att Marita Ulvskog sa så som hon gjorde utan för att det skulle bli ett sådant motstånd. Det skulle inte vara bra för vare sig Bonniers eller Svenska Dagbladet.

– Jag tycker det var synd. Det hade varit ett intressant sätt att få ekonomi i Arbetet och Svenska Dagbladet. Det vi ser idag runt om i Sverige är just att A-presstidningarna, de socialdemokratiska tidningarna, är fruktansvärt vanskötta av rörelsen, inte bara ekonomiskt utan på många andra sätt också. Vissa av de tidningarna har räddats av andra tidningar. Till exempel har moderatägda Norrköpings Tidningar köpt Gotlands Allehanda och Gotlands Folkblad; Eskilstunakuriren har köpt tidningen Folket. På flera platser i landet har man precis den här modellen där borgerliga morgontidningar tagit över ansvaret för A-presstidningarna, säger Månsson (B).

Han tror att skälet till att affären med Svenska Dagbladet inte gick igenom var att modellen fortfarande var alldeles ny i Sverige. Om Bonniers hade genomfört affären hade det fungerat på precis samma sätt som det gör idag på flera platser där borgerliga tidningar äger A-presstidningar. De uppgörelserna har räddat tidningar som annars hade gått under. Arbetet exempelvis lades senare ner. Den var den stora socialdemokratiska morgontidningen med en upplaga på i genomsnitt 50 000 om dagen, säger han.

– Det har varit många frågetecken i huvudet på oss på Bonniers för hur man agerat. Detta hade varit ett bra sätt att bevara Arbetets röst på mediemarknaden.

När Månsson (B) får frågan om det inte skulle ha känts konstigt att äga två konkurrerande tidningar i Stockholm, DN och SvD, skakar han på huvudet.

– Vi är vana vid hård konkurrens från andra men också från oss själva. Vi har flera bokförlag som ibland blir ovänner om rätten till författare eller till boktitlar. De bjuder över varandra och slåss på internationella marknader. När Bonniers skulle köpa Svenska Dagbladet var det en del på Dagens Nyheter som inte gillade idén. När Bonniers startade Stockholm City var det många på Expressen och Dagens Nyheter som inte var glada över det, eftersom de konkurrerar med varandra, säger Månsson (B).

Han berättar att vid vissa förvärv Bonniers har gjort, som exempelvis av Kristianstadsbladet, ville ägaren sälja till Bonniers för att man tyckte att Bonniers var en bra och långsiktig ägare. Som stod för värderingar när det gäller yttrandefrihet och publicistik som låg i linje med ägarens ideal. Då ville man inte sälja till vem som helst bara för att man skulle få fem öre mer. I den meningen har Bonniers en fördel, men vi är lite fattigare på det sättet att vi inte alltid kan bjuda mest eftersom vi inte finns på börsen, säger Månsson (B).

– Bonniers har gjort stora förvärv i Tyskland på bokområdet och där har det just handlat om att vi har förvärvat familjeägda förlag där man ser oss som en garant för att utgivningen ska bedrivas med samma grundläggande princip som tidigare och att vi inte är någon börsklippare som kommer insusande från vänster eller höger, säger Månsson (B).

Gunnar Strömblad (Schibsted) säger att när det gäller mångfald är det som i alla andra branscher. Det är upp till var och en att göra ett så bra jobb som möjligt och att bygga sig en stark position.

– Debatten om mångfald förs idag som om vi fortfarande levde på 1960-talet. En sak är hur mediemarknaden såg ut då. Det fanns i stort sett bara tidningar, statlig radio och TV. Idag har vi en mycket större mångfald. Vi har papperstidningar som de främsta bärarna av nyhetsförmedling och opinionsbildning. Vi har en massa olika TV-bolag och gratistidningar som etablerat sig och så vidare. Det är en mycket mer fragmenterad mediemarknad idag än det var för 30 år sedan, säger Strömblad (S).

– Men om man tittar på dagspressen så har mångfalden där egentligen minskat, säger Strömblad (S), eftersom många andratidningar blivit uppköpta eller övertagna. Det har varit en olycklig utveckling för mångfalden. Många andra medier har däremot haft en bra tillväxt vilket ökar mångfalden. Jag anser att mångfalden i princip har ökat. I Stockholm finns en stor mångfald men ute i Sverige har mångfalden minskat och det är ett större problem.

– Man måste titta på varje lokal marknad var för sig och hur de har ändrats. Exempelvis om det finns två tidningar i Eskilstuna med samma ägare så ökar inte det mångfalden. Det är olyckligt att små tidningar sugits upp av större. Idag finns det tre stora aktörer i Sverige: MTG, Schibsted och Bonnier och sedan en massa mindre aktörer men det behövs definitivt fler.

9.4 Utländskt ägande

Erik Månsson (Bonniers) har ingenting emot utländskt ägande. Han menar att Bonniers själva är ägare i utlandet och den stora förändring som skett i företaget de senaste åren är just att det har blivit ett ännu mer internationellt medieföretag.

– För fem-sex år sen låg sjuttio procent av alla Bonniers intäkter i Sverige. Idag är det femtio procent. Så idag betraktar vi oss mer som ett europeiskt medieföretag, med bas i Sverige. Vi ser inga som helst problem med internationella aktörer i Sverige. Vi tror däremot att det är bra för Sverige och det svenska medieklimatet att det finns åtminstone en stor svensk medieaktör som är bärare av svenska publicistiska ideal och som omfattar vår syn här i Sverige på vad som ska vara yttrandefrihet och tryckfrihet, säger Månsson (B).

Det är också värden och värderingar som vi försökt ta med oss inte minst i de företag, projekt och verksamheter vi har i gamla Östeuropa, Baltikum, Polen och så vidare. Vi har varit engagerade där framförallt på dagstidningssidan med både dagliga affärstidningar, andra dagstidningar och lokaltidningar. Därigenom har vi blivit en positiv kraft för demokratiutvecklingen i de här länderna.

Många oroar sig för vad som skulle hända om vi sålde Bonniers till exempelvis Rupert Murdoch och hans medieimperium. Givetvis skulle inte det vara bra, säger Månsson (B), men nu är inte en sådan debatt något som överhuvudtaget är aktuellt. Bonniers ägare är i mediebranschen för att vara där, inte för att göra klipp, inte för att köpa ena året och sälja andra året.

– Själva idén med Bonniers förvärv, uppstarter och sådant är att driva en verksamhet. Går Bonniers in i TV så är det för att vara där, precis som med alla andra verksamheter, långsiktigt. Det är inga klippare som äger företaget utan det finns en tvåhundraårig tradition. Företaget är familjeägt och våra ägare gillar att äga medieverksamhet. De gillar också publicistik, och TV är precis som allting annat publicistisk verksamhet, säger Månsson (B).

Dessutom hör till saken att det finns avtal mellan ägarna, just nu runt 75 stycken, som sträcker sig fram till år 2030, menar han. Avtalet omöjliggör att en delägare kan sälja av sitt innehav till exempelvis Murdoch, MTG eller någon annan. Man kan bara sälja till andra medlemmar i familjen. Däremot kan delar av Bonniers verksamheter bli börsnoterade som till exempel dagstidningsområdet var. Det fanns på börserna under femton års tid genom företaget Marieberg.

– Då såg Bonnierfamiljen till att de hade hälften av aktiekapitalet och en säker majoritet av rösterna så de aldrig kunde förlora kontrollen över Marieberg. I och med att Bonniers inte är ett börsnoterat bolag så kan vi inte gå ut med så kallade emissioner, det vill säga få in mer pengar från marknaden. Det kan finnas lägen då man för delar av verksamheten kan ta in någon investerare men det är inte aktuellt idag, säger Månsson (B).

När det gäller de senaste affärerna i TV4 som skedde runt årsskiftet 2004/05 säger Månsson (B) att om inte Bonnier tillsammans med Proventus gått in och köpt upp Alma Medias andel i TV4 hade det norska företaget Schibsted gjort det. Vilket hade betytt att Schibsted, på grund av andra samtida köp av TV4-aktier, blivit majoritetsägare i TV4.

Gunnar Strömblad (Schibsted) säger att Schibsted agerar affärsmässigt. Nu har företaget precis gjort den här investeringen i TV4 som är en andel Schibsted tänkt behålla. Målet var att få majoriteten i TV4 med nu blev det inte så.

– Schibsted är ett börsnoterat företag och rent hypotetiskt vill vi att det ska gå bra för våra aktier, men vi skulle dock inte sälja till vem som helst. Jag tror inte man ska vara så rädd för

utländskt ägande i media. Jag tror för övrigt inte exempelvis Rupert Murdoch skulle vara så intresserad av Sverige. Han vet väl knappt var Sverige ligger, säger Strömblad (S).

10. Analys och diskussion

I detta kapitel analyserar och diskuterar jag mina intervju svar utifrån frågeställningarna.

Respondenterna kommer i detta kapitel namnges på följande sätt: Agneta Lindblom Hulthén på Journalistförbundet - Hulthén (JF); Erik Månsson på Bonniers - Månsson (B), Gunnar Strömblad på Schibsted - Strömblad (S). Företrädarna för de olika riksdagspartierna kommer att namnges med efternamn + partibeteckningen i gemener inom parentes.

I undersökningen kan man se att alla intervju personer är överens om att Bonniers har en stark ställning på den svenska mediemarknaden. Hulthén (JF) anser att Schibsted- och Stampenkoncernerna har ungefär lika dominerande positioner som Bonniers. Hon ser också korsägandet inom medierna i Sverige som väldigt oroande. Sellén (c) och Olsson (m) håller med om att det är viktigt att tänka på att det inte bara är Bonniers som är ett stort medieföretag i Sverige idag.

Det är bara Månsson (B) som tycker att Bonniers ställning på mediemarknaden egentligen har försvagats på flera områden på grund av den tekniska utvecklingen och internationaliseringen. Exempelvis har det blivit fler internationella aktörer på den svenska marknaden inom alla områden, menar han.

Månsson (B) hävdar att det största medieföretaget i Sverige är SVT, som ägs av staten. Han påpekar att den högsta graden av ägarkoncentration faktiskt finns inom TV-området där staten är dominerande ägare, en liknande situation finns inom radio. Kihlström (kd) anser att demokratin kan hotas om det bara finns en kanal eller en ägare med tillgång till kanaler för information. Denne ägare kan också vara staten, menar han.

10.1 Bonniers medieägande - ett hot mot demokratin?

Det finns skillnader i åsikterna hos de intervjuade när det gäller frågan om mediekoncentrationen i Sverige skulle vara ett hot mot demokratin. Dinamarca (v) anser att när mediamakten koncentreras till några få är det självklart problematiskt ur ett demokratiskt perspektiv. Fridolin (mp), Kihlström (kd) och Sellén (c) instämmer med henne. Hulthén (JF) håller också med. Hon anser att den ökande massmediekoncentrationen via ägandekoncentrationen är av ondo av just demokratiska skäl. Krantz (fp) nämner avskaffandet av radio- och TV-monopolen som något positivt och istället bra för demokratin. Representanterna för näringslivet, Månsson (B) och Strömblad (S), nämner ingenting om att ett stort medieägande kan vara något negativt för demokratin, vilket inte är förvånande med tanke på att de företagen har ett stort medieägande själva. De två är också de enda som lyfter fram Bonniers publicistiska tradition som en styrka i Bonniers medieägande.

Intervju personerna har olika åsikter om vilka ambitioner Bonniers har med sitt ägande. Kihlström (kd) anser att Bonniers har ambitioner när det gäller mänskliga rättigheter och miljöfrågor, Sellén (c) däremot anser att Bonniers säkerligen har opinionsbildande ambitioner men att hon inte kan peka på specifika frågor där det märks. Andersson (s) är övertygad om att alla medier försöker driva någon sorts opinion men hur stort ägarinflytande Bonniers har kan han inte svara på. Olsson (m) antar att exempelvis Expressen driver opinion men har ändå känslan av att chefredaktören har stor frihet gentemot ägaren Bonnier.

Strömblad (S) säger att Bonniers har en liberal tradition som kommer till uttryck på ledarsidorna i framförallt Dagens Nyheter, Expressen och Sydsvenska Dagbladet. Han tror dock inte att det står på Bonniers agenda att bedriva politik i sina medier.

Hulthén (JF) anser att frågan om mediekoncentration blivit övermäktig att förhålla sig till i det demokratiska samhället. Hon uppfattar en rädsla hos politiker att närma sig området. Den enda, tycker hon, som drivit frågorna är den förre kulturministern Marita Ulvskog (s).

Robert McChesney som forskat kring frågan är av samma uppfattning. Menar vi allvar med tanken på att fortsätta leva i demokratier, så måste vi reformera den mediastruktur vi har idag.

Forskaren Ben Bagdikian anser att i USA är det just regeringens passivitet gjort det möjligt för de stora mediala företagen att i stort sett kunna ”projicera nyheter, reklam och bilder” in i det medvetna och omedvetna hos i princip alla amerikaner. Den passiviteten kan överföras på politikerna i min undersökning och vad de anser. Det är bara representanterna för miljöpartiet och vänsterpartiet som är aktiva i frågan om mediekoncentration.

10.2 Journalistikens utveckling

Idag betraktar många journalistik och tidningsägande som vilken vara som helst, säger Hulthén (JF). Man ställer ibland till och med högre avkastningskrav på medieägande än man gör inom vanlig industri. Enligt forskaren Noam Chomsky har journalistiken redan hamnat på undantag i USA. Han anser att medierna i praktiken går de statliga och privata företagens ärenden. Även om journalisterna vill sträva efter professionalitet i sitt arbete är det deras arbetsgivare som i slutändan sätter agendan.

Forskaren Ben Bagdikian anser att när det gäller journalistiken kan man inte agera som om det handlar om produktion av en enskild vara såsom kylskåp eller kläder. Det handlar om makten över orden och att sätta dagordningen. ”And with that power comes the ability to exert influence that in many ways is greater than that of schools, religion, parents, and even government itself.”

Bagdikian säger också att det inte bara är det att ägarkoncentrationen blir större i USA utan journalistiken hamnar ofta på undantag och journalistikens förfall fortsätter med oförminskad hastighet. Det kan förklaras med, anser han, det ökade tryck som storföretagen utövar för att få journalistiken att generera vinster. Man koncentrerar sig på lättskrivna triviala reportage och en nyhetsinriktning som slår an hos överklassen och övre medelklassen.

Hulthén (JF) ser det som fullt möjligt att den välförpackade svenska medieindustrin inklusive journalistiken, det redaktionella och publicistiska, i framtiden kan bli uppköpt av ett stort internationellt bolag. Då skulle vi kunna få en situation där de svenska medborgarna förlorar sina lokala medier, säger hon.

Enligt Månsson (B) finns ingen anledning till oro. Bonnier har i alla fall inga planer på att sälja i dagsläget. Avtalet medlemmarna i familjen har sinsemellan gör det också omöjligt att sälja företaget annat än till familjemedlemmar.

10.3 Mångfald och lagstiftning

Ett intressant resultat är hur intervjupersonerna tänker när det handlar om mångfald, gällande dels medieägare och dels antal olika medier och röster som kommer fram på den svenska mediemarknaden. Mångfalden har förändrats på ett negativt sätt de senaste åren, anser Sellén (c). Det är vad som sänds i TV:s såpor som verkar vara de stora nyheterna. Ett exempel är Michael Jacksons rättegång som hon anser genomsyrade alla medier under en lång period. I

demokratiutredningen *En uthållig demokrati* instämmer författarna med henne och denna tes. De anser att medierna i större utsträckning än förr ägnar sig åt underhållning och ytliga diskussioner och färre upplysande och eftertänksamma samtal.

Månsson (B) är den enda som talar om mångfald som en definitionsfråga. Han menar att man idag är väldigt fokuserad på hur ägandet ser ut istället för antalet röster som kan höras. Om det är ägarna eller rösterna som definierar mångfalden är en intressant fråga, anser även jag.

Strömblad (S) menar att debatten om mångfald och mediekoncentration förs som om vi fortfarande levde på 60-talet då det i stort sett bara fanns tidningar, statlig radio och TV. Nu har vi en mycket större mångfald på mediemarknaden, anser han, men han säger också att om man tittar specifikt på dagspressen har mångfalden minskat. Det är på grund av att många andratidningar blivit uppköpta eller övertagna på andra sätt vilket har varit en olycklig utveckling för mångfalden, menar Strömblad (S).

Krantz (fp) är den politiker som talar varmast om att mediemarknaden idag präglas av en allt större mångfald. Olika nya aktörer, åsikter, uttrycks- och distributionsformer bereds plats i det svenska medielandskapet. Han tycker att Sverige de senaste decennierna gått från en situation med mediekoncentration och monopol till mångfald. Inte minst internet, anser han, har lett till en explosion av nya aktörer och åsikter och inom tidningsbranschen är gratistidningarna, som blir allt vanligare i olika delar av landet, ett nytt fenomen. Olsson (m) håller med om att det är många olika uppfattningar som kommer fram i tidningar och TV idag.

I demokratiutredningen *En uthållig demokrati* anser författarna att mångfalden i kanaler för mediedistribution inte motsvaras av en lika stor mångfald i perspektiv när det gäller skildringar av verkligheten eller framförandet av åsikter.

Rossana Dinamarca (v) är av en annan åsikt än Krantz (fp) och Olsson (m). Hon tycker att mångfalden minskat genom att Arbetarpressen i det närmaste försvunnit och att landsortstidningar slås ihop. Andersson (s) håller med om att det idag är en mer begränsad opinionsbildning än det var för femton år sedan.

Hulthén (JF) anser att presstödet borde ändra inriktning eftersom det idag befrämjar kvantitet istället för kvalitet. Hon vill att presstödet i större utsträckning ska användas så att nya ägare och nya ägarformer kan etablera sig på svensk marknad.

Hon anser också att när man diskuterar de här frågorna gör man det på fel sätt och hon tar som exempel LO:s massmedieprogram där man beskriver opinionsbildningen enbart som det som skrivs på ledarsidorna. Där definierar man mångfalden med att de rösterna ska finnas.

Hulthén (JF) anser också att vi har haft lagförändringar i Sverige som inte handlat om att stimulera mångfald i medierna utan en lagstiftning som vill inskränka när det gäller yttrande- och tryckfrihet. Vilket betyder att om vi skulle få en annan politisk sammansättning som lutar åt en mer totalitär syn skulle det här kunna missbrukas, tror hon.

I undersökningen *Journalist 2000* ansåg sex av tio journalister att mångfalden hade ökat på mediemarknaden medan tre av tio ansåg att mångfalden minskat. Förklaringarna journalisterna hade till en ökad mångfald var bland annat tillkomsten av nya medier, ökad konkurrens och nya medieägares inträde på marknaden. De som ansåg att mångfalden minskat pekade på ett ökat ekonomiskt tänkande bland medieägarna och ökad ägarkoncentration.

Bara ett fåtal av de intervjuade i den här studien ställer sig positiva till lagar som skulle kunna begränsa medieägandet. Dinamarca (v) anser att regeringen borde lägga fram förslag

om en skärpt lagstiftning mot maktkoncentration på medieområdet. Fridolin (mp) håller med henne om att Sverige behöver en mediekoncentrationslagstiftning. Hulthén (JF) skulle också gärna vilja se en lagstiftning framöver, om det kommer ett förslag Journalistförbundet kan ställa sig positiva till. Sellén (c) anser att det är konkurrenslagstiftningen som bör tydliggöras eftersom det idag bara är de företag som har mycket pengar som har möjlighet att komma in på mediemarknaden. Hulthén (JF) håller med henne om att etableringsfriheten blivit en frihet för de redan etablerade.

Att inte Andersson (s) håller med om att en lagstiftning i någon form borde övervägas är intressant med tanke på att Marita Ulvskog (s) tidigare kämpat hårt för dessa frågor. Det naturliga borde väl också vara att det röd-gröna blocket höll samman i denna fråga. Andersson (s) ser visserligen att tendenserna till mediekoncentration finns där men vill hellre ha så generella lagar som möjligt.

Forskaren Jostein Gripsrud anser att de ekonomiska villkoren idag effektivt sätter sin prägel på vad medierna erbjuder sin publik. Han anser att åtgärder mot monopolsituationer och andra strukturella förhållanden är av stor betydelse för mediernas innehållsliga kvaliteter.

I USA har mediekonglomeratens kunnat ta ny mark just på grund av att lagarna gällande medieäggande blivit mindre strikta, enligt forskaren Robert McChesney. Han säger också att lagarna i USA är i förändring hela tiden direkt eller indirekt till förmån för mediekonglomeraten. Forskaren Ben Bagdikian håller med honom. Han hävdar att mediekartellerna kunnat utöva en förbluffande påverkan över den nationella lagstiftningen i USA. En påverkan, säger han, som för tjugo år sen troligtvis skulle ha kallats olaglig.

Jag tycker situationen på den svenska mediemarknaden skiljer sig stort från den i USA. Men för att undvika att en situation liknande den i USA ska kunna uppstå i Sverige borde regering och riksdag kanske överväga hur en framtida lagstiftning på medieområdet skulle kunna se ut. Politikerna är demokratins väktare. Om inte de tar dessa frågor på allvar, vem gör det då?

Det kan dock finnas negativa effekter med en lagstiftning som har som syfte att begränsa medieägandet och det är ifall exempelvis en tidning måste säljas och de eventuella köparna enligt lagen inte "får" köpa fler tidningar i Sverige. Detta kan då leda till att tidningen går i konkurs och då motverkar lagen sitt syfte, att bevara mångfalden i röster.

Jag anser att det definitivt behövs vidare forskning i frågan om hur journalistiken och vår demokrati kan påverkas av ägarförhållanden inom medierna.

Källförteckning

Litteratur

- Backman, Jarl, (1998), *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Bagdikian, Ben H., (1997), *The media monopoly, 5th edition*. Boston: Beacon Press.
- Bonnier, Åke, (1974), *Bonniers - en släkterönika av Åke Bonnier*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Carlsson, Ulla (red.), (1988), *Ekonomiska perspektiv i forskning om massmedier*. Kungälv: Nordicom.
- Carlsson, Ulla (red.), (2003), *Pennan, penningen & politiken - medier och medieföretag förr och nu*. Göteborg: Nordicom.
- Chomsky, Noam, (1989), *Necessary Illusions - thought control in democratic societies*. London: Pluto Press.
- Fristedt, Daniel och Sundqvist, Sven-Ivan, (2006), *Ågarna och makten i Sveriges börsföretag 2006*. Halmstad: SIS Ågarservice AB.
- Gripsrud, Jostein, (2000), *Mediekultur, mediesambälle*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos.
- Hadenius, Stig och Weibull, Lennart, (2003), *Massmedier. En bok om press, radio och tv i förvandling*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Krag-Jacobsen, Jan, (1993), *Intervju - konsten att lyssna och fråga*. Lund: Studentlitteratur.
- Kvale, Steinar, (1997), *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Lagercrantz, Olof, (1990), *Ett år på sextiotalet*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Lindblad, Inga-Britt, (1998), *Uppsatsarbete - en kreativ process*. Lund: Studentlitteratur.
- McChesney, Robert W., (2001), *All makt är medierna - eller ge folk vad folk vill ha?* Stockholm: Bokförlaget DN.
- McChesney, Robert W., (1999), *Rich media, poor democracy- communication politics in dubious times*. University of Illinois Press.
- McQuail, Denis, (1983), *Masskommunikationsteori*, London: Sage.
- Sigfridsson, Sigge, (1995), *Boken om Bonniers*. Värnamo: Wiking & Jonsson Förlag.
- Sundin, Staffan, (2003), *Den svenska mediemarknaden 2003*. Göteborg: Nordicom.

Artiklar

- Alcalá, Jesus, (1995-12-08), *Begränsa ägandet*. Dagens Nyheter.

Webbartiklar

- Boman, Erik, (2005-01-24), *Bonnier tar greppet om TV4 – Pagrotsky kritisk*. [www]. Hämtat från <<http://www.sr.se/Ekot/artikel.asp?artikel=545691>> 10 februari 2006.
- Josefsson, Dan, (2000-05-03), *De globala mediemonopolen – en lägesrapport i fyra akter*. [www]. Hämtat från <http://www.etc.se/arkivet/textarkiv/Dans_artiklar/dj_000503_mediemonopol.html> 10 februari 2006.
- Leijonhufvud, Jonas, (2005-04-04), *Mångsidig strid mellan gratistidningar*. [www]. Hämtat från <http://www.svd.se/dynamiskt/naringsliv/did_9464571.asp> 10 februari 2006.
- Ollevik, Nils-Olof, (2005-01-31), *Bonnier drar undan mattan för sig själv*. [www]. Hämtat från <http://www.svd.se/dynamiskt/naringsliv/did_9043709.asp> 10 februari 2006.
- Tidningen Ingmar, (2005), *Triangelfilm tillsammans med partners köper Sandrew Metronomes biografier i Sverige*. [www]. Hämtat från <<http://www.ingmar.se/cldoc/165.htm>> 10 februari 2006.
- Öhlin, Henrik, (2005-05-20), *TV4: Schibsted utnyttjar option, LRF säljer hela innehavet*. [www]. Hämtat från <<http://www.affarsvarlden.se/art/104562>> 10 februari 2006.
- Pressens Tidning, (2002-10-04), *Vänsterridning fick många att se rött*. [www]. Hämtat från <<http://www.pressenstidning.nu/artikelmall.asp?version=8545&typ=>>> 10 februari 2006.

Webbkällor

- Schibsted [www]. Hämtat från <<http://www.schibsted.no/no/avis/>> 10 februari 2006.
- Schibsted [www]. Hämtat från <<http://www.schibsted.no/no/tvfilmforlag/>> 10 februari 2006.
- Stockholmsbörsen [www]. Hämtat från <<http://www.omxgroup.com/stockholmsborsen/se/index.aspx?lank=19>> 10 februari 2006.
- Stockholmsbörsen [www]. Hämtat från <<http://www.omxgroup.com/stockholmsborsen/se/index.aspx?lank=30>> 10 februari 2006.

Tidningen Stockholm City, (2005-02-10), *Om Stockholm City*. [www]. Hämtat från <http://www.stockholmcity.se/ArticlePages/200502/10/20050210212438_City674/20050210212438_City674.dbp.asp> 10 februari 2006.

Tjocka släkten [www]. Hämtat från <<http://www.tjocka.nu/heritage/namn13.htm#bonnier>> 10 februari 2006.

TS-tidningen, (2005-02-25), *TS-upplaga 2004 jämfört med 2003*. [www]. Hämtat från <http://www.ts.se/TSNet/Public/PDF/Upplagestatistik/dags_05_25feb.pdf> 10 februari 2006.

TV4, *Bokslut 2004*. [www]. Hämtat från <http://static.tv4.se/images/database/FileStorage/TV4_Information/TV4_Information_Delarsrapporter/b64132ed-3911-47f1-a194-1d0ab136c77d.pdf> 10 februari 2006.

Statliga utredningar

SOU 1980:28, *Massmediekoncentration*, Betänkande av massmediekoncentrationsutredningen
SOU 1999:30, *Yttrandefriheten och konkurrensen*, Betänkande av mediekoncentrationskommittén
SOU 1999:126, *Politikens medialisering*, Demokratiutredningens forskarvolym III
SOU 2000:1, *En ut hållig demokrati*, Betänkande av demokratiutredningen
SOU 1995:3, *Svenska medieägare - Ägarförändringar och samarbetsprojekt 1995 av Staffan Sundin*, Arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedierna.

Intervjuer

Erik Månsson, informationsdirektör hos Bonnier AB **2005-05-20**
Gunnar Strömblad, VD på Svenska Dagbladet **2005-05-25**
Agneta Lindblom Hulthén, ordförande på Journalistförbundet **2005-06-23**
Dan Kihlström, Kristdemokraterna **2005-05-18**
Gustav Fridolin, Miljöpartiet **2005-05-19**
Tobias Krantz, Folkpartiet **2005-06-09**
Rossana Dinamarca, Vänsterpartiet **2005-06-10**
Birgitta Sellén, Centerpartiet **2005-06-17**
Johan Andersson, Socialdemokraterna **2005-08-05**
Kent Olsson, Moderaterna **2005-08-09**

Övrigt

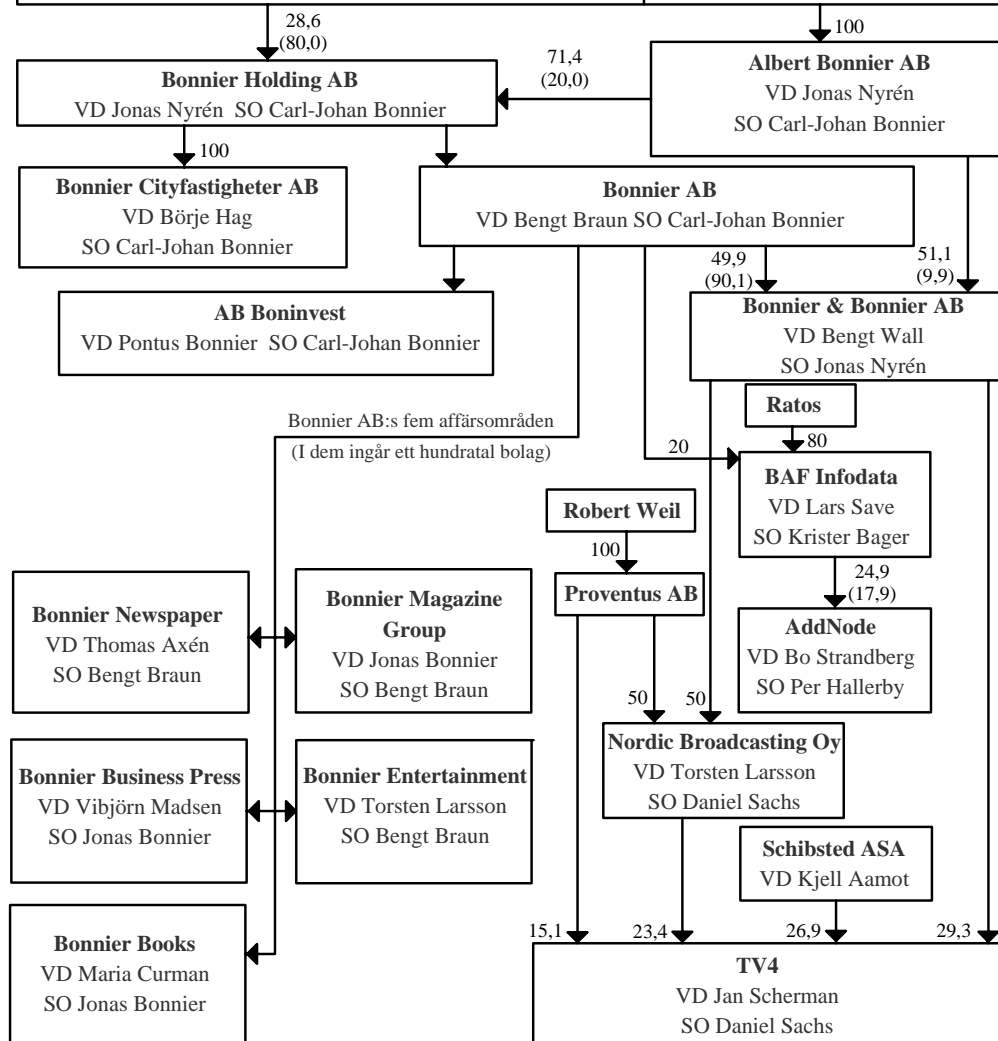
JMG-granskaren, nummer 2-3 2001, (Undersökningen *Journalist 2000*)
Konkurrensverket, diarienummer: 147/94
Konkurrensverket, diarienummer: 878/97
Erik Månsson, informationsdirektör Bonnier AB, mailkontakt under juni 2005-mars 2006
Jonas Nyrén, finansdirektör hos Bonnier AB, mailkontakt under januari-mars 2006
Stockholms Tingsrätt, mål nummer: T 8-1107-97
Verksamhetsberättelse Bonnier AB 2003
Verksamhetsberättelse Bonnier AB 2004
Årsredovisning Bonnier AB 2003
Årsredovisning Bonnier AB 2004

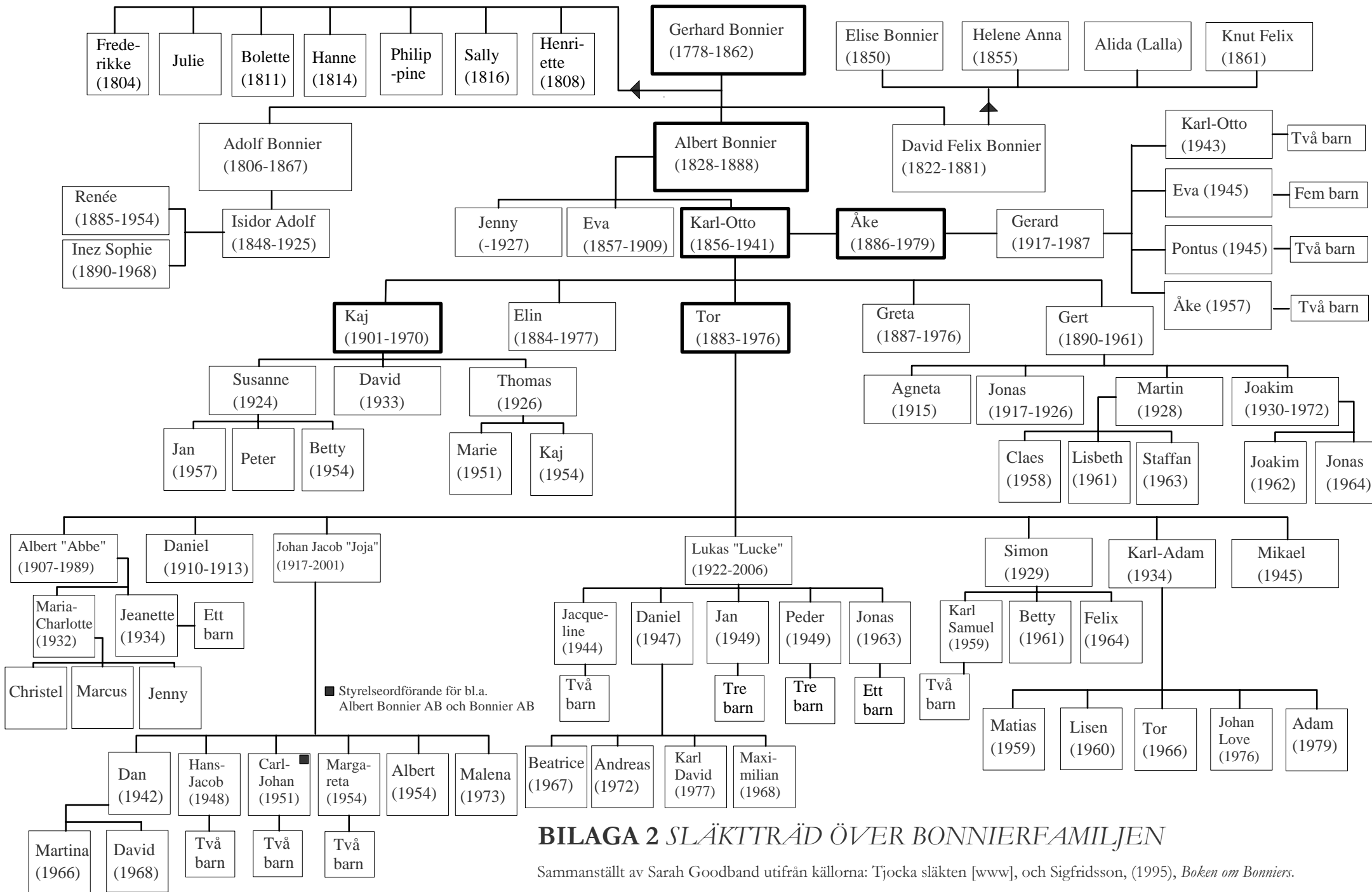
BILAGA 1 FÖRTECKNING ÖVER BONNIERS ÄGANDE

Bonnier-sfären

Siffrorna i diagrammet anger röstprocent, inom parentes kapitalprocent.

Släkten Bonnier (ett drygt 100-tal medlemmar)	Procent i Albert Bonnier AB resp andel av 28,6% i Bonnier Holding AB
Åke-grenen Gerard Bonniers fyra barn: Karl Otto, Eva, Pontus och Åke	45,0
Tor-grenen a. Albert Bonniers döttrar Charlotte och Jeanette b. Johan Bonniers familj (son Carl-Johan) c. Lukas Bonniers familj d. Bröderna Simon, Karl-Adam och Mikael	19,9 17,1 11,8 5,7
Kaj-grenen	0,5
Totalt	100





BILAGA 2 SLÄKTTRÄD ÖVER BONNIERFAMILJEN

Sammanställt av Sarah Goodband utifrån källorna: Tjocka släkten [www], och Sigfridsson, (1995), *Boken om Bonniers*.

BILAGA 3 INTERVJUMANUAL

Dessa frågor har alla intervjupersoner i min undersökning fått:

1. Vad anser du om Bonniers ställning på den svenska mediemarknaden idag?
2. Tycker du att det finns några problem i sammanhanget?
3. Är du tillfreds med den nuvarande lagstiftningen som gäller vid mediekoncentrationsfrågor? Om inte, vad vill du göra åt det? Om du *är* nöjd, varför?
4. Vad tycker du om utländskt ägande av medier i Sverige?
5. Anser du att Bonniers har opinionsbildande ambitioner? I fråga om vad? Hur kommer ambitionerna till uttryck?
6. Hur tror du Bonniers position i Sverige är om tio år?
7. Har vi mångfald eller enfald på mediemarknaden?
8. Hur tycker du att mångfalden har ändrats i Sverige när det gäller massmedia de senaste tio åren? Hur tror du det ser ut om tio år? Hur definierar du mångfald?
9. Hur stor andel av mediemarknaden, såsom press/radio/tv, sammantaget kan du acceptera att Bonniers eller något annat företag har makten över?
10. Vad tror du Bonniers har för mål med sitt ägande?
11. Anser du att Bonniers medieägande är ett hot mot demokratin?

Dessa frågor har bara Journalistförbundets representant fått:

12. Hur ser du på den journalistiska utvecklingen inom svenska medieföretag i allmänhet och Bonniers företag i synnerhet?

Dessa frågor har bara Bonniers representant fått:

13. Hur gick det till när Bonniers var på väg att köpa Svenska Dagbladet 1998?
14. Om köpet hade gått igenom, hade det inte känts konstigt för Bonniers att äga två konkurrerande dagstidningar, både Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter?
15. Varför ville Bonniers omstrukturera sitt ägande i TV4?

Dessa frågor har bara Schibsteds representant fått:

16. Varför ville Schibsted börja investera i TV4?
17. Var Schibsteds mål att få majoriteten av aktierna i TV4?